



جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية



الموضوع:

تأطير البرامج الحوارية المتفجرة للقضايا الاقتصادية في الجزائر سنة
2019

دراسة تحليلية لبرنامج الحوار الاقتصادي (قناة الجزائرية الثالثة)

مشروع لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذ :

نعيم بلعموري

إعداد الطالبتان

- سامية طرفة

- عائشة بوشارب

السنة الجامعية: 2020 - 2021

الشكر والعرفان

نحمد الله حمدا يليق بجلاله ومعظيم سلطانه الذي أماننا على إنجاز

هذا العمل وإكماله.

ومن منطلق الاعتراف بالفضل نتقدم بالشكر الجزيل والاعتراف

الجميل إلى الأستاذ المشرف نعيم بلعموري الذي شرفنا بقبوله

الإشراف على هذه المذكرة.

كما يسرنا أن نوجه أسمى آيات التقدير والعرفان إلى جميع

أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة خميس مليانة الذين

ساهموا في تكويننا سواء في مرحلة الليسانس أو الماستر.

وفي الأخير نشكر كل من ساهم في مساعدتنا من قريب أو بعيد

الإهداء

إلى الذي أثار دربي وحسن خلقي وعلمني أن الحياة معركة المنتصر فيها من
كان سلاحه العلم والمعرفة، إلى قدوتي في الحياة، إلى صاحب الوجه
الطيب.....أبي العزيز "علي".

إلى من غمرتني بحنانها وعطفها، إلى التي لم تبخل عليا بدعواتها، إلى أختي ما
أمك، إلى هدية الرحمان، إلى من وضع المولى سبحانه وتعالى الجنة تحت
قدميها.....أمي الحنوننة "مريم".

إلى أعز الناس، وأغلى الأحباب، إلى الدم الذي يجري في عروقي، إلى روعي
ونصفي الثاني.....أخواتي اللواتي هنّ قطعة مني "فضيلة، أمال، بختة".

إلى رمز البراءة والطفولة، إلى نسمات البحر وزهور الربيع إلى الرائحة العطرة
إلى من أنسى متاعبي بنظرة إليه ابن أختي آدم.

إلى من ساروا معي في درب العلم والمعرفة، إلى من مضيت معهم أجمل
الأوقات في حياتي، إلى اللواتي لا يعوض مكانتهن أحد.... صديقاتي حبيباتي
"عائشة وباسمين".

إلى من كان له فضل كبير في إنجاز عملي، إلى من تعلمت منه كيف أحسب
خطواتي وإنجازاتي..... أستاذي "نعيم بلعموري"
سامية

الإهداء

إلى من أكن له بالصيبة والوقار، إلى من علمني العطاء دون انتظار، وفي
الاعتذار شجاعة، وفي العفو رقي، إلى من أحمل اسمه بكل افتخار، أبي الغالي
أطال الله في عمرك.

إلى من جرعت الكأس فارغاً لتسقينني قطرة حب، إلى من فنت عمراً لتقدم
لي لحظة سعادة، إلى من علمتني الصدق والوفاء، إلى بلسم الشفاء، زهرة
الوجود أمي الصيبة حفظك الله.

إلى من لا شقيق لي غيره، إلى من علمني أن لا أصاب بالغرور إذا نجحت، ولا
بالياس إذا فشلت، رمز الفخر والرجولة، أخي الحنون.

إلى من صعد الأشواك عن دربي بمواظمتي، إلى من علمني في التجارب
قوة، وفي العلام سلاح، إلى من تعلوا ضمكتي في وجود من إلى شقيقتي
المؤنساة.

إلى الأخت التي لو تلدتها أمي التي تضيء معاً قناديل ذكريات الأخت، إلى
صديقة مساري الدراسي، منبع المثابرة والتحدى، سامية.

عائشة.



خطة الدراسة

خطة الدراسة:

مقدمة

الفصل الأول: المقاربة المنهجية للدراسة

1. تحديد إشكالية الدراسة

2. تساؤلات الدراسة

3. أسباب اختيار الموضوع

4. أهمية الدراسة

5. أهداف الدراسة

6. نوع الدراسة

7. منهج وأدوات الدراسة

8. مجتمع البحث وعينة الدراسة

9. حدود الدراسة

10. مفاهيم الدراسة

11. الدراسات السابقة

الفصل الثاني: مدخل إلى البرامج الحوارية والخلفية النظرية

تمهيد

المبحث الأول: البرامج الحوارية بين المفهوم والنشأة

خطة الدراسة

المطلب الأول: مفهوم البرامج الحوارية

المطلب الثاني: نشأة البرامج الحوارية

المطلب الثالث: أهم القوالب المستخدمة في البرامج الحوارية

المطلب الرابع: لغة الحوار التلفزيوني

المطلب الخامس: مكونات البرنامج الحوارية

المطلب السادس: الأساليب المستخدمة لبناء برنامج حوارية

المطلب السابع: أهمية البرامج الحوارية

تمهيد

المبحث الثاني: نظرية التأطير الإعلامي

المطلب الأول: نشأة نظرية التأطير الإعلامي

المطلب الثاني: مفهوم نظرية التأطير الإعلامي

المطلب الثالث: نماذج الأطر الإعلامية التفسيرية

المطلب الرابع: أنواع تشكيل الإطار الإعلامي وأهم وظائفها

المطلب الخامس: العوامل المؤثرة في عملية بناء الإطار الإعلامي

المطلب السادس: آليات التأطير الإعلامي

المطلب السابع: نقد النظرية

خلاصة الفصل

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي للدراسة

خطة الدراسة

1. بطاقة فنية لقناة الجزائرية الثالثة

2. التحليل الكمي والكيفي لعينة الدراسة

نتائج الدراسة.

خاتمة.

قائمة المراجع.

فهرس المحتويات.

الملاحق.

المُلخَص

ملخص

تناقش هذه الدراسة التغطية الإعلامية للبرامج العمومية حول القضايا الاقتصادية في الجزائر لسنة 2019، قبل وبعد الحراك الشعبي، من خلال البرنامج الحواري "الحوار الاقتصادي" كنموذج للدراسة مع عينة تقدر بـ 20 حصة تراوحت بين سنة 2018 و 2019، مختارة بشكل مقصود، وهذا بالاعتماد على أسلوب تحليل المضمون لمعرفة أهم المواضيع المتناولة وأهم القضايا الاقتصادية، وكيف تم تصويرها للمشاهد، حيث توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها أن: لم يحدث تغيير في تغطية البرنامج للواقع الاقتصادي بعد الحراك فتقريبا نفس المواضيع المثارة قبل الحراك نوقشت أثناءه.



مقدمة

أضحى الاتصال بكل وسائله المختلفة المرآة التي نرى بها أنفسنا لدى الآخرين، ومرآة الآخرين لنا ليكتمل بناء التعارف بين الحضارات والثقافات عبر الأجيال، ولم يكن ذلك ممكنا لولا الثورات العلمية في مجال الاتصال خاصة المنظور منها والمسموع.

فقد عملت التطورات التكنولوجية الحديثة على إزالة الفوارق بين الأدوات الاتصالية، والحدود التي طالما فصلت بين وسائل الاعلام المختلفة حتى أواخر السبعينيات، إذ نشأت علاقات لم يتوقعها أحد أو يتصورها، وهي علاقات باتت تربط بين الأدوات السمعية والبصرية، والاتصالات بعيدة المدى والمعلوماتية، والتداخل المتزايد بين أجهزة الاعلام، فالتقدم العلمي التكنولوجي هو الذي في المقام الأول في تشكيل وتطور المجتمعات الانسانية، وأنا من دون فهم الأساليب التي تعمل وسائل الاتصال بمقتضاها لن نكون قادرين على إدراك التغيرات الحاصلة في المجتمعات.

وبعد أن أصبحت المجتمعات أكثر تعقيدا، وبعد أن كثرت مجالات الحياة وتشبعت ميادينها وتطورت مجالاتها أصبحت وسائل الاعلام مطالبة بالعديد من الأدوار فإن كانت منفذا للإعلام فهي أيضا منفذا للتحكم في المعرفة، ففي هذا المجتمع الذي يتسم بالتعقيد أصبح الكائن البشري أكثر اعتمادا على وسائل الاعلام لفهم مجريات الأمور في مجتمعه وتحديد ذاته في البيئة الموجودة فيها.

خاصة الوسائل المسموعة والمرئية التي أخذت قفزة نوعية في حياة الأفراد، وأصبحت مصدر رئيسي لهم يستقون معارفهم السياسية، والثقافية، والاقتصادية منها.

فالتلفزيون يعتبر وسيطا بين القضايا والجمهور، فهو يبيلور الرأي العام ويشكل اتجاهاته من خلال نقل صورة لما يحدث في البيئة الخارجية، وذلك ب مختلف القنوات الفضائية التي تخاطب فئات مختلفة

داخل الوطن وخارجه تبعاً لاهتمامات هذه الفئات، وباللغات والأساليب التي يفهمونها خاصة البرامج التلفزيونية التي تشكل وحدة متجانسة تبث تحت عنوان أو ركن للقناة الفضائية خلال فترة زمنية معينة ولتمرير الفكرة المراد إيصالها للمتلقي أصبح التخصص أمراً حتمياً لمعرفة حيثيات المواضيع وجزئياته، وانطلاقاً من هنا نشأت الحاجة إلى وجود إعلام متخصص وصحافة متخصصة كالتخصص الاقتصادي، حيث يعتبر الإعلام الاقتصادي أهم فرع من فروع الإعلام فهو يقوم بنقل وتحليل التغيرات الاقتصادية التي تحدث في المجتمع، وتشمل الأفراد والأماكن والقضايا المتصلة بالاقتصاد، كما يشمل أيضاً تغطية أداء الشركات ونشاطاته تحت المظلة الإعلامية الاقتصادية، فالإعلام الاقتصادي يقوم بعملية جمع وتفحص تلك المعلومات من مصادر متعددة، من أجل الإفصاح عن المعلومة الدقيقة التي تفيد القارئ والمشاهد على حد سواء، ليس هذا فقط فهو يتعدى ذلك إلى تفسير تلك المعلومات وتحديد السياسات والاستراتيجيات الاقتصادية المتوقعة، وما سوف يتمخض عنها من قرارات تمس حاجات الاقتصاد والمجتمع ككل، وذلك وفق برامج حوارية تتبعها القناة لمعالجة القضايا الاقتصادية المطروحة في الواقع لتغذية الجمهور بالمعلومات ذات العلاقة بالقضايا التي تستحوذ على اهتمامات الرأي العام من أحداث اقتصادية، مع إتاحة فرصة تبادل وجهات النظر والتعرف أكثر على مضامين القضايا الاقتصادية من خلال طرح القضية في برنامج حوارى وتقديمها لشخصيات متخصصة ذات علاقة مباشرة بالموضوع المطروح.

لذا حاولت هذه الدراسة التطرق إلى ذلك الجزء من الحيز الإعلامى ومعرفة ما يقدمه التلفزيون العمومي الجزائري من إعلام اقتصادي والمتمثل في برنامج الحوار الاقتصادي بقناة الجزائرية الثالثة العمومية، لذا جاءت هذه الدراسة كمحاولة علمية تتناول موضوع وفق خطوات البحث العلمي المعروفة.

ولتجسيد هذه الدراسة تطلب الأمر تقسيم المذكرة إلى ثلاثة فصول وهي كالآتي:

الفصل الأول خصص للإطار المنهجي للبحث، حيث تضمن ما يلي: إشكالية الدراسة، أسباب اختيار الموضوع، أهمية الدراسة، أهداف الدراسة، تحديد نوع الدراسة، منهج الدراسة وأدواته، تحديد مجتمع البحث وعينة الدراسة، حدود الدراسة، ومفاهيم الدراسة، والدراسات السابقة أخيرا.

أما الفصل الثاني خصصناه للجانب النظري، والذي تضمن مبحثين، مبحث تحت عنوان البرامج الحوارية بين المفهوم والنشأة، ومبحث تحت عنوان نظرية التأطير الإعلامي، وكل مبحث تناولنا فيه سبع مطالب.

أما الفصل الثالث تطرقنا فيه إلى الجانب التطبيقي للدراسة، والذي قسمناه إلى بطاقة فنية لقناة الجزائرية الثالثة وبرنامج الحوار الاقتصادي، لنصل في الأخير إلى التحليل الكمي والكيفي للجدول محل الدراسة والتي تجيب على تساؤلات الدراسة، إضافة إلى عرض النتائج، وأخيرا خاتمة الدراسة وقائمة المراجع والملاحق.

الفصل الأول

الجانب المنهجي للدراسة

- ❖ تحديد الإشكالية
- ❖ تساؤلات الدراسة
- ❖ أسباب اختيار موضوع الدراسة
- ❖ أهمية الدراسة
- ❖ أهداف الدراسة
- ❖ نوع الدراسة
- ❖ منهج وأدوات الدراسة
- ❖ مجتمع البحث وعينات الدراسة
- ❖ حدود الدراسة
- ❖ مفاهيم الدراسة
- ❖ الدراسات السابقة

1. إشكالية الدراسة:

يعتبر المجال الاقتصادي الركيزة الأساسية التي تتحكم في كل الأبنية السياسية والثقافية والاجتماعية وحتى الأمنية، فهو المحرك الرئيسي الذي تضعه الدول في أعلى سلم أولوياتها وذلك من خلال مخططات إنمائية واضحة المعالم تؤدي الى حسن استثمار الموارد وتوجيهها بشكل فعال لينهض بمستوى البلد ويدفع بالدورة الإنتاجية لها، وتحقيق الرفاهية المطلوبة للبلاد، ومن بين هذه الدول الجزائر التي يتكئ اقتصادها على حصيلة العوائد النفطية بنسبة كبيرة، فهي تعتبر رابع مصدر للغاز الطبيعي في العالم، وثالث منتج للنفط على مستوى قارة إفريقيا، مع غياب كل من المجال الصناعي والتجاري والسياسي على بيئتها الاقتصادية، لذا فالاقتصاد الجزائري هو اقتصاد ريعي بالدرجة الأولى ويشكل المدخول الوحيد الذي تستند عليه الدولة في تسديد حاجياتها، نظرا لنصيبها الكبير من هيكل الصادرات حيث بلغ كل من الغاز والنفط قرابة 98% من صادراتها، و70% من عائدات اقتصادها، وهو ما أصبح يشكل تهديدا على الوضع الاقتصادي للجزائر بحكم عدم استقرار هذه السلعة الاستراتيجية، وهي مجموعة من المعلومات تسارعت وسائل الاعلام الى تغطيتها ومعالجتها في قنواتها وبرامجها لشرح قضايا الرأي العام للجمهور وتهيئته إعلاميا مع إحاطته بالأخبار الآنية الحاصلة في القطاع الاقتصادي للجزائر ويقدر ما يكون لوسائل الاعلام دور في تداول المستجدات بين العامة بشفافية، بقدر ما يكون هناك احتكار للمعلومات والتفاصيل التي تخص شؤون البلاد من طرفها أو من طرف الجهات الحكومية الرسمية، وذلك راجع لتخنيق الاعلام وجعله ناقل فقط باسم الجهات الرسمية، خاصة القنوات الفضائية العمومية التي لها تأثير مباشر على المتلقي، لما تملكه من خاصية الصوت والصورة معا، إضافة الى برامجها كالبرامج الحوارية التي تشهد شعبية لدى الجماهير نظرا لتبادل الآراء بين مختلف الشخصيات المستضافة فيها، وهذا ما

يسمى علاقة ارتباطية بين اهتمام المتلقي بالقضايا المهمة في البرامج الحوارية وزيادة حصولها على أولوية أ بكر في التغطية.

وفي دراستنا هذه نسعى الى معرفة التغطية الاعلامية للواقع الاقتصادي في الجزائر قبل وبعد الحراك من خلال تحليل البرنامج الحوارى المتمثل في "الحوار الاقتصادي" الذي يبث على قناة الجزائرية الثالثة لمعرفة مدى تحرر القنوات العمومية في التلفزيون الجزائري ومضامينها الاعلامية من التبعية السلطوية، ولمعرفة طبيعة محتوى هذا الأخير وما مدى موضوعيته وواقعيته، وهل تأثر بالتغير الحاصل بعد الازمة التي شهدتها البلاد.

وعليه نطرح الإشكال التالي: كيف صور برنامج "الحوار الاقتصادي" الواقع الاقتصادي للجزائر سنة

2019؟

2. تساؤلات الدراسة:

- ❖ ما هي المواضيع المعالجة من قبل برنامج "الحوار الاقتصادي"؟
- ❖ ما طبيعة اللغة المستخدمة في برنامج "الحوار الاقتصادي"؟
- ❖ فيما يتمثل موقف البرنامج من المواضيع المطروحة؟
- ❖ ما طبيعة الشخصيات المستضافة في البرنامج؟
- ❖ ما نوع الاساليب الاتقاعية التي استخدمها البرنامج في طرحه للقضايا الاقتصادية؟
- ❖ ما هي المصادر الذي استند عليه برنامج "الحوار الاقتصادي" في تغطيته للمواضيع الاقتصادية؟
- ❖ ما نمط الخطاب الذي استخدمه برنامج "الحوار الاقتصادي" في تناوله للواقع الاقتصادي في الجزائر؟
- ❖ على سلم الجغرافيا كيف توزعت تغطية البرنامج للواقع الاقتصادي؟
- ❖ هل تغيرت تغطية الواقع الاقتصادي في الجزائر قبل وبعد الحراك الشعبي؟

3. أسباب اختيار الموضوع:

أ. الذاتية:

- ❖ خلفية الاهتمام بالمواضيع الحديثة خصوصا وان هذا الموضوع لم ينل قسطه من الدراسات والبحوث الكافية في تخصص اتصال وعلاقات عامة.
- ❖ إثراء المكتبة العلمية بالمواضيع الجديدة والاعتماد عليها مستقبلا كدراسة سابقة في البحوث العلمية الأكاديمية.

❖ تحفيز الطلبة على اختيار أداة تحليل المضمون في دراسات لاحقة.

الموضوعية:

- ❖ التعرف على كيفية تأطير المواضيع الاقتصادية في برنامج "الحوار الاقتصادي".

- ❖ الرغبة في التعرف على الاعلام الاقتصادي في الجزائر في ظل التحولات التي عرفها الوطن.
- ❖ مساهمة البرامج الحوارية في التغطية الحية للأحداث الوطنية وتقديم المعلومات من مصادر رسمية.
- ❖ معرفة اهم الجوانب المركز عليها من قبل برنامج " الحوار الاقتصادي " في طرحه للقضايا الاقتصادية.

4. أهمية الدراسة :

- ❖ تكمن اهمية الدراسة كونها تعالج القضايا التي تشغل الراي العام.
- ❖ تميز برنامج "الحوار الاقتصادي " بخاصية اساسية وهي الإدراك البصري ومصدر معلومات عند المشاهدين ليس حوار الصوتي فقط بل إقناع واداء وإيماءات المتحدث.
- ❖ تميز الدراسة لكونها اسهاما جديدا لرسم صورة علمية لواقع الإعلام الاقتصادي في سمعي البصري من خلال إعطاء صورة واضح عن طبيعة وحجم التغطيات وطرق معالجة البرنامج للشأن الاقتصادي.
- ❖ اهمية الموضوع بحد ذاته الا وهو تناول البرامج الحوارية للوضعية الاقتصادية في الجزائر خلال 2019.

5. أهداف الدراسة:

- ❖ الوقوف على المواقف والاتجاهات المعتمدة من قبل البرنامج لطرح القضايا الاقتصادية الراهنة.
- ❖ الكشف عن الأهداف التي يسعى البرنامج إلى تحقيقها من خلال معالجة الأوضاع الاقتصادية للبلاد.
- ❖ تسليط الضوء على الواقع الاقتصادي الجزائري من منظور السمي البصري.
- ❖ تحديد المصادر التي يعتمدها البرنامج في تقييم الاقتصاد الوطني.
- ❖ رصد الأطر التي تم توظيفها على صعيد تناول الإعلامي للقضايا الاقتصادية.
- ❖ محاولة معرفة الشخصيات المستضافة ومدى ملائمتها مع مواضيع المطروحة.
- ❖ معرفة كيفية التغطية الإعلامية التي صور بها البرنامج الاقتصاد الوطني.

6. نوع الدراسة:

دراسة وصفية تحليلية، اعتمدنا فيها على تحليل المضامين الإعلامية لبرنامج الحوار الاقتصادي بقناة "الجزائرية الثالثة" وكيفية معالجتها إعلامياً.

7. منهج الدراسة وأدواتها:

اعتمدنا في دراستنا على منهج تحليل المضمون لأنه أنسب المناهج العلمية الملائمة للدراسات التحليلية بصفة عامة، ودراسة القضايا الاقتصادية بصفة خاصة لأنه منهج يستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن.

ويعرف المنهج:

لغة: منهج "مأخوذة من مادة (نهج)، و (النهج) الطريق، ونهج للأمر أوضحه، فلان نهج سبيل فلان سلك مسلكه.

اصطلاحاً: هو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل، وتحدد عملياته الفكرية حتى يصل إلى نتيجة معلومة.¹

يعرف منهج تحليل المضمون: "هو أسلوب أو أداة للبحث العلمي يمكن أن يستخدمه الباحثون في

مجالات بحثية متنوعة وعلى الأخص في علم الإعلام لوصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح

للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل والمضمون".²

¹ إبراهيم عبد العزيز دعليج، مناهج وطرق البحث العلمي، دار الصفاء للنشر والتوزيع، 2014، ص 71/70.

² رشدي طعيمة، تحليل المحتوى في العلوم الانسانية (مفهومه، أسسه، استخداماته)، د.ط، دار الفكر العربي للطباعة والنشر القاهرة، 2020، ص 70.

وطبقا للتصنيفات الموضوعية التي يحددها الباحث بهدف هذه البيانات اما لوصف المواد الإعلامية التي تعكس السلوك الاتصالي او لاكتشاف الخلفية الفكرية او السياسية التي تتبع منها الرسالة الإعلامية.¹

أنواع تحليل المضمون:

❖ التحليل الكمي:

سنقوم بتحليل الكمي من خلال ترجمة المعطيات التي جاءت بها الفئات احصائيا.

❖ التحليل الكيفي:

سنقوم بالتحليل الكيفي من خلال تفسير للأرقام التي جاءت بها الفئات وذلك من خلال الاستناد على المقالات العلمية والدراسات المشابهة لدراستنا.

وبما ان تحليل المضمون يسعى الى تحليل المادة الاعلامية من حيث الشكل والمضمون، فقد تطلب ذلك تحديد فئات التحليل ووحدات التحليل لهذه الدراسة:

فئات التحليل:

يعد تحديد فئات التحليل في تحليل المحتوى، وتعريفها بشكل دقيق ومحدد من اهم الخطوات التي تضمن نجاح تحليل المحتوى، كما تسهل عملية التحليل على الباحث هذا من جهة، ومن جهة اخرى تكون النتائج التي توصل اليها التحليل أكثر دقة وموضوعية حيث في امكان اي باحث اخر التوصل الى نفس النتائج في حال استخدامه نفس الطريقة في التحليل.

¹ رشدي طعيمة، مرجع سبق ذكره، ص70.

1.1 فئات الشكل:

نمط المادة الاعلامية: ويقصد بها القوالب الفنية التي تستخدم للفرقة بين الأنماط المختلفة التي تتخذها المادة الاعلامية في الوسائل المختلفة.

اللغة المستخدمة: تعتبر فئة اللغة من أهم الفئات في عملية التحليل نظرا لما يترتب عليها من نتائج مرتبطة بفهم الرسالة الاعلامية واستيعابها من جانب جمهور القراء او المستمعين او المشاهدين.

2.1 فئات المضمون:

فئة الموضوع: "هي فئة تحاول الإجابة عن سؤال على ما يدور المحتوى؟ أي ما هي المواضيع الأكثر بروزا في المحتوى؟"

فئة الاتجاه: يقصد بها ردود أفعال مضمون ما حيال قضية معينة وقد يكون بالسلب أو الإيجاب.

فئة المصدر: هذه الفئة تجيب على سؤال: إلى من تنتسب الأقوال والتصريحات، أو ما هو المرجع الذي تنتسب إليه مادة المحتوى وتحدد إجابات هذه الأسئلة مدى الثقة في ما يسوقه المرجع من تصريحات أو معلومات.¹

فئة الشخصية: تساعد هذه الفئة في تحديد الأشخاص والجماعات التي تظهر في المحتوى على أنها قامت بدورها في تنفيذ أعمال معينة ويمكن استخدامها في الكشف عن مراكز القيادة وصانعي القرار أو العناصر المؤثرة في اتخاذه.²

¹يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، طاكساج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر 2007 ص30/31.

²محمد عبد الحميد تحليل المحتوى في بحوث الاعلام، در المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، 2012 ص129.

فئة نمط الاستمالات المستخدمة : توظيفها المادة الاعلامية بغرض الإقناع والتأثير في المتلقي وتتكون من الاستمالات العقلية والعاطفية.¹

فئة نمط الخطاب : يقصد بها كافة الاساليب المتبعة لإيصال فكرة ما بطريقة معينة بغرض تحقيق نتائج وتكون إما الغرض منها التحليل أو التنبؤ أو التعليق.²

فئة الدائرة الجغرافية: تستخدم في الكشف عن اهتمام وسائل الاعلام بالأحداث التي تنشأ او تقع في أقاليم او مناطق جغرافية معينة والتي تمثل اهتماما في سياستها ويمكن استخدامها في الكشف عن المحتوى في وسائل الاعلام التي تصدر عن أقاليم معينة.³

وحدات التحليل:

اعتمدنا في دراستنا على وحدة الفكرة في كونها الأنسب لتحليل البرنامج.

وحدة الفكرة:

تعد من وحدات التحليل الأكثر فائدة، وحينما يتم البحث عن الأفكار والقيم الاجتماعية، فهي الجملة البسيطة أو المركبة تعبر عن فكرة ولها من السعة ما يكفي لإعطائها معنى ولها من الصغر ما يقلل من احتمال تصنيفها لعدة مفاهيم. الفكرة نوعان: الفكرة الصريحة والفكرة الضمنية.

¹ سمير محمد حسن، تحليل المضمون، ط1، علم الكتاب، القاهرة، 1983، ص13.

² منال هلال مزاهرة، بحوث الاعلام (أسس ومبادئ)، ط1، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، 2011 ص172.

³ محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص131.

أ) الفكرة الصريحة:

وهي التي يشار فيها الصراحة وبشكل مباشر بالرغبة في شيء ويلجأ لها معظم المؤلفين الذين يهتمون بأسلوب الوعظ.

ب) الفكرة الضمنية:

هي سلسلة من الاحداث المتتابعة والمتعاقبة وتشمل مجموعة من الظروف تواجه شخصا معينا، أو أنه السلوك الذي يستجيب به الفرد داخليا وخارجيا ، وجاءت الفكرة الضمنية لتعبر عن عدم التبصر بالأمور وعدم اليقظة والحذر.¹

إجراءات الصدق والثبات:

1. إجراءات الصدق:

ينبغي على الباحث التأكد من دقة عملية تحليل البيانات، أن يتساءل عن مدى توفر الصدق فيها، وينقسم الصدق الى نوعين: الصدق الداخلي ويقصد به مدى نجاح الدراسة في قياس ما وضعت لقياسه، وفي الإجابة عن التساؤلات التي قدمت للإجابة عنها، أما الصدق الخارجي وهو مدى إمكانية تعميم نتائج الدراسة على مجتمع الذي سحبت منه العينة.²

ولتحقيق الصدق قامت الباحثات بما يلي:

- التحديد الدقيق لفئات تحليل المضمون.
- الاعتماد على عينة قصدية والاعتماد على عينة من الحصص لإمكانية تعميم النتائج.

¹ أنور حسين عبد الرحمان، تحليل المحتوى، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص70.

² شيماء زغيب، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الاعلامية، ط1، الدار المصرية اللبنانية، 2009 ص41.

• عرض استمارة تحليل المضمون على مجموعة من المحكمين في تخصص الاعلام وتخصص الاقتصاد، حيث تمت الاستفادة من ملاحظاتهم، وإجراء تعديلات على الاستمارة بما يتناسب مع أهداف وتساؤلات الدراسة.

2. اختبار الثبات: وهو تعلق بأداة جمع المعلومات والبيانات، ويقصد به التأكد من درجة الاتساق العالية مما يتيح قياس ما تقيسه من ظواهر بدرجة عالية من الدقة، والحصول على نتائج متطابقة أو متشابهة إذا تكرر استخدامها أكثر من مرة في جمع نفس المعلومات أو في قياس نفس الظواهر أو المتغيرات، سواء من نفس المبحوثين أو من مبحوثين آخرين، وسواء استخدمها باحث أو عدة باحثين في أوقات وظروف مختلفة.¹

تم تحكيم استمارة تحليل المضمون خلال الفترة الممتدة من 2020/04/11، 2020/04/30. أما فيما يخص أدوات البحث والتي يمكن اعتبارها كوسيلة تسمح بجمع المعطيات من الواقع فقد اعتمدنا على استمارة تحليل المضمون والملاحظة، بحيث هذه الأدوات تمكنا من جمع المعلومات المتعلقة بالدراسة بشكل معمق.

(1) استمارة تحليل المضمون:

تعتبر من أحد أهم أدوات جمع المعلومات والبيانات الأساسية خصوصا في بحوث الإعلام والاتصال. وقد اعتمدنا عليها في بحثنا كأداة لجمع البيانات والتي تعد أكثر الأساليب البحثية المستخدمة لفهم الرسائل الإعلامية المراد تحليلها، من حيث الشكل والمضمون، حيث يستند الباحث عليها في عملية جمع البيانات.²

¹ سمير حسين، بحوث الاعلام، ط2، عالم الكتاب، القاهرة، 2006، ص309.

² جمال شحاتة حبيب، منهجية البحث العلمي في الخدمة الاجتماعية والعلوم الانسانية، ط1، المكتب الجامعي الحديث 2013، ص164.

8. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

مجتمع البحث:

يتمثل مجتمع البحث في دراستنا هذه كل الحصص الصادرة في البرنامج والتي احتوت على مواضيع تعالج القضايا الاقتصادية في الفترة الممتدة ما بين شهر سبتمبر 2018 إلى غاية جوان 2019. وقد تم اختيار برنامج الحوار الاقتصادي باعتباره النموذج الاحسن لمثل هذا الموضوع كونه يتناول اهم القضايا الاقتصادية الراهنة من خلال التحليل والتفسير واستطلاع الآراء ومعالجة الاحداث طيلة 6 سنوات دون انقطاع.

يتمثل تحديد مجتمع البحث أحد أهم الخطوات في تصميم البحث العلمي، يعرفه عودة ملكاوي على أنه "المجموعة الكلية من العناصر التي يسعى الباحث فيها أن يعمم النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة".¹

عينة الدراسة:

تعد العينة مرحلة أساسية من مراحل البحث العلمي، يعرفها إبراهيم عبد العزيز الدعليج بأنها: "جزء من مجتمع البحث الأصلي الذي يختارها الباحث بأساليب مختلفة وتظم عددا من الأفراد من المجتمع الأصلي".²

وعينة الدراسة في بحثنا هي العينة القصدية وذلك لاختيار العمدي لحصص البرنامج المتمثلة في عشرين حصة قبل وبعد الحراك لمعرفة مسار الواقع الاقتصادي وما طرأ عليه خلال تلك الفترة.

¹ عودة الملكاوي، أساسيات البحث العلمي في التربية والعلوم الانسانية، دط، مكتبة المنار للنشر والتوزيع، 1987 ص128.

² إبراهيم عبد العزيز دعليج، مرجع سبق ذكره، ص52.

وتعرف بأسماء متعددة مثل العينة الفرضية، النمطية، العمدية، وهي كلها تشير إلى العينة التي يقوم بها الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكيمية لا مجال فيها للصدفة بل يقوم هو شخصيا باقتناء المفردات المتمثلة أكثر من غيرها، لما يبحث عنه من معلومات وبيانات.¹

جدول يمثل عينة الدراسة:

رقم الحصة	تاريخ البث	موضوع الحصة
01	13 سبتمبر 2018	الدخول الاجتماعي... أي اجندة اقتصادية لسنة سياسية
02	25 سبتمبر 2018	التمويل غير التقليدي سنة من بعد ماذا تحقق؟
03	03 أكتوبر 2018	المشاركة في المعارض والتظاهرات الدولية... مواعيد هامة وعثرات متكررة.
04	10 أكتوبر 2018	تثمين الموارد البشرية...طاقات كامنة...ومفاتيح حل مغيبية.
05	14 نوفمبر 2018	قانون المالية تدابير اقتصادية بنكهة سياسية.

¹ أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر 2005 ص197.

06	27 نوفمبر 2018	سنة للتصدير. النقل واللوجستيات رهانات الموعد.
07	11 ديسمبر 2018	التنمية المحلية بين مركزية القرارات ولا مركزية التسيير.
08	26 ديسمبر 2018	وقفة للتقييم و الاستشراف.
09	16 جانفي 2019	القانون 15/8 ماذا بعد آجال أوت؟
10	30 جانفي 2019	تشبع السوق استثمارات معلقة بين الترخيص والتجميد.
11	10 فيفري 2019	تحرير الإسيتراد.
12	20 فيفري 2019	الإصلاح الجبائي.
13	13 مارس 2019	بين السياسة والاقتصاد.
14	19 مارس 2019	تحديات اقتصادية لتسيير أزمة سياسية.
15	10 أبريل 2019	تجاوز الأزمة.
16	16 أبريل 2019	تهريب العملة الصعبة.
17	01 ماي 2019	العدالة في مواجهة الفساد والاقتصاد الإداري.
18	15 ماي 2019	التنمية في الجنوب.

الوضعية الاقتصادية تلامس الخطوط الحمراء.	11 جوان 2019	19
تحليل الواقع واستقراء الحلول.	25 جوان 2019	20

09. حدود الدراسة:

الإطار المكاني: لا تحدد الدراسة مجالاً جغرافياً معيناً، وإنما تتناول تأطير برنامج حوارى "الحوار الاقتصادي".

الإطار الزمني: من سبتمبر 2018 إلى جوان 2019.

10. مفاهيم الدراسة:

❖ الحوار لغة: حاور، حواراً، أي تجاذب معهم الحديث أو النقاش في مسألة محددة وذلك بمراجعة

كلامهم ومجاوبتهم عن أسئلتهم ومجادلتهم.¹

الحوار اصطلاحاً: محادثة بين شخصين أو فريقين حول موضوع محدد لكل منهما وجهة نظر خاصة به

هدفه الوصول إلى الحقيقة، أو أكبر قدر ممكن من تطابق وجهات النظر بعيداً عن الخصومة أو

التعصب بطريق يعتمد العلم والعقل.²

¹ الدكتور عصام نور الدين، معجم الوسيط، دار الكتب العلمية، الأردن، 1971، ص 530.

² إبراهيم بن أحمد سعيد، ثقافة الحوار في وسائل الاعلام السعودية، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في الاعلام، جامعة الإمام بن سعود الإسلامية، 2012، ص 40.

❖ البرامج الحوارية: هي برامج تعمل على التواصل الفكري والاجتماعي التي تتطلبها الحياة في المجتمع

المعاصر لما لها من أثر في تنمية قدرة الأفراد على التفكير المشترك والتحليل والاستدلال.¹

كما أن الحور من الأنشطة التي تحرر الإنسان من الانغلاق والانعزالية وتفتح له القنوات للتواصل

يكتسب من خلالها المزيد من المعرفة والوعي.²

❖ التأطير: يقصد به الحديث عن موضوع أو قضية معينة من خلال طرق وأساليب تحدد وتبرز مجالا

معينا أو أفكار بعينها في هذا الموضوع، وفي الوقت نفسه تتجاهل مجالات وأفكار أخرى.³

❖ التعاريف الاجرائية:

البرامج الحوارية: هي برامج تقوم باستضافة أكثر من شخصية بغض النظر عن مكان تواجدها والإجماع

بينهم في ذات البرنامج، لإلقاء الضوء على الموضوعات القضايا المهمة باختلاف طابعها اقتصاديا كان

أو سياسيا أو اجتماعيا ليثار بعدها النقاش من قبل المختصين في المجالات المطروحة مع تبادل آراء

بينهم بواسطة الحوار.

التأطير: وهو تناول الإعلامي في إطار يعود للقائم بالاتصال، حيث يقوم بتأطير الموضوع حسب

اتجاهاته، وذلك بالتركيز على جوانب دون أخرى، وإبراز عناصر وتهميش أخرى، من أجل تحقيق أهداف

إيديولوجية خاصة بالقائم بالاتصال أو الوسيلة بحد ذاتها.

القضايا الاقتصادية: يقصد بها المشاكل البارزة التي تؤثر على الاقتصاد الوطني والمهددة للبنية التحتية

للتنمية الاقتصادية في البلاد.

¹ بدر الدين زواقة، اتجاهات أساتذة الاعلام والاتصال الجزائريين نحو البرامج الحوارية في القنوات الفضائية، دراسة وصفية، مجلة الدراسات الاعلامية، العدد الثامن الجزء الثاني، جوان 2017، ص 689.

² بدر الدين زواقة، مرجع سبق ذكره، ص 689.

³ نسرين حسونة، نظريات الاعلام والاتصال، شبكة الألوكة، 2010، ص 26.

11. الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: بدور عبد الوهاب المنير، توظيف البرامج التلفزيونية في تعزيز القيم الاجتماعية للشباب الجامعي، (دراسة تطبيقية على برنامج أوراق شبابية على تلفزيون الشروق من 2013 الى 2014م) مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، تخصص إعلام، جامعة الرباط الوطني 2016.

ملخص الدراسة:

تناولت هذه الدراسة موضوع القيم الاجتماعية والأخلاقية للشباب الجامعي، لما فيها من وظيفة عظيمة في تكوين شخصية الشاب السوي، من خلال تحليل برنامج أوراق الشبابية، على الشروق، وتهدف هذه الدراسة إلى:

✓ التعرف على المسؤولية الكبيرة الملقاة على عاتق البرامج التلفزيونية في تعزيز القيم الاجتماعية والأخلاقية.

✓ وضع استراتيجية قابلة للتنفيذ وتخضع للرقابة حتى تقوم هذه البرامج بالدور المنوط بها.

✓ معرفة أهم متطلبات التي تبني عليها قناة الشروق دورها الإعلامي والتعزيزي للقيم الاجتماعية.

✓ أهمية والفائدة المرجوة منغرس وتعزيز للقيم الاجتماعية والأخلاقية على النسيج الاجتماعي.

✓ إلقاء الضوء على القيم الاجتماعية السالبة ومواجهتها بالقيم الموجبة.

ويتمثل التساؤل الرئيسي لهذه الدراسة في:

إلى أي مدى يمكن للبرامج التلفزيونية أن تؤثر وتعزز في القيم الأخلاقية والاجتماعية لدى الشباب

الجامعي؟

نتائج الدراسة:

أولاً: نتائج الإطار النظري

✓ أكدت الدراسة أن العمل في قناة الشروق الفضائية يسير وفق تخطيط استراتيجي مدروس من قبل مختصين في هذا المجال.

✓ بينت الدراسة أن الخطط الاستراتيجية الإعلامية لقناة الشروق تخضع للخطة الاستراتيجية القومية للدولة.

ثانياً: نتائج الدراسة الميدانية

✓ أكدت الدراسة أن درجة المشاهدة لقناة الشروق الفضائية ليست منتظمة في جميع أنواع البرامج ماعدا البرامج الترفيهية وبرامج المسابقات فقد نالت أعلى نسبة.

✓ أوضحت الدراسة أن قناة الشروق في ظل العولمة والإعلام الجديد قد تتبنى قضايا الشباب ومشاكله من خلال توظيف مواقع التواصل الاجتماعي لهذا الغرض جدول.

✓ أكدت الدراسة أن قناة الشروق الفضائية تسهم إسهاماً ملحوظاً في مناقشة قضايا الشباب للإسهام في البناء الاجتماعي والأخلاقي من خلال إسباح المجال لهم لمناقشة مشاكلهم وإتاحة مساحة من الحرية لهم التعبير عن آرائهم.

✓ بينت الدراسة أن البرنامج يلبي احتياجات الشباب بصورة كافية، في معالجة قضايا الشباب.

✓ بينت الدراسة أن اسم البرنامج وشعاره يعبر عن مضمونه وفكرته ودلالاته اللفظية واضحة ومناسبة.

✓ أوضحت الدراسة أن تصميم البرنامج والمؤثرات الصوتية المصاحبة له جاذبة.

وأفادتنا هذه الدراسة في المنهج المستخدم ألا وهو تحليل المضمون من جهة ومن جهة أخرى أفادتنا

في الجانب النظري من خلال إثرائه ببعض المعلومات حول البرامج التلفزيونية.¹

الدراسة الثانية:

بلقاسم مام، الاعلام الاقتصادي في التلفزيون الجزائري من خلال حصة المؤشر، مذكرة لنيل شهادة

الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، تخصص إعلام، جامعة الجزائر، 2004/2003.

ملخص الدراسة:

تناولت هذه الدراسة الاعلام الاقتصادي من خلال تحليل حصة المؤشر ورأي متابعيه، واستخدمت المنهج

المسحي لقياس آراء الجمهور حول هذه الحصة.

وتهدف هذه الدراسة إلى:

✓ ظهور حصة المؤشر كحصة أساسية، تعنى بالجوانب الاقتصادية وذلك على امتداد أربع سنوات بدءا

من سبتمبر 1997م، حيث يراها مسؤولوها والقائمون عليها بأنها قد حققت قفزة في هذا النوع

من الإعلام، وحققت نجاحا واستقرار.

فهذا الشروع وهذا النجاح المفترضان دفعاني إلى محاولة تقييم مدى أهمية ما تطرحه الحصة وما تقدمه

للجمهور من خدمة في الجانب الاقتصادي، ومعرفة مدى نجاحها في تلك الخدمة، وذلك باستقصاء آراء

الجمهور المتابعين في إطار دراسة علمية منهجية، بعيدا عن الأحكام الأولية، وبما يعطي ولو جزءا

¹ بدور عبد الوهاب المنير، توظيف البرامج التلفزيونية في تعزيز القيم الاجتماعية للشباب الجامعي (دراسة تطبيقية على برنامج أوراق شبابية على تلفزيون الشروق من 2013 الى 2014م) مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، تخصص إعلام، جامعة الرباط الوطني 2016.

من تقييم الحقيقي هذا من جهة، ومن جهة أخرى معرفة ماذا ينبغي أن تكون عليه الحصة، لتلبي تطلعات جمهورها و المتابعين للشأن الاقتصادي.

ويتمثل التساؤل الرئيسي لهذه الدراسة في:

إلى أي مدى وفقت حصة المؤشر الاقتصادية بشكلها ومضمونها في إرضاء متبعيها وإطلاعهم على تطورات الساحة الاقتصادية؟

نتائج الدراسة:

✓ أننا لم نصل في التلفزيون الجزائري إلى صياغة حصص اقتصادية بالمستوى المهني المطلوب وبالآداء المنتظر، النتيجة وللأسف واقع، وتدخل في مسبباته عوامل عدة، منها ما هو متعلق بالمناخ الإعلامي في السعي البصري والذي لا يزال مغلقا ولا يعرف التنافسية من أجل الأحسن، ومنها ما هو مرتبط بمستوى ومهنية الطاقم المشرف على هذا النوع من الحصص وأساليب العمل التي لا تزال كلاسيكية وقديمة.

✓ عالم الاقتصاد في الجزائر مربوط بكل ما هو سياسي والعمل التلفزيوني مربوط أو مراقب من طرف السياسي، مما يجعل التداول الإعلامي للقضايا الاقتصادية رهن ما يرضي المسؤولين، لا سيما منهم فالحصة وما شابها من حصص تكاد تكون كما وصفها أحد المبحوثين بأنها مجاملة لمسؤولينا فلا تكاد تزعجهم بشيء، إضافة إلى أن المحاور والاهتمامات التي تشغل تناول التلفزيون للمسائل الاقتصادية تركز على الأنشطة الرسمية، حيث تجد تلك المواضيع امتدادا لندوات أو ملتقيات أو تتزامن مع قرارات حكومية أو قطاعية أو تكرر لشرح تلك القرارات أو التمهيد لمشاريع أو سياسات معينة، وهذا الارتباط بالنشاط الرسمي أو السياسي بصفة أدق يكبل حرية التداول ومهنية العمل ويفرغ التداول الإعلامي من محتواه وأهميته.

✓ تبين لنا أنه لا توجد هناك مراعاة حقيقية، وهذا لحد كبير لانشغالات واهتمامات المواطن وأولوياته فالحصص توضع ضمن الشبكة البرمجية، وتتجز منذ البداية أي من تصور الحصة بطريقة ارتجالية بدون سبر للآراء، وآراء المواطنين حول المواضيع التي تشغلهم، ولو خلال الريبورتاجات الميدانية التي تعد هنا وهناك، لتكوين فكرة حول انشغالات المواطنين لا يوجد هناك رصد كافي للإمكانيات، ولا سيما منها المادية وهذا حسب شهادة المسؤولين، لا يوجد هناك مستشار لحصة المؤشر فمن المفترض وبحسب ما هو معمول به في مختلف القنوات، أن يكون هناك في مختلف الأركان ولا سيما الركن الاقتصادي، مستشار أو اثنين من المختصين في الميادين الاقتصادية، لتحديد المواضيع والضيوف وتحديد حتى محاور وأسئلة النقاش، مما يعطي فائدة أكبر وتخصصاً أكبر للحصة فالمعمول به التلفزيون في الجزائري، هو الأسلوب الموروث، أي وضع حصة تهتم بالشأن الاقتصادي في الشبكة البرمجية تكون في شكل جلسة بقدّم والضيوف وتعالج الأنسب من المواضيع، تكون مسجلة وتبث في وقت غير الذروة وهو واقع نعايشه للأسف.

✓ نسجل من جهة أخرى عاملاً إيجابياً وهو ثبات الكثير من المشرفين والصحفيين لسنوات طويلة في الركن الاقتصادي والحصص الخاصة بهذا الجانب وهو ما من شأنه أن يحدث استقراراً في هذا الجانب وتكون هناك استمرارية في تناول المواضيع والقضايا، ومتابعتها من فترة لأخرى، وهذا الاستقرار وهذه الاستمرارية جد مهمة في تطوير الأداء ومعالجة النقائص، وكذا في تطور الكفاءات بحكم التجربة.

✓ إن لبث الحصص الاقتصادية مثل حصة المؤشر على المباشر أهمية في فاعلية الحصة ونجاحها ففعوية المباشر تكون أكثر إثارة وشدًا للجمهور، وأثر حيوية ودينامكية وكذا مصداقية للحصة بعدم وجود رقابة كما في الحصص المسجلة، وكذلك من إيجابيات المباشر تمكين الجمهور من طرح الانشغالات

والاستفسارات عن طريق الاتصالات الهاتفية، وكذلك يمكن المختصين والمسؤولين من الاتصال وإثراء مضامين الحصة، وهو ما يخرج الحصة عن الطابع الروتيني للحوار ويجعلها أكثر خفة وأكثر متابعة. ✓ نلمس أيضا اهتماما كبير من طرف الجمهور بالقطاع الاقتصادي وتطورات، ومن ثم بالمعلومة الاقتصادية، حيث أن أغلبية ممن جرت عليهم الدراسة أبدوا رغبتهم في الاتصال بالحصة هاتفيا لطرح تساؤلات حول المواضيع المعالجة لإثرائها، إن بثت على المباشر وفتحت الاتصالات، هذا الاهتمام لمسناه أيضا في وجود ثقافة اقتصادية لا بأس وذلك بين مختلف الفئات المهنية والمستويات التعليمية التي مستها عينة الدراسة كمتغيرات لها.

أفادتنا هذه الدراسة من حيث المنهج، حيث قامت بتحليل برنامج وهذا ساعدنا في طريقة التحليل.¹

الدراسة الثالثة:

طارق بن ناصر الشدوخي، أساليب تقديم البرامج الحوارية وعلاقتها بتعزيز المشاهدة، دراسة على عينة من برامج القنوات التلفازية الفضائية والجمهور السعودي، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الاعلام، تخصص إعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، السعودية 2008.

ملخص الدراسة:

تناولت هذه الدراسة البرامج الحوارية وجمهور البرامج الحوارية، إضافة إلى تحدث عن الجوانب الفنية وأساليب تقديم البرنامج، مستخدمة في ذلك المنهج المسحي من خلال دراسة الجمهور السعودي وتحليل المضمون من خلال تحليل عينة من برامج القنوات الفضائية. وتهدف الدراسة إلى:

¹ بلقاسم مام، الاعلام الاقتصادي في التلفزيون الجزائري من خلال حصة المؤشر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الاعلام، جامعة الجزائر، 2003/2004.

✓ تأسيس إطار نظري لأساليب تقديم البرامج الحوارية.

✓ حصر أساليب التقديم المستخدمة لعينة من البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية وتقييمها.

✓ التعرف على اتجاهات الجمهور حول الأساليب التقديمية في البرامج الحوارية عينة الدراسة، وعلاقة

تلك الأساليب بتعزيز المشاهدة لديهم.

ويتمثل التساؤل الرئيسي لهذه الدراسة في:

ماهي أساليب تقديم البرامج الحوارية وعلاقتها بتعزيز المشاهدة؟

نتائج الدراسة:

✓ توصلت الدراسة إلى أن عدد الأساليب التقديمية التي يستخدمها مقدمو البرامج الحوارية في القنوات

الفضائية العربية قد بلغ (13) أسلوباً تقديمياً في مختلف أنواع تلك البرامج، وهذه الأساليب التقديمية هي:

أسلوب التقديم المتدرج، وأسلوب التقديم العاطفي، أسلوب التقديم الهادئ، أسلوب التقديم العلمي أسلوب

التقديم الحماسي، أسلوب المواجهة في التقديم، أسلوب الإسهاب في التقديم، أسلوب التقديم المعتمد

على الوسائل الإيضاحية، أسلوب التقديم الممزوج بالمرح، أسلوب التقديم مع استخدام جوانب من بيئة

الجمهور، أسلوب التقديم الموجّه نحو فكرة معينة، أسلوب التقديم باستخدام العوامل النفسية أسلوب التقديم

المعتمد على المبالغة والإطراء.

✓ جاءت الأساليب التقديمية التي يستخدمها مقدمو البرامج الحوارية مرتبةً من حيث الأفضلية من وجهة

نظر جمهور عينة الدراسة على النحو التالي: جاء في المرتبة الأولى أسلوب التقديم الممزوج بالمرح، تلاه

أسلوب التقديم العاطفي، فأسلوب المواجهة في التقديم، ثم أسلوب التقديم العلمي، يليه أسلوب التقديم

الحماسي، فأسلوب التقديم المعتمد على الوسائل الإيضاحية، وحل سابعاً أسلوب التقديم مع استخدام

مظاهر من بيئة الجمهور، ثم أسلوب التقديم الموجّه نحو فكرة معينة، تلاه أسلوب التقديم المتدرج، ثم

أسلوب التقديم باستخدام العوامل النفسية، فأسلوب التقديم الهادئ، وجاء بعده أسلوب الإسهاب في التقديم وأخيراً أسلوب التقديم المعتمد على المبالغة، والإطراء. مع تباين في تفضيل هذه الأساليب وفق المتغيرات الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة.

✓ أفادتنا هذه الدراسة لكونها تتشابه ودراستنا في المنهج المستخدم هذا من جهة، ومن جهة أخرى متغير الدراسة ألا وهو البرامج الحوارية.¹

الدراسة الرابعة:

نصيرة تامي، المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب من خلال البرامج الحوارية في الفضائيات الإخبارية العربية المتخصصة، دراسة تحليلية مقارنة بين قناة "الجزيرة" القطرية وقناة "العربية" السعودية، رسالة مقدمة للحصول على درجة الدكتوراه في الاعلام، تخصص إعلام، جامعة الجزائر 3، 2012.

ملخص الدراسة:

تناولت هذه الدراسة ظاهرة الإرهاب في البرامج الحوارية، وذلك من خلال المقارنة بين قناتين مستخدمة نظرية الأطر الخبرية، إضافة إلى استخدام منهج تحليل المضمون. وتهدف هذه الدراسة إلى:

✓ التعرف على نظرية الأطر الخبرية والتي تعد نظرية من النظريات الحديثة نسبياً في مجال البحث العلمي، ومن ثم فإن تطبيقها على الإعلام الفضائي الذي يعد استكمالاً للجهود العلمية الخاصة بالدراسات الإعلامية .

✓ تهدف هذه الدراسة إلى تطبيق نظرية "تحليل الأطر الخبرية" على بيانات اتصالية متفاوتة في نقاط.

¹ طارق بن ناصر الشدوخي، أساليب تقديم البرامج الحوارية وعلاقتها بتعزيز المشاهدة، دراسة على عينة من برامج القنوات التلفازية الفضائية والجمهور السعودي، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الاعلام، جامعة الإمام سعود الإسلامية، السعودية، 2008.

✓ معرفة التشابه والاختلاف متمثلة في الفضائيتين الإخباريتين العربيتين محل الدراسة

يهدف الفهم الدقيق للعلاقة بين السياسة التحريرية ونمط الملكية لكل قناة، والأطر الخيرية الموظفة لخدمة هذه السياسة والجهة المالكة.

✓ التعرف على حجم الاهتمام الممنوح لظاهرة الإرهاب على خارطة الإخبارية للفضائيتين

الإخباريتين محل الدراسة، وذلك من خلال دراسة البرامج الحوارية فيها خلال فترة زمنية معينة، دراسة كمية، وتحديد نقاط الاختلاف بين القناتين في هذا الاهتمام ومحاولة تفسير أسبابه.

ويتمثل التساؤل الرئيسي للدراسة:

كيف كانت معالجة الفضائيات الإخبارية العربية المتمثلة في قناة "الجزيرة" القطرية وقناة "العربية"

السعودية للظاهرة الإرهابية وتداعياتها بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر 2001؟

نتائج الدراسة:

تم التوصل من خلال طرح الإشكالية المتعلقة بتعريف الإرهاب:

✓ أنه نتيجة تعدد الأسباب والغايات المرجوة من وراء العمل الإرهابي، تعذر تقديم تعريف موضوعي ومقبول

للإرهاب على الصعيد العالمي، فهناك غياب إجماع دولي حول تعريف محدد وموحد للإرهاب حيث أصبحت

مصطلحات من مثل "الإرهاب" و"الإرهاب الدولي" و"إرهاب الدولة" تعبيرات كثيرة التداول الإعلامي،

تثير الكثير من الجدل حول أبعادها ومضامينها السياسية والإيديولوجية، وذلك نتيجة تداخل المواقف

واختلاف المصالح السياسية بين الدول، حيث تختلف نظرة كل مجتمع لمصطلحي الإرهاب والإرهابيين،

وتأكيداً على هذا الطرح هناك التعبير الشائع الذي مفاده من يعتبر إرهابياً من وجهة نظر أحدهم، يعتبر بطلاً

أو مناضلاً في سبيل الحرية من وجهة نظر آخر، "كما تبين أن الإرهاب تعريف يُعد إحدى المشكلات

الرئيسية التي واجهت ولا تزال تواجه المجتمع الدولي وهذا نتيجة للتداخل الكبير الموجود بين الإرهاب وصور

العنف المختلفة كالعنف السياسي الجريمة السياسية، الجريمة المنظمة أو الكفاح من أجل الاستقلال (المقاومة المشروعة) هذا من جهة بالإضافة فإن الإرهاب هو مفهوم ديناميكي متطور متغير، تختلف صورته وأشكاله وأنماطه ودوافعه، باختلاف الزمان والمكان، وكذا حسب التغيير في الموقف الإيديولوجي والسياسي الراهن بين دولة وأخرى، وبين مجتمع وآخر. لذا يبقى مصطلح الإرهاب يعاني من الغموض والإلتباس، ولهذا تعددت وتباينت مفاهيمه، نتيجة تفاوت منطلقات الباحثين عند حديثهم عن موضوع الإرهاب والإرهابيين. وبهذا يبقى المفكرين والباحثين أمام مُعضلة تقديم تعريف محايد للإرهاب، لكن هذا لم يمنعهم من وضع تعريف عديدة ومُتباينة، أجمعت مضامينها أن جوهر الإرهاب يظل واحداً من حيث تعريفه، فهو يستخدم العنف أو التهديد بالعنف من أجل إثارة الخوف والهلع في المجتمع، يستهدف أفراد أو جماعات أو مؤسسات أو نظام الحكم ككل في المجتمع، لتحقيق هدف سياسي محدد، ويكون بهذا موضوع الإرهاب هو قضية سياسية بالدرجة الأولى، له تأثيرات على الحياة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والنفسية والأمنية للأفراد حيث أجمع العديد من الباحثين والمختصين أن أول إستعمال للعنف بهدف التخويف وبث الرعب، يعود إلى فترة استيلاء على السلطة في فرنسا، وهم يُعدون من الأوائل الذين استعملوا مصطلح الإرهابيين عن حديثهم عن أنفسهم، ثم تبلور مفهوم الإرهاب، وأصبح له مغزى سياسي بعد قيام الثورة الفرنسية عام 1202، أما عن جذوره التاريخية في التاريخ الإسلامي، يرجعها بعض الباحثين إلى حركة "الخوارج" التي قامت بتكفير "علي بن أبي طالب" -رضي الله عنه-، واستباح الخوارج بعدها دماء وأموال المسلمين الذين اعتبروهم كفار. والإرهاب كظاهرة معقدة له دوافع سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية داخلياً وخارجياً أدت إلى نشوئه وانتشاره عبر مختلف نقاط المعمورة، فالأوضاع الاجتماعية المزرية من بؤس ومعاناة، وكذا انتشار البطالة والأزمات الاقتصادية، كما أن الحرمان السياسي وغياب الديمقراطية وأيضا الفارغ الديني الذي يتم استغلاله لترسيخ مفاهيم دينية خاطئة، تُعد من أهم الأسباب التي تقف وراء الإرهاب.

✓ بالإضافة إلى الأوضاع المتقلبة العام في معظم الدول، وكذا وجود دول ترعى الإرهاب وتدعمه ماديا من ناحية التمويل.

وأفادتنا هذه الدراسة في تشابهها مع دراستنا في تناول البرامج الحوارية في الجانب النظري إضافة إلى اعتمادها على نظرية التأطير وهذا ساعدنا في فهم النظرية.¹

الدراسة الخامسة:

محمد شحدة علي الحروب، "معالجة الصحافة السعودية للشأن الاقتصادي دراسة تحليل المضمون" مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، بجامعة الشرق الأوسط، الأردن، سنة 2012.

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة للتعرف الى التغطيات الصحفية والأحداث الاقتصادية وقضاياها في الصحف اليومية الصادرة في المملكة العربية السعودية، وإعطاء صورة واضحة عن طبيعة تلك التغطيات وحجمها وطرق معالجتها للشأن الاقتصادي، بالإضافة الى معرفة قدرتها على القيام بدورها الأساسي المتمثل في توفير المعلومات وتقديم الحلول و مساعدة القارئ على استيعاب المستجدات والأحداث في المجالات والأنشطة الاقتصادية كافة، والتعرف الى سمات المضمون الاقتصادي في الصفحات الاقتصادية وخصائصه حيث استندت الدراسة في وصفها للظاهرة على المنهج الوصفي مستخدمة أسلوب تحليل المضمون لتحليل مضامين عينة من الصحف السعودية اليومية المتمثلة في كل من صحيفة عكاظ و صحيفة الرياض وصحيفة اليوم.

ومنه اعتمد الباحث في دراسته على مجموعة من الأهداف التي تلخصت فيما يلي:

¹ نصيرة تامي، المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب من خلال البرامج الحوارية في الفضائيات الاخبارية العربية المتخصصة، دراسة تحليلية مقارنة بين قناة "الجزيرة" القطرية وقناة "العربية" السعودية، رسالة مقدمة للحصول على درجة الدكتوراه في الاعلام، جامعة الجزائر3، 2012.

✓ التعرف إلى طبيعة التغطية الصحفية للقضايا الاقتصادية في الصحف السعودية اليومية وتحديد

سمات المضمون الاقتصادي في الصفحات الاقتصادية وخصائصه.

✓ حجم التغطيات الصحفية بالنسبة لمختلف القضايا الاقتصادية.

✓ العلاقة بين الشركات المعلنة و التغطيات الصحفية.

✓ طرق معالجتها لمختلف القضايا الاقتصادية.

وقد كان السؤال الرئيسي لهذه الدراسة في: ما حجم التغطية الإعلامية للشؤون الاقتصادية في الصحف

اليومية السعودية؟

نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة الى عدد من النتائج التي تجيب عن ما تم طرحه في تساؤلات الدراسة أهمها:

✓ الصفحات الاقتصادية في الصحف السعودية اليومية أولت الجانب الإخباري الأهمية الكبرى

ولم تهتم بالتفسير والتحليل بنفس الدرجة .

✓ الصحف قد تنشر موادا دون الإشارة الى مصدر المادة التحريرية، ويعد هذا سببا من أسباب أزمة

المضمون.

✓ مؤسسات القطاع الخاص ترتب مضمون الصفحات الاقتصادية في الصحافة السعودية اليومية وفق

ما تتمتع به من تأثير قوي على محتوى المضمون.

✓ بينت الدراسة أن العلاقة بين النظام الاقتصادي والمؤسسات الصحفية تتسم بالتعاون إلا أنها تفتقد

إلى التوازن.

✓ ضعف الصحافة الاقتصادية في الصحف اليومية مما يحول بينها و بين القيام بدورها ومسؤوليتها

تجاه المجتمع.

لقد تقاطعت دراستنا مع هذه الدراسة من حيث المنهج، إذ أنها استخدمت نفس منهج الدراسة وهو منهج تحليل المضمون، التي صور لنا من خلالها كيفية تطبيقه على المواد الإعلامية بمراعاة أهم الخطوات المتبعة في ذلك، إضافة إلى إعطائنا فكرة حول طريقة اختيار الفئات و توظيفها في المجال الاقتصادي.¹

الدراسة السادسة:

علي عبد المعطي محمود الحلاله، "القيم الاجتماعية في البرامج الحوارية في التلفزيون الأردني من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية: برنامج يسعد صباحك نموذجاً"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، بجامعة الشرق الأوسط، الأردن، سنة 2012.

ملخص الدراسة:

تسعى هذه الدراسة للكشف عن القيم الاجتماعية التي تعكسها البرامج الحوارية و تأثيرها على القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي، خاصة وأن هذا مازال في مرحلة تشكل القيم الاجتماعية والتي تعتبر وسائل الإعلام أحد المصادر التي يستقي منها الشباب قيمهم، كما تهدف هذه الدراسة أيضاً لمعرفة أنواع القيم الاجتماعية في البرنامج الحوارى "يسعد صباحك" و علاقتها بالقيم المتبناة لدى الشباب الجامعي، مستخدمة المنهج الوصفي التحليلي لاستعراض أهم الأدبيات ذات العلاقة باتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو القيم الاجتماعية في برنامج "يسعد صباحك"، وتندرج هذه الدراسة الى التعرف على مجموعة من الأهداف تمثلت في:

✓ التعرف على القيم الاجتماعية التي تتضمنها البرامج الحوارية في التلفزيون الأردني.

✓ رصد حجم اهتمام البرامج الحوارية بالقيم الاجتماعية.

¹ محمد شحدة علي حروب، معالجة الصحافة السعودية للشأن الاقتصادي دراسة تحليل المضمون، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، سنة 2012.

- ✓ التعرف على القيم الاجتماعية التي اكتسبها الشباب الجامعي نتيجة التعرض للبرامج الحوارية.
 - ✓ الوقوف على مدى تأثير الشباب بالقيم الاجتماعية بالبرامج الحوارية.
 - ✓ رصد مدى تغير القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي نتيجة التعرض للبرامج الحوارية.
- وقد تمثل السؤال المحوري لهذه الدراسة في: ما درجة اهتمام برامج التلفزيون الأردني الرسمي برنامج "يسعد صباحك" بالقيم الاجتماعية من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية؟

نتائج الدراسة:

- ✓ وقفت الدراسة على مجموعة من النتائج التي تؤكد على درجة أهمية موضوع الدراسة والتي تلخصت فيما يلي:
- ✓ برنامج يسعد صباحك يهتم بالقيم الاجتماعية التي تؤثر على الطلبة الجامعيين، إذ أن فقرات البرنامج تراعي العادات والتقاليد السائدة في المجتمع الأردني.
- ✓ هناك فرق بين الطلبة الذكور والإناث، حيث للإناث تصور بأن برنامج يسعد صباحك يهتم بالقيم الاجتماعية في المجتمع الأردني أكثر من تصور الذكور وهذا دليل على أن الإناث تتابعن البرنامج أكثر من الذكور.
- ✓ هناك فروق بين المستويات الدراسية للطلبة في الجامعات الأردنية، حيث أن طلبة السنة الرابعة أكثر وعياً من باقي الطلبة بالنسبة للقيم الاجتماعية المطروحة في البرنامج.
- ✓ هناك تباين بين طلبة الكليات العلمية والكليات الإنسانية في الجامعات المذكورة، بالنسبة لموضوعات برنامج يسعد صباحك.

✓ هناك اختلاف بين الطلبة من ناحية مستوى الدخل الشهري أو المستوى المادي، إذ أن طلبة الأقل دخلاً يملؤون فراغهم بمتابعة هذا البرنامج على عكس طلبة ذو الدخل العالي يملؤون فراغهم في الأماكن الترفيهية.

✓ هناك فروقات بين الطلبة من ناحية مكان الإقامة، فقد تبين أن الطلبة الذين يعيشون في القرى هم أكثر اهتماماً بالبرنامج على عكس طلبة المدن.

✓ هناك نسبة مشاهدة جيدة للتلفزيون الأردني من قبل طلبة الجامعات الأردنية، وهي نسبة تؤكد

أن برنامج يسعد صباحك يهتم بالقيم الاجتماعية التي تخص فئة الشباب.

أفادتنا هذه الدراسة من خلال إحاطتنا ببعض المعلومات بخصوص أحد متغيرات الدراسة وهي البرامج

الحوارية في الإطار النظري للمذكرة.¹

¹ علي عبد المعطي حلاله، القيم الاجتماعية في البرامج الحوارية في التلفزيون الأردني من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية، برنامج يسعد صباحك نموذجاً، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الاعلام، بجامعة الشرق الأوسط، الأردن، سنة 2012.

الفصل الثاني

مدخل إلى البرامج الحوارية والخلفية النظرية

تمهيد

المبحث الأول: البرامج الحوارية بين المفهوم والنشأة

المطلب الأول: مفهوم البرامج الحوارية

المطلب الثاني: نشأة البرامج الحوارية

المطلب الثالث: أهم القوالب المستخدمة في البرامج الحوارية

المطلب الرابع: لغة الحوار التلفزيوني

المطلب الخامس: مكونات البرنامج الحوارية

المطلب السادس: الأساليب المستخدمة لبناء برنامج حوارية

المطلب السابع: أهمية البرامج الحوارية

تمهيد

المبحث الثاني: نظرية التأطير الإعلامي

المطلب الأول: نشأة نظرية التأطير الإعلامي

المطلب الثاني: مفهوم نظرية التأطير الإعلامي

المطلب الثالث: نماذج الأطر الإعلامية التفسيرية

المطلب الرابع: أنواع تشكيل الإطار الإعلامي وأهم وظائفها

المطلب الخامس: العوامل المؤثرة في عملية بناء الإطار الإعلامي

المطلب السادس: آليات التأطير الإعلامي

المطلب السابع: نقد النظرية

خلاصة الفصل

تمهيد:

بعد الثورة الهائلة التي حققتها الاتصالات اتسع نطاق تأثير وسائل الاعلام على المجتمع كافة فتعددت البرامج في هذه الوسائل كالبرامج الحوارية، والتي لقيت اهتماما كبيرا من قبل متتبعيها نظرا لتنوع الوقائع والقضايا التي تتناولها، وقد قدمت العديد من الآراء والأفكار لمعالجة وتناول أبعاد الظواهر ومناقشة مختلف مضامينها، وفي هذا الفصل سنتطرق إلى التعريف بالبرامج الحوارية، ونبذة عن هذه الأخيرة، كذلك اهم القوالب التي تستخدم في البرامج الحوارية، إضافة إلى لغة الحوار التلفزيوني ومكونات البرنامج الحوارية وفي الأخير الأساليب المستخدمة لبناء للبرامج الحوارية.

المبحث الأول: البرامج الحوارية بين المفهوم والنشأة

المطلب الأول: مفهوم البرامج الحوارية

تمثل البرامج الحوارية التلفزيونية، أحد أهم أنواع القوالب الفنية للبرامج التلفزيونية فهي ترتبط ارتباطاً قوياً بأحداث الجارية، وتتناول الموضوعات التي تحظى بالاهتمام العام في شتى المجالات، حيث تعد من أكثر نوعيات العمل التلفزيوني وقوالبها جذبا للانتباه وتستمد هذه البرامج موضوعاتها من قضايا المجتمع سواء كانت هذه القضايا اجتماعية أو سياسية أو اقتصادية، وتكون موضع جدل واختلاف النظر بين الأفراد والجماعات.¹

وقبل أن نتطرق إلى تعريف البرامج الحوارية نعرف "الحوار"

الحوار لغة واصطلاحاً:

الحوار في اللغة:

بالرجوع إلى مادة "حور" في المعاجم اللغوية يتضح أن لفظ الحوار له معان كثيرة تدور في مجملها حول معنى الرجوع والمراجعة، الرد والجواب والتجاوب، وجاء في لسان العرب حوارا والمحاورة والمحورة بقسم الحاء أي جوابا، وأحار عليه جوابه أحدث له جوابا وأحار بكلمة، والاسم من المحاورة الحوير، تقول سمعت حويرهما والمحاورة المجاوبة والتحاور هو التجاوب، وتقول كلمته فما أحار إلي جوابا، وما رجع حويرا ولا حويرة ولا محورة ولا حوارا، أي مارد جوابا، أحاره أي استنطقه.²

¹ طارق بن ناصر الشدوخي، أساليب تقديم البرامج الحوارية وعلاقتها بتعزيز المشاهدة، دراسة على عينة من برامج القنوات التلفازية الفضائية والجمهور السعودي، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الاعلام، جامعة محمد بن سعود الإسلامية السعودية، 2008، ص112.

² بردادي نعيمة، الفكر والمجتمع، العدد الرابع عشر، ط1، طاكساج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2012، ص98.

الحوار في الاصطلاح:

حاولت الكثير من الأدبيات والبحوث تعريف الحوار موضحة التفاعل بين أطرافه وطبيعة هذا التفاعل، فقد عرف بأنه نوع من الحديث بين شخصين أو فريقين، يتم التداول بينهما بطريقة متكافئة. فلا يستأثر به أحدهما دون الآخر ويغلب عليها طابع الهدوء والبعد عن الخصومة والتعصب وعرف أيضا أنه مباراة عقلية رفيعة الشأن والمستوى وتمثل اتصالا بين عقليين يفكران بصوت مسموع بهدف تبادل الإقناع والإقناع.¹

ويقول جميل صليبا في تعريفه للحوار: "أنه حديث بين طرفين أو أكثر، فلا بد من المخاطب تبادل الكلام ومراجعته وهو إما الجدل أو المفاخرة، أو أسئلة وأجوبة وغاية الحوار تولد أفكار جديدة في ذهن المتكلم."²

تعريف البرامج الحوارية:

تعرف إيمان عز الدين محمد البرامج الحوارية بأنها برامج يلتقي فيها شخصين أو أكثر لبحث عن موضوع معين وتناوله من جميع الجوانب، سواء اتفقت آراء المشاركين أو اختلفت، ويمكن الا ينتهي الحوار بحل أو استنتاج أخير، ويترك الموضوع مفتوح للمشاهدين فينتهوا الى آرائهم الخاصة على أساس الحقائق والآراء التي تعرض أثناء المناقشة.³

¹ بردادي نعيمة ، المرجع نفسه، ص99/98.

²الدكتور بهات حسيب، الحوار التلفزيوني فن ومعرفة، دط، المديرية العامة للمكتبات العامة، إقليم كردستان 2018، ص10.

³ علي عبد المعطي محمود الحلاحلة، القيم الإجتماعية في البرامج الحوارية في التلفزيون الأردني من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية، برنامج يسعد صباحك نموذجا، مذكرة لنيل درجة الماجستير في علوم الاعلام، جامعة الشرق الأوسط 2011، 2012، ص58.

المقصود ببرامج الحوار: تلك التي تقدم حواراً بين طرفين أو أكثر، حول قضية معينة تهم الرأي العام، يتم مناقشتها في إطار من عرض الرأي و الرأي الآخر من خلال توكي الدقة والنزاهة في تمثيل الآراء سواء كانت تلك البرامج مسجلة أو على الهواء مباشرة.¹

هناك من عرف البرامج الحوارية بأنها شكل من أشكال البرامج التلفزيونية والتي تعتمد على الحوار حيث يلتقي فيها أكثر من شخص لتناول موضوع معين.²

المطلب الثاني: نشأة البرامج الحوارية

1. نشأة البرامج الحوارية في الولايات المتحدة

تطورت البرامج الحوارية في المجتمع الأمريكي باعتبار أن أمريكا أولى دول العالم التي اهتمت بهذه النوعية من البرامج، حيث ظهرت البرامج الحوارية في أمريكا عام 1930م بالراديو ثم انتقلت الى التلفزيون عام 1950م فبعد انتهاء الحرب العالمية الثانية حدثت تغييرات في المجتمع الأمريكي ساعدت على نمو التلفزيون التجاري فأخذ يستقي التلفزيون من الراديو الدراما والكوميديا والبرامج الحوارية وفي هذه الفترة أنشأت شبكتي nbc، و cbs خدمة إخبارية تلفزيونية تتضمن برنامج حوار إخباري.³

¹ أنور بن محمد الرواس، اتجاهات الصفوة العثمانية نحو البرامج الحوارية والرأي في القنوات الفضائية العربية، دراسة مقارنة على الإعلاميين والاكاديميين العمانيين، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الاعلام، جامعة السلطان قابوس عمان ص 74.

² طارق بن ناصر الشدوخي، مرجع سبق ذكره، ص 19.

³ علي عبد المعطي الحلاحلة، مرجع سبق ذكره، ص 49.

وأيضاً ظهرت الترفيهية التي تتضمن حوار من خلال مقابلات غير رسمية مع الجمهور في البرنامج،

استمر هذا الدمج للبرامج الحوارية في البرامج الترفيهية وبرامج الأطفال والمسابقات.

مع تطور التلفزيون، وأصبحت البرامج الحوارية خلال هذه الفترة تأخذ شكلين هما: البرامج الحوارية

الإخبارية، والبرامج الإخبارية المنوعة.

2.نشأة وتطور البرامج الحوارية في العالم العربي:

يؤرخ لظهور البرامج الحوارية في القنوات التلفزيونية العربية ببث برنامج على الهواء والذي قدمه

الإعلامي "عماد الدين أديب" من خلال شبكة أوربيت والذي استعار أسلوب "لاري كينج" من خلال تناوله

لمجريات الاحداث العربية، وتغطية أنشطة الرؤساء والزيارات الرسمية والصراع العربي الإسرائيلي، وتمتع

هذا البرنامج بجمهور الصفوة ذات المستوى الاقتصادي الرفيع نظراً لأنه يبث على قناة مدفوعة

الأجرويمثل هذا البرنامج الفترة الأولى لظهور الحوار في العالم العربي، وتمثلت هذه الفترة الثانية لظهور

البرامج الحوارية في التلفزيون العربي بفترة ظهور الجزيرة التي تعددت فيها برامج الرأي والبرامج الحوارية

السياسية وغيرها حيث أعطت هذه القناة الفرصة للمواطنين العرب والإعلام العربي لإيصال صوتهم على

المستوى العالمي في محاولة من القناة لتغيير الصورة النمطية المنتشرة في الغرب عن العرب والتي تكون

في أغلب الأمور سلبية، ثم بعد ذلك توالت قنوات مثل قناة أبو ظبي و mbc وغيرها.¹

¹ علي عبد المعطي الحلاحلة، مرجع سبق ذكره، ص 49.

المطلب الثالث: اهم القوالب المستخدمة في البرامج الحوارية

حوار الرأي:

وهو نوع من أنواع الحوار التلفزيوني، والذي يتم استخدامه في التلفزيون بشكل واسع وكبير والهدف منه أساسا الحصول على رأي الضيف في قضية أو موضوع معين وقد يكون هذا الضيف خبيراً في مجاله أو مسؤولاً حكومياً أو رجل شارع عادي، وقد يطول الحوار أو يقصر بناءاً على الموضوع وأهميته للجمهور، حيث هذا النوع من الحوار يهدف الى معرفة رأي الناس حول المواضيع. ويقسم هذا النوع من الحوار إلى:

حوار إخباري مباشر: مهمته هي التغطية الحية للوقائع والأحداث والسعي وراء المعلومة الجديدة والتحاور المباشر من سمة هذا البرنامج.

حوار إخباري غير مباشر: ويهدف هذا النوع الى الوقوف على الحدث ونقل المعلومة بشكل غير مباشر من مصدرها مع وجود مساحة واسعة من الحرية للمحاور.

حوار مع شاهد عيان: هو نوع يهتم بتكثيف الأسئلة للحصول على أكبر عدد من المعلومات عن طريق التحاور مع شاهد عيان على الأحداث مباشرة.

حوار مشروع: مهمة هذا النوع من الحوار هي أكبر من الأنواع السابقة من حيث تعدد الجوانب والعناصر والمصادر في التغطية حدث كبير عن طريق مجموعة من الشخصيات تناقش المحاور.¹

¹ أديب خضور، الحديث التلفزيوني، ط1، المكتبة الإعلامية، دمشق، 2002، ص24.

حوار المعلومات:

والهدف منه هو حصول على معلومات مهمة من المسؤول أو الضيف في أي موضوع يجب تفسيره وتوضيحه عن طريق حوار حي مباشر بحيث يصبح الموضوع واضحا بالنسبة للمشاهدين مهمة هذا النوع من الحوار في جوهرها تنصب على أدق التفاصيل وتتبع اثر حدث أو قضية أو فكرة ما أو استقطاب شخصية مؤثرة في المجتمع والحوار عادة ما يكون باللهجة التي تلقى إقبالا من المتلقين.¹

حوار الشخصيات:

ويهدف الى تقديم شخصيات معينة للجمهور لتثير انتباههم وغالبا ما تكون هذه الشخصيات قد سلط عليها الضوء من خلال انجاز او حدث مهم ويحتاج هذا النوع من الحوار الى شخصية بارزة ومشهورة وجماهيرية.

ويحتاج أيضا إلى محاور تلفزيوني متمكن وقادر على إجراء حوار حي وغالبا ما يغيب في هذا الموقف الهجومي في هذا الحوار وحتى الأسئلة الاستفزازية، ويركز على أهم الجوانب التي تحيط بالشخصية ويهدف إلى إحداث التفاعل بين الشخصيات.²

¹ حسن عماد المكاوي، إنتاج برامج للراديو، ط1، مكتبة أنجلو المصرية، القاهرة، 1989، ص248/247.

² سعد لبيب ، فن الحوار، ط1، دار الحرية للطباعة والنشر، بغداد، 1972، ص86.

وتوجد مجموعة من البرامج التي يكون الحوار أساسا فيها والتي تصنف ضمن البرامج الحوارية وهي كالاتي:

(1) برامج حوار المائدة المستديرة: ويعد من البرامج الحوارية الشائعة في التلفزيون إذ يقوم مقدم البرنامج باستضافة عدد من الضيوف حول المائدة المستديرة.

وذلك للتداول حول موضوع معين يتم تبادل الآراء والأفكار حوله ببساطة وتلقائية، ويكون موضوع الحوار في الغالب مشكلة معينة تهم الجمهور ويسعى البرنامج الى مناقشتها.¹

(2) برامج حوار الندوة الأفقية: هي تلك البرامج التي يلتقي فيها مجموعة من الأشخاص المختصين في المجال لتناول موضوع معين من جوانب متعددة سواء اتفقت آراء المشاركين أو اختلفت.²

(3) برامج حوار المناقشة الجماعية: تركز على موضوع أو مشكلة معينة تخص قطاعا اجتماعيا أو مهنيا محددًا ويشترك في هذا الحوار العاملون في القطاع المعني والمهتمين به في الغالب، ويكون الحوار في مثل هذه البرامج ذات اتجاهات معينة تهم العاملين في القطاع المهني والمتعاملين معه ويهدف الحوار، إلى التوصل إلى نتائج حول أسباب المشكلة المطروحة وتقديم حلول مقترحة لها وتكون قابلة للتنفيذ.³

(4) برامج حوار المنظرة: وهي المناقشة الثنائية حول موضوع يمثله طرفين من الأطراف يحمل كل منهما رؤية ووجهة نظر مختلفة، ويكثر استخدام هذا النوع من البرامج في القنوات التلفزيونية وتظهر في أوقات الانتخابات الرئاسية والبرلمانية وتظهر أيضا في أوقات الأزمات التي تعصف بالمجتمع.⁴

¹ محمد مهني، اللغة الاعلامية، د/ط، دار النهضة العربية، القاهرة، ص100.

² كرم الشلبي، المذيع وفن تقديم البرامج في الراديو والتلفزيون، د/ط، دار الشروق، جدة، 2008، ص273.

³ ناهد رمزي، الرأي العام والسيكولوجيا السياسية، د/ط، مكتبة أنجلو المصرية، القاهرة، 1991، ص50.

⁴ كرم الشلبي، مرجع سبق ذكره، ص274/273.

المطلب الرابع: لغة الحوار التلفزيوني

تلعب اللغة في وسائل الاعلام دورا بارزا ومؤثرا في عملية التفاعل مع المتلقي ويختلف هذا التفاعل من وسيلة لأخرى، ففي الصحافة تكون لغة الحوار مرنة، فالصحفي يحذف أو يضيف وأحيانا يستخدم اللهجة العامية في مواقع اخرى حتى يصل إلى لغة مهذبة ترتقي بالموضوع المراد طرحه أما في الإذاعة فإن الحوار يدخل في أهم أشكال البرامج وأكثرها تأثيرا، كالريپورتاج، والندوات والمؤتمرات والمناقشات، واللقاءات، أما في التلفزيون تختلف كونها أكثر دقة ومتابعة، حيث تدخل في تحديد أسلوب وطريقة البرنامج الحواري، إن اللغة التلفزيونية هي الأساس وهي مجموعة من القيم البصرية التعبيرية التي تعكس الآراء والأفكار والمواقف، وإن الأداء اللغوي هو الذي يفصل في تقييم مستوى العمل وإن الكلمات واللغة عموما ليست أكثر من مجرد أداة للتعبير عن الأفكار.

وبالتالي هي أوعية نظام رمزي متكامل يتأثر استخدامه وتفسيره وفهمه بعوامل نفسية واجتماعية واقتصادية، ومن الكفاءة ان تستخدم الكلمات التي تعبر عن المعاني التي نود نقلها بأكبر قدر من الوضوح، وفي نمط يستطيع المتلقي فهمه بدقة وبسرعة، وهذا مؤشر على قدرة وقوة المهارة في الإتصال، وهناك لغة غير لفظية يستخدمها المحاور للتعبير عن ما يريد ايصاله. نذكر منها:

• التعبير بالوجه:

شخص "إيكمان" وزملاؤه سنة 1975/1972 ستة انفعالات أساسية شاملة لكل البشر هي: الدهشة الخوف، الاشمئزاز، الغضب، السعادة، الحزن، ويعبر عن هذه الانفعالات بالوجه، وفي نموذج آخر طرح "بلوتشيك" سنة 1980 طرح ثمانية انفعالات هي انفعالات إيكمان مضاف إليها التوقع والتقبل.¹

¹ أديب خضور، مرجع سبق ذكره، ص24.

وينسجم عن كل تفاعل من الانفعاليين المتجاورين على عجلة الانفعالات انفعال آخر مركب وهكذا نحصل على ثمانية انفعالات أخرى وهي: الحب، التفاؤل، الاحتقار، والندم، وخيبة الأمل، والخشية والخضوع.¹

• لغة العيون:

يعد التعبير بالعيون أبلغ أشكال التعبير مع تنوع أشكاله وأغراضه، فالشخص يستطيع أن يعبر عن رأيه بالعيون أبلغ من اللسان، والواقع النظر الى الشخص بحد ذاته اعتراف عن رأيه.²

• اللغة الموازية:

عندما ننطق اللغة فإننا لا نتحدث بلهجة مملة واحدة بل رفع الصوت في بعض الأحيان والمواقف ونخفضه في مواقف أخرى كما نهتم بالتوقعات القواعدية وغير القواعدية.³

المطلب الخامس: مكونات البرنامج الحوارى

(1)المحاور:

"ان سر نجاح اي برنامج حوارى لابد ان يكون المحاور فى مقدمه فهو الذى يدير الحوار بنجاح عندما يكون متمكنا من أدواته وقادرا على مسك زمام المبادرة جيدا. وذلك للسيطرة على وحدة الموضوع المطروح وصولا للهدف، من خلال كفاءته العالية ومقدرته الثقافية والإلمام بالموضوع وجوانبه والتحكم فيه، وعدم التطرف وان يكون متميزا فى طريقة تقديمه.⁴

¹ أديب خضور، مرجع سبق ذكره، 1998، ص24/25.

² منى سعيد، الإعلام و المجتمع، ط3، الدار المصرية اللبنانية، 2010، ص35.

³ ابراهيم أنيس، فى اللهجات العربية، ط4، مكتبة أنجلو المصرية، مصر، ص20.

⁴ محمد عوض، بركات عبد العزيز، الخبر الإذاعى والتلفزيونى، ط1، القاهرة، دار الكتاب الحديث، 1996، ص244.

ومن المهارات الواجب توفرها في مقدم البرنامج لدينا:

• مهارة الإنصات: وتتمثل في التركيز الذهني، حيث يجب على المقدم ان يجيد فن التركيز على الحديث وحركات ضيفه.

• مهارة التحدث: وهي الإمكانية اللغوية ومخزونه من المفردات وقدرته على توظيف أفكاره والقدرة على الحوار والنقاش.

• الاستعداد الفطري: ويعني أن يكون هناك استعدادا فطريا لهذا المجال كي ينمي قدراته، ويطورها بنفسه معتمدا على الفطرة والموهبة حتى يتمكن من مخاطبة الجمهور.

• الذكاء: وذلك من أجل القدرة على التعامل مع المشاكل والمواقف الجديدة والمفاجآت الطارئة.

• قوة الشخصية: الشخصية القوية تؤثر بشكل واضح في تعزيز المشاهدة من قبل الجمهور، كما أنها تعطي هيبة للمقدم.

• المظهر المقبول: يعد حسن المظهر في البرامج التلفزيونية أهم شيء في البرنامج التلفزيوني وذلك لان غالبية الناس تعطي اهتماما كبيرا للمظهر اللائق.

حيث يعد المحاور عنصر أساسي من عناصر البرنامج الحواري لأنه هو الذي يختار الموضوع ويقوم بإعداد الأسئلة، وان أي هفوة أو خطأ أو ضعف في أدائه وتعامله سينعكس سلبا على العناصر الأخرى والعكس صحيح.

أي أن التفوق في الأداء والتعامل الصحيح مع بقية العناصر سينعكس أيجابيا على مجمل البرنامج ويسهم في توصيل الرسائل الى الجمهور المستهدف على خير وجه.¹

¹ محمد معوض، بركات عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص244.

وقد أشارت الدراسات التي أجرتها منظمة الأمم المتحدة للثقافة والعلوم أن كفاءة أي نظام اتصالي تتوقف على كفاءة هؤلاء الذين يتولون تشغيله، أي بعبارة أخرى أن أي عمل اتصالي يستتبط نجاحه من كفاءة القائمين به والقائم بالاتصال هنا هو المحاور الذي يتولى توجيه الأسئلة إلى الضيف في المقابلة، ولا بد أن يكون ملماً بالموضوع ولديه حد أدنى من المعلومات.¹

(2) الضيوف:

إن الاختيار الدقيق للضيوف والشخصيات في البرنامج يعد عنصر رئيسي الذي يجب الاعتماد عليه للحصول على المعلومات والأفكار التي تتوافق مع الموضوع، لإضفاء جو من المصداقية والتشويق أثناء الحوار، والضيف هو الشخص الذي ستوجه له الأسئلة وتؤخذ منه المعلومات.²

(3) موضوع الحوار:

إن اختيار موضوع الحوار مهماً مهماً كان نوعه اقتصادياً، أو سياسياً، أو ثقافياً، عاماً أو خاصاً يجب أن يكون ذات صلة بالحياة اليومية، لذا اختياره يجب أن يكون بعناية فائقة، وهو من أهم مرحلة من مراحل تقديم برنامج حوار متكامل وناجح شكلاً ومضموناً، وتبدأ هذه المرحلة من خطوة البحث عن موضوع مهم مفيد بالنسبة للجمهور المستهدف، والخطوة الثانية هي الإجابة عن تساؤل مهم جداً وهو: ما الذي نريد أن نقوله؟ وما هي الرسالة التي نودّ إيصالها؟ ويجب أن يدرك أهمية الموضوع وفائدته ووضوح الهدف منه إضافة إلى مدى الحالية الموضوع، ومدى انتشاره جماهيرياً، ومدى جديته ومدى استهلاكه إعلامياً.³

ولكن في النهاية تبقى أهمية الموضوع ووضوح الهدف الذي يريد رسمه للجمهور هو الأساس على الرغم من أن أهداف البرنامج الحوارية قد تتعدد، ولكن تبقى الحقيقة البارزة هي كلما كانت الأهداف محددة وواضحة، كلما كانت عملية البحث عن المعلومات وتقصي الحقائق والواقع أسهل وان تتجس عملية البحث عن المعلومات إذا لم يحدد الا إطار العام للموضوع منه.⁴

¹ كرم الشلبي، مرجع سبق ذكره، ص 15.

² محمود أدهم، الأسس الفنية للتحضير الصحفي العام، د/ط. مكتبة أنجلو المصرية، القاهرة، 1984، ص 156.

³ فلاح كاظم المحنة، البرامج الإذاعية والتلفزيونية، ط 1، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2000، ص 82.

⁴ فلاح كاظم المحنة، مرجع سبق ذكره، ص 82.

المطلب السادس: الأساليب المستخدمة لبناء برنامج حوار

التخطيط:

ويتضمن التخطيط:

- اختيار الفكرة: ان الموضوع يحكمه التراكم المعرفي، والموهبة، والقدرة، والكفاءة، والتي تأتي من المتابعة، والقراءة الدائمة لوسائل الاعلام وتطوراتها، والمجتمع وتحولاته والذي يعتبر منبعاً لتدفق الأفكار، ويعتبر الاختيار واحداً من أكثر أساليب الفنية المؤثرة والمهمة للغاية، وتعد الفكرة أهم خطوة في إعداد البرنامج عن طريق معرفة الأساس الذي سيقوم عليه البرنامج، ومن أهم عناصرها الارتقاء الى مستوى حاجات الناس للتعبير عن قضاياهم، والتخطيط المحكم تجاه الفكرة هو الذي يدرس جيداً على الورق، فكل برنامج يبدأ بفكرة وينتهي برد فعل الجمهور عقب المشاهدة المباشرة.¹
- البحث العلمي: تبدأ مرحلة البحث العلمي أو جمع المعلومات بعد الاستقرار على الموضوع أو فكرته الأساسية بشكل عام، وتحديد الهدف منه، وهي قد تمتد حتى المراحل الأخيرة لتنفيذ البرنامج من خلال الكتب والمراجع والنشرات وشبكة المعلومات الدولية.²
- كتابة السيناريو: يعرف معد البرامج التلفزيونية شكلين للسيناريو اولهما النصوص الكاملة والشكل الاخر النصوص غير الكاملة، وتطلق كلمة إعداد المعالجة الفنية لنص من النصوص حتى يمكن تقديمه بالطريقة التي تلاؤم طبيعة التلفزيون كوسيلة إعلامية.³

¹ عاصف حميد، العمل الإذاعي والتلفزيوني (مفاتيح النجاح وأسرار الإبداع)، مطبعة الظفرة للطباعة والنشر، أبو ظبي 2004، ص149.

² سليم عبد النبي، الإعلام التلفزيوني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ص189.

³ فلاح كاظم المحنة، مرجع سبق ذكره، ص83.

وهناك نوعية معينة من البرامج تعتمد كلياً على السيناريو الذي يقدمه المعد، حيث يقوم باختيار الموضوع للأشخاص المشاركين والاتصال بهم وافق اعم بالمشاركة والاتفاق معهم، وصياغة الأسئلة للحوار مع الضيوف.¹

- الاتصال والتنسيق: وهي مرحلة من مراحل النهائية لإعداد البرنامج كالاتصال بالمصادر وتأكيد معهم ميعاد التصوير، والتنسيق مع الفريق العمل كالمخرج ومقدم البرنامج وطاقم التصوير وجميع فريق العمل للتواجد مكان التصوير، لمتابعة سير العمل وفقاً للطريقة المتفق عليها.²

اختيار الضيوف:

تشكل الشخصية المستضافة في البرنامج ركن من أركان البرنامج الحوارية وتعد مفتاح الحوار، وواحدة من أهم أسباب نجاح البرنامج أو فشله، فاختلقت الآراء وتعددت الاتجاهات، وأعطى كل من الباحثين كيفية اختيار الشخصيات واختصاصهم، وهناك من يرى ضرورة اختيار المشاركين في البرنامج من مختصين في الموضوع أو قضية مثارة للجدل والمناقشة، ذلك لأن خبرة هؤلاء وما لديهم من معلومات حول الموضوع المطروح للمناقشة تؤهلهم للحديث فيه، وتوصيل الحقائق إلى الناس أما أصحاب الرأي الآخر فهم يقدمون الشهرة على الخبرة.³

اختيار إدارة الحوار:

- المعد: وهو الشخص الذي تقع على عاتقه مهمة الكتابة والاستعداد والرغبة لها وان يكون موهوباً في تقديم نموذجاً برنامجياً متقدماً، وتناط به مهام وضع الأسئلة واختيار الضيوف، وتسمية البرامج أو الحلقة المراد تقديمها، مع وضع صياغة لمقدمة تشترك مع العنوان، لجذب المشاهدين، حيث حدد الباحثين. وهي كالتالي:

المقدمة التلخيصية: وهي التي تهتم بتقديم تفاصيل الموضوع المطروح للحوار بشكل محدد وملخص.

¹ كرم الشلبي، مرجع سبق ذكره، ص 175.

² لويس هيرمان، الأسس العلمية لكتابة السيناريو، ترجمة مصطفى محرم، دط، منشورات وزارة الثقافة، دمشق 2000 ص 12.

³ حسن راضي السوداني، انتهاك حق الخصوصية في أشكال ومضامين البرامج الحوارية في القنوات العراقية الفضائية مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في الاعلام، 2014، ص 117.

مقدمة الاقتباس: وهذه المقدمة تكاد تكون خاصة في حالات وجود مصدر، أو حديث يقتبس منه ليكون جوهر الموضوع أو جزءا منه.

مقدمة المجاز: وهي التي تمتلك طريق التلاعب بالالفاظ ومعانيها بمجازية، وليس بمعناها الحرفي. المقدمة الوصفية: وهي التي تعتمد على وصف الموضوع، ورسم صورة لتجعل من المشاهد عنصرا فاعلا بالمشاركة.

مقدمة السؤال: وهي التي تجعل من أهم مفردات الموضوع مصاغة بسؤال أو عدة أسئلة لاستهداف المشاهد.

مقدمة الحوار: وهي مقدمة تصاغ لخلق الصراع حول الموضوع من البداية لنهاية.

وهناك مجموعة من الاعتبارات الواجب مراعاتها في البرنامج الحوارى عند معالجته للقضايا:

• النزاهة والصدق، فلا بد أن يكون للضيف على علم بأنه لا مكان للتحريف والتشويه في البرنامج.

• الاعتماد على متخصصين والخبراء في مجال القضايا التي تطرح للنقاش في البرنامج انطلاقا

من المسؤولية المهنية، وذلك من خلال إبراز مستشارين والمعالجين الفنيين والخبراء.¹

ويرى باحثون في هذا المجال أنه من بين الأساليب الفنية المستخدمة لبناء البرنامج الحوارى وهي استمالة

الجمهور المستهدف، والتأثير فيه من خلال اعتماده على أساليب تقديمية معينة، يتم من خلالها الاستحواذ

على عقول الجماهير وفقا لاستراتيجيات الإقناع، فكلما كان معد البرنامج قادرا على اقناع الجمهور كلما

كان البرنامج ناجحا، ويتوقف الإقناع في الرسالة الاعلامية على مدى توفر الاستمالات المستخدمة فيها

وتنقسم الاستمالات الى:

• الاستمالات العاطفية:

وتستهدف التأثير في وجدان المتلقي، وانفعالاته، وإثارة الدوافع النفسية والاجتماعية لديه، وتستخدم أساليب

متنوعة كالشعارات والرموز واستخدام الأساليب والتراكيب اللغوية مثل إستمالات التخويف التي تعمل

على تنشيط وإثارة العاطفة لدى المتلقي.²

¹ سليم عبد النبي، مرجع سبق ذكره، ص 190/189.

² سلوى وقاف، الاساليب الاقناعية في البرامج التلفزيونية، دراسة تحليلية لبرنامج خط أحمر على قناة الشروق tv، مذكرة لنيل درجة الماجستير في الاعلام والاتصال، تخصص علاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2015، ص 40.

الاستمالات العقلية:

وتعتمد على مخاطبة عقل المتلقي، وتقديم الأدلة والبراهين المنطقية، ومناقشة الجوانب المختلفة، وتستخدم في ذلك أساليب متعددة منها الاستشهاد بالأحداث والمعلومات الواقعية، وتقديم الأرقام والإحصائيات، ولذا فليس ثمة قاعدة ثابتة يعتمد عليها القائم بالاتصال في تحديد أفضل الاستمالات، بل لابد من مراعاة الحالة العامة التي يخاطب الجمهور من خلالها، وكذا نوع الجمهور الذي توجه إليه الرسالة.¹ أما أساليب الإقناع التي يمكن الاعتماد عليها في الرسالة الاعلامية منها وضوح الأهداف في الرسالة الاعلامية بدلا من استنتاجها ضمنا وترتيب الحجج والأدلة الاقناعية داخل الرسالة وعرض جانب واحد من الموضوع، أو عرض جانبين الأول معارض و الثاني مؤيد.²

وفي كل تلك الأساليب لابد من مراعاة مستوى تعليم المتلقي وذكاءه ودرجة أهمية الموضوع بالنسبة له وهذه الاستراتيجيات وما تحتويه من أنواع الاستمالات والأساليب التي تسخر بهدف الإقناع يمكن أن يعتمد عليها كأساس علمي تركز عليه أساليب الفنية في بناء البرنامج الحواري في وقت تعدد فيه أساليب التقديم لهذه النوعية من البرامج، وهذا إضافة الى ضرورة تمتع مقدم البرنامج بصفات شخصية ومهارات تساعده على فرض أسلوبه في التقديم.³

¹ منى ابراهيم، الحوار فنياته واستراتيجياته، ط1، مكتبة هبة، القاهرة، 2003، ص19.

² سوزان يوسف، انتاج برامج للراديو والتلفزيون، دط، مكتبة الشباب، القاهرة، 2005، ص55.

³ محمد الجفيري، البرامج الاذاعية والتلفزيونية، دط، دار الصناعات للإنتاج، السعودية، 2002، ص43.

المطلب السابع: أهمية البرامج الحوارية

تمتلك البرامج الحوارية في القنوات الفضائية قدرة كبيرة في التأثير على اتجاهات الجمهور، وتحديد مواقفه إزاء مختلف القضايا التي تدور حوله، إذ تساهم هذه البرامج إلى حد كبير في تشكيل اتجاهات الأفراد وقيمهم وسلوكياتهم، ورسم تصوراتهم للأحداث الجارية، فمن خلال البرامج الحوارية أصبح لدى المتلقي إمكانية تكوين إدراك واضح لطبيعة الأحداث والقضايا المختلفة، وبالتالي اتخاذ مواقف حيالها.

وذلك من خلال أهم الايجابيات التي تتميز بها هذه البرامج:

- إمداد الفرد بالمعلومات عن الاحداث الجارية ومختلف القضايا، فأصبح الفرد الآن يعتمد على البرامج الحوارية في التعرف على ما يحدث داخل المجتمع من أحداث، والمشكلات التي يعاني منها المجتمع.¹
- طرح مختلف الآراء ووجهات النظر اتجاه مختلف الأحداث، وذلك من خلال الخبراء والمختصين في الموضوع محور النقاش مما يساعد الأفراد على تكوين رأي صائب اتجاهها.
- تعد منبرا يقوم من خلاله الأفراد بتعبير عن آرائهم و مشكلاتهم و إيصال صوتهم للمسؤولين.
- الكشف عن السلبيات التي توجد داخل المجتمع، وذلك يعمل على تنوير الرأي العام والمسؤولين الحكوميين مما يساهم في إيجاد حلول لها.

- إثراء النقاش الاجتماعي حول الاحداث والقضايا والمشكلات التي توجد داخل المجتمع من خلال توفير

خلفية معلوماتية عنها للجمهور مما يساهم في الحراك المجتمعي واستنارة الرأي العام.²

¹ عاصف حميد، مرجع سبق ذكره، ص 149.

² عاصف حمدي، مرجع سبق ذكره، ص 150.

نذكر بعض السلبيات لبرامج الحوارية:

- إبراز بعض القضايا وإعطاءها قدرا كبيرا من أهمية علا حساب قضايا آخر ذات أهمية أكثر وذلك بهدف الإثارة.

- الإعتماد في بعض البرامج الحوارية على مقدمي برامج غير مؤهلين إعلاميا بدرجة تمكنهم من تعامل معا هذه النوعية من البرامج.

- اتجاه بعض البرامج إلى إلقاء الجمهور في خلافات شخصية و أشياء عبثية تماما لا تفيده.

- المساهمة في تكوين صورة ذهنية سلبية لدى أفراد عن أنفسهم و حكوماتهم و مشكلاتهم.

- عدم التزام الضيوف بأداب و قواعد الحوار أحيانا، و تدني في مستوى الحوار و تحول البرنامج

إلى ساحة العراك الكلامي بين الضيوف، مما يؤدي إلى إصابة المشاهد بالحيرة وبالتالي عدم متابعة

البرنامج.¹

¹ محمد معوض، مرجع سبق ذكره، ص 114.

تمهيد:

تعتمد الدراسة في بنائها النظري على نظرية التأطير الإعلامي، وهي نظرية تعتبر مدخلا مناسباً لدراسة زاوية اتجاه السمع البصري بالمنظور الاقتصادي وطريقة إيصالها للأخبار الاقتصادية للجماهير من خلال معرفة الأحداث التي استخدمت في قوالب بارزة والأحداث التي لم تستوفي حقها في الظهور على الساحة الإعلامية ولم يتم التركيز عليها كقيمة أساسية، وذلك يظهر أثناء تحليل برنامج حوارى. حيث تستخدم نظرية الأطر الإعلامي في الدراسات التي تعتمد على تحليل المضمون وكذا الدراسات التي تتناول قضايا بارزة، فهي تتمثل بخاصية دراسة المحتوى الضمني غير المباشر للرسالة الإعلامية باعتبارها أداة مساعدة وإسهام إيجابي في تفسير دور القائم بالاتصال في التأثير على المتلقي مع تقديم تفسير منظم لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات حيال هذا النوع من القضايا.

المبحث الثاني: نظرية التأطير الإعلامي

المطلب الأول: نشأة نظرية التأطير الإعلامي

وجدت فكرة تشكيل الأطر الإعلامية أصولها في علم النفس التي ترى أن التعديلات التي تدخل على تعريفات الأحكام تؤدي إلى تغيير فيها، ويربط علم الاجتماع تشكيل الأطر في وسائل الإعلام بالثوابت من القيم و المعتقدات، ومن هنا كانت الفكرة الرئيسية لتشكيل الإطار الإعلامي على أنه تنظيم للأحداث وربطه بسياقات معينة ليكون للنص أو المحتوى معنى معيناً.¹

حيث تبلورت نظرية الأطر الإعلامية على يد عالم الاجتماع **Erving Goffman** عام 1974 الذي طور مفهوم البناء الاجتماعي و التفاعل الرمزي من خلال مناقشة قدرة الأفراد على تكوين مخزون من الخبرات يحرك مدركاتهم ويحثهم على حسن استخدام خبراتهم الشخصية وذلك عن طريق أطر إعلامية مناسبة تضيف على المضمون معنى ومغزى، وقد حدد بدقة مصطلح الأطر والإجراءات المتبعة في هذا النوع من التحليل في كتابه **Framing Analysis**، وأشار **Goffman** في هذا الكتاب أن الإطار هو العمليات التي يقوم بها الإنسان في تصنيف وتنظيم وتفسير الواقع والتي تسهل عملية فهم المعلومات ووضع الأحداث في سياقها.²

¹ محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص402.

² نسرين حسونة، نظريات الاعلام والاتصال، شبكة الألوكة، 2015، ص24.

نسب الفضل الى روبرت انتمان **Robert Entman** في تطوير فرضيتها الرئيسية ومحاولة اختبارها فيما يتصل بالعلاقة المتبادلة بين وسائل الإعلام و المجال السياسي في الولايات المتحدة الأمريكية¹، كدراسة عام **1993** التي أظهرت دور الإيديولوجيات وأثرها في عملية التأطير وذلك عندما قارن بين أطر حادتي سقوط طائرتي ركاب كوريا الجنوبية وإيران، و الدراسة الثانية عام **2003** حيث تناول فيها أثر أحداث **11** سبتمبر **2001** في النظرة للحرب على الإرهاب وقدم نموذجه المعروف باسم الشلال، كما تعد جهود **Scheufele** إضافة لتطور نظرية الأطر الإعلامية خاصة دراسته عام **1999** التي أبرزت جوانب عملية التأطير كعملية موازية لعملية وضع الأجندة خاصة جانبي وضع الإطار وبنائه².

المطلب الثاني: مفهوم نظرية التأطير الإعلامي

يعد مفهوم الأطر الإعلامية أحد المفاهيم الجوهرية الذي يتفاعل في تكوينه العديد من المداخل النظرية التي تسعى لتناول دور وسائل الإعلام وتأثيراتها، وهي من أبرز المفاهيم الحديثة التي توضح دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته حول القضايا المختلفة³.

¹ عبد الله بن ناصر الحمود، أطر المعالجة الاعلامية للمشروعات الاقتصادية الكبرى في الدول العربية، دراسة حالة لمشروعات " الهيئة الملكية للجبيل وينبع" بالسعودية قناة السويس الجديدة بمصر "إقلاع للنهوض بقطاع الصناعة" بالمغرب دراسة مقدمة للمنتدى السنوي السابع للجمعية السعودية للإعلام والاتصال "الاعلام والاقتصاد" .تكامل الأدوار في خدمة التنمية، الرياض، 2016، ص 07.

² نسرين حسونة، مرجع سبق ذكره، ص 24.

³ سلام عبده، الأطر الخيرية للمعالجة الصحفية للقضايا العربية في المجلات المصرية: الاعتداءات الإسرائيلية على قطاع غزة، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، العدد الثالث والثلاثون، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، 2009، ص 134.

وقد وجد خلط في مجال دراسات الأطر الإعلامية أساسه عدم اتفاق الباحثين على استخدام مصطلح علمي موحد للدلالة على التأطير، هناك ثلاثة مصطلحات صريحة تدل على التأطير وهي: التأطير "Framing" الذي يشير إلى عملية التأطير كعملية اتصال جماهيري متعددة الأطراف ومصطلح الأطر "Frames" أو الإطار "Frame" وهو يشير إلى الزوايا و الجوانب التي يتم من خلالها تغطية الأحداث والموضوعات و الشخصيات و القضايا المختلفة وتأثيراتها في الجمهور، فيما يشير مصطلح "Framework" إلى "إطار عمل" ويعتبر غير معبر بدقة عن المقصود بعملية التأطير.¹

فحسب "Guy Golan" مصطلح "الأطر" خلال العقود الماضية موضوع الكثير من البحوث في مجال ترتيب الأولويات، كمدخل لفهم وسائل الإعلام وتأثيراتها في ترتيب أولويات الجمهور نحو القضايا.²

ويضيف "Entman" أن "أساس تشكيل الأطر يقوم على عنصرين أساسيين هما "الانتقاء Selection" و "البروز Saliency"، حيث يختار محرر من الأخبار إطارا معيناً للنص الخبري، ومن ثم تصبح السمات المميزة للخبر ضمن ذلك الإطار أكثر بروزاً من الأشياء الموجودة خارجه،³ وهما عنصرين أساسيين يتأثران بالضرورة بالتوجه الفكري و السياسي للصحيفة أو وسيلة الإعلام و القائمين عليها.⁴

¹ نسرين حسونة، مرجع سبق ذكره، ص 21.

² seconde levele agenda setting in the new Hampshire ، Guy Golan and Wayne Wanta ، acomparison of converge in the newspapers and public perception of candidates:primary p.p248.249.، 2001،87، volum،journalism and mass communication quarterly ، journal of communication، toward of fractured pradigm: « Framing، m. Entman، Robert³ p52. ، 1993، the international communication association، Washington، issue4،volume 43

⁴ محمد سعد عطية العجلة، الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو قضية الاستيطان (الإسرائيلي) في الضفة الغربية، دراسة تحليلية مقارنة، رسالة ماجستير في تخصص صحافة، الجامعة الإسلامية، غزة، 2015، ص 83.

ويؤكد Entman على أن "البروز يتحقق كأحد آليات التأطير من خلال التركيز على معلومات معينة في مواقع معينة من المؤسسة الإعلامية و تكرارها وربطها برموز ثقافية شائعة"، وهذا معناه أن مفهوم البروز عند أحمد زكريا يعني "هناك عناصر معينة في القصة الخبرية يتم التأكيد عليها لتقديم معنى رئيسي، إضافة إلى أن مفهوم البروز يشير إلى أن تشغل قضية ما النصيب الأكبر من المصادر الإعلامية المتاحة على الساحة العامة أي القضية المسيطرة".¹

فنظرية التأطير الإعلامي تقدم تفسيراً منتظماً لدور وسائل الإعلام وتشكيل الأفكار والاتجاهات حيال القضايا البارزة، وعلاقة ذلك باستجابات الجمهور المعرفية و الوجدانية لتلك القضايا، حيث تفترض النظرية أن الأحداث لا تنطوي في حد ذاتها على مغزى معين وإنما تكتسب مغزاهاً من خلال وضعها في إطار frame يحددها وينظمها ويضفي عليها قدراً من الاتساق، من خلال التركيز على بعض جوانب الموضوع وإغفال جوانب أخرى.²

تعريف النظرية: عرف مجموعة من الباحثين نظرية التأطير الإعلامي على النحو التالي:

- يعرفها حسن مكاوي وليلى السيد "انتقاء متعمد لبعض جوانب الحدث أو القضية وجعلها أكثر بروزاً في النص الإعلامي واستخدام أسلوب محدد في توصيف المشكلة وتحديد أسبابها وتقييم أبعادها وطرح حلول مقترحة بشأنها".³

¹ أحمد زكريا أحمد، نظريات الإعلام -مدخل لاهتمامات وسائل الاعلام وجمهورها_، المكتبة العصرية، مصر، ص244.

² ابراهيم أحمد حسين زيزت، أطر المعالجة الاعلامية لقضايا الإصلاح الاقتصادي في مصر، رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجيستر في الاعلام، جامعة القاهرة، 2017، ص06.

³ حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، ط6، مصر، 2006، 348.

- يعرفها محمد عبد الحميد"على أنها عملية هادفة تقوم بها وسائل الإعلام و القائمون بالاتصال فيها بإعادة تنظيم المحتوى الإخباري ووصفه في إطار من أطر اهتمامات المتلقين وإدراكهم أو الاقتناع بالمعنى أو المغزى الذي يستهدفه بعد إعادة التنظيم".¹
- وأضاف محمد إسماعيل أن "المقصود بالإطار أو التأطير: الاختيار و التركيز واستخدام عناصر معينة في النص الإعلامي لبناء حجة أو برهان على المشكلات ومسبباتها وتقويمها وحلولها".²
- وأشار خالد صلاح الدين إلى "أن الإطار هو الفكرة المحورية التي تنتظم حولها المعلومات الخاصة بالقضية، والتي تملئ تنظيمًا معينًا للسمات المعرفية والوجدانية المتعلقة بالقضية المثارة بحيث يتحدد في ضوئها إبراز لجانب أو منظور بعينه لتلك القضية".³
- و عرف Scheufele التأطير: يعني جعل جوانب من القضية أكثر بروزًا من خلال وسائط عرض مختلفة بهدف إحداث تحول في مواقف الناس.⁴

¹ محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص403.

² محمد إسماعيل، التغطية الصحفية الغربية لشؤون العالم الإسلامي خلال عقد التسعينات، رسالة دكتوراه غير منشورة القاهرة، كلية الإعلام بجامعة القاهرة، 2004، ص78.

³ خالد صلاح الدين، دور التلفزيون والصحف في تشكيل المعلومات واتجاهات الجمهور نحو القضايا الخارجية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الاعلام بجامعة القاهرة، 2017، ص118.

⁴ journal of ، Framing as a theory of media effects: Dietram a. Scheufele
the international communication : Washington، issue1، vol49،communication
op.cit.p.14.، 1999،association

المطلب الثالث : نماذج الأطر الاعلامية التفسيرية

1. نموذج Entman "انتمان": يتكون هذا النموذج من أربع محاور هي :

- المحور الأول: استقلال الجمهور من خلال تذكر مفرداته واسترجاعهم لحقائق معينة ربما لا يقدمها المحتوى الإعلامي تؤثر في استجاباته وردود أفعاله تجاه هذا المحتوى.
- المحور الثاني: وهو الخاص بالموضوعية الصحفية، وجوهره أن الصحفيين بالرغم من إتباعهم أسس وقواعد ربما تتصف بالموضوعية، إلا أنهم يقومون بتضمين الرسالة الاعلامية المعنى السائد الذي يؤدي الى تقويمهم المتوازن لمحتواها.
- المحور الثالث: وهو الخاص بتحليل المضمون الذي يتم من خلاله تحديد ووصف الأطر التي تتضمنها الرسالة الاعلامية.
- المحور الرابع : وهو الرأي العام والنظرية الديمقراطية المعيارية حيث أن الأطر تمثل قوة أساسية في العملية الديمقراطية وتأثر في الرأي العام.¹

2. نموذج Pan And Kosicki "بان و كوسيكى":

- البناء التركيبي للقصّة الخبرية syntactical: وهو الذي يتضمن تتابع عناصر القصّة وبعض الاستراتيجيات التي يتبعها المحرر، وكيفية توظيف المصادر.²

¹ Robert m Entman، Framing toward clarification of fractured paradigm، op.cit.p52.

² رجاء يونس سليمان أبو مزيد، الخطاب الفلسطيني نحو المصالحة الفلسطينية، رسالة ماجستير غير منشورة بالجامعة الاسلامية، غزة، 2013، ص76.

- البناء الوصفي للقصة الخبرية thematic : وتتكون من الأبعاد الأساسية للموضوع، و الملخص الذي يقدم الفكرة المحورية للقصة الإخبارية، ويتمثل في المعلومات الخلفية التي تشير إليها التغطية الإخبارية، بالإضافة الى الإستشهادات التي يتم الاستناد عليها.
- الاستنتاجات الضمنية Rhetorical: وهي التي تساعد على تدعيم الجوهر الأساسي للقصة الإخبارية و التأكيد عليها.¹

3. نموذج Scheufele "شوفيل":

نظر الباحثون لهذا النموذج كأحد أهم نماذج الأطر، ربما لأنه نظر للأطر كعملية كاملة وكنظرية مستقلة مع مراعاة التوازي للأطرمع عمليتي وضع الأطر ووضع الأجندة، ويتكون هذا النموذج من ثلاثة مكونات:

- المكون الأول: المدخلات التي هي عبارة عن العديد من المتغيرات كالضغوط التنظيمية والإيديولوجية والاتجاهات.
- المكون الثاني: العمليات التي يحدث خلالها التفاعل بين هذي المدخلات وغيرها.
- المكون الثالث: المخرجات هي عبارة عن الأطر الاعلامية كنتاج للمدخلات وتفاعلها.²

¹ رجاء يونس سليمان أبو مزيد، مرجع سبق ذكره، ص76.

² Woong rhee، starategy and issue Framing in election compain coverage: asocial cognitive account of Framing effects، journal of communication، vol 47، no، 3.1977، pp.26.48.

4. نموذج Mc combs and chy:

يعد هذا النموذج إضافة علمية للنماذج السابقة، فقد اهتم ببعدين هامين في دراسات ونماذج الأطر، وهما الزمان والمكان، باعتبارهما عنصرين جوهريين في التغطية الإعلامية.

1- أطر المكان في النموذج:

- المستوى الدولي: يهتم بأطر القضايا من بعد دولي، مثل التغطية الإعلامية للقيام بعمل عسكري تجاه دولة محددة.
- البعد القومي: يهتم بأطر التغطية الإعلامية على مستوى المجتمع بأكمله مثل أطر تغطية قضية التفرة العنصرية.
- البعد المحلي: يهتم بأطر التغطية الإعلامية للأحداث والأحداث على مستوى إقليم معين داخل الدولة.
- بعد الجماعة: يتم النظر لأطر التغطية الإعلامية من خلال ارتباطها بجماعة معينة داخل المجتمع.
- البعد الفردي: يهتم بأطر التغطية الإعلامية على مستوى الأفراد الذين لهم علاقة بالقضايا والأحداث.

2. أطر الزمان في النموذج:

- الاستثناء الأول: الاهتمام بأطر إعلامية تهتم بأحداث وقضايا ذات بعد زمني سابق.¹

¹ نسرین حسونة، مرجع سبق ذكره، ص 37.

• الاستثناء الثاني: الاهتمام بأطر إعلامية تهتم بالبعد الزمني المستقبلي لهذه الأحداث والقضايا

كإدعاء تنبؤات وتوقعات مستقبلية تجاه القضايا.¹

5. نموذج D'andelo:

هو عبارة عن نماذج فرعية متداخلة، توضح مدى تعقد عملية تأطير المحتوى الإعلامي وذلك كالاتي:

- العملية الفرعية الأولى: وتمثل عمليتين أشار إليهما Scheufele في نمو حجة للأطر، وهما وضع وبناء الإطار متمثلين في نظامي مدخلات ومخرجات كأساس لتكوين الإطار الذي يبدأ من أسس الواقع الاجتماعي الذي ينبني عليه بدوره وحدات إنتاج المحتوى الإعلامي الإخباري كالقيم الإخبارية والبناءات العقلية وأساليب البناء الفني.
- العملية الفرعية الثانية: وهي الخاصة بتأثيرات الإطار خاصة النواحي الوجدانية، وتجدر الإشارة الى أن مسار هذه التأثيرات ليس في اتجاه واحد.
- العملية الفرعية الثالثة: وهي المتعلقة بتحديد الإطار بدءا من تحديد أدواته، ثم تحديد تأثيراته على المستوى الفردي والاجتماعي.

ويرى بعض الباحثين أن هذا النموذج أغفل دور القائم بالاتصال في عملية التأطير، كما أنه لم يشير

الى دور المتغيرات المهنية للصحافة و القائم بالاتصال في هذه العملية.²

¹ نسرين حسونة، مرجع سبق ذكره، ص37.

² Dietram a. Scheufele: Framing as a theory of media effects، op. cit، p.p.103.122

المطلب الرابع: أنواع تشكيل الإطار الإعلامي و أهم وظائفها

1. أنواع تشكيل الإطار الإعلامي

- الإطار المحدد Episodic frame: يربط بين الحدث ومدركات ملموسة مثل أحداث سبتمبر 2001 ووضعتها في إطار عدم كفاية المشروعات التي تستوعب الخريجين من الجامعات أو انهيار المباني ووضعتها في إطار قضايا الغش في البناء، وهي أطر يمكن تلمس مشكلاتها وحلولها.
- الإطار العام Thematic frame أو المجرد: مثل أحداث سبتمبر 2001 في إطار الإرهاب الدولي، أو قضايا انهيار المباني في إطار الفساد الحكومي و الانهيار الأخلاقي في المجتمع.¹

2. وظائف نظريات التأطير الإعلامي:

- تحديد المشكلة أو القضية بدقة وتعريفها، حيث تقوم الأطر بتعريف المشكلة وتحديد العامل السببي الذي يمارس تأثيره وحجم المكاسب والخسائر، والتي غالبا ما تحدد وتقاس تبعا للمصالح الاقتصادية والسياسية، والقيم الثقافية السائدة.
- تقوم الأطر بتشخيص أسباب المشكلة، وذلك من خلال تحديد القوى الفاعلة والعوامل المسببة في إحداث المشكلة.

تقوم الأطر بوضع تقييمات أخلاقية لتلك العوامل السببية وتأثيراتها.²

- تقترح الأطر سبل العلاج، حيث تحدد كيفية معالجة القضية المطروحة والتنبؤ بتأثيراتها المحتملة.

¹ محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، ص 405.

² نصيرة تامي، مرجع سبق ذكره، ص ص 87.88.

- إبراز بعض جوانب القضايا التي تحمل بعض جوانب الجدل.
- مساهمة الإطار في التحديد والتصنيف السريع للمعلومات.
- الإطار الخبري يقوم بتنظيم العالم المحيط لكل من المحررين الذين يقومون بتحرير الأخبار للجماهير الذي تتلقى هذه الأخبار.¹
- توظيف نظرية الأطر الإعلامية في التحليل الكيفي للسمات البارزة للرسالة الإعلامية بمعنى تحديد واستخلاص أطر التغطية الإعلامية للقضايا المختلفة.²

المطلب الخامس: العوامل المؤثرة في عملية بناء الإطار الإعلامي

- 1. بناءها:** في تحليل الأطر يتم التركيز على العناصر الاتصالية الأربعة وهي القائم بالاتصال و المحتوى و المتلقي و الثقافة، حيث تعتبر الأخيرة السياق العام الذي تستمد منه الأطر التي يتم توظيفها باعتبارها معالم ثقافية منظمة وثابتة في الواقع الاجتماعي.³

- القائم بالاتصال: يضع القائم بالاتصال الأطر التي تنظم أنساقهم المعرفية و الضغوط المهنية التي يعملون في ظلها مثل ضغوط نمط السيطرة و الملكية و التمويل التي تحدد السياسة التحريرية، إضافة إلى ضغوط المساحة، فعلية التأطير تتأثر بخصائص القائم بالاتصال ومدركاته الثقافية و السياسية.⁴
- المحتوى: يشمل على أطر تظهر في حالة بروز أو إغفال كلمات معينة ومصادر للمعلومات وعبارات تقدم مجموعة من الحقائق أو الأحكام عن موضوع يتم طرحه، وتعد عملية إضفاء

¹ نصيرة تامي، مرجع سبق ذكره، ص 88.

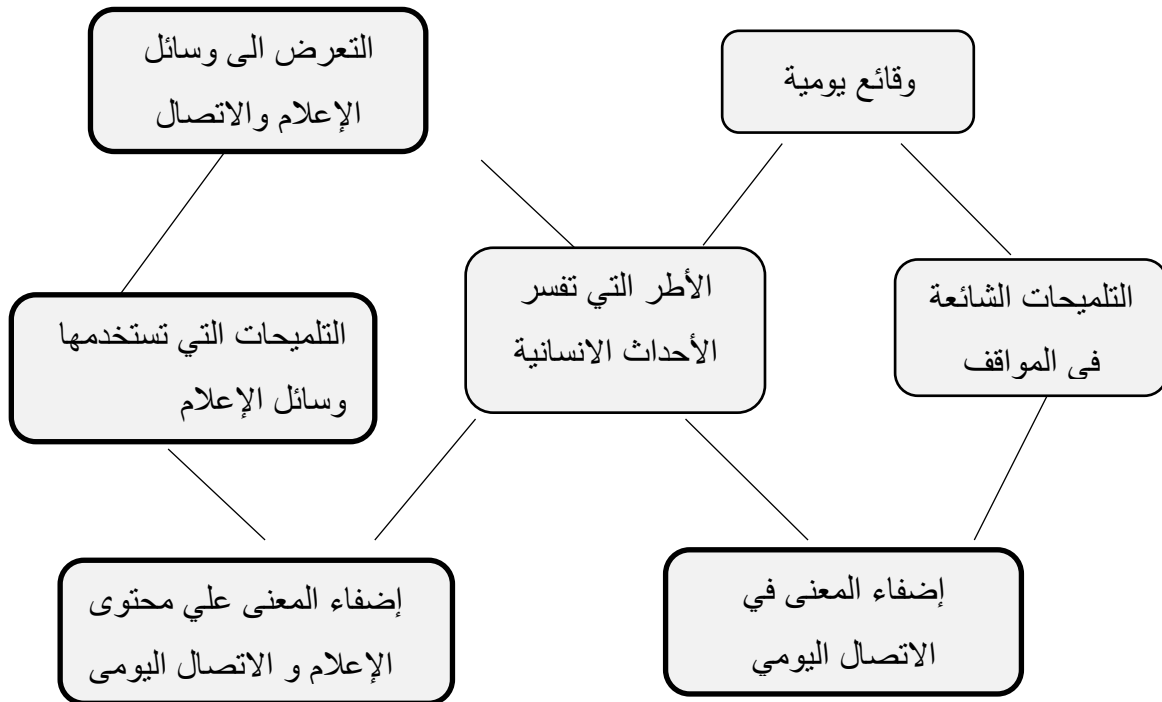
² سلام عبده، مرجع سبق ذكره، ص 138.

³ محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 406.

⁴ رجاء يونس سليمان، مرجع سبق ذكره، ص 54.

المعنى على الحدث داخل القصص الخبرية من خلال أسلوب معين في عرض المعلومات وتنظيمها بحيث يتم إبراز بعضها وإخفاء بعضها الآخر، من خلال الاعتماد على نوعية معينة من المصادر في تغطية الحدث.¹

- المتلقي: يقصد به الجمهور الذي يتعرض للأطر التي توجهه، وقد تظهر أطر إدراكه أطر النص ونوايا القائم بالاتصال أو العكس، وتسهم الأطر في تشكيل المستويات المختلفة للواقع الذي يراه الجمهور، وبالتالي فإنها تؤثر في معارف الأفراد و إدراكهم للواقع، كما أنها تسهم في تكوين الرأي العام تجاه القضايا.²
- الثقافة: مجموعة من الأطر التي يتم الاستشهاد بها، وتعرف الثقافة إمبريقيا بأنها مجموعة من الأطر الشائعة التي تظهر في خطاب وتفكير معظم الناس، أو جماعة اجتماعية معينة.³



¹ رجاء يونس سليمان، مرجع سبق ذكره، ص54.

² سلام أحمد عبده، مرجع سبق ذكره، ص135.

³ محمد إسماعيل، مرجع سبق ذكره، ص80.

نموذج يوضح عملية بناء الأطر أو تشكيلها لباران ودافيس The Framing Process¹

ويعد الأداء الذي تقوم به وسائل الإعلام هو الأكثر تعقيدا من غيره، لدورها في تشكيل الإطار، أو تقليل من أهميته و هي تؤدي في سياق تشكيلها للإطار دور حارس البوابة حيث يضع المحررون خططا أو آلية سير لقضية معينة، وهذه الأطر تشكل النقاش العام، ونؤثر على الجمهور ومستوى المعلومات لديهم².

. العوامل المؤثرة في بنائها:

يتأثر القائم بالاتصال في عمله بالعديد من العوامل وبالتالي لا تتم عملية تأطير الأخبار في فراغ، إذ أن ترتيب المعلومات والأفكار يتم وفقا لتأثر القائم بالاتصال بالعوامل المحيطة به منها:

- المصادر التي يعتمد عليها.
- القوى السياسية الفاعلة.
- جماعات المصالح.
- القيم السائدة في المجتمع.
- الأطر المؤسسية والسياسية للوسائل الإعلامية التي يعمل بها القائم بالاتصال.
- قيم الممارسة المهنية³.

وأشار باحثون الى أن هناك متغيرات أساسية تتحكم في تحديد الإطار الإعلامي منها:

- مدى الاستقلال السياسي لوسائل الإعلام
- طبيعة الأحداث ذاتها
- أنماط الممارسة الإعلامية

¹ محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 406.

² Karen Callaghan، frauke schnell، assessing the democratic dabate: haw the news media frame elite Policy discourse، political communication، vol، 18، no، 2، 2001،p187.

³ سلام أحمد عبده، مرجع سبق ذكره، ص 135.

- المعتقدات الإيديولوجية والثقافية للقائمين بالاتصال.¹
- وتشير البحوث التي أجراها جانس 1979 وكل من شوماكيروس 1996 والخاصة بالعوامل التي تؤثر على محتوى الإعلام الى وجود ثلاثة مصادر ممكنة على الأقل للتأثير هي:
 - المصدر الأول يتمثل في المؤثرات المرتبطة بالصحفي، حيث يقوم بصياغة أطر وتكوين معنى للمعلومات التي يتلقاها، أما صياغة الأطر يتوسطها متغيرات عديدة مثل الإيديولوجيات والاتجاهات والمعايير المهنية، وهي الأمور التي تنعكس في النهاية على الطريقة التي يصيغ بها الصحفي التغطية الإخبارية.
 - المصدر الثاني هو اختيار الأطر، إذ تتم عادة عملية الاختيار وفق مجموعة عوامل أو ما أطلق عليه "جانس" بالروتين التنظيمي مثل نوع التوجه السياسي.
 - المصدر الثالث هو دور العوامل الخارجية في التأثير مثل السلطات و الجماعات وأصحاب المصالح و الرموز السياسية.²

¹ حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد ، مرجع سبق ذكره، ص 350.

² Dietram a Scheufele، Framing as a theory of media effects، p116.

المطلب السادس: آليات التأطير الإعلامي

1. البروز: وهو أن تشغل قضية ما النصيب الأكبر من المصادر الإعلامية المتاحة على الساحة العامة كما يقصد به " جعل جزء من المعلومات بارزا يمكن ملاحظته و إضفاء المعنى عليه كي يسهل تذكره من جماهير القراء أو المستمعين أو المشاهدين وما يتبع ذلك من عمليات تخزين و استرجاع وتنظيم وإدراك هؤلاء للنص".¹

2. الانتقاء: وهو أساس هذه النظرية من خلال عملية اختيار وفق لمعايير مهنية وذاتية ومؤسسية وثقافية يقوم بها القائم بالاتصال أو الوسيلة الإعلامية عند تغطية حدث أو قضية أو شخصية ما بالتركيز على جوانب وزوايا معينة وتثبت الكثير من نتائج الدراسات السابقة في مجال التأطير أن هذه الآلية تؤثر في الجمهور خاصة في معارفه اتجاهات نحو المحتوى الإعلامي وهو ما يوضح أهمية هذه الآلية.

3. الاستبعاد أو الإغفال: ويمثل الوجه الآخر للانتقاء ويرتبط أيضا بمثله بمفاهيم ثلاثة على درجة من الأهمية في نظرية التأطير ومناقشة و اختيار تأثيراته و هي الموضوعية والإيديولوجية وحراسة البوابة. وتوجد أدوات بحثية ملائمة تكشف عن هذه الآلية كتحليل المسكوت عنه بالنص الصحفي" عبر آليات الاختيار، السكوت أو الحضور، الغياب لكلمات أو عبارات أو صور نمطية أو مصادر للمعلومات لتقييم مجموعة من الحقائق أو الأحكام.²

¹ سعيدي زينب، نظرية التأطير الإعلامي، محاضرة الثامنة في مقياس نظريات الاعلام والاتصال، جامعة البويرة، د.ك دس، ص09.

² سعيدي زينب، مرجع سبق ذكره، ص 09.

المطلب السابع: نقد النظرية

1. إيجابيات النظرية:

- تتناول النظرية دور القائم باتصال في صياغة الرسائل الإعلامية.
- تساعد النظرية على تقديم تحليل علمي للمعالجات الإعلامية المقدمة حول الأحداث والقضايا المختلفة.
- تتناول النظرية تأثير تلك المعالجات على معارف الجمهور واتجاهاته.
- تتسم النظرية بالمرونة، وتتسجم معطياتها مع النتائج الحديثة في عام النفس المعرفي.¹
- يمكن اختبار نظرية تحليل الإطار الإعلامي منهجيا بعدة مناهج علمية، حيث يمكن تحليل الأطر الخبرية في الرسائل الإعلامية من خلال الأساليب الكمية أو الكيفية أو كليهما، ويفيد في ذلك استخدام الملاحظة، أو استمارة التحليل الكيفي، أو استمارة التحليل الكمي.
- يمكن دراسة أثر الأطر الخبرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور من خلال الدراسات التجريبية أو المسحية أو الميدانية.
- تتيح نظرية تحليل الإطار الإعلامي للباحث قياس المحتوى الضمني للرسائل الإعلامية التي تعكسها وسائل الإعلام.²
- تقدم نظرية الأطر تفسيراً منتظماً لدور وسائل الإعلام في تقديم الأطر المرجعية التي تساعد الجمهور في تقويمه وتفسيره للمحتوى الإعلامي من خلال التأثيرات المختلفة في اتجاهات ومعارف مفرداته.

¹ رجاء يونس، مرجع سبق ذكره، ص 62.

² رجاء يونس سليمان، مرجع سبق ذكره، ص 62.

- تتميز نظرية الأطر بقدرتها الفائقة على التطوير الذاتي من خلال النماذج التي يقترحها الباحثون المعنيون بمجال التأطير، والتيارات البحثية المعاصرة و المستقبلية التي تهتم باقتحام مجالات وحدود بحثية جديدة، واتساعها لتشمل ثلاثة نماذج تتمثل في بناء الأطر، ووضع الأطر، التأطير الاستراتيجي.¹

2. سلبيات النظرية:

- تداخل آليات تحديد الإطار الإعلامي مع بعضها بصورة يصعب فصلها، حيث يتحدث بعض الباحثين عن أن تكرار وحجم التغطية الإخبارية هما المؤشر الإجرائي الذي يمكن من خلالها قياس البروز.²
- لا تقتصر هذه الآليات على مستوى النص الإعلامي أو القائم بالاتصال فقط، ولذلك يتعين عند دراستهما أن يتم ذلك بصورة شاملة، تبعا لتعدد أطراف عملية الاتصال، وحدوثها داخل سياق ثقافي معين.
- يمكن رصد وقياس هذه الآليات من خلال ظهورها بصورة صريحة في النص الإعلامي، مثل البروز من خلال موقع وحجم التغطية، أو بصورة ضمنية مثل: نغمة التغطية، أو من خلال عدم ظهورها في النص، مثل: الاستبعاد من خلال المسكوت عنه.
- التضارب في رصد وقياس هذه الآليات عبر المستويين الكمي والكمي.³

¹ نسرين حسونة، مرجع سبق ذكره، ص 38.

² رجاء يونس سليمان، مرجع سبق ذكره، ص 63.

³ رجاء يونس سليمان، مرجع سبق ذكره، ص 63.

خلاصة الفصل:

نستخلص أن البرامج الحوارية تمثل أحد أهم أنواع القوالب الفنية للبرامج التلفزيونية، فهي ترتبط ارتباطاً قوياً بالأحداث الجارية، وتتناول الموضوعات التي تحظى بالاهتمام العام في شتى المجالات وتستمد هذه النوعية من البرامج موضوعاتها من قضايا المجتمع، التي تقدم فيه سواء كانت هذه القضايا اجتماعية، أو سياسية أو اقتصادية أو ثقافية، وقد أسهمت التطورات التكنولوجية الحديثة في مزيد من التنوع لهذا النمط من البرامج، وتعد أشكالها، وتنوع الأساليب في الطرح والمعالجة، حيث أنه لا بد من الأخذ ببعض الاعتبارات من مقدمي البرامج من أجل نجاح البرنامج الحصول على أكبر نسب من المشاهدة.

كما نستنتج ان نظرية التأطير الإعلامي عملية تقوم بها وسائل الاعلام، حيث تقوم بتنظيم المحتوى ووصفه في إطار من أطر اهتمامات المتلقين وإدراكهم، وتقدم تفسيراً منتظماً لدور وسائل الاعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات اتجاه القضايا، وتعتمد النظرية على عدة نماذج لتفسيرها.

الفصل الثالث

الجانب التطبيقي للدراسة

- 1- بطاقة فنية لقناة الجزائرية الثالثة
- 2- بطاقة فنية لبرنامج الحوار الاقتصادي
- 3- التحليل الكمي والكيفي لعينات الدراسة
- 4- نتائج الدراسة

تمهيد

يعتبر الجانب التطبيقي للدراسة من أهم جوانب البحث العلمي، لأنه يقوم بربط الجانب النظري بالواقع الفعلي للدراسة، كما يتوقف على الطريقة المنهجية المستعملة في جمع المعلومات والبيانات المتعلقة بالدراسة، وفي هذا الجانب سنقوم بعرض بطاقة فنية للقناة التي يبيت فيها برنامج "الحوار الاقتصادي" الا وهي الجزائرية الثالثة، ثم بعدها نتطرق للتحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل والمضمون الخاصة بالبرنامج.

بطاقة فنية لقناة الجزائرية

• نشأة قناة الجزائرية الثالثة:

ظهر مشروع إنشاء هذه القناة في نوفمبر 1998 وتم تنفيذه في ديسمبر 1999، وتم ظهورها رسميا في 05 جويلية 2001، حيث عرفت هذه القناة باسم "تلفزيون الثالثة" وهي ثالث قناة انبثقت في المؤسسة الوطنية للتلفزيون تبث عبر القمر الصناعي "عرب سات"، وهي موجة بالأساس للعالم العربي من أجل إيصال صورة أصدق عن الجزائر خاصة بعد الدعاية التي استهدفتها العشرية السوداء وهي تمكنت أيضا من إقامة الصلة الدائمة بين الجالية الجزائرية في الخارج وفي العالم العربي مع موطنه الأم .

شعار القناة:

دام الشعار الأول للقناة حتى 05 جويلية 2008، ثم شهد لوغو الجزائرية الثالثة تغير حيث تخلت عن الإشارة الأولى التي كانت عبارة عن رقم 03 كبير يتوسطه اسم الجزائرية باللغة العربية، وتتمثل الإشارة في رمز "المقام الشهيد"، وهو بناء تذكاري في العاصمة وفي قاعدة الرمز نجد كلمة الجزائرية بالخط المغربي وعليه فإن هذه الإشارة مستمدة من عروبة الجزائر وماضيها الثوري، أما الشعار الثاني بدأ عرضه من 05 جويلية 2008 إلى يومنا هذا وهو شعار مقام الشهيد.

إدارة القناة:

إدارة القناة هي نفسها إدارة المؤسسة العمومية للتلفزيون، ومديرها العام الحالي زكرياء شعبان.¹

¹ جهيدة شيباني، كنزة عراج، المعالجة الاعلامية للقضايا الاقتصادية الراهنة في قناة الجزائرية الثالثة TV A3، دراسة تحليلية وصفية لبرنامج-الحوار الاقتصادي-، في الفترة الممتدة بين نهاية شهر سبتمبر 2015 وبداية جانفي 2016 مذكرة لنيل درجة الماستر في الاعلام والاتصال، تخصص سمعي بصري، جامعة أم البواقي، 2016، ص115.

الموقع الرسمي:

<http://www.entv.dz>

• لغة البث:

عربي.

• التردد:

.27500/11680

• صحفيو ومذيعو القناة:

من أبرز صحفيي الثالثة الذين كرسوا مجهودات كبيرة منذ تواجد القناة وما يزالون يعملون بها نذكر فوزية بوسباك مقدمة حصة نقاش مفتوح، خالد بن سالم وحوار الجنوب، فايزة باشي مقدمة المجلة الإقتصادية، إلى جانب الصحفية اللامعة جازية بايو أول مقدمة نشرة إخبارية مفصلة بالقناة وصاحبة السلسلة الوثائقية يوم في ذاكرة الجزائر، وحصة جذور الجزائر في مرحلة ما قبل التاريخ.

• برامج القناة:

برنامج مساء الثالثة: هو برنامج تفاعلي اجتماعي يقف يتناول اهم الاحداث التي تخص الوطن والمواعيد الثقافية في الجزائر، ومقدم البرنامج هو "لطي"، والبريد الالكتروني للصفحة

«a3c.@entv.dz»¹.

¹ جهيدة شيباني، مرجع سبق ذكره، ص116.

برنامج ضيف الثالثة: يبث كل يوم اثنين على الساعة 22:30 بتوقيت الجزائر، ويستضيف كل مرة شخصية مختلفة.

برنامج قراءات: هو برنامج يستضيف الكتاب والأدباء للحديث والتحاور عن مؤلفاتهم، الحصة تبث كل يوم خميس على الساعة 22:00 من تقديم خديجة خوارزم.

برنامج الأسبوع الرياضي: يبث في حدود الساعة 22:45 بتوقيت الجزائر، ويستضيف أهم البطولات الوطنية لكرة اليد وكرة السلة، والطائرة..... وغيرها، والبرنامج تقدمه بن فرحات ليلي.

برنامج ساعة رياضية: يبث كل يوم اثنين في حدود الساعة 22:00 بتوقيت الجزائر يقوم بالتعليق على البطولات الأوروبية، والبرنامج من تقديم

برنامج دوري المحترفين: وهو عدد جديد من برنامج الأسبوع الرياضي الذي يعنى بمستجدات البطولة الوطنية لكرة القدم لمختلف الأندية من خلال ملخصات المباريات بحضور محللين وضيوف البرنامج من إعداد يوسف رزيق يبث في حدود الساعة 18:30 بتوقيت الجزائر.

برنامج في دائرة الضوء: يبث كل يوم جمعة في حدود الساعة 18:30 بتوقيت الجزائر برنامج يطرح مواضيع الساعة، ولإثراء النقاش يستضيف البرنامج ضيوفا، من إعداد كريم بوسالم.

برنامج تقدر تربح: برنامج مسابقات ذو طابع ثقافي ترفيهي لا يخلو من المتعة والتفاعلية حيث يقدم جوائز قيمة، البرنامج من إعداد أحمد قناوي.¹

¹ جهيدة شيباني، مرجع سبق ذكره، ص 117.

برنامج فتاوى على الهوى: يبث كل جمعة على الساعة 18:20 بتوقيت الجزائر، وهو برنامج ديني

يجيب على أسئلة المشاهدين وانشغالاتهم الدينية الحصة يقدمها هارون بريك.

برنامج صباح الخير يا جزائر: هو برنامج تفاعلي اجتماعي صباحي يبث يوميا على المباشر.

برنامج معرض الصحافة: يتناول معظم الصحف الوطنية بما فيها الشعب.

برنامج الحوار الاقتصادي: هو برنامج أسبوعي يعرض أهم الملفات الاقتصادية مع مناقشتها

بحضور محللين ودكاترة جامعيين، من إعداد وردة عوفي.¹

2. بطاقة فنية لبرنامج الحوار الاقتصادي:

برنامج الحوار الاقتصادي يعنى بنقل وتحليل ومناقشة مختلف القضايا الراهنة التي تخص الاقتصاد الوطني، ويقو بالتحاوور مع الشخصيات المستضافة حول هذه القضايا، وهو برنامج أسبوعي يبث عادة كل ثلاثاء على الساعة التاسعة مساء، وتستغرق مدة عرضه ساعة وعشرون دقيقة، ويقوم بمختلف الريبورتاجات والتقارير والتصريحات التي تكون مدعمة للحوار.

• مهام البرنامج:

- تقديم خلفيات وتفسيرات التي توضح الاحداث الاقتصادية ووضعتها في السياق السليم.
- طرح كافة الاراء حول القضايا الاقتصادية ومساعدة المجتمع الجزائري من خلال النقاش والحوار على التكوين رأي وفهم سليم حول هذه القضايا.²

¹ جهيدة شيباني، مرجع سبق ذكره، ص118.

² مكالمة هاتفية مع مقدمة البرنامج وردة عوف، يوم 14 أبريل 2020، على الساعة 10:30

➤ الإسهام في دعم ومؤازرة القضايا الاقتصادية الشاملة من خلال الشخصيات المستضافة لإثراء الجميع

بالمعلومات ووضع خطط تنموية ناجحة في الجزائر.

➤ طرح انشغالات المواطنين ومحاولة إيجاد الحلول.

➤ نشر التوعية الاقتصادية من خلال تسليط الضوء على مختلف القضايا الاقتصادية الراهنة.¹

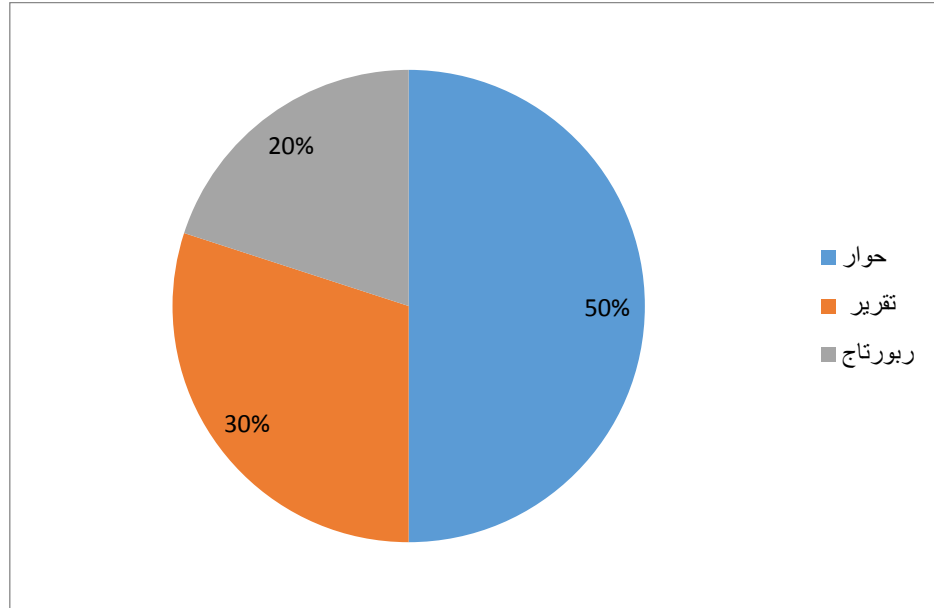
3. التحليل الكمي والكيفي لعينة الدراسة.

الجدول رقم (2) يوضح فئة نمط المادة الاعلامية:

النسبة %	التكرار	فئة نمط المادة الاعلامية
		مؤشرات
50	20	حوار
30	12	تقرير
20	08	روبرتاج
% 100	40	المجموع

¹ مكالمة هاتفية مع وردة عوف، مرجع سبق ذكره، على 10:30.

دائرة نسبية تمثل نسب فئة نمط المادة الاعلامية



- من خلال الجدول أعلاه تظهر لنا أن أعلى نسبة لنمط المادة الاعلامية هي الحوار والذي قدر ب 50%، أما ثاني نسبة فخصصت لتقرير والذي تمثلت نسبته ب 30%، وأخيرا الرورتاج ونسبته 20%.
- عند تحليلنا للجدول رقم (2) والذي يمثل نمط المادة الاعلامية المستخدمة في برنامج الحوار الاقتصادي، يتبين لنا أن البرنامج يعتمد بدرجة كبيرة على الحوار في طرحه للمواضيع الاقتصادية بغية تحليلها، ومناقشتها، والتعليق عليها، من أجل تبادل الاراء ووجهات النظر المختلفة حول المواضيع المطروحة من قبل الشخصيات المستضافة في البرنامج لان البرنامج حوارى في حد ذاته. ثم يأتي التقرير بعد الحوار بنسبة تقل عنه، لان البرنامج لم يعتمد عليه في جل المواضيع وإنما البعض منها، وركز عليه بكثرة في المواضيع التي تحتاج الى تحليل وتفسير دقيق ومفصل لأنه يعرض

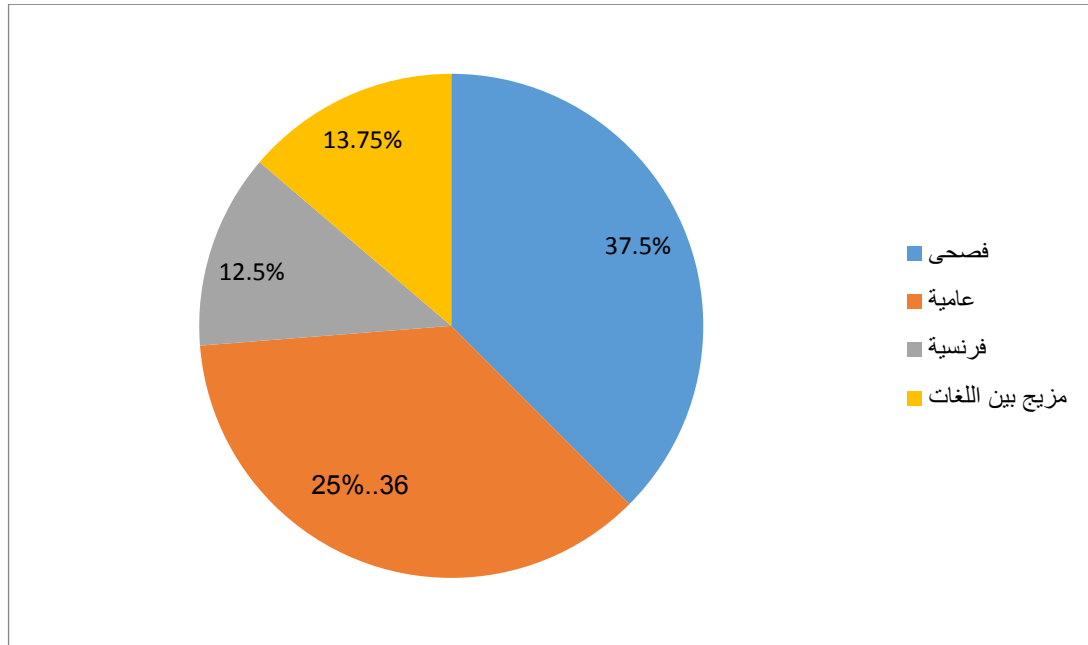
المعلومات بطريقة موضوعية وشاملة وملمة بالموضوع الذي يخص الشأن الاقتصادي، حيث أن التقرير يصف الاحداث بجميع حذافرها.

أما الروبرتاج هو الآخر لم يعتمد عليه بدرجة كبيرة، واستخدمه في المواضيع التي تهم المواطن والتي تحتاج الإلمام بالجوانب المهمة في القضايا الاقتصادية مثل: تأثير السياسة على الاقتصاد، حيث أن الروبرتاج يؤثر بنسبة كبيرة على المستمع وبالتالي ينال البرنامج نسبة كبيرة من المتابعة.

الجدول رقم (03) يمثل فئة اللغة:

النسبة %	التكرار	فئة اللغة المؤشرات
37.5 %	30	فصحى
36.25 %	29	عامية
12.5 %	10	فرنسية
13.75 %	11	مزيج بين اللغات
100 %	80	المجموع

دائرة نسبية توضح فئة اللغة



- نلاحظ من خلال الأرقام الموجودة في الجدول أعلاه أن برنامج الحوار الاقتصادي أثناء عرضه للمواضيع الاقتصادية اعتمد بالدرجة الأولى على اللغة العربية الفصحى بنسبة 37.5%، ثم الدرجة الثانية اللغة العامية بنسبة 36.25%، ليليها المزيج بين اللغات في المرتبة الثالثة بنسبة 13.75% وتكون المرتبة الرابعة من حليف اللغة الفرنسية بنسبة 12.5% .
- من خلال تحليلنا للجدول رقم (03) توصلنا أن اللغة الفصحى هي اللغة الأكثر استخداما في برنامج الحوار الاقتصادي، وهذا راجع كون اللغة العربية الفصحى أكثر استخداما وإشاعة، وهي اللغة الرسمية في الجزائر في وسائل الاعلام التي تسمح بتوصيل المعلومات بقيمتها الحقيقية لأذان المتلقي بمصادقية وموضوعية، مستندة على الإحصائيات والأرقام كدعامة أساسية في تقريب الفهم للجماهير. أما اللغة العامية فهي لا تتفاوت واللغة العربية نظرا لاعتماد البرنامج على كلتا اللغتين في الشرح للمصطلحات الاقتصادية للجمهور، وتوضيح الرسالة الإعلامية المراد توصيلها للجمهور، وقد استخدم

البرنامج اللغة العامية حتى يستطيع أن يبسط الكثير، خاصة وأن القضايا الاقتصادية هي لغة أرقام ولغة صعبة الفهم وجب من الضيوف تبسيط المعنى، لتداول المعلومات بكل ليونة للمشاهد.

وفي ما يخص المزيج بين اللغات نرى أن البرنامج نزل من الخطاب الأكاديمي النخبوي إلى خطاب يفهمه الجميع، حيث اعتمد في توضيحه للفكرة المطروحة والمراد نشرها على المزيج، لاستيعاب المتلقي للمفاهيم الاقتصادية بلغة الشارع (العامية)، ويكون الموضوع مفهوما لكافة شرائح المجتمع على حد سواء.

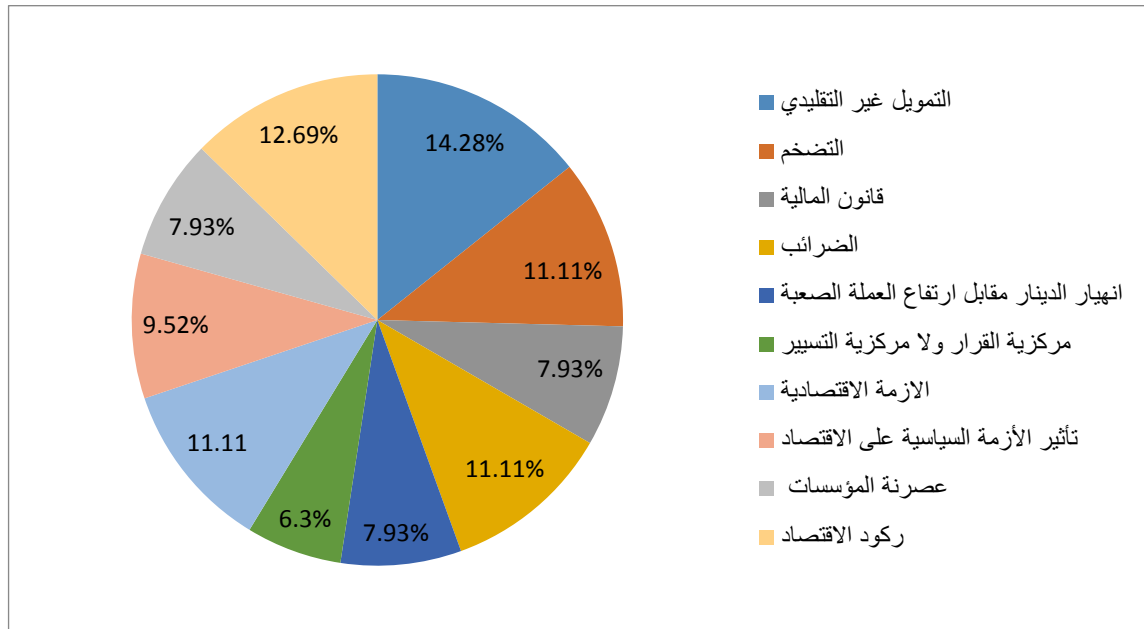
ويعود استخدام اللغة الفرنسية لصعوبة ترجمة بعض الأفكار والمصطلحات الاقتصادية الى اللغة العربية، والذي قد يعيب معناها التخصصي العلمي والتقني ان تمت ترجمتها، دون نسيان أن اللغة الفرنسية لغة الاختصاص.

الجدول رقم (04) يمثل فئة الموضوع:

النسبة %	التكرار	فئة الموضوع
		المؤشرات
14.28%	09	التمويل غير التقليدي
11.11%	07	التضخم
7.39%	05	قانون المالية
11.11%	07	الضرائب
7.93%	05	انهيار قيمة الدينار مقابل العملة الصعبة

6.3%	04	مركزية القرار ولا مركزية التسيير
11.11%	07	الأزمة الاقتصادية
9.52%	06	تأثير الأزمة السياسية على الاقتصاد
7.93%	05	عصرنة المؤسسات الاقتصادية
12.69%	08	ركود الاقتصاد
%100	63	المجموع

دائرة نسبية تمثل نسب فئة الموضوع



• لاحظنا من خلال تحليلنا الجدول الذي يمثل لنا فئة الموضوع أن قضية التمويل غير التقليدي أخذت الصدارة في برنامج "الحوار الاقتصادي"، والذي يعالج القضايا الاقتصادية في الجزائر فقدرت نسبة هذه القضية بـ 14.28%، أما القضية التي أخذت ثاني نسبة فهي ركود الاقتصاد بنسبة 12.69% ثم تأتي بعدها قضية التضخم وقضية الازمة الاقتصادية والضرائب والتي كانت نسبتهم 11.11% ثم تأتي قضية تأثير الأزمة السياسية على الاقتصاد بنسبة 9.52%، ثم قضية قانون المالية وانهايار الدينار مقابل ارتفاع العملة الصعبة وعصرنة المؤسسات بنسبة 7.93%، وأخيرا مركزية القرار ولا مركزية التسيير بنسبة قدرت بـ 6.3%.

• عند تحليلنا للجدول رقم (04) تبين أن برنامج الحوار الاقتصادي في تناوله للقضايا الاقتصادية في الجزائر خلال سنة 2019، أنه ركز وأولى اهتمامه بقضية التمويل غير التقليدي، وذلك من خلال الحديث عنه في العديد من الحصص، حيث تم ذكر خلفياته ومآلاته والأسباب التي جعلت الحكومة تعتمد عليه، وحسب رأي الشخصيات المستضافة حول هذه القضية انه قد يحمل الحكومة عواقب على الإقتصاد، كما أن التمويل غير التقليدي يندرج في إطار الاستثمار بعيدا عن الاستهلاك وأنه لا بد من البدائل لإنماء مصادر الاقتصاد الوطني.

وحسب تصريح فيصل تدنيت المدير العام للخزينة العمومية أنه خلال مناقشته للمعطيات المقدمة حول التمويل غير التقليدي، تبين أنه يجب على الحكومة اتخاذ قرار بخصوص هذه القضية مع بداية سنة 2019 من أجل إصلاح الخزينة العمومية وخوفا من التضخم الذي قد ينجم عن التمويل غير التقليدي.¹

¹ رملي حمزة، التمويل غير التقليدي في الجزائر وفق تعديلات قانون النقد والقرض، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات العدد 1، المركز الجامعي بميلة، 2018/06/16، ص2013.

أما بالنسبة للقضية التي احتلت المرتبة الثانية المتمثلة في ركود الاقتصاد الذي ارجع أسبابه الخبراء الى انخفاض أسعار النفط، وأن هذا الموضوع جد حساس خاصة وأنه يهدد استقرار الاقتصاد الوطني. وحسب ما جاء في تصريح مختصين في الاقتصاد ان الجزائر في وضعية حرجة جدا كونها تعتمد على النفط والغاز، وأيضا حسب تصريح شركة سوناطراك الحكومية للنفط أن اقتصاد الجزائر يحتضر رغم الموارد الهائلة التي تزخر بها البلاد، وأن الجزائر في وضع صعب أكثر من أي وقت مضى خاصة في وقت الانتخابات.¹

وبالنسبة للقضية التي احتلت المرتبة الثالثة وهي التضخم والذي له علاقة كبيرة مع التمويل غير التقليدي، وحسب ما أدلت به الشخصيات المستضافة أن الخطة التي وضعتها الحكومة لتجاوز هذا التضخم صادق عليها البرلمان آنذاك إلا أنه لازالت تصر الحكومة على طباعة النقود قائلين أنها لا تؤثر على مستويات التضخم.

ويصرح الخبير الاقتصادي فرحات علي العربي أن الحكومة تمتلك أرقام وتتحكم فيها وذلك لاحتكار الديوان الجزائري لمركز الإحصائيات والتابع للحكومة، والمختص بالدراسات الدورية المتعلقة بالتضخم ونسبة النمو، وبالتالي يصعب تكذيب هذه الأرقام رغم تناقضها مع المنطق الاقتصادي.²

¹ يونس بورنان، الاقتصاد الجزائري ينمو بأقل من التوقعات، صحيفة العين الاخبارية، أبو ظبي، 18/01/2019، 03:57.

² حمزة كحال، التضخم يطارد الجزائريين وسط تسارع طباعة النقود، مجلة العربي الجديد، العدد 1، 25 أكتوبر 2018، ص12.

وتطرق البرنامج الى قضية أخرى أخذت نفس النسبة مع التضخم الا وهي الضرائب، والتي أصبحت حديث الساعة، وحسب رأي خبراء البرنامج ان الحكومة من خلال مشروع قانون المالية 2019 لا وجود لضرائب جديدة، وإلغاء أو تعديل الضريبة.

وحسب ما أكد مصطفى زيكارة المدير العام للضرائب أن أحكام مشروع قانون المالية ستسمح بتأطير أفضل قانون للمراقبة الجبائية، وذلك دون زيادة الأعباء الضريبية، موضحاً أنه خلال استماعه للجنة المالية والميزانية للمجلس الشعبي الوطني أنها وضعت تدابير تسعى الى إدراج بعض التوضيحات لتسهيل مهمة المراقبة الجبائية، وتقديم ضمانات للخاضعين للضريبة.¹

أما القضية التي احتلت المرتبة الخامسة و أيضاً أخذت نفس النسبة مع الضرائب وهي الأزمة الاقتصادية في البلاد، والتي كذلك هي عائدة لانهايار أسعار النفط كون الدولة تعتمد بدرجة كبيرة على النفط والغاز، وفي تصريح الخبراء المستضافين أكدوا أنه هناك حقائق مالية جديدة لم تعد تسمح بالحفاظ على مستوى الإنفاق العام، وهذه الحقائق تسبب شلل إقتصادي في الجزائر والذي سرعان ما يصيب خزينة الدولة.²

وفي تقرير لقناة الشروق "news" جاء انه إذا تعطل حل هذه الازمة تلجأ الجزائر الى الاستدانة، حيث كشفت أن الوضع الاقتصادي المتدهور في الجزائر سببه تداعيات الحراك الشعبي مشيراً الى ان الازمة السياسية أثرت سلباً على اقتصاد البلاد.³

وسادسا تناول البرنامج قضية أخرى وهي قضية جد حساسة المتمثلة في تأثير الأزمة السياسية على الاقتصاد، حيث أكد الخبراء أن لها علاقة وثيقة بالأزمة الاقتصادية، مصرحين في ذلك أنها السبب في تدهور الوضع الاقتصادي.

¹ نسرین لعراش، إصلاح النظام الجبائي، صحيفة الجزائر اليوم، 19 جوان 2017، 21:55.

² شخاب عدنان، هكذا ستكون ملامح الازمة الاقتصادية في الجزائر عام 2019، مدونة البث الحي، 5 جانفي 2019.

³ <http://www.echroukonline.com>، 2020/25/03، 15:30.

حيث جاء في تقرير محمد أمير أن ضبابية المشهد السياسي تنذر بأزمة اقتصادية حادة باعتبار ان الاستقرار الاقتصادي مرتبط ارتباطا وثيقا بالاستقرار السياسي.

اما القضية التي جاءت في المرتبة السادسة هي قانون المالية لسنة 2019 أهم التعديلات التي جاء بها، حيث صرح خبراء المالية والميزانية المستضافين في الحصة انه يرتقب إيرادات مرتفعة بقدر طفيف مقارنة بالسنة الفارطة، إضافة الى ان نفقات الميزانية والتسيير التي تشهد كذلك ارتفاع، وأنه هناك تغيير في السعر المرجعي للنفط وتخصيص غلاف مالي للتحويلات الاجتماعية خلال هذه السنة لعم العائلات المتقاعدة.

اما القضية التي تأتي بعدها هي انهيار الدينار مقابل ارتفاع العملة الصعبة وجاء بنفس النسبة مع القضية السابقة، حيث صرح الخبراء ان الجزائر ستعيش ازمة اقتصادية خانقة بسبب الانخفاض المحسوس التي شهدته، وانه سيؤدي تآكل العملة الى اضطرار الحكومة الجزائرية بالاستئجار بالاحتياجات الضخمة من العملة الصعبة التي تملها الجزائر لاستيراد المواد الاستهلاكية من الخارج مما يؤدي الى تراجع المخزون الاحتياطي، وهذه الازمة جعلت قيمة الدينار الأرخص عالميا.

اما في المرتبة التاسعة قضية عصرنة المؤسسات الاقتصادية والتي تهدف الى إصلاح المؤسسات الجزائرية بهدف تطبيق تقنيات أنظف حسب تصريح مقدمة البرنامج، وانه هناك إصلاحات مالية ومصرفية من اجل ممارسة نشاطها الاقتصادي بشفافية والقضاء على مختلف أنواع الغش والتحايل وذلك بإلغاء تمويل المؤسسات بواسطة القروض البنكية المتوسطة وإدخال إصلاح جذري على الوظيفة البنكية من أجل إرساء مبادئ للنظام البنكي.

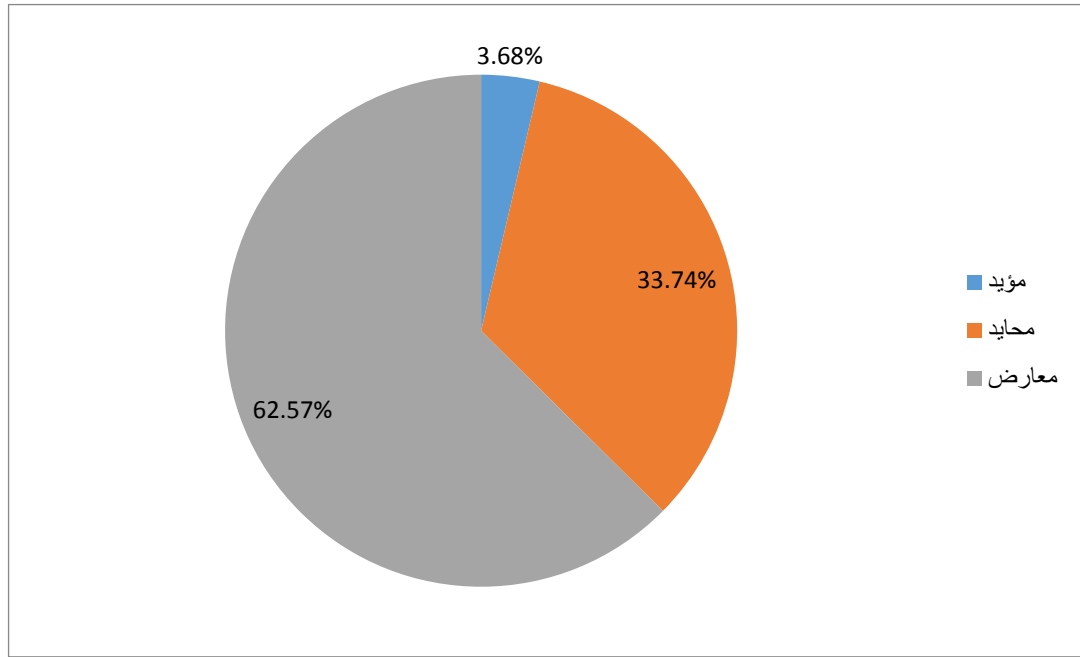
وأخيرا قضية مركزية القرار ولا مركزية التسيير وحسب رأي الخبراء ان هذا النظام يقوم على حصر وتجميع سلطة الوظيفة الإدارية وتركيزها في يد سلطات الإدارة المركزية للدولة، وذلك من خلال تجميع

وحصر سلطات التقرير في جميع شؤون والمسائل الوظيفية في يد السلطات المركزية من أجل تحقيق الأمن والاستقرار في الدولة.

الجدول رقم (05) يمثل فئة الاتجاه:

النسبة %	التكرار	فئة الاتجاه
		المؤشرات
6.3%	06	مويد
33.74%	55	محايد
62.57%	102	معارض
100%	163	المجموع

دائرة نسبية تمثل نسب فئة الاتجاه



- نلاحظ من خلال تحليل الجدول أعلاه أن نسبة فئة الاتجاه الكبيرة كانت لصالح المعارض بنسبة 62.57%، ثم يأتي بعده محايد ونسبته 33.74%، أما محايد فهو يأتي أخيرا بنسبة 3.68%.
- عند تحليلنا الجدول رقم (05) الذي يمثل اتجاه وموقف الشخصيات اتجاه المواضيع المطروحة في برنامج حوار الاقتصادي نجد أن الاتجاه المعارض أخذ أعلى نسبة، فمعظم الحصص كانت تتحدث عن المواضيع والقضايا التي تهدد الاقتصاد الوطني، مثل قضية الركود الاقتصادي والفساد والأزمة الاقتصادية الحادة التي يعاني منها القطاع الاقتصادي ويهدد مساره وبالتالي الضيوف كانوا معارضين لمثل هذه القضايا وقاموا بإبداء رأيهم حولها ومحاولة إيجاد الحلول للخروج من الأزمة.
- أما الاتجاه المحايد أخذ ثاني نسبة بعد المعارض، وهذا راجع لعدم تعليق بعض الشخصيات المستضافة على القضايا التي جاءت في البرنامج، مثل قضية التمويل غير التقليدي والضرائب، وهذا نتيجة خوف الضيوف من إبداء رأيهم في المواضيع الحساسة، خاصة وأن البلاد كانت تعيش أزمة اقتصادية بنكهة سياسية و تمثلت في فترة الحراك الشعبي والذي عطل تسيير شؤون البلاد، حيث صرح الخبير الاقتصادي

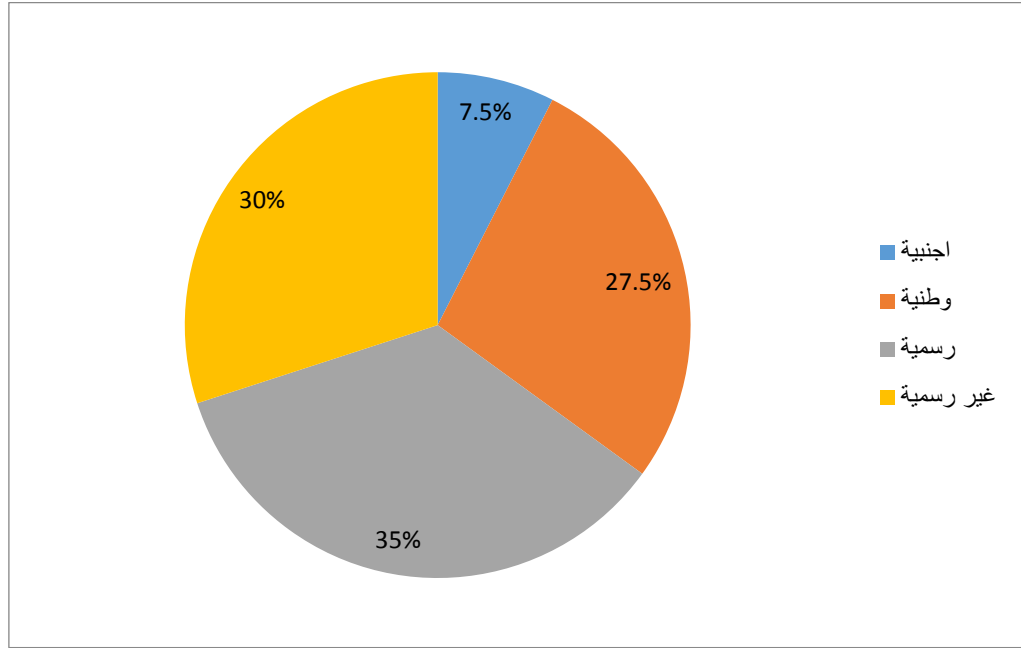
إسماعيل لالاماس ان البلاد تنتظرها تحديات اقتصادية كبيرة ومعقدة نظرا للوضع الحرج الذي أصبح من الصعب التحدث والخوض فيه بإرجاعه للفراغ السياسي الذي كانت تعيشه البلاد رغم خروج الشعب الى الشارع والمطالبة بالتغيير .

وفي الأخير نجد الاتجاه المؤيد بنسبة ضئيلة وتمثل في موضوع عصرنة المؤسسات وقانون المالية وإصلاح مختلف الخدمات في المؤسسات الاقتصادية فهذه القضايا هي قضايا رأي عام أصبح المواطن يطالب بها لذلك أخذت بعين الاعتبار من اجل القيام بالتصليحات وأيدت بعض الشخصيات هذه الفكرة.

جدول رقم (06) يمثل فئة المصدر:

النسبة %	التكرار	فئة المصدر المؤشرات
7.5%	03	أجنبية
27.5%	11	وطنية
35%	14	رسمية
30%	12	غير رسمية
100%	40	المجموع

دائرة نسبية تمثل نسب فئة المصدر



• نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن المصادر الرسمية جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 35%، لتليها في المرتبة الثانية المصادر غير الرسمية بنسبة 30%، ثم المصادر الوطنية في المرتبة الثالثة بنسبة 27.5%، لتليها أخيرا المصادر الأجنبية بنسبة 7.5%.

• نلاحظ من خلال تحليل للجدول رقم (06) أن البرنامج يعتمد بصفة خاصة في طرح مواضيعه الاقتصادية على المصادر الرسمية، وهو ما توافقت معه دراستنا ودراسة الطالبتين جهيدة شيباني وكنزة عراج كون ان البرنامج يعتمد بالدرجة الأولى على تصريحات أصحاب القرار، وذلك لتوسيع دائرة النقاش والتحليل، وحتى تكون المعلومات والأحداث مأخوذة بحقائقها.

أما فيما يخص المصادر غير الرسمية جاءت في المرتبة الثانية وهو ما يفسر أن بعض المواضيع المعالجة في البرنامج استدعت تصريحات سواء لإداريين لمعرفة منظومة العمل المتبعة في المؤسسات

الاقتصادية أو تصريحات المواطنين والطلبة لإيجاد نقائص البرنامج، ومعرفة اتجاهاتهم إزاء المواضيع المطروحة.¹

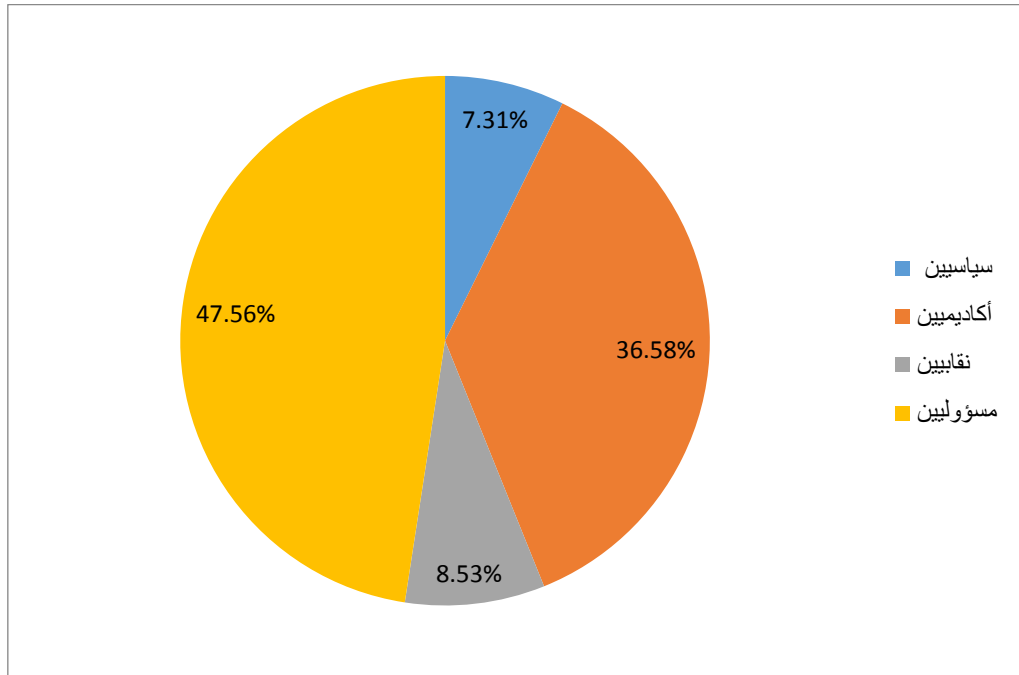
أما المصادر الوطنية فقد اعتمد عليها البرنامج بنسبة معتبرة لتدعيم المواضيع بإحصائيات وأرقام حول الاقتصاد الوطني، وذلك لزيادة مصداقية البرنامج في الطرح واستيعاب المشاهد أكثر لمجريات الاقتصاد. أما فيما يخص المصادر الأجنبية فهي تكاد تنعدم في البرنامج رغم أن الاقتصاد يتميز بالدقة والرسمية.

جدول رقم (07) يمثل فئة الشخصيات:

النسبة %	التكرار	فئة الشخصيات المؤشرات
7.31%	06	سياسيين
36.58%	30	أكاديميين
8.53%	07	نقابيين
47.56%	39	مسؤولين
100%	82	المجموع

¹ جهيدة شيباني، مرجع سبق ذكره، ص 147.

دائرة نسبية تمثل نسب فئة الشخصيات



- يلاحظ خلال الجدول أعلاه أن الشخصيات الأكثر استضافة في البرنامج هي شخصية المسؤولين بنسبة 47.56%، لتليها في المرتبة الثانية شخصية الأكاديميين بنسبة 36.58%، أما المرتبة الثالثة هي شخصية النقابيين بنسبة 8.53%، وفي المرتبة الرابعة شخصية السياسيين بنسبة 7.31%.
- من خلال تحليلنا للجدول رقم (07) الذي يوضح فئة الشخصيات تبين أن برنامج الحوار الاقتصادي نوع في الشخصيات المستضافة ذات القيمة الاعتبارية التي تلم بالموضوع المثار برصانة وحوار هادئ ومقنع، حتى يكون مستوى الحوار محترم يرتقي الى مكانة الحدث المطلوب، وذلك من أجل التعرف على القضايا الاقتصادية، والتعرف بشكل دقيق على أسبابها وطرحها للرأي العام، فكلما كثر العدد تعددت وجهات النظر والأفكار، وكذا طريقة الطرح وهو ما يتوافق مع فكرة البرامج الحوارية فالملاحظ من خلال هذا الجدول ان شخصية المسؤولين هي الشخصية البارزة، حيث أراد البرنامج تقديم صورة أن القضية

الاقتصادية في الجزائر مرهونة بقوة الاستثمارات والجهود المقدمة من قبل المجتمع المدني وكذا رؤوس الأموال، إضافة إلى أن المسؤولين المستضافين في هذا البرنامج قاموا بإعطاء مجموعة من الأسباب المؤدية إلى ضعف وتراجع الاقتصاد الوطني والعراقيل التي تواجه المستثمرين في تطوير مشروعاتهم وطاقاتهم للارتقاء بالاقتصاد الوطني، مع تقديم الحلول لها وقد ظهر ذلك في تصريح الذي جاءت به وهيبة بهلول حول تنويع الاقتصاد خارج المحروقات بعملية التصدير للمنتجات الوطنية ومشاركة المؤسسات في المعارض الخارجية.

أما شخصية الأكاديميين فهي لا تقل عن نسبة المسؤولين الا قليلا وذلك كون البرنامج قام بتمرير معلومات أساسها أهل الاختصاص والخبرة، معلومات تركز على إحصائيات وتقارير علمية، ودراسات وبحوث مقدمة في المواضيع المطروحة حتى كون من تفسيرات من قلب الواقع الاقتصادي ومن حقائق واقعية وليست من آراء الشخصية المستضافة فقط، وهو ما يعكس فعلا إعلاما ذو مصداقية ينقل للمشاهد الحدث بحذافيره.

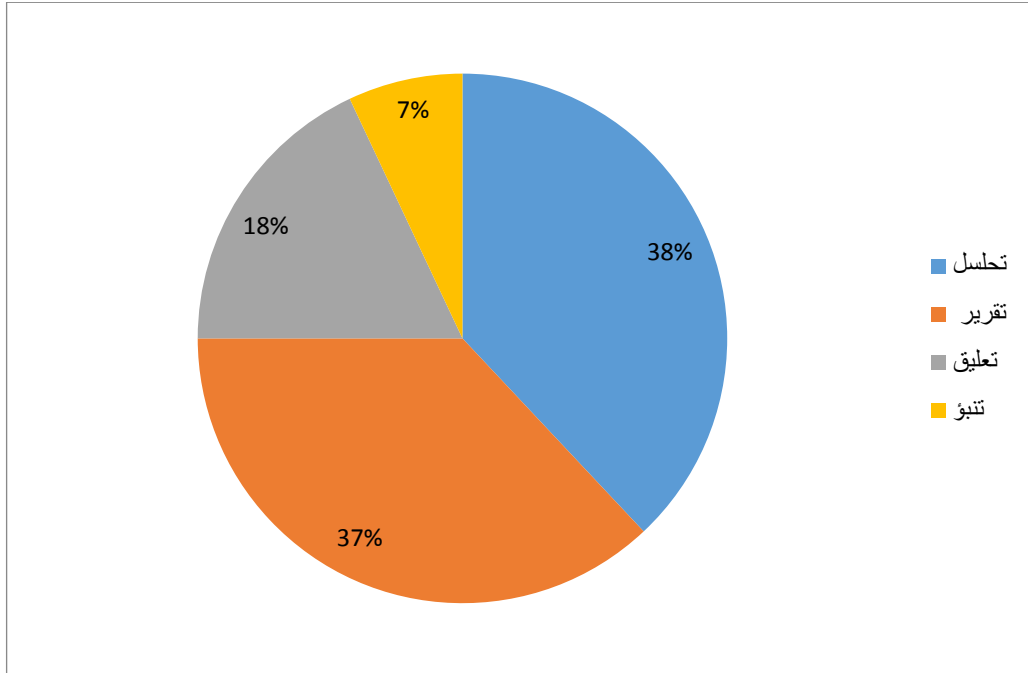
وفي ما يخص النقابيين المستضافين نلاحظ أنها لم تأخذ نسبة كبيرة مقارنة بالمسؤولين والأكاديميين كون البرنامج يولي الاهتمام بالدرجة الأولى إلى إعلام المشاهد بما يحدث من مستجدات في الساحة الاقتصادية مع تقديم نوع من الحلول والأسباب للقضايا الاقتصادية.

وبالرغم من أن الاقتصاد يمضي خطى السياسة الا أن شخصية السياسيين تموقعت في آخر الشخصيات المستضافة وظهورها بهذه النسبة يدل على أن البرنامج لم يربط القضايا الاقتصادية في الجزائر بالوضع السياسي الذي تعيشه فالبرنامج لم يناقش مواضيع سياسية تتوجب حضور شخصيات سياسية رغم الأوضاع التي شهدتها الجزائر سنة 2019، خاصة الحراك مع عدم ربطه بما يحدث في الاقتصاد الجزائري.

الجدول رقم (08) يمثل فئة نمط الخطاب:

النسبة %	التكرار	نمط الخطاب المؤشرات
38	76	تحليل
37	74	تقرير
18	36	تعليق
07	14	تنبؤ
100%	200	المجموع

دائرة نسبية تمثل نسب فئة نمط الخطاب



❖ عند تحليلنا للجدول أعلاه لاحظنا أن البرنامج في خطابه استند على التحليل بنسبة 38%، ثم يأتي التقرير بنسبة لا تبعد عن التحليل وقدر ب 37%، وفي المرتبة الثالثة التعليق بنسبة 15%، ويأتي في الأخير التنبؤ بنسبة 7%.

❖ عند تحليلنا للجدول رقم (08) الذي يمثل نمط الخطاب نجد أن التحليل أخذ أعلى نسبة في البرنامج كون أن البرنامج عند معالجته للمواضيع الاقتصادية يستضيف خبراء ومحللين اقتصاديين، حيث يقوم هذا الأخير بتحليل الموضوع المتناول، من خلال تفسير الأسباب التي كانت وراء القضية الذي يتحدث عنها البرنامج بطريقة ذاتية، إضافة الى الرؤية العميقة والمتجذرة للاحداث بالحقائق والوقائع الحقيقية بالإضافة الى دعمها بأراء الخبراء.

ثم بعد ذلك التقرير والذي جاء بنسبة لا تقل عن التحليل كون البرنامج يعتمد على تقرير الصحفيين حول الموضوع، وذلك من خلال جمع المعلومات حول القضية واخذ رأي المواطنين، حيث يعتمد الصدق

والصحة والدقة في نقل المعلومة دون أي تحريف فهو يقدم تفاصيل ومعطيات حول الوقائع والأحداث الآنية مثل قضية التمويل غير التقليدي والتضخم.

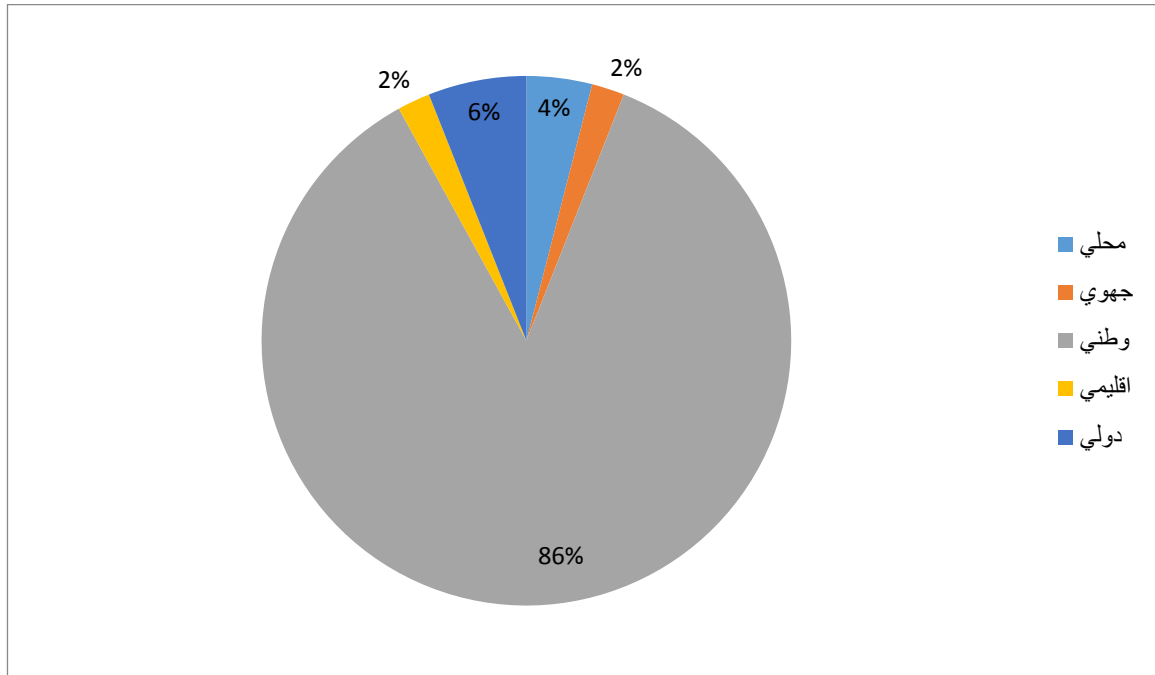
ثم يليه التعليق وذلك من خلال تحدث المستضافين في البرنامج بشكل سطحي دون ذكر الأسباب والتفاصيل، فهو يقدم رأي حول القضية المتناولة دون الخوض في مجرياتها وشرحها وتفسيرها، فهو يزود المشاهد بوجهة النظر أو الموقف إزاء الموضوع.

وأخيرا التنبؤ والذي يكون قصد تقديم صورة لما قد يحدث مستقبلا في المجال الاقتصادي، وفق تقديرات تكون على أساس البيانات السابقة والحاضرة، مثل قضية الازمة الاقتصادية وما ستحدثه مستقبلا على الاقتصاد الوطني، ويلعب التنبؤ دورا محوريا في عملية التخطيط من أجل اخذ التدابير اللازمة لتفادي اي ضرر.

جدول رقم (09) يمثل فئة الدائرة الجغرافية:

النسبة %	التكرار	فئة الدائرة الجغرافية
		المؤشرات
4%	02	محلي
2%	01	جهوي
86%	43	وطني
2%	01	إقليمي
6%	03	دولي
100%	50	المجموع

دائرة نسبية تمثل نسب الدائرة الجغرافية



- يمثل الجدول أعلاه طبيعة جغرافيا الحدث للقضايا المطروحة في البرنامج حسب المناطق الجغرافية وعدد تكرارها في الحصص، حيث يظهر أن القضايا الوطنية حظيت بالمرتبة الأولى بنسبة 86% لتليها في المرتبة الثانية القضايا الدولية بنسبة 6%، أما المرتبة الثالثة تمثلت في القضايا المحلية بنسبة 4%، ثم تليها القضايا الجهوية والإقليمية في نفس الترتيب بنسبة 2%.
- نلاحظ من خلال الجدول رقم (09) أن القضايا الوطنية حظيت بالمرتبة الأولى، لأن البرنامج يحرص في كل الحصص على تسليط الضوء على القضايا الوطنية الشاغلة للرأي العام، فهو يهتم بدرجة كبيرة في طرح المشاكل الاقتصادية الموجودة في الجزائر وإعطائها حجمها الطبيعي من النقاش وجعلها من أولويات البرنامج، وذلك لإصلاح الشأن الاقتصادي الجزائري وإعادة هيكلة الميكانيزمات الاقتصادية وتعديلها وفق خبرة الشخصيات المستضافة والتقارير والدراسات المقدمة من طرفها في المجال الاقتصادي، وذلك لمعالجة المواضيع الاقتصادية للوطن وتقديمها في طابع جديد يكشف العراقيل

والنقائص التي تواجه الاقتصاد الوطني، إضافة الى مجموعة من الحلول البناءة المقترحة في البرنامج التي تزيد من ازدهار البلاد بصفة خاصة.

أما القضايا الدولية نالت هي الأخرى تركيزا من قبل البرنامج وقد جاءت في المرتبة الثانية لزيادة الوعي، وتوضيح أن الالتفاف بالمستوى العالمي ضروري لبناء بنية متينة كالشراكات الخارجية مثلا تقوي السيادة الوطنية سياسيا، وأمنيا، واقتصاديا، وتساعد في زيادة مداخيل الدولة، وتنوع الاقتصاد فيصبح التعامل بالعملة الصعبة، وتجدر الإشارة ان هدف البرنامج من طرح القضايا الدولية هو جعل القطاعات المسؤولة له تتحرك وتتخذ إجراءات وقرارات إستراتيجية في ما يخص تنمية الاقتصاد والتخفيف من وقوع الاقتصاد الوطني في أزمات حرجة.

وبالنسبة للقضايا المحلية فالبرنامج لم يعطي أهمية للقضايا اللوائية، وإنما لخصها في قرارات وطنية تتدرج ضمنها القضايا المحلية.

أما القضايا الجهوية والإقليمية نلاحظ أنها لم تستوفي حقها من النقاش كما هو مألوف في البرنامج فهو لم يهتم بمثل هذه القضايا التي فرضت نفسها في البرنامج، بالرغم من انه كان بالإمكان ان تكون لهذه القضايا حصة في رفع الاقتصاد الوطني، وحسب رأي الباحثين ان الاهتمام بالجغرافيا الجهوية سيحسن استغلال الثروات الموجودة في الجزائر والقدرة على توجيه المسؤولين الى وجهات جديدة تمكنهم من تسديد مجموعة من المشاكل، والجغرافيا الإقليمية ستصنع التحالف مع دول الجوار وتزيد من المشاريع التي ستندرج على الاقتصاد الوطني بمدخيل متنوعة.


نتائج الدراسة

اعتمدت الدراسة على متابعة وتحليل القضايا الاقتصادية في الجزائر سنة 2019 في برنامج تلفزيوني

حواري متمثل في الحوار الاقتصادي تبين لنا:

- نستنتج أن برنامج الحوار الاقتصادي عالج مواضيع متنوعة تستجيب لقدرة الطرح خادمة للاقتصاد الوطني.
- المادة الاعلامية الغالبة في برنامج الحوار الاقتصادي هي الحوار باعتباره برنامج حوار يقيم على التحليل والنقاش ومعرفة وجهات نظر الشخصيات حول المواضيع المثارة.
- أما فيما يخص طبيعة اللغة المستخدمة في برنامج الحوار الاقتصادي هي اللغة الفصحى نظرا لكونها لغة علم ولغة تحاور بين النخبة المثقفة لتوصيل المعلومة بقيمتها الحقيقية.
- اتضح لنا من خلال تحليل حصص البرنامج انه جاء معارضا لمعظم القضايا المتناولة وهذا دليل واضح على أن هدف البرنامج هو كشف الثغرات في الساحة الاقتصادية وتقديم الحلول اللازمة لها من قبل أهل الاختصاص
- كشفت الدراسة أن البرنامج يستضيف شخصيات متنوعة خاصة المسؤولين حتى يكون البرنامج يستند على دلائل واقعية، فهو برنامج خبرة لا تموقع، على عكس الشخصيات السياسية التي تكاد تتعدم تماما في البرنامج رغم أن الاقتصاد قلب السياسة، ورغم كل التحولات السياسية الحاصلة سنة 2019 كالحراك الشعبي الذي تغاضى عن ذكره.
- يعتمد البرنامج على مصادر رسمية كونه يعالج القضايا الوطنية بكثرة.
- تمثل نمط خطاب الشخصيات في البرنامج في التحليل فهو يهدف الى تفسير القضايا الاقتصادية ومسببات حدوثها منخلا معرفة آراء شخصيات خبيرة في المجال.

- نستنتج أن برنامج الحوار الاقتصادي قد ركز في طرحه للمواضيع على المواضيع الوطنية كون أن هذه الأخيرة لها الأسبقية في الطرح، وأهمل المواضيع الأخرى كالإقليمية والجهوية رغم أنها تتساوى مع القضايا الوطنية في محاربة الكساد الاقتصادي.
- أوضحت الدراسة أنه لم يحدث تغيير في تغطية البرنامج للواقع الاقتصادي بعد الحراك فتقريباً نفس المواضيع المثارة قبل الحراك نوقشت أثناءه، وهو راجع لعدم استقلالية البرنامج في طرح المواضيع التي يراها مناسبة



خاتمة

يعد التلفزيون من أقوى وأهم وسائل الاعلام لقوته في شدة الانتباه والتأثير على الجماهير لما يتميز به من مزايا وخصائص توافق إمكانيات المشاهد، ويشاهده مختلف الطبقات، كما له دور كبير في مناقشة المواضيع والقضايا بأنواعها، وذلك من خلال البرامج التي يعرضها كالبرامج الحوارية والتي تمد للمشاهد صورة عن مختلف المشاكل التي تحدث في جميع المجالات، سواء المجال السياسي، أو الاقتصادي، أو الاجتماعي، أو الثقافي..... الخ.

وحاولنا من خلال هذه الدراسة تحليل برنامج الحوار الاقتصادي من خلال تحليل القضايا الاقتصادية التي يتناولها، ومعرفة الصورة التي يصورها للمشاهد عن هذه القضايا، حيث استنتجنا من خلال تحليلنا للبرنامج أن الجزائر تعاني من مشاكل في القطاع الاقتصادي خاصة وأنها عاشت فترة عويصة خلال سنة 2019 وأثرت عليها وتمثلت في الحراك الشعبي والفراغ السياسي طيلة شهور مما جعل نشاطها الاقتصادي يتراجع ، ويعاني من الركود حيث تناول البرنامج هذه المواضيع محاولا في ذلك إيجاد الحلول والوقوف من جديد، قبل أن يتأزم الوضع أكثر، كما أن البرنامج يستضيف شخصيات كالخبراء من اجل إثراء المشاهد بالمعلومات وكافة الحقائق والوقائع من مختلف المصادر وذا ما استخلصناه من دراستنا والتي تتمحور أساسا على تأطير البرنامج للقضايا الاقتصادية.

قائمة المراجع

أ) المعاجم:

عصام نور الدين، معجم الوسيط، دار الكتب العلمية، الأردن، 1971.

ب) الكتب العربية:

- أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
- أحمد زكريا أحمد، نظريات الاعلام-مدخل لاهتمامات وسائل الاعلام وجمهورها-، المكتبة العصرية، مصر.
- أدهم محمود، الأسس الفنية للتحليل الصحفي العام، ط1، مكتبة أنجلو المصرية، القاهرة، 1984.
- أديب خضور، الحديث التلفزيوني، ط1، المكتبة الاعلامية، دمشق، 2002.
- أنور حسين عبد الرحمان، تحليل المحتوى، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.
- أنيس ابراهيم، في اللهجات العربية، ط4، مكتبة أنجلو المصرية، مصر.
- ابراهيم عبد العزيز دعليج، مناهج وطرق البحث العلمي، دار الصفاء للنشر والتوزيع، 2014.
- بهات حسيب، الحوار التلفزيوني فن ومعرفة، ط1، المديرية العامة للمكتبات العامة، إقليم كردستان، 2018.
- جمال شحاتة حبيب، منهجية البحث العلمي في الخدمة الاجتماعية والعلوم الانسانية، ط1 المكتب الجامعي الحديث.
- حسن عماد المكاي، إنتاج البرامج للراديو، ط1، مكتبة انجلو المصرية، القاهرة، 1989.

قائمة المراجع

- حسن عماد المكاوي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية ط6، مصر، 2006.
- رشدي طعيمة، تحليل المحتوى في العلوم الانسانية (مفهومه، أسسه، استخداماته)، دار الفكر العربي للطباعة والنشر، القاهرة، 2020.
- رمزي ناهد، الرأي العام والسيكولوجيا السياسية، دط، مكتبة أنجلو المصرية، القاهرة، 1991.
- سعد لبيب، فن الحوار، ط1، دار الحرية للطباعة والنشر، بغداد، 1972.
- سليم عبد النبي، الإعلام التليفزيوني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان.
- سمير حسين، بحوث الإعلام، ط2، عالم الكتاب، القاهرة، 2006.
- سمير محمد حسن، تحليل المضمون، ط1، عالم الكتاب، القاهرة، 1983.
- سوزان يوسف، إنتاج برامج للراديو والتلفزيون، دط، مكتبة الشباب، القاهرة، 2005.
- شيماء زغيب، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الاعلامية، ط1، الدار المصرية اللبنانية، 2009.
- عاصف حميد، العمل الإذاعي والتلفزيوني (مفاتيح النجاح وأسرار الإبداع)، مطبعة الظفرة للطباعة والنشر والتوزيع، أبو ظبي، 2004.
- عودة المكاوي، أساسيات البحث العلمي في التربية والعلوم الانسانية، دط، مكتبة المنار للنشر والتوزيع، 1987.
- فلاح كاظم المحنه، البرامج الإذاعية والتلفزيونية، ط1، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2000.
- كرم الشلبي، المذيع وفن تقديم البرامج في الراديو والتلفزيون، دط، دار الشروق، الجدة، 2008.
- لويس هيرمان، الأسس العلمية (كتابة السيناريو)، ترجمة مصطفى محرم، دط، منشورات وزارة الثقافة دمشق، 2000.

- محمد الجفيري، البرامج الإذاعية والتلفزيونية، دط، دار الصناع للإبداع والإنتاج، السعودية 2002.
- محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الاعلام، دار المعرفة للنشر والتوزيع، عمان 2012.
- محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتاب، القاهرة، 2004.
- محمد عوض، بركات عبد العزيز، الخبر الإذاعي والتلفزيوني، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة 1996.
- محمد مهني، اللغة الاعلامية، دط، دار النهضة العربية، القاهرة.
- منال هلال مزاهرة، بحوث الاعلام (أسس ومبادئ)، ط1، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان 2011.
- منى ابراهيم، الحوار وفنائه واستراتيجياته، ط1، مكتبة هبة، القاهرة، 2003.
- منى سعيد، الاعلام والمجتمع، ط3، الدار المصرية اللبنانية، 2010.
- نسرين حسونة، نظريات الاعلام والاتصال، شبكة الألوكة، 2010.
- نعيمة بردادي، الفكر والمجتمع، العدد الرابع عشر، ط1، طاكساج كوم للدراسات والنشر والتوزيع الجزائر، 2012.
- يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، طاكساج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007.
- (ت) الرسائل الجامعية:
 - أنور محمد الروّاس، اتجاهات الفجوة العثمانية نحو البرامج الحوارية والرأي في القنوات الفضائية العربية، دراسة مقارنة على الإعلاميين والاكاديميين العمانيين، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الاعلام، جامعة السلطان قابوس، عمان.

- ابراهيم أحمد حسين زيزيت، أطر المعالجة الإعلامية لقضايا الإصلاح الاقتصادي في مصر، رسالة، مقدمة للحصول على درجة الماجستير في الاعلام، جامعة القاهرة، 2017.
- ابراهيم بن أحمد سعيد، ثقافة الحوار في وسائل الاعلام السعودية، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في الاعلام، جامعة الإمام بن سعود الاسلامية، 2012.
- بلقاسم مام، الاعلام الاقتصادي في التلفزيون الجزائري من خلال حصة المؤشر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الاعلام، جامعة الجزائر، 2003/2004.
- جهيدة شيباني، المعالجة الإعلامية للقضايا الاقتصادية الراهنة في قناة الجزائرية الثالثة tv a3 دراسة تحليلية لبرنامج -الحوار الاقتصادي-، مذكرة لنيل درجة الماستر في الاعلام والاتصال تخصص سمعي بصري، جامعة أم البواقي، 2016.
- حسن راضي السوداني، انتهاك حق الخصوصية في أشكال ومضامين البرامج الحوارية في القنوات العراقية الفضائية، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في الاعلام، 2014.
- خالد صلاح الدين، دور التلفزيون والصحف في تشكيل معلومات واتجاهات الجمهور نحو القضايا الخارجية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الاعلام بجامعة القاهرة، 2007.
- رجاء يونس سليمان أبو مزيد، الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو قضية المصالحة الفلسطينية رسالة ماجستير غير منشورة بالجامعة الاسلامية، غزة، 2019.
- سلوى وقاف، الاساليب الإقناعية في البرامج التلفزيونية، دراسة تحليلية لبرنامج خط أحمر على قناة الشروق tv مذكرة لنيل درجة الماستر في الاعلام والاتصال، تخصص علاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي 2015.

- طارق بن ناصر الشدوخي، أساليب تقديم البرامج الحوارية وعلاقتها بتعزيز المشاهدة، دراسة على عينة من برامج القنوات التلفازية الفضائية والجمهور السعودي، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الاعلام، جامعة محمد بن سعود الإسلامية السعودية، 2008.
- عبد الوهاب المنير بدور، توظيف البرامج التلفزيونية في تعزيز القيم الاجتماعية للشباب الجامعي (دراسة تطبيقية على برنامج أوراق شبابية على تلفزيون الشروق من 2013 الى 2014م) مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، تخصص إعلام، جامعة الرباط الوطني 2016.
- علي عبد المعطي محمود الحلاطه، "القيم الاجتماعية في البرامج الحوارية في التلفزيون الأردني من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية: برنامج يسعد صباحك نموذجاً"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، بجامعة الشرق الأوسط، الأردن، سنة 2012.
- محمد إسماعيل، التغطية الصحفية الغربية لشؤون العالم الإسلامي من خلال عقد التسعينات رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الاعلام بجامعة القاهرة، 2007.
- محمد سعد عطية العجلة، الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو قضية الاستيطان (الإسرائيلي) في الضفة الغربية، دراسة تحليلية مقارنة، رسالة ماجستير في تخصص الصحافة، الجامعة الإسلامية غزة، 2015.
- محمد شحدة علي الحروب، "معالجة الصحافة السعودية للشأن الاقتصادي دراسة تحليل المضمون" مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، بجامعة الشرق الأوسط، الأردن، سنة 2012 .
- نصيرة تامي، المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب من خلال البرامج الحوارية في الفضائيات الإخبارية العربية المتخصصة، دراسة تحليلية مقارنة بين قناة "الجزيرة" القطرية وقناة "العربية" السعودية، رسالة مقدمة للحصول على درجة الدكتوراه في الاعلام، تخصص إعلام، جامعة الجزائر 3 2012.

المجالات والمقالات:

- احمد سلام عبده، الأطر الخيرية للمعالجة الصحفية للقضايا العربية في المجالات المصرية: الاعتداءات الإسرائيلية على قطاع غزة، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، العدد الثالث والثلاثون جامعة القاهرة، كلية الاعلام، 2009.
- بدر الدين زواقة، اتجاهات أساتذة الاعلام والاتصال الجزائريين نحو البرامج الحوارية في القنوات الفضائية، دراسة وصفية، مجلة الدراسات الاعلامية، العدد الثامن، الجزء الثاني، 2017.
- حمزة رملي، التمويل غير التقليدي في الجزائر وفق تعديلات قانون النقد والقرض، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، العدد الأول، المركز الجامعي بميلة، 2018.
- حمزة كحال، التضخم بطارد الجزائريين وسط تسارع طباعة النقود، مجلة العربي الجديد، العدد الأول، 2018.
- زينب سعدي، نظرية التأطير الإعلامي، المحاضرة الثامنة في مقياس نظريات الاعلام والاتصال جامعة البويرة، دك، دس.
- عبد الله ناصر الحمود، أطر المعالجة الاعلامية للمشروعات الاقتصادية الكبرى في الدول العربية، دراسة حالة لمشروعات الهيئة الملكية للجليل وبنبع "بالسعودية قناة السويس الجديدة بمصر" إقلاع للنهوض بقطاع الصناعة بالمغرب، دراسة مقدمة للمنتدى السنوي السابع للجمعية السعودية، إعلام واتصال، إعلام واقتصاد، تكامل الأدوار في خدمة التنمية، الرياض، 2016.


المراجع الأجنبية:

المجلات الأجنبية:

• journal of communication ، Framing as a theory of media effects: Dietram a. Scheufele

1999.، the international communication association: Washington. issue1.vol49

-
- second level agenda setting in the new Hampshire** ، Guy Golan and Wayne Wanta •
- acomparison of converge in the newspapers and public perception of :primary**
- 2001.،87، volum، **journalism and mass communication quarterly،candidates**
- haw the news media : assessing the democratic dabate**، frauke schnell،Karen Callaghan •
- 01.20 ، 2، no، 18، vol، **political communication،frame elite Policy discourse**
- ، **journal of communication، toward of fractured pradigm: « Framing**،Rober m. Entman •
- 1993.، the international communication association، Washington، **issue4،volume 43**
- asocial cognitive : starategy and issue Framing in election compain coverage**،Woong rhee •
- 3.1977.، no، vol 47، **journal of communication،account of Framing effects**



الفهرس

الفصل الأول: المقاربة المنهجية للدراسة.

05	1. تحديد الإشكالية.....
07	2. تساؤلات الدراسة.....
07	3. أسباب اختيار موضوع الدراسة.....
08	4. أهمية الدراسة.....
08	5. أهداف الدراسة.....
09	6. نوع الدراسة.....
09	7. منهج الدراسة وأدواتها.....
15	8. مجتمع البحث وعينة الدراسة.....
18	9. حدود الدراسة.....
18	10. مفاهيم الدراسة.....

20	11. الدراسات السابقة.....
----	---------------------------

الفصل الثاني: مدخل إلى البرامج الحوارية والخلفية النظرية.

37	تمهيد المبحث.....
38	المبحث الأول: البرامج الحوارية بين المفهوم والنشأة.....
38	المطلب الأول: مفهوم البرامج الحوارية.....
40	المطلب الثاني: نشأة البرامج الحوارية.....
42	المطلب الثالث: أهم القوالب المستخدمة في البرامج الحوارية.....
45	المطلب الرابع: لغة الحوار التلفزيوني.....
46	المطلب الخامس: مكونات البرنامج الحوارية.....
49	المطلب السادس: الأساليب المستخدمة لبناء برنامج حوارية.....
53	المطلب السابع: أهمية البرامج الحوارية.....
55	تمهيد المبحث.....

56	المبحث الثاني: نظرية التأطير الإعلامي.....
56	المطلب الأول: نشأة نظرية التأطير الإعلامي.....
57	المطلب الثاني: مفهوم نظرية التأطير الإعلامي.....
61	المطلب الثالث: نماذج الأطر الإعلامية.....
65	المطلب الرابع: أنواع تشكيل الإطار الإعلامي وأهم وظائفها.....
66	المطلب الخامس: آليات التأطير الإعلامي.....
70	المطلب السادس: آليات التأطير الإعلامي.....
71	المطلب السابع: نقد النظرية.....
73	خلاصة الفصل.....

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي.

75	تمهيد الفصل.....
76	بطاقة فنية لقناة الجزائرية الثالثة.....

79	بطاقة فنية لبرنامج الحوار الاقتصادي.....
80	التحليل الكيفي والكيفي.....
104	نتائج الدراسة.....
107	خاتمة.....

قائمة الجداول:

16	الجدول رقم(01): يوضح عينة الدراسة.....
80	الجدول رقم(02): يوضح فئة نمط المادة الإعلامية.....
82	الجدول رقم(03): يوضح فئة اللغة.....
85	الجدول رقم(04): يوضح فئة الموضوع.....
91	الجدول رقم(05): يوضح فئة الاتجاه.....
93	الجدول رقم(06): يوضح فئة المصدر.....
95	الجدول رقم(07): يوضح فئة الشخصيات.....

98	الجدول رقم(08): يوضح فئة نمط الخطاب.....
101	الجدول رقم(09): يوضح فئة الدائرة الجغرافية.....

قائمة التمثيل البياني:

81	التمثيل البياني رقم(01): يوضح فئة نمط المادة الإعلامية.....
83	التمثيل البياني رقم(02): يوضح فئة اللغة.....
86	التمثيل البياني رقم(03): يوضح فئة الموضوع.....
91	التمثيل البياني رقم(04): يوضح فئة الاتجاه.....
94	التمثيل البياني رقم(05): يوضح فئة المصدر.....
96	التمثيل البياني رقم(06): يوضح فئة الشخصيات.....
99	التمثيل البياني رقم(07): يوضح فئة نمط الخطاب.....
102	التمثيل البياني رقم(08): يوضح فئة الدائرة الجغرافية.....
	التمثيل البياني رقم(09): يوضح عملية بناء الأطر أو تشكيلها....

الملاحق

قائمة الأساتذة المحكمين:

اسم ولقب المحكم	الرتبة العلمية	مؤسسة الانتماء	تاريخ التحكيم
كريمة جنادي	أستاذ مساعد	جامعة خميس مليانة	18.06.2019
سمير دحماني	أستاذ مساعد	جامعة خميس مليانة	11.07.2020
فاطمة الزهراء اقليمين	أستاذ مساعد	جامعة خميس مليانة	15.06.2020
منير نوري	بروفيسور	جامعة الشلف	05.07.2020

جامعة الجيلاي بونعامة خميس مليانة
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم العلوم الانسانية
شعبة علوم الاعلام والاتصال

استمارة تحليل المضمون
الموضوع :

تأطير البرامج الحوارية المتلفزة للقضايا الاقتصادية في الجزائر سنة 2019
دراسة تحليلية لبرنامج الحوار الاقتصادي لقناة الجزائرية الثالثة نموذجا

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

يطيب لنا أن نتقدم الى حضرتكم برجاء الاطلاع على الوثيقة التي بين أيديكم المتمثلة في استمارة تحليل المضمون الخاصة بإنجاز مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في تخصص اتصال وعلاقات عامة تحت العنوان المشار إليه، وذلك بغرض تحكيمها وتقديم الملاحظات القيمة حولها، سواء من حيث المبنى أو الصياغة اللغوية للفئات والمؤشرات، أو من حيث مدى توافق هذه الفئات والمؤشرات مع موضوع وأهداف الدراسة.

وفي الأخير تقبلوا منا فائق الاحترام والتقدير.

إعداد الطالبتين:
- سامية طرفة
- عائشة بوشارب
تحت إشراف
د.نعيم بلعموري

الموسم الجامعي: 2019 - 2020

أولاً: جدول يوضح فئات الشكل (كيف قيل؟)

الفئات	المؤشرات	رأي المحكمين
نمط المادة الإعلامية	- حوار - تقرير - ريبورتاج	
اللغة المستخدمة	- فصحي - عامية - فرنسية - مزيج بين اللغات	

ثانياً: جدول يوضح فئات المضمون (ماذا قيل؟)

الفئات	المؤشرات	رأي المحكمين
فئة الموضوع	- التمويل غير التقليدي - التضخم - قانون المالية - الضرائب - انهيار قيمة الدينار مقابل العملة الصعبة - مركزية القرار ولا مركزية التسيير - الأزمة الاقتصادية - تأثير الازمة السياسية على الاقتصاد - عصرنة المؤسسات الاقتصادية - ركود الاقتصاد	

	<ul style="list-style-type: none"> - مؤيد - محايد - معارض 	فئة الاتجاه
	<ul style="list-style-type: none"> - أجنبية - وطنية - رسمية - غير رسمية 	فئة المصدر
	<ul style="list-style-type: none"> - سياسيين - أكاديميين - نقابيين - مسؤولين 	فئة الشخصيات
	<ul style="list-style-type: none"> - تحليل - تقرير - تعليق - تنبؤ 	فئة نمط الخطاب
	<ul style="list-style-type: none"> - محلي - جهوي - وطني - اقليمي - دولي 	فئة الدائرة الجغرافية

دليل التعريفات الإجرائية:

أولاً: فئات متعلقة بالشكل وعناصرها

الجدول رقم (1) يوضح فئة نمط المادة الإعلامية ونقصد بها القوالب الصحفية التي عالج بها البرنامج القضايا الاقتصادية وتنقسم الى :

- حوار
- تقرير
- روبرتاج

رأي المحكمين

الجدول رقم(2) يوضح فئة اللغة المستخدمة ونقصد بها اللغة الغالبة في البرنامج خلال عرضه للمواضيع الاقتصادية وتنقسم الى:

- فصحي
- عامية
- فرنسية
- مزيج بين اللغات

رأي المحكمين

ثانياً: فئات متعلقة بالمضمون وعناصرها.

الجدول رقم (3) يوضح فئة الموضوع ويقصد بها القضايا الاقتصادية التي تمت مناقشتها في البرنامج وتنقسم الى :

- **التمويل غير التقليدي** : سياسة نقدية غير تقليدية تستخدمها البنوك المركزية لتنشيط الاقتصاد القومي عندما تصبح السياسة النقدية التقليدية غير فعالة، و لزيادة كمية الاموال المتاحة في الاقتصاد و الحفاظ على معدلات الفائدة في السوق عند قيمة الهدف المحدد .

رأي المحكمين

- **التضخم**: هو انخفاض القوة الشرائية لوحدة النقد بما يخلق فجوة بين الدخل و ثمن السلع و بمعنى آخر ضعف القدرة الشرائية للعملة، ما يدفع الى انخفاض المستوى المعيشي وزيادة معدلات الفقر في المجتمع.

رأي المحكمين

- **قانون المالية**: يقصد به قانون الموازنة العامة، و يتم صياغته لوضع التوقعات حول الإيرادات الممكن الحصول عليها في السنة المالية وحجم الانفاقات التي تود الحكومة انفاقها في نفس السنة.

رأي المحكمين

- **الضرائب**: هي مبلغ نقدي تفتطعه الدولة من الاشخاص و المؤسسات بهدف تمويل نفقات الدولة أو دعم قطاعات معينة أو الانفاق على البنية التحتية كبناء الطرقات .

رأي المحكمين

- انهيار قيمة الدينار مقابل العملة الصعبة: يقصد به الهبوط الحاد للدينار مقابل العملات الأجنبية، أي تدهور الوضع المالي الاقتصادي وتراجع الدينار بشكل غير مسبوق، أما ارتفاع العملة الصعبة فيقصد بها العملة القوية التي يتم استخدامها كعملة تبادل دولية تكون قيمتها ثابتة نسبياً كالدولار والين الياباني والأورو مثلاً.
-

رأي المحكمين

- مركزية القرار و لا مركزية التسيير: يقصد بها جهاز تنسيقي يكون بين الدولة وبين المستويات الحاكمة لها و التي تعني صعوبة اتخاذ الولاة للقرارات و انعدام التسيير للمشاريع و الخطوات التطبيقية كونها موصولة بالقرار القيادي.
-

رأي المحكمين

- الأزمات الاقتصادية: هي حالة حادة يحدث فيها اضطرابات مفاجئة في اي مكون من مكونات المنظومة الاقتصادية و التي تؤدي الى انكماش الاقتصاد.
-

رأي المحكمين

- تأثير الأزمة السياسية على الاقتصاد: يقصد بها تحول مفاجئ في الوضع السياسي للبلاد حيث يحدث تأثير كبير على جميع القطاعات منه القطاع الاقتصادي .
-

رأي المحكمين

- **عصرنة المؤسسات الاقتصادية:** يقصد بها تفعيل واستخدام تقنيات جديدة داخل المؤسسة من خلال تطبيق الادارة الالكترونية من أجل تحسين خدماتها.
-

رأي المحكمين

- **ركود الاقتصاد:** هو انخفاض الناتج المحلي الاجمالي للدولة أو تسجيل نمو سلبي في الناتج المحلي الاجمالي لمدة فصلين متعاقبين أو أكثر وهو مصطلح يعبر عن هبوط النمو الاقتصادي لمنطقة معينة و يؤدي الى كسادها.
-

رأي المحكمين

لجدول رقم(4) يوضح فئة المصدر ويقصد به مصدر المعلومات و المعطيات التي يركز عليه البرنامج في تقييمه للواقع الاقتصادي في الجزائر وتنقسم الى:

- **أجنبية:** نقصد بها المعطيات التي يقدمها البنك الدولي و كذا المراكز الاجنبية.
 - **وطنية:** نعني بها المراكز الوطنية .
 - **رسمية:** نعني بها المصادر الحكومية المتمثلة في المعلومات و المعطيات التي تصدر عن: الجهات الحكومية، تصريحات الوزراء، نواب برلمانيين.
 - **غير رسمية:** هي المصادر المتحصل عليها من خلال المؤتمرات و الحوارات و الندوات أو آراء المواطنين، تقارير الصحفيين.
-

رأي المحكمين

الجدول رقم (5) يوضح فئة الاتجاه ونقصد بها موقف البرنامج من الواقع الاقتصادي من خلال المواضيع المعروضة وتنقسم الى:

- مؤيد: التأييد لواقع الحال بشأن الموضوع الاقتصادي المتناول.
 - معارض: تعني الرفض للواقع بشأن المواضيع المتناولة.
 - محايد: عدم إبداء الرأي حول المواضيع وإنما عرضها بأسلوب متوازن يهدف الى توصيل المعلومة فقط.
-
-

رأي المحكمين

الجدول رقم(6) يوضح فئة الشخصيات وهي الأطراف الفاعلة والتي تم استضافتها في البرنامج وتنقسم الى:

- سياسيين: كرئيس حزب، نائب برلمان.
 - أكاديميين: خبراء، باحثين، أساتذة.
 - نقابيين: نقابي عن شريحة عمالية أو فئة مهنية ما.
 - مسؤولين: وزير، رئيس حكومة، رئيس مصلحة، رئيس وكالة وطنية.
-
-

رأي المحكمين

الجدول رقم (7) يوضح فئة نمط الخطاب ويقصد بها الأسلوب الذي تبنته الشخصيات المستضافة أثناء مناقشة المواضيع المطروحة وتنقسم الى:

- التحليل: يتمثل في تفسير الشخصيات و تحليلهم للمواضيع بطريقة ذاتية تتضمن آراءهم.
 - التقرير: نقصد بها مناقشة المستضافين في البرنامج المواضيع المطروحة بموضوعية وفق معطيات ومدلولات رقمية.
 - التنبؤ: نقصد به تقديم الجهة المستضافة لتصوراتها الشخصية لما سيحدث مستقبلا في القطاع الاقتصادي .
 - التعليق: نقصد به التحدث عن المواضيع دون ذكر الأسباب و التفاصيل.
-
-

رأي المحكمين

الجدول رقم (9) يمثل فئة الدائرة الجغرافية و نقصد بها متابعة البرنامج الاقتصاد الوطني حسب المناطق الجغرافية وتنقسم الى:

- محلي: متابعة المشاكل الاقتصادية في الولايات.
- جهوي: مدى الاهتمام بالقضية الاقتصادية في جهة معينة مثلا الجهة الغربية أو الشرقية.
- وطني: تناول القضايا التي تهم الوطن ككل.
- إقليمي: تناول القضية الاقتصادية على مستوى دول الجوار او المحيط المغاربي او العربي او المتوسطي مثلا.
- دولي: تناول القضايا الاقتصادية على المستوى العالمي مثلا.

رأي المحكمين