

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

MOHAMEDSEDDIK BENYAHIA UNIVERSITY-JIJEL
HUMAN AND SOCIAL SCIENCES FACULTY
DEPARTEMENT OF INFORMATION AND
COMMUNICATION SCIENCES

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال



العنوان

واقع معالجة الصحافة المحلية للمواضيع الاقتصادية دراسة تحليلية ليومية جيجل الجديدة

مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: سمعي بصري

لجنة المناقشة /

- الأستاذ(ة) : إيدير شيباني رئيسا
- الأستاذ(ة) : رضوان بوحيلة مشرفا
- الأستاذ(ة) : أمين جنيح مناقشا

من إعداد الطلبة /

- الطالب(ة) لحكيري شهرزاد
- الطالب(ة) بوودن صونية

شكر وعرّفان

الحمد لله حمدا كثيرا طيبا مباركا فيه، متصل غير منقطع على فضله ونعمه
العظيمة أحمده على توفيقه لإتمام هذه الدراسة

نصلي ونسلم على خير نبي أرسل للعالمين سيدنا محمد عليه أركى الصلاة
وأفضل التسليم وعلى آله وصحبه أجمعين

نتوجه بجزيل الشكر وجميل العرفان الأستاذ "الدكتور رضوان بوحيلة"
الذي تكرم بقبول الإشراف على هذه المذكرة وعلى جميع التوجيهات
والملاحظات والنصائح.

كما لا يفوتنا أن نتقدم بوافر التقدير والاحترام لأعضاء اللجنة المحترمين على
عناء قراءة المذكرة وقبولها وتصويبها.

وكذلك نتقدم بخالص الشكر إلى كل من درسنا من أساتذة كلية العلوم الإنسانية
الاجتماعية خاصة أساتذة سمعي بصري بجامعة محمد الصديق بن يحي
القطب تاسوست وإلى كل من موظفي المكتبة جزاهم الله كل خير

وفي الأخير نشكر كل من قدم لنا يد العون والمساعدة من قريب أو من بعيد
ونسأل الله عز وجل أن يجعل ذلك في ميزان حسناتهم إنه قريب مجيب.

صونية / شهرزاد

إهداء

الحمد لله ممما حمدناه فلن تستوفي حمده والصلوة والسلام
على من لا نبي بعده محمد صل الله عليه وسلم " اهدي
تخرجي إلى النور الذي أنار دربي والسراج الذي لا ينطفئ
نوره أبدا والذي بذل جهد السنين من أجل أن أعتلي سلالم
النجاح أبي العزيز دمت لنا ذخرا حفظك الله وأطال في
عمرك "

" إليك يا بسمه حياتي وسر وجودي يا من دعائك سر نجاحي
يا نبع العنان وجنة الدنيا وقرة عيني ومصباح حياتي وضياؤها
أمي رحمتك الله وغفر لي وجعلك من أهل الجنة "

" إليكم يا سدي ورازح ظمري إخوتي وأخواتي دمتم لي
سندا حفظكم الله "

إلى فرشات المنزل وسيم، أمجد، لميس " حفظكم الله

" إلى كل الأصدقاء والزلاء وكل من شاركني فرحتي وكل
من أحبني إليك من تقراً وإلى كل الأشخاص الذين أحمل لهم
المحبة والتقدير "

صونية

إهداء

إذا كان الإهداء جزء من الوفاء أهدي عملي هذا إلي:

بأنامل تحيط بقلم أعياء التعب والأرق، ولا يقوى على الحراك يتكأ
على قطرات حبر مملوءة بالحزن والفرح

حزن يشويه الفراق بعد تجمع وفرح لبلوغ فجر جديد من حياتي هو
يوم تخرجي

هنا سوف أضع كلمات لكل من ترك بصمة في حياتي وتغير مجراها
وعمق في توسيع مداركي العلمية والعقلية.

إلى من شرفني بحمل اسمه إلى من أعطى فأجزل العطاء، إلى من
بدل الغالي والنفيس في سبيل تعليمي "أبي" رحمه الله وجعله في
جنة الخلد.

إلى من أعطتني الكثير ولم تنتظر الشكر إلى من كان دعاءها
سر نجاحي، بحر الحنان ورمز الحب "أمي ثم أمي" حفظها الله وأطال
في عمرها.

إلى إخوتي وصديقاتي من أكن لهم أسمى درجات الحب
والإخلاص .

إلى كل أساتذتي طوال مشواري الدراسي لهم مني كل الشكر
والتقدير والاحترام وأخص بالذكر أستاذ السنة الأولى إبتدائي
مصطفى زنتور والأستاذة بن سليمان حبيبة لهم كل الفضل إلى
كل من دعما لي بالتوفيق والسداد... شكرا وألوه شكر.

"وراء كل فرحة وإنجاز جهد وسعي وصبر لا يعلم به أحد إلا الله"

شهرزاد



فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات	
شكر وعرهان	
إهداء	
فهرس المحتويات	
فهرس الجداول	
فهرس الأشكال	
ملخص	
مقدمة.....أب	
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
1- إشكالية الدراسة.....	3
2- التساؤلات.....	5
3- أهداف الدراسة.....	6
4- أهمية الدراسة.....	6
5- مفاهيم الدراسة.....	7
6- أسباب اختيار الموضوع.....	9
7- المدخل النظري للدراسة: المدخل الوظيفي.....	9
8- منهج البحث وأدواته.....	11
9- مجتمع البحث وعينته.....	19
10- الدراسات السابقة.....	22
الفصل الثاني: الصحافة المحلية الإقتصادية	
المبحث الأول: الإعلام المحلي.....	33
أولاً: مفهوم الإعلام المحلي.....	33
ثانياً: نشأة الإعلام المحلي.....	34
ثالثاً: أهمية الإعلام المحلي.....	36
رابعاً: أهداف الإعلام المحلي.....	37
خامساً: خصائص الإعلام المحلي.....	38

فهرس المحتويات

40.....	سادسا: وظائف الإعلام المحلي
41.....	المبحث الثاني: الصحافة المحلية
41.....	أولا: مفهوم الصحافة المحلية
42.....	ثانيا: نشأة الصحافة المحلية
43	ثالثا: أهمية الصحافة المحلية
44	رابعا: خصائص الصحافة المحلية
45	خامسا: وظائف الصحافة المحلية
48	سادسا: مجالات الصحافة المحلية
49	سابعا: واجبات الصحافة المحلية
51	المبحث الثالث: الإعلام الاقتصادي
51	أولا: مفهوم الإعلام الاقتصادي
52	ثانيا: نشأة الإعلام الاقتصادي
53	ثالثا: أهمية الإعلام الاقتصادي
54	رابعا: وظائف الإعلام الاقتصادي
54	خامسا: دور الإعلام الاقتصادي
55	المبحث الرابع: الصحافة الاقتصادية
55	أولا: مفهوم الصحافة الاقتصادية
56	ثانيا: نشأة الصحافة الاقتصادية
58	ثالثا: سمات الصحافة الاقتصادية
58	رابعا: مستويات الصحافة الاقتصادية
59	خامسا: وظائف الصحافة الاقتصادية
60	سادسا: دور الصحافة الاقتصادية
الفصل الثالث: تحليل وتفسير بيانات الدراسة التحليلية.	
63	المبحث الأول: لمحة تاريخية عن يومية جيجل الجديدة
64	المبحث الثاني: إجراءات الدراسة التحليلية
68	المبحث الثالث: تحليل بيانات الدراسة التحليلية
96	نتائج الدراسة

فهرس المحتويات

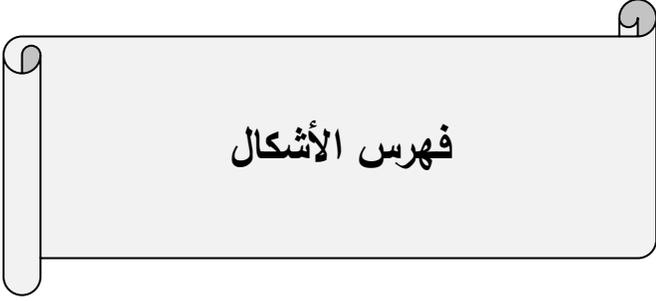
100خاتمة
102المصادر والمراجع
	الملاحق



فهرس الجداول

فهرس الجداول

فهرس الجداول		
68	بيانات تحرير الأنواع الصحفية في يومية جبل الجديدة.	1
70	بيانات توضح الصور والرسومات في يومية جبل الجديدة.	2
71	بيانات توضح العناصر الشيوغرافية للجريدة.	3
72	يوضح بيانات حجم النصوص والصور التحريرية لعينة الدراسة.	4
73	يوضح موقع المواضيع الاقتصادية في يومية جبل الجديدة.	5
75	يوضح المصادر المعتمدة لتغطية المواضيع الاقتصادية ليومية جبل الجديدة	6
76	يمثل حجم العينة التحليلية للمواضيع الاقتصادية بالنسبة لحجم المادة التحريرية لدراسة.	7
79	بيانات توضح مستوى التغطية للمواضيع الاقتصادية ليومية جبل الجديدة.	8
80	بيانات متعلقة بموضوع الصناعة في يومية جبل الجديدة.	9
82	بيانات توضح موضوع التجارة ليومية جبل الجديدة.	10
83	بيانات توضح موضوع الفلاحة ليومية جبل الجديدة.	11
84	يوضح بيانات موضوع الأشغال العمومية في يومية جبل الجديدة.	12
85	بيانات توضح موضوع المالية الخاص بعينة الدراسة ليومية جبل	13
86	يوضح بيانات خاصة بموضوع الثروة المائية لعينة محل الدراسة ليومية جبل الجديدة	14
87	بيانات توضح موضوع النقل لعينة الدراسة الخاصة ليومية جبل الجديدة.	15
88	بيانات تحرير حجم المجالات الاقتصادية في يومية جبل الجديدة.	16



فهرس الأشكال

فهرس الأشكال

فهرس الأشكال		
69	بيانات توضح الأنواع الصحفية في يومية جيجل الجديدة	1
70	بيانات توضح الصور والرسومات في يومية جيجل الجديدة	2
72	بيانات توضح العناصر الشيبوغرافية للجريدة	3
73	يوضح بيانات حجم النصوص والصور الصحفية لعينة الدراسة	4
75	يوضح موقع المواضيع الاقتصادية في يومية جيجل الجديدة	5
77	يوضح المصادر المعتمدة لتغطية المواضيع الاقتصادية ليومية جيجل الجديدة	6
80	يمثل حجم العينة التحليلية للمواضيع الاقتصادية بالنسبة لحجم المادة التحريرية لدراسة	7
82	بيانات توضح مستوى التغطية للمواضيع الاقتصادية لليومية جيجل الجديدة	8
85	بيانات توضح موضوع التجارة ليومية جيجل الجديدة	10
86	بيانات توضح موضوع الفلاحة ليومية جيجل الجديدة	11
87	يوضح بيانات موضوع الأشغال العمومية في يومية جيجل الجديدة	12
89	بيانات توضح موضوع المالية الخاص بعينة الدراسة ليومية جيجل الجديدة	13
91	يوضح بيانات خاصة بموضوع الثروة المانية لعينة محل الدراسة ليومية جيجل الجديدة	14
93	بيانات توضح موضع النقل لعينة الدراسة الخاصة بيومية جيجل الجديدة	15
94	بيانات تحرير حجم المجالات الاقتصادية في يومية جيجل الجديدة	16

ملخص الدراسة:

تتناول الصحافة جوانب مهمة لها علاقة بالمجتمع وخاصة الصحف المحلية التي تهتم بالمجتمع المحلي وهي موضوع دراستنا المتمثل في تحليل محتوى يومية جيجل الجديدة، ومعرفة مدى مساهمتها للمواضيع الاقتصادية، فالصحافة المحلية من وسائل الإعلام المقررة تنشر وتطبع داخل منطقة جغرافية محدودة النطاق تهتم بالأخبار والمشاكل المحلية بالدرجة الأولى وتسعى لتلبية احتياجات واهتمامات المواطنين وخدمت مصالحهم وبما أنها تهتم بالمجتمع المحلي وتعمل على دفع عجلة التطور.

وقد تم استخدام دراسة وصفية مسحية الذي تعتبر طريقة لوصف الظاهرة المدروسة، نستعين في ذلك بعينة من يومية جيجل الجديدة باعتبارها اليومية الوحيدة في مدينة جيجل بعينة أسبوع صناعي على 8 أعداد في فترة حددت من 01 فيفري 2023 إلى 31 مارس 2023.

لنتوصل في الأخير إلى أن المؤشرات مثل التكرار والمساحة وغيرها تبرز مدى أهمية يومية جيجل الجديدة بالمواضيع الاقتصادية فأغلب المواضيع الخاصة بهذه الأخيرة جاءت في الصفحات الداخلية وهي الأكثر مقروئية المدعمة صحفيا التي تخدم مثل هذه الأحداث والأخبار، كالخبر والتقرير اللذان يعالجان المواضيع بسرد ووصف الوقائع، كما تبين الدراسة تنوع المواضيع الاقتصادية المتمثلة في مجال الصناعة والتجارة والفلاحة... كما تبرز اهتمامها في تطوير الاقتصاد المحلي.

الكلمات المفتاحية: الصحافة المحلية، المواضيع الاقتصادية، يومية جيجل الجديدة.

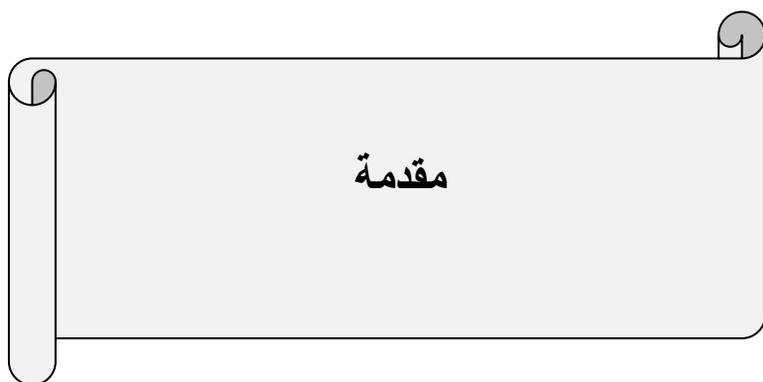
Abstract

Journalism deals with important aspects related to society, especially local newspapers that are concerned with the local community, and it is the subject of our study represented in analyzing the content of the new Jijel daily, and knowing the extent of its contribution to economic issues. It seeks to meet the needs and interests of citizens and serve their interests, since it cares about the local community and works to advance development.

A descriptive survey study was used, which is a way to describe the studied phenomenon. We use a sample from the new Jijel daily, as it is the only daily in the city of Jijel, with a sample of an industrial week on 8 issues in a period specified from February 01, 2023 to March 31, 2023.

In the end, we conclude that indicators such as frequency, area, and others highlight the importance of the new daily Jijel in economic issues. Most of the topics related to the latter came in the inner pages, which are the most readable and supported by the press that serve such events and news, such as the news and the report, which deal with topics by listing and describing the facts, as it turned out. The study diversifies the economic topics represented in the field of industry, trade and agriculture... It also highlights its interest in developing the local economy.

Keywords: local press, economic issues, new Jijel daily.



يمثل الإعلام المحلي للنظام العالمي، فهو بدوره يؤثر ويتأثر بمختلف الأنظمة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وهذا راجع لمختلف الخدمات التي يقدمها في جمع الأخبار وتحريرها وبنها ونشرها. ومع التطور التكنولوجي الذي شهدته وسائل الإعلام أدى إلى ظهور نوع جديد من الإعلام ألا وهو الإعلام المحلي، حيث أصبحت الظاهرة المحلية في الإعلام من الظواهر المميزة لهذا العصر "عصر العولمة" تلك العولمة التي تعد حقيقة قائمة ودافع لا بد من التعامل معه والتواجد فيه بقوة وهنا تبدو أهمية الإعلام المحلي باعتباره صمام الأمان والذي يتم من خلاله الاهتمام والحفاظ على الشخصية والهوية القومية والوطنية وتأكيد وتعميق القيم والتقاليد وخلق ما يعرف بالحس "الإنمائي" وإذا كان الإعلام بصفة عامة هو سبيل الناس إلى التواصل فيما بينهم، بوسائله يأخذون ويعطون وعن طريقه يعرفون ويعرف الآخرون عنهم فان الإعلام المحلي بصفة خاصة يعد المرآة لبيئة المواطن في المجتمعات المحلية تعكس له صورة وهو جزء منها فهو يعمل على أن يكون الفرد فقط ليس مستفيدا من الخدمات ولكن مساهم بشكل فعال في الحفاظ على سلامات أفراد هذا المحيط الحيوي الذي يعيش بداخله.

والصحافة المحلية هي إعلام تنمية بالدرجة الأولى وتعتمد أساسا على خدمة المجتمع أو الإقليم الموجودة فيه وتقوم دائما بتغطية الأحداث التي ترتبط بشكل مباشر بمواطني المنطقة الجغرافية المعنية بها فهي الواحدة القادرة على خلق مساحة عامة يمكن أن تؤثر في محيطها مباشرة لدى فمنا الضروري تلبية توقعات الجمهور والفاعلين في تلك المناطق وهكذا فهي تتابع دائما تطورات المجتمعات المحلية وفي نفس الوقت هي تتطور بحد ذاتها، لتستطيع تغطية التفاعلات والأحداث الاجتماعية، لذلك نجد الدول سواء المتقدمة منها أو النامية قد غيرت نظرتها إلى نظمها الإعلامية المركزية التي لم تنجح في مجتمعاتها المحلية وتميبتها، فلجأت إلى إنشاء وسائل إعلامية محلية وعملت على تشجيعها، وترقيتها تجسيدا لما تطرحه عليها العولمة الإعلامية من ضرورة الحرص على كل ما هو محلي خصوصي لذا شعوبها. و الجزائر واحدة من تلك الدول التي تعمل من أجل تطوير إعلامها وازدهاره، فالإعلام الاقتصادي له أهمية في جميع المجتمعات النامية التي لازالت تحتاج لبرامج تنمية عديدة لتحقيق التطور الاقتصادي، فهو كاشف للمعطيات ذات الطابع الاقتصادي الاجتماعي مما يتيح فهم ذلك المحيط والإحاطة بمختلف المشاكل والرهانات والتطورات، حيث يعرف بمختلف المكتسبات ويجلب الانتباه لنقاط الضعف والعراقيل التي تقف في وجه السير الايجابي للجهاز الاقتصادي، إن المؤسسات المالية الاقتصادية أحوج ما تكون إلى نظام من المعلومات محكم، في

بناءه نجاح في تسييره يوظف وسائل الإعلام وأدوات الاتصال حديثة التوظيف الأمثل لإدراك غايته، لأن النصف الثاني من القرن العشرين شهد انفجار وتطور سريعاً ومذهلاً لطرق جمع المعلومات واستغلالها.

وبناء على ما تقدم فقد جاءت هذه الدراسة في إطار دراسة وصفية مسحية مشكلة من قسم أساسي تحليل المضمون ما ينشر في يومية جيجل الجديدة واختيارها كنموذج حيث مثلت الصحافة الاقتصادية المتغير المستقل للدراسة، فبعد أن تم تخصيص الفصل الأول للإطار المنهجي للدراسة ويحتوي على عدة عناصر تناولت إشكالية البحث وتساؤلاته وتحديد المفاهيم وأهمية وأهداف البحث مع أسباب اختيار الموضوع بالإضافة إلى المدخل النظري لدراسة وكذلك منهج البحث وأدواته وكذلك مجتمع البحث وعينته بالإضافة إلى الدراسات السابقة.

أما في الفصل الثاني قد تناولنا فيه أربعة مباحث وكل مبحث تتدرج تحته عدة مطالب فقد تناولنا في المبحث الأول مفهوم الإعلام المحلي نشأته وأهميته وأهدافه وخصائصه وكذلك وظائفه، أما في ما يخص المبحث الثاني كان تحت عنوان الصحافة المحلية ويتكون من مفهوم الصحافة المحلية نشأتها وأهميتها وكذلك خصائصها ومجالاتها وواجباتها أما فيما يخص المبحث الثالث كان بعنوان الإعلام الاقتصادي استعرضنا فيه مفهوم الإعلام الاقتصادي، نشأته، أهميته، وظائفه، وأخير خصص لدور الإعلام الاقتصادي، أما في المبحث الرابع فقد تناولنا فيه الصحافة الاقتصادية مفهومها وكذلك نشأتها، وسماتها، ومستوياتها، ووظائفها وفي الأخير دورها. أما في الفصل الثالث فقد تناولنا فيه الإطار التطبيقي ويضم ثلاث مباحث، المبحث الأول كان بعنوان لمحة تاريخية عن يومية جيجل الجديدة، أما المبحث الثاني فكان بعنوان إجراءات الدراسة التحليلية، أما فيما يخص المبحث الثالث فكان بعنوان تحليل بيانات الدراسة التحليلية.

ونحن نقدم هذه الدراسة، فإننا نرجو أن تساهم في تقديم إضافة علمية عن بعض حيثيات واقع معالجة الصحافة المحلية للمواضيع الاقتصادية في يومية جيجل الجديدة كما نرجو أن تكون بداية لدراسات أخرى أعمق وأشمل، معتمدة ومسترشدة في ذلك على البحث العلمي ونتأجه الدقيقة.

الفصل الأول:

الإطار المنهجي

للدراصة

1. الإشكالية:

يعتبر الإعلام الاقتصادي أحد أهم فروع الإعلام المتخصص، حيث يقوم بمعالجة الأحداث والتطورات في الحياة الاقتصادية بكافة جوانبها، كما انه يقوم بتغطية كافة القضايا الاقتصادية التي تهم المواطنين، ويركز عليها ويفسرها بشكل مبسط حتى يستطيع المواطن على تحليل معطيات وجمعها وتفحصها من مصادر متعددة من اجل إفصاح على المعلومة الدقيقة التي تفيد القارئ، فيتمحور التركيز على الرؤية التحليلية فهو لا يعرف مجاملة بسبب اعتماده على بناء الأخبار والمقالات على أساس الأرقام، وقد لعب الإعلام الاقتصادي دورا رئيسا في نشر الوعي الصحيح للحاجة الإستراتيجية إلى ذلك القرار وفائدته على الاقتصاد، حيث يكتسي الإعلام الاقتصادي أهمية كبرى بالنظر للدور الذي يلعبه في إنجاح الأهداف التنموية التي تسعى الدول لتحقيقها عن طريق معالجة، ترويج ونشر المعلومات التي تساهم في تزويد المؤسسات الاقتصادية وكذا كافة المواطنين وكل الفاعلين الاقتصاديين بمختلف المعارف، التي تساهم على تعزيز معرفتهم في مختلف الميادين والمجالات.

يعتبر الإعلام الاقتصادي الوجه الحيوي الذي يساير حركة الحياة ، في مختلف دول العالم فضلا عن تطور البنيات التحتية التي تتجدد بشكل مستمر على الصعيد المحلي لكل دولة، لهذا يحتل الإعلام الاقتصادي المركز الأول في اهتمامات الجمهور لأنه لا يوجد أحد لا يدخل الاقتصاد في حياته بشكل أو بآخر، لأن الاقتصاد يدخل تقريبا في أجزاء حياتك اليومية تقريبا لكن نجد نسبة كبيرة من الجمهور لا تدرك ذلك، بمعنى أن الإعلام الاقتصادي لطالما ارتبط وما يزال في أذهان الناس بأرقام جافة ونسب مئوية وشركات كبرى لا علاقة لهم بها، بالتالي نجد أنه يقع في مرتبة متأخرة لدى الجمهور مقارنة بمجالات الأخرى.

تعد الصحافة الاقتصادية أداة إستراتيجية لدفع الاقتصاد، وعامل من عوامل التنمية الحقيقية في بلدان العالم كافة، حيث يحتل الاقتصاد مكانة كبيرة نظرا لتداخله مع مختلف المجالات، فالمعلومة الاقتصادية تشكل أساس كل الانجازات التي يبني عليها الاقتصاد الوطني والعالمي فازدياد ثقل الحياة الاقتصادية وتقدم الموضوع الاقتصادي على الساحة العالمية، دفع العديد من الدول إلى إصدار صحف اقتصادية تساهم في مراقبة النشاط الاقتصادي وتضطلع بالدور المنتظر منها، وتسלט الضوء كل القضايا الاقتصادية التي ترتبط

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

بفروع الاقتصاد والتي تؤثر بشكل كبير وعميق على مسارات العلاقات الدولية وحياة الشعوب والجزائر بدورها عرفت تجربة في مجال الصحافة الاقتصادية شملت مرحلة ما قبل التعددية الإعلامية وما بعده، ففي المرحلة الأولى كانت الصحافة الاقتصادية على شكل صفحات تنشرها الصحافة العامة، وتعد صحيفة المجاهد من الصحف التي كانت تخصص جزء من صفحاتها لمعالجة القضايا الاقتصادية، حيث تلعب الصحافة الاقتصادية دور في التعريف بالنشاط الاقتصادي عن طريق نشر الأخبار والآراء والتحليلات وتفسير المصطلحات المعقدة، ويتحتم على المحرر الاقتصادي تطبيق أساليب وقواعد عملية لتبسيط المعلومة الاقتصادية ونقل الحقائق والأحداث الاقتصادية والوطنية والدولية إلى أكبر عدد ممكن من القراء.

وقد تم اختيار " يومية جيجل الجديدة " كنموذج من الصحافة المحلية لتحليل مضمونها وأساليب عرضها للأخبار ومعالجتها للمواضيع الاقتصادية، ونحن نستخلص نتائج التحليل لاطلاع عن كتب على طبيعة تغطية الجريدة للموضوع محل الدراسة.

وعليه قمنا بالتحليل لما ينشر في " يومية جيجل الجديدة " حيث تعد جريدة وطنية ملحية يومية للأخبار العامة السياسية والثقافية والدينية والرياضية... تصدر يومياً في الأسبوع ماعدا يوم الجمعة والسبت وهي ورقية ذات ستة عشر (16) صفحة تصدر باللغة العربية شعارها " الوضوح والمسؤولية "، وتوزع عبر كافة مناطق ولاية جيجل وقد صدر أول عدد لها بتاريخ 24 فيفري 2015، مقرها شارع كعولة مختار بحي الفرسان العمارة 03، طابق رقم 2 بجيجل فإننا بلا شك نشكّل اتجاهات معينة نحو مواضيع الاقتصادية، التي تخص إقليم أو مجتمع محلي معين في كافة المجالات والنواحي الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وغيرها من الاحتياجات التي تهم المجتمع المحلي سواء في دوائره أو بلدياته.

ومن هنا جاءت هذه الدراسة للإجابة على التساؤل التالي: كيف عالجت شكلا ومضمونا يومية "جيجل الجديدة" المواضيع والقضايا الاقتصادية المحلية في الفترة الممتدة من 01 فيفري 2023 إلى 31 مارس 2023؟

2- التساؤلات:

أ- تساؤلات المرتبطة بالشكل:

- ماهي الأنواع الصحفية المستخدمة للمواضيع الاقتصادية في يومية جيجل الجديدة في الفترة الممتدة من 01 فيفري 2023 إلى 31 مارس 2023؟

- ماهي نسبة الصور المستخدمة للمواضيع الاقتصادية في يومية جيجل الجديدة في الفترة الممتدة من 01 فيفري 2023 إلى 31 مارس 2023؟

- ماهي مواقع نشر المواضيع الاقتصادية في يومية جيجل الجديدة في الفترة الممتدة من 01 فيفري 2023 إلى 31 مارس 2023؟

- ماهي المصادر المعتمدة في استقاء الأخبار الاقتصادية لدى يومية جيجل الجديدة في الفترة الممتدة من 01 فيفري 2023 إلى 31 مارس 2023؟

- ماهي العناصر النيبوغرافية المستخدمة في المواضيع الاقتصادية لدى يومية جيجل الجديدة في الفترة الممتدة من 01 فيفري 2023 إلى 31 مارس 2023؟

ب- تساؤلات المرتبطة بالمضمون:

- ماهي المجالات الاقتصادية التي تم معالجتها في الموضوع الاقتصادي في يومية جيجل الجديدة خلال الفترة الممتدة من 01 فيفري 2023 إلى 31 مارس 2023؟

- ماهي نسبة المواضيع الفرعية المستخدمة في معالجة الموضوع الاقتصادي في يومية جيجل الجديدة في الفترة الممتدة من 01 فيفري 2023 إلى 31 مارس 2023؟

- ماهي مستويات تغطية المواضيع الاقتصادية في يومية جيجل الجديدة في الفترة الممتدة من 01 فيفري 2023 إلى 31 مارس 2023؟

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- ماهو حجم تغطية المواضيع الاقتصادية في يومية جيجل الجديدة في الفترة الممتدة من 01 فيفري 2023 إلى 31 مارس 2023؟

3- أهداف الدراسة:

- اعتمادا على مشكلة البحث المطروحة والتساؤلات المقترحة والأسباب المبررة، فإن هذه الدراسة تهدف إلى:
- معرفة المساحة المخصصة للمواضيع الاقتصادية لدى يومية جيجل الجديدة في الفترة الممتدة من 01 فيفري 2023 إلى 31 مارس 2023.
- معرفة الموقع الذي تحتله المواضيع الاقتصادية عبر صفحات يومية جيجل الجديدة.
- التعرف على المصادر التي اعتمدت عليها يومية جيجل الجديدة أثناء نشرها للمواضيع الاقتصادية.
- كشف المحتويات والمواضيع الاقتصادية التي تناولتها يومية جيجل الجديدة في الفترة الممتدة من 01 فيفري 2023 إلى 31 مارس 2023 بمختلف مستوياتها وجوانبها.
- الكشف والتعرف على طبيعة المواضيع الاقتصادية التي ركزت عليها يومية جيجل الجديدة في تغطيتها .
- إبراز مدى اهتمام يومية جيجل الجديدة بالمواضيع الاقتصادية.
- التعرف على أهم الفاعلين في المواضيع الاقتصادية حسب المعالجة الإعلامية ليومية جيجل الجديدة.
- التعرف على مدى اهتمام الإعلام للمواضيع الاقتصادية.

4- أهمية الدراسة:

- إن لكل موضوع من المواضيع العلمية المدروسة أهمية تدفع الباحثين إلى تناولها ودراستها والبحث فيها بطرق وأساليب علمية، حيث تكمن أهمية هذه الدراسة:
- أهمية الصحافة المحلية في نشر الأخبار المحلية وخاصة الأحداث المرتبطة بتلك المنطقة.
- أهمية المواضيع الاقتصادية التي تحلل حجما واهتماما كبيرا في الإعلام المعاصر .

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- حادثة موضوع الدراسة كونه جديد لأن ولاية جيجل لم تعرف الصحافة المحلية وكانت يومية جيجل الجديدة الجريدة المحلية بولاية جيجل.

5- مفاهيم الدراسة:

5-1 واقع:

لغة: مشتق من الفعل الثلاثي وقع وقع وقوعا، و معناه الحاصل في الواقع، أي الشخص الموصوف بالواقع بمعنى الحصول والوجود.(مي عبد الله، 2014، 913).

اصطلاحا: عرفه على انه فهم أحوال الناس والوقائع المعاصرة والأحداث الجارية عامة أو خاصة بمعرفة حقيقتها وأسبابها وآثارها (صالح عبد العزيز، 2000، 03).

إجرائيا: نقصد بهذا المفهوم تلك الوضعيات أو تلك الحالات التي يتم نشر عن طريقها المواضيع الاقتصادية في الصحافة المحلية.

5-2 معالجة:

لغة: من عالج هي معالجة وعلاجا، وتحمل معاني الإصلاح: المزولة، ودواه المشكلة.

اصطلاحا: هي اتخاذ مادة الدراسة أو البحث وعرضها بطريقة منهجية كمعالجة مشكل وتقديمه وعرضه (سمية بن عمر: د. كريمة عرامة، 2022، 893).

المعالجة الإعلامية: وعرفها حسن عماد مكاوي: هي نقل الخبر أو الحدث إلى المتلقي أو الجمهور وقت حدوثه وتغطية جميع جوانبه من خلال رسائل إعلامية وبيانات وصور وحقائق إضافة إلى تفسيرها وتحليلها والتعليق عليها، ويكون هذا عن معرفة بأحوال الناس الشخصية والبيئية والقومية والدولية (حسن عماد مكاوي، 2009، 164).

إجرائيا: ونقصد بالمعالجة في تلك الدراسة هي العمل الإعلامي أو الطريقة التي يتم من خلالها تناول وتغطية مختلف الأخبار السياسية والثقافية التي يتم من خلالها تناول أخبارها أو عرض وقائع وأحداث.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

3-5 الصحافة المحلية: تعرف على أنها الصحافة التي يحررها أبناء الإقليم، وتطبع داخله بإمكانات الفنية المتاحة، توزع داخل نطاق هذا الإقليم أو خارجه، تقدم وتعالج الأخبار والموضوعات التي تهتم جمهور المنطقة وتعمل على تنمية المنطقة وخدمت مصالحها (محمود علم الدين: 2003، 133).

إجرائيا: هي الصحف التي تصدر داخل منطقة جغرافية محدودة النطاق تهتم بالأخبار والمشاكل المحلية بالدرجة الأولى وتسعى إلى تلبية احتياجات واهتمامات المواطنين وخدمت مصالحهم.

4-5 موضوع الاقتصادي:

لغة: جاء في لسان العرب: القصد، واستقامة الطريق، ومن معانيها الوسط بين الطرفين والقصد في الشيء خلاف الإفراط (محمد ابن منصور: 1994، 353).

اصطلاحا: هو العلم الذي يبحث في كيفية حل المشاكل الاقتصادية للجنس البشري (عناية غازي، 1992، 7).

إجرائيا: نقصد بالاقتصاد في تلك الدراسة هو النظام الاقتصادي للبلد، ولأي منطقة أخرى وكيفية استخدام الأشخاص أو الدول للموارد المحيطة بهم في مختلف قطاعات (الصناعة، التجارة، الفلاحة...).

5-5 يومية جيجل الجديدة: هي جريدة وطنية محلية، تصدر يوميا في الأسبوع وهي جريدة ورقية ذات 16 صفحة صادرة باللغة العربية شعارها الوضوح والمسؤولية، وهي تنشر أخبار جيجل المحلية وتعالج قضايا اجتماعية، ثقافية، سياسية، واقتصادية، وكذلك تشمل أخبار وطنية (مقابلة: محمد بوخروفة: 02.05.2023).

إجرائيا: هي جريدة تصدر يوميا في الأسبوع ماعدا يوم الجمعة والسبت تهتم بالمواضيع المحلية داخل ولاية جيجل تهتم بمختلف القضايا الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية وغيرها.

6- أسباب اختيار الموضوع

1-6 أسباب الذاتية

- إن هذا الموضوع له صلة بمجال تخصصنا وله علاقة مباشرة بوسائل الإعلام.
- الرغبة الشخصية بدراسة المواضيع الاقتصادية في الصحافة المحلية .
- الميل إلى البحث في المواضيع والقضايا الاقتصادية التي تهتم بالجوانب الحياتية للمجتمع المحلي .
- الرغبة في التمكن من استخدام أداة تحليل المضمون.

2-6 أسباب الموضوعية

- نقص الدراسات الخاصة بالمواضيع الاقتصادية في الصحافة المحلية داخل مكتبة الجامعة.
- التعرف على المكانة التي تحتلها المواضيع الاقتصادية من خلال جريدة جيل الجديدة .
- معرفة دور الصحافة المحلية ومساهمتها في تشجيع الاستثمار في المجتمع الجزائري والمحلي خاصة.
- المساهمة في التشجيع على مثل هذه الدراسات .

7- المدخل النظري للدراسة: المدخل الوظيفي

يعتمد المدخل الوظيفي على المسلمات الخاصة بنظرية البنائية الوظيفية structural functionalism التي ترى أن المجتمع يتكون من عناصر مترابطة تتجه نحو التوازن من خلال توزيع الأنشطة بينها التي تقوم بدورها في المحافظة على استقرار النظام، وأن هذه الأنشطة تعتبر ضرورة لاستقرار المجتمع، وأن هذا الاستقرار مرهون بالوظائف التي يحددها المجتمع للأنشطة المتكررة تلبية لحاجاته.

وبناء على ذلك اتفق الخبراء على ضرورة تحديد عدد من الوظائف لكل نشاط من الأنشطة المتكررة في المجتمع التي تحافظ على وجود المجتمع واستقراره، ومن هذه الأنشطة النشاط الاتصالي أو نشاط وسائل الإعلام في المجتمع الذي يرتبط استمراره بتحقيقه لعدد من الوظائف أيضا باعتباره أحد الأنشطة

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

المتكررة في المجتمع، أو باعتبار النظام الإعلامي احد النظم الفرعية أو العناصر الفرعية لبناء المجتمع الذي يقوم لتحقيق عدد من الوظائف الاجتماعية في إطار مفهوم البنائية الوظيفية.

ومن هنا كان الدراسات الخاصة بوظائف الاتصال والإعلام في المجتمع والتي بدأت منذ الأربعينيات بمقال هارولد لازويل في عام 1948 حول وظائف الاتصال في المجتمع، والتراث الكبير في تحديد هذه الوظائف وعلاقتها بحاجات المجتمع والأفراد. وأصبح هذا التراث أساسا لصياغة الأفكار والمداخل الخاصة بتحديد وظائف الإعلام بالنسبة للفرد والمجتمع وعلاقة هذه الوظائف بالوسائل، أو المحتوى، أو الأفراد المتلقين، وتجب جميعها على الأسئلة الخاصة بالأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في المجتمع، وكذلك لإرضاء المتلقي وتلبية حاجاته، والعديد من الكتابات التي صاغت هذه الوظائف بدءا من هارولد لازويل في عام 1948 ثم تشارلز رايت في تحليله الوظيفي الذي أضاف وظيفة التسلية والترفيه إلى الوظائف الثلاث التي قدمها لازويل قبل ذلك.

والباحث في هذا المجال لا يفترض بداية توافر كل الوظائف في كل الأنواع من وسائل الإعلام وتصنيفاتها الفرعية، بل إن وجود بعض هذه الوظائف وغياب الأخرى يكون عاملا من عوامل التمييز ومعيارا لتصنيف الوسائل الإعلامية ومحتواها. مثل صحف الخبر التي ترتبط بوظيفة الإعلام بذات، وصحف الرأي التي تهتم بالشرح والتفسير، وكذلك صحف التسلية والترفيه، أو الصحف التجارية وهي تفسيرات ارتبطت بسيادة وظيفة على الأخرى.

وعلى هذا يطرح المدخل الوظيفي العديد من الاتجاهات في دراسة هذه الوظائف ورصدها وأوزان وجودها وعلاقتها مثل:

- دراسة التوازن أو الاختلال في تحقيق هذه الوظائف، في علاقته بالطابع العام أو الخاص للوسائل الإعلامية ومحتواها فإطلاق صحف الرأي يرتبط أساسا بزيادة الاهتمام بالمقالات التي تستهدف النقد والشرح والتفسير وتزيد معرفة القارئ وإدراكه بالوقائع والأحداث، وتكوين رأي حولها وكذلك برامج الرأي في الوسائل الالكترونية.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- دراسة التوازن أو الاختلال أيضا في تحقيق هذه الوظائف في علاقته بالسياسات الإعلامية التي ترسم أهدافا ووظائف تسعى إلى تحقيقها من خلال آليات الممارسة المهنية.
- دراسة العلاقة بين تحقيق هذه الوظائف، والحاجات الأساسية التي يستهدفها الجمهور المتلقي، التي ترسم العلاقة بين استخدام الجمهور لوسائل الإعلام، وتلبية هذه الوسائل لحاجاتهم في إطار بحوث الاستخدامات والإشاعات.
- وبجانب دراسة العلاقة بين هذه الوظائف والحاجات الفردية، فإنه يمكن دراستها في إطار علاقتها بالحاجات الاجتماعية، مثل الضبط الاجتماعي، ودعم الانتماء ودعم الحرية والأفكار الديمقراطية، ونشر الأفكار الجديدة لتحقيق التغيير والنمو... وغيرها من الوظائف التي يسعى المجتمع الكلي إلى تحقيقها في إطار توزيع الوظائف على عناصر النظام الاجتماعي وأنشطته لدعم التوازن والاستقرار.
- وهذه الاتجاهات تعتبر أمثلة لما يمكن أن يسترشد به الباحث في تحديد المشكلة وأهداف دراستها في إطار المدخل الوظيفي، ودليلا لدراسات السابقة والإطار المرجعي الذي يساعد الباحث في دعم الإطار النظري لدراسة وتفسير نتائجها. (د.محمد عبد الحميد: 33، 31، 2000).

8- منهج البحث وأدواته:

إذا كان الهدف الأساسي للدراسات الوصفية هو تصوير وتحليل وتقويم خصائص ظاهرة أو مجموعة من الظواهر، فإن أهم منهج تعتمد عليه هذه الدراسة في تحقيق هذا الهدف هو دراسة وصفية مسحية، وذلك انه يستهدف الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمةة التي تحدد نوع البيانات ومصدره أو طرق الحصول عليها (محمد عبد الحميد، 1992، 82).

كما تعتبر الدراسة الوصفية المسحية جهدا علميا منظما للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة من الظواهر موضوع البحث من خلال دراسة عدد من المفردات المكونة لمجتمع البحث في فترة زمنية كافية (سمير محمد حسين، 127).

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

لذا اعتمدت هذه الدراسة على دراسة وصفية مسحية باعتباره المنهج المتميز الذي لا يزودنا فحسب بإجابات أفضل بالنسبة للقضايا القديمة، ولكنه يعطي أيضا تفسيراً للقضايا الجديدة، كما من شأنه أن يثير قضايا لم يسبق التفكير فيها (أحمد بدر: 1998، 119). بصور يوثق الوقائع والحقائق والاتجاهات الجارية، ويستخدم التحليل الذي يحاول أن يشرح ويفسر لماذا تستمر حالة أو ظاهرة ما، أو لاختبار العلاقة بين متغيرين ورسم الاستدلالات التفسيرية (محمد عبد الحميد، 1992، 94)

8-1 أسلوب تحليل المضمون:

تستخدم الدراسة في جانبها التحليلي أسلوب تحليل المضمون واستمارته أداة أساسية لجمع البيانات والمعلومات وتصنيفها وتبويبها وتحليلها للوصول إلى حالة يمكن معها تقديم وصف وتفسير دقيقين للظاهرة محل البحث، وحسب لازويل " فإن تحليل المضمون يستهدف الوصف الدقيق والموضوعي لما يقال عن موضوع معين في وقت معين " (محمد عبد الحميد، 1979، 16).

وأما برنارد بيرلسون الذي يعد من أوائل الذين اقتربوا من الجوانب المنهجية لتحليل المضمون، فيعرف تحليل المضمون على أنه أسلوب البحث الذي يهدف إلى الوصف الكمي والموضوعي والمنهجي للمحتوى الظاهر للاتصال (محمد عبد الحميد، 1979، 17).

وقد شرح "بيرلسون" هذه الأوصاف، فقصد بالوصف المنهجي الاعتماد على خطة رسمية مصممة مسبقاً وخالية من التحيزات في اختيار المضمون الذي سيخضع للتحليل، وقصد بالوصف الكمي التعبير الكمي لنتائج التحليل عن طريق التكرارات أو الجداول أو النسب بأشكالها المختلفة، أما الوصف الموضوعي فقصد به "بيرلسون" وجود قواعد واحدة تستخدم دون تحيز في تحليل المضمون بحيث يمكن الحصول على النتائج نفسها إذا قام بالتحليل أكثر من شخص (أحمد بدر 1998، 31، 32). ولا يقف تحليل المضمون عند الوصف و"كارني" (holsti) الظاهر للمحتوى بل يتجاوز ذلك للكشف عن المعاني الكامنة فيعرفه "هولستي" على أنه أسلوب يحقق الاستدلال الموضوعي والمنظم للسّمات الخاصة بالرسالة (stone) و"ستون" (carney) (محمد عبد الحميد، 1979، 19).

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

ويقصد بتحليل المضمون الإعلامي دراسة المادة الإعلامية التي تقدمها الوسيلة بهدف كشف عما تريد هذه الوسيلة أن تبليغه ودراسة تأثير القراءة أو الاستماع أو المشاهدة على الجمهور (سمير محمد حسين، 132). وعلى هذا الأساس فإن دراسات تحليل المضمون تأخذ في اعتبارها مجموعة الأبعاد التالية:

- دراسة شخصية الوسيلة الإعلامية التي نشرت أو عرضت أوديعه بها المادة الإعلامية.
- دراسة الموضوعات الإعلامية التي تقدمها الوسيلة لتعرف على مكانة كل مادة إعلامية من إجمالي المواد التي تقدمها، وتقدير أهميتها النسبية.
- تحليل المادة الإعلامية المطلوب دراستها والتعرف على ما تحاول أن تأكده من انطباعات وتأثيرات إعلامية معينة.
- دراسة الجوانب الشكلية التي تقدم بها المادة الإعلامية من خلال الوسيلة، ففي حالة الصحف مثلا يدرس موقع المادة الإعلامية ورقم الصفحة، والمساحة المخصصة للمادة وطريقة كتابة العناوين، ونوع الأنماط المستخدمة ومدى استخدام العناصر ثيوجرافية معينة لتأثير في درجة قراءة الموضوع.
- كما تفيد دراسة تحليل المضمون في التعرف على مدى اهتمام وسائل الإعلام بالموضوعات الإعلامية المختلفة بصفة عامة ومدى اهتمام كل وسيلة بنوعيات معينة من الموضوعات، أو مدى الأهمية التي توليها كل وسيلة إعلامية لكل موضوع من الموضوعات الإعلامية التي تقدمها، مع التعرض في هذا المجال للمساحات والأوقات الخاصة بكل موضوع، وللوحدات الشكلية وطرق العرض التي تتبعها، ما يعكس إلى حد كبير درجة الاهتمام النسبي بهذه الموضوعات، كما أن تحليل موضوع من الموضوعات بطريقة تفصيلية يسهل التعرف على ما يشتمل عليه من نقاط رئيسية، وما يركز عليه من اتجاهات، وما يستهدف توصيله من معلومات معينة أو الإحياء به من أفكار ومقاصد خاصة (سمير محمد حسين، 133).

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

الخطوات الإجرائية في أسلوب تحليل المضمون

تحديد العينة: تعتبر دراسة العينات من الدراسات الأساسية في بحوث الإعلام خاصة عند استخدام تحليل المضمون.

لأن الباحث يعتمد في إجراء دراسته التحليلية على أساس اختيار عينات تمثل مجتمع البحث تمثيلاً صحيحاً، لأنه من الصعب إن لم يكن من المستحيل في بعض الحالات إجراء الدراسة على المجتمع الأصلي كله (سمير محمد حسين، 165)، لذلك يكتسي الحديث عن إجراءات اختيار العينة أهمية خاصة، كما يعتبر فهم هذه الإجراءات وتطبيقها بأمانة ودقة من قبل الباحث شرط نجاح دراسته، وتعميم نتائجها التي تتماثل مع نتائج دراسة كل مفردات المجتمع الأصلي باستخدام الحصر الشامل (رشدي طعيمة، 1987، 130)، والعينة هي عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل معها الباحث منهجياً، ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلاً للمجتمع الكلي في السمات والخصائص التي يوصف من خلالها هذا المجتمع (محمد عبد الحميد، 2000، 133).

إن تحديد العينة في حالة الصحف لا يقتصر على إحصاء الصحف واختيار عينة عشوائية منها، بل يمر اختيار العينة بمراحل ويحتاج إلى بعض الاعتبارات الخاصة:

- تحديد عينة المصادر: وتخضع لاعتبارات أرقام التوزيع وأهمية الوسيلة وملكيته واتجاهها التحريري.

- تحديد العينة الزمنية: وهي الفترة الزمنية التي ستغطيها الدراسة.

- تحديد التواريخ والأعداد يتم تحديدها من عينة المصادر التي تم اختيارها في المرة الأولى.

- تحديد مواد الاتصال (المضمون) التي سيجرى عليها التحليل.

- تحديد فئات ووحدات التحليل (سمير محمد حسين: 120).

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- تحديد فئات ووحدات التحليل:

فئات التحليل:

أ- فئات مرتبطة بالشكل (كيف قيل ؟)

1 فئة الأنواع الصحفية: ونقصد بها الأجناس أو الأشكال الإعلامية المنشورة في صحيفة يومية جيلج الجديدة والتي اتخذت عدة أشكال وتضم هذه الفئة عدة فئات فرعية هي:

- الخبر الصحفي: هو نوع من الأنواع الصحفية الذي اعتمدت عليه يومية جيلج الجديدة وهو الذي يجب على الأسئلة الخمسة المشكلة للأخبار الاقتصادية في يومية جيلج الجديدة أو خارجها في عينة الدراسة.

- التقرير الصحفي: هو نوع من الأنواع الصحفية الخاصة بالمواضيع الاقتصادية يقوم على عرض المعلومات من عين المكان المتعلقة بالموضوعات الاقتصادية ويتميز بأسلوب بسيط.

- العمود الصحفي: وهو نوع من الأنواع يومية جيلج الجديدة وشكل من أشكال مادة الرأي العام يميل لعرض رأي أو تجربة أو خبرة، يبين من خلالها الصحفي المختص في المواضيع الاقتصادية آراءه أو تجاربه فيما يخص موضوعات الاقتصادية.

- الريبورتاج الصحفي: وهو نوع من الأنواع الصحفية المتعلقة بالمواضيع الاقتصادية داخل صفحات يومية جيلج الجديدة، يقوم بجمع المعلومات اللازمة حول الأخبار الاقتصادية.

1-2- فئة الصور والرسومات:

ويقصد بها الصور الفوتوغرافية والرسوم والأشكال والصور الكاريكاتورية التي تم نشرها ضمن المواد الصحفية، والهدف من تحليل الصور والرسومات هنا تأكيد على أهمية المضمون و دلالاته.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

1-3- فئة العناصر الشيبوغرافية:

ويقصد بها الفئة الكيفية التي تم بها إخراج المادة الإعلامية، ويعد هذا الجانب ذو أهمية كبيرة في التأثير على نفسية القراء والمستمعين والمشاهدين ويقصد بالعناصر الشيبوغرافية في عينة الدراسة هي الألوان العادية (أبيض، أسود) و(الملونة) التي تم استخدامها في يومية جيجل الجديدة.

1-4- فئة حجم النصوص والصور التحريرية: يقصد بها الصور التحريرية والنصوص التحريرية المستخدمة داخل صفحات يومية جيجل الجديدة.

1-5- فئة الموقع: تهتم بالموضوع أو الفكرة محل التحليل في المادة المدروسة فالموقع له أهمية كبيرة في تأثير المحتوى على القارئ أو المستمع أو المشاهد، ونقصد بفئة الموقع في هذه الدراسة هي الصفحات المخصصة للمواضيع الاقتصادية داخل أعداد عينة الدراسة.

1-6- فئة المصدر:

- صحفي الجريدة: ويقصد به المراسل وهو الصحفي الذي تعينه الصحيفة لمتابعة أخبار المواضيع الاقتصادية، أيضا المبعوث أو المراسل المتحرك وهو الصحفي الذي تعينه الصحيفة لتغطية حدث هام، ويكون هذا المبعوث في أي مكان من أماكن إجراء هذا الحدث ومن ثم يعود إلى المقر الرئيسي للجريدة يعيد تحرير كل ما سجله عن هذا الحدث.

- بدون مصدر: وهي التي لم يتم تحديدها في المواد الصحفية المنشورة وتركت من دون توقيع.

- وكالة الأنباء الجزائرية.

- مصادر الكترونية.

1-7- فئة حجم العينة التحليلية: ويقصد بها حجم العينة التحليلية للمواضيع الاقتصادية بالنسبة لحجم المادة التحريرية ليومية جيجل الجديدة.

ب- فئات مرتبطة بالمضمون (ماذا قيل؟)

1- فئة مستوى التغطية: وتضم هذه الفئات الآتية:

- مستوى الدولي.

- مستوى الوطني.

- مستوى المحلي.

2- فئة الموضوع: وتضم الفئات الآتية:

2-1- موضوع الصناعة: صناعات مؤسسات نفطية، صناعة تقليدية، صناعة صيدلانية، صناعة المركبات، صناعة التجهيزات، صناعة الطاقات والمحروقات، صناعة الأسمدة، صناعة غذائية، مؤسسات صناعية، الطاقات المتجددة، الاستثمار في الطاقات المتجددة، صناعة الزجاج، صناعة الحديد والصلب، أجهزة كهربومنزلية، مواد البناء، مشاكل المصانع.

2-2- موضوع التجارة: فعاليات، أنشطة، استيراد المركبات، المخالفات التجارية، أسواق جواريه، الصادرات، مواد غذائية، نسيج، متابعات (تجارة)، مضاريات، تجارة الحبوب، مواد استهلاكية، الاستثمار.

2-3- موضوع الفلاحة: الغابات، اتفاقيات، أراضي فلاحية، حبوب، زراعة إستراتيجية، العقار الفلاحي، موارد مائية، فعاليات، تربية الدواجن.

2-4- موضوع الأشغال العمومية: أخطار، تهيئة الساحل، موارد مالية، الطرقات، التجهيزات، سدود ومياه.

2-5- موضوع المالية: البنوك، التكوين، النقد والصرف، الضرائب، مخالفات.

2-6- موضوع الثروة المائية: السدود، الصيد البحري، محطات مائية وسدود، أملاك الدولة (المنار البحري).

2-7- موضوع النقل: النقل الجوي، النقل البحري.

-وحدات التحليل:

وهي الوحدات التي يتم عليها العد أو القياس مباشرة، وهذه الوحدات تتبلور في نموذج بناء رموز المحتوى، الذي يبدأ بالفكرة، ثم يتم اختيار الوحدات اللغوية للتعبير عن هذه الفكرة و صياغتها، وبعد ذلك يأخذ المحتوى البناء الذي ينشر فيه على الصفحة أو يذاع في الراديو أو التلفزيون، ومن وحدات التحليل نجد وحدات مفردات النشر والإذاعة، وهي الأشكال التي تستخدمها الصحف في نقل المعاني والأفكار، مثل المقالات، والتحقيقات، والأحاديث، والرسوم، الكارتون إلى آخره، أو البرامج الإخبارية أو الحوارية واللقاءات والدراما وغيرها من الأشكال التي يستخدمها الراديو أو التلفزيون في عرض المحتوى (محمد عبد الحميد، 2000، 233).

لا يقلل من أهمية وحدات التحليل أن يقع العدد والقياس على الفئات نفسها، مثل فئات موضوع المحتوى، التي تستهدف الكشف عن مراكز الاهتمام، أو فئات السمات وغيرها، ذلك إنه في مثل هذه البحوث تصبح الفئات نفسها هي وحدات التحليل، وكذلك هي وحدات العد، عندما يكون رصد تكرار الظهور هو الوسيلة الوحيدة للعدد والإحصاء (محمد عبد الحميد، 2000، 234).

وحدة التكرار:

يعتبر التصنيف الذي يضعه الباحث لكل من فئات التحليل، ووحدات التحليل، الأساس الذي يعتمد عليه في تحديد أسلوب العد والقياس، ذلك أن التعامل مع الوحدات الكبيرة مثل الموضوع يختلف عن التعامل مع الوحدات الأصغر كالجمل والكلمات، وإن كان هذا لا يمنع من استخدام تكرار النشر في جميع الحالات كمقياس لهذه الوحدات، لذا فالدراسة في جانبها التحليلي تعتمد على وحدة التكرار في جميع فئات التحليل سواء المرتبطة بالشكل أو بالمضمون.

وحدة المساحة:

يصطدم التكرار في حالات عديدة بصعوبة تعبيره عن القيمة أو الوزن المقارن وعلى سبيل المثال لا يمكن أن نقارن بين الموضوعات الفئوية على أساس تكرار النشر، دون أن نضع في اعتبارنا مساحة وموقع النشر، التي تعكس القيمة الحقيقية للموضوع أو تؤكد الاتجاه في الوسيلة الإعلامية.

ولذلك تثير هذه المرحلة عند الباحث محاولة اكتشاف العلاقة بين المتغيرات الخارجية المصاحبة للموضوع عند النشر مثل المساحة، والموقع من الصفحة أو الصفحات وكذلك مساحة العنوان (محمد عبد الحميد، 2000، 235)، لذا فهذه الدراسة تعتمد أيضا على المساحة كوحدة تحليل بالتوازي مع وحدة التكرار في جميع فئات التحليل ماعدا فئة المصدر التي تم استخدام فيها وحدة التكرار دون وحدة المساحة التي لا يتطلب الأمر إدراجها في فئة المصدر التي تهتم بعدد المصادر المعتمدة ونوعيتها.

وحدة العد والقياس:

تعتمد هذه الدراسة بالإضافة لوحدة العد عن طريق التكرار، على وحدة القياس بالمتري المربع بتقريب واحد من عشرة آلاف (1/10000) أي السنتيمتر المربع كوحدة قياس فئة المساحة لأنها أكثر الوحدات تماشيا مع الدراسة التحليلية، ولأن هذه الوحدة الغالب استخدامها في فئة المساحة في الصحافة المكتوبة المطبوعة.

مجتمع البحث وعينته.

9- التعريف بمجتمع البحث وعينته:

مجتمع البحث في الدراسة التحليلية هو كل الصحف المحلية للمواضيع الاقتصادية الناطقة باللغة العربية، أما مجتمع البحث المتاح هو كل الأعداد الصادرة من صحف الدراسة المذكورة في الفترة الزمنية للدراسة التحليلية للمواضيع الاقتصادية المعينة في البحث من 01 فيفري 2023 إلى 31 مارس 2023.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

نوع العينة في الدراسة التحليلية:

تم اختيار العينة الدورية أو عينة الأسبوع الصناعي في الدراسة التحليلية، حيث أن من بين الطرق الشائعة لاختيار العينات يميل الباحث إلى أسلوب الدورة Rotation الذي يتم بطريقة منتظمة ويتغلب في نفس الوقت على نقاط الضعف في أسلوب العينة المنتظمة حيث يضمن هذا الأسلوب عدم تكرار التواريخ أو الأيام الخاصة بظهور أو صدور المفردات أو وحدات العينة، وأسلوب الدورة يحقق العديد من المزايا في التحليل التي تتمثل في إعطاء فرصة متساوية لجميع أيام الصدور أو الإذاعة، وبالتالي يسهم في إمكانية تحقيق المقارنة المنهجية السليمة بين الفترات وبعضها لثبات العامل الخاص باختيار العينة، بالإضافة إلى ذلك فإنه يساعد الباحث على بناء الفترات الصناعية (أسبوع / أسبوعين / شهر) مع ضمان نفس البعد الزمني بين كل الأيام أو الأسابيع التي تشكل الفترات الصناعية، بدلا من احتمالات تقارب الأيام أو تباعدها في الاختيار العشوائي، ويتغلب أسلوب الدورة على الأخطاء التي تترتب على نظام اختيار العينة العشوائية أو المنتظمة أو العشوائية المنتظمة فيما يتعلق باختيار عينة من تواريخ الصدور أو الإذاعة (محمد عبد الحميد، 1993، 169)

حجم العينة في الدراسة التحليلية:

بما أن المجتمع المتاح للدراسة التحليلية خلال العينة الزمنية المحددة للدراسة من 01 فيفري 2023 إلى 31 مارس 2023 فعدم احتساب يومي الجمعة والسبت لعدم صدور يومية جيجل الجديدة في هذين اليومين فانجد 20 عددا من شهر فيفري 2023 و22 عددا من شهر مارس 2023 بمجموع 42 عددا وبما أن مساحة كل عدد هو 12950 سم² فمساحة المجتمع المتاح هو: 543900 سم²، وبما أن عينة الدراسة الدورية باستخدام الأسبوع الصناعي بلغ 8 أعداد أي بمساحة 103600 سم² فإن نسبة عينة الدراسة تبلغ حسب ما يلي:

$$19.04\% = \frac{100 \times 103600}{543900} \text{، و } 19\% \text{ هي نسبة جيدة وعالية.}$$

تحديد الإعداد في عينة الدراسة التحليلية.

تم اختيار عينة الدراسة التحليلية من عدد صحيفة يومية جيل الجديدة خلال الفترة الزمنية المحددة لسنة 2023 باستخدام العينة الدورية أو ما يعرف بطريقة الأسبوع الصناعي في اختيار مفردات العينة التحليلية حيث تم اختيار المفردة الأولى في يومية جيل الجديدة بصفة عشوائية فجاءت يوم الأحد 05 فيفري 2023 ، وبتطبيق طريقة الأسبوع الصناعي جارت مفردات عينة الدراسة التحليلية على النحو التالي:

المفردة الأولى: عدد يوم الأحد من الأسبوع الأول من شهر فيفري أي 05 فيفري 2023.

المفردة الثانية: عدد يوم الاثنين من الأسبوع الثاني من شهر فيفري أي 13 فيفري 2023.

المفردة الثالثة: عدد يوم الثلاثاء من الأسبوع الثالث من شهر فيفري أي 21 فيفري 2023.

المفردة الرابعة: عدد يوم الخميس من الأسبوع الرابع من شهر فيفري أي 23 فيفري 2023.

المفردة الخامسة: عدد يوم الأحد من الأسبوع الأول من شهر مارس أي 05 مارس 2023.

المفردة السادسة: عدد يوم الاثنين من الأسبوع الثاني من شهر مارس أي 13 مارس 2023.

المفردة السابعة: عدد يوم الثلاثاء من الأسبوع الثالث من شهر مارس أي 21 مارس 2023.

المفردة الثامنة: عدد يوم الأربعاء من الأسبوع الرابع من شهر مارس أي 29 مارس 2023.

10- الدراسات السابقة :

يعتبر تلخيص الدراسات السابقة من الخطوات المنهجية الهامة نظرا لأهميتها الكبيرة لدى الباحث، فكل بحث أو دراسة لا بد وأن يكون قد سبقه محاولات في المجال على شكل دراسات نظرية وتطبيقية، يستقي منها الباحث في دراسته الحالية بعض الجوانب التي توجهه في دراسته وتمكنه من الإلمام الجيد للموضوع وتحكم فيه بصورة جيدة، وتكمن أهميتها في استفادة الباحث من نتائجها، وصياغة فروضه انطلاقا منها أو في اختيار العينة والمنهج والأدوات البحثية .

وبالنسبة لدراستنا الحالية هناك بعض الدراسات تناولت جانبا واحدا فقط منها سواء تعلق بصحافة المحلية أو المواضيع الاقتصادية، وسنحاول في هذا العنصر أن نتطرق إلى أهم هذه الدراسات كرونولوجيا، كما هو مابين في ما يأتي:

الدراسة الأولى: المواضيع الثقافية في الصحافة المحلية الجزائرية دراسة تحليلية لعينة جريدة جيجل لـ منال ميمون، صبرينة بوفورور، دراسة تحليلية لعينة من جريدة جيجل الجديدة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علو الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وتسويق، جامعة محمد الصديق بن يحي بجيجل، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2017، 2018 .

تمثل إشكالية هذه الدراسة من خلال التساؤل الرئيسي: كيف عالجت جريدة جيجل الجديدة المواضيع الثقافية من خلال نموذج جريدة جيجل باعتبارها جريدة تابعة للقطاع الخاص وناطقة بالعربية، و ماهو موقفها من معالجة المواضيع الثقافية وكيف تعاملت هذه الجريدة من المواضيع الثقافية وهل لهذا التباين في القطاع التابعة إليه واللغة المستعملة أثر وتباين في شكل ومضمون المادة الإعلامية المتعلقة بالمواضيع الثقافية وذلك من خلال الإجابة على التساؤلات التالية:

- ماهي المساحة المخصصة للمواضيع الثقافية في جريدة جيجل الجديد؟
- ماهو الموقع الذي احتلته المواضيع الثقافية عبر جريدة جيجل الجديدة؟
- ماهي اللغة المستخدمة من طرف إعلاميين جريدة جيجل أثناء معالجتهم للمواضيع الثقافية؟

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- ماهو الجمهور المستهدف من نشر المواضيع الثقافية حسب المعالجة الإعلامية؟

اتبعت الدراسة منهج تحليل المحتوى باستخدام استمارة تحليل المحتوى بحيث تتضمن مجموعة من الفئات الرئيسية والفرعية التي يتم على أساسها تصنيف المضمون المراد تحليله وتضم البيانات الخاصة بوثيقة التحليل مثل نوعية الوثيقة واسمها كذلك رقم الإصدار وتاريخه كذلك نجد عدد الصفحات وبالإضافة إلى التوزيع السنوي للعينة وذلك كله في حقول خاصة بكل بيان حيث يتم التأشير على الحقل الخاص بعلامة متفقة عليها تشير في مجموعها إلى بيانات الأولية عن الوثيقة.

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية هي: الخاصة بفئات الشكل كيف قيل؟

فيما يتعلق بحجم اهتمام جريدة جيل الجديدة بالمواضيع الثقافية فقد اهتمت بهذه المواضيع حيث خصصت لها مساحة تحليل كبيرة بنسبة (2.20%) ويؤكد هذا الاهتمام تطرق جريدة التحليل إلى المواضيع الثقافية في كل من الصفحة الأولى والصفحات الثقافية وكذلك باقي الصفحات إذ تقاسمت هذه الفئات المراتب الأولى بنسبة (3.75%) وهذا ما ينفي صحة الفرية الثانية المتعلقة بتوزيع المواضيع الثقافية عبر الجريدة.

ويترجم هذا الاهتمام ذلك من خلال اهتمام موقع المادة الصحفية عبر الصفحة الواحدة التي جاءت بدرجة أعلى في الموقع العلوي الأيمن، وكذلك الموقع السفلي الأيسر بنسبة (19.04%) ويليهما كل من الموقع العلوي الأيسر وجهة الوسط بنفس النسبة المقدرة بـ (17.46%).

كما اهتمت جريدة جيل الجديدة بالمواضيع الثقافية من خلال حجم خط العناوين التي كتبت به المادة الصحفية حيث جاءت أغلب عناوينها المنشورة بخط متوسط بنسبة (85.71%).

جاءت صور الأرشيف مرافقة للمادة الصحفية ومواضيع بدون صور بأعلى نسبة قدرت بـ (34.28%) لتليها الصور الواقعية بنسبة قدرت بـ (31.42%).

فئات المضمون (ماذا قيل؟)

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

في ما يتعلق بطبيعة الموضوعات الثقافية الأكثر تناولاً في جريدة جيجل الجديدة كشفت الدراسة عن وجود عدة مواضيع ثقافية وهي قضايا الأدب والدين، حيث جاءت في المرتبة الأولى بنفس النسبة المقدرة ب(19.04%) تليها في المرتبة الثانية مواضيع معالم وتاريخ بنسبة (12.70%) .

في ما يتعلق بالمصادر الصحفية التي استخدمتها جريدة جيجل الجديدة في معالجة المواضيع الثقافية اتضح أن الجريدة تعتمد بدرجة كبيرة على صحفيي الجريدة والمتعاونون بنسبة (26.66%) بالإضافة إلى وجود مواضيع ثقافية مجهولة المصدر بنفس النسبة المقدرة ب (26.66%) .

الدراسة الثانية : تستمد دراستنا مشروعيتها المعرفية والمنهجية من جملة الدراسات والبحوث التي تلتقي معها بمتغير أو أكثر وقد ساعدتنا هذه الدراسة بشكل كبير في الإطار النظري وهذه الدراسة هي: المعالجة الإعلامية للقضايا الاقتصادية في الصحافة الاقتصادية الجزائرية، لـ كهينة بركون، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، كلية علوم إعلام واتصال، 2016.2017.

تمحورت إشكالية هذه الدراسة في معالجة الإعلامية للقضايا الاقتصادية البارزة في الصحف الاقتصادية الجزائرية؟

تمثلت في دراسة تحليلية لصحف الاقتصادية اليومية الجزائرية بغرض إجراء دراسة تحليلية مقارنة لتعرف على طبيعة المعالجة الإعلامية للقضايا الاقتصادية.

وذلك من خلال الإجابة على التساؤلات التالية :

- ماهو موقع القضايا الاقتصادية البارزة في الصحف محل الدراسة؟
- ماهي الأفكار الرئيسية للقضايا الاقتصادية التي طرحها صحف الدراسة؟
- ماهي القوى الفاعلة الأساسية التي ظهرت في مضمون القضايا الاقتصادية؟
- ما المصادر التي اعتمدت عليها عينة الدراسة للحصول على المعلومة الاقتصادية؟

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- أما بخصوص أهداف الدراسة هي:

- الكشف عن الفروق الإحصائية في استعمال الأنواع الصحفية.

- معرفة حجم الاهتمام المدرك وألوية المعالجة للقضايا الاقتصادية.

- تحديد اتجاه المضمون ونوعية المعالجة الإعلامية للقضايا الاقتصادية.

اعتمدت هذه الدراسة على منهجين التاليين المنهج المسحي والمنهج المقارن.

وقد اعتمدت الدراسة على العينة العشوائية المنتظمة التي تقوم فيها أولاً بترتيب مفردات المجتمع عشوائياً بحيث نسوى بينها جميعاً بقدر الإمكان في تعرضها للاختيار وعندئذ تنتهي العشوائية ويبدأ النظام حيث يبدأ الاختيار وفقاً لنظام أو قاعدة بحيث تحصل على النسبة المطلوبة.

اعتمدت الدراسة على فئات التحليل التالية فئات الشكل، وهي الفئات التي تجيب عن السؤال كيف قيل؟ وتنقسم فئات الشكل إلى فئات فرعية تساعد الباحث من الناحية العملية على عملية تحليل المضمون، وهذه الفئات هي المادة الاتصالية، طبيعة اللغة المستخدمة، ترتيب المادة الاتصالية.

أما فئات المضمون وهي الفئات التي تجيب عن السؤال (ماذا قيل؟). وتناولت الدراسة فئات المضمون التالية:

فئة القضايا الاقتصادية البارزة.

خلصت الدراسة إلى ما يلي: استخدام كل الصحف الاقتصادية المدروسة لنوع الخبر بنسبة تفوق الأنواع الصحفية الأخرى في معالجة القضايا الاقتصادية البارزة.

برزت في الصحف الاقتصادية الجزائرية العديد من القضايا الاقتصادية المحورية والفرعية.

بروز المصادر الداخلية في معالجة القضايا الاقتصادية المثارة، والمتمثلة في الصحفيين التابعين لعينة الصحف الاقتصادية.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

الدراسة الثالثة: تطور الصحافة المحلية الجزائرية 1963 إلى 2014 الجمهورية والنصر أنموذجاً،
لـ بلحوسين نصيرة، أطروحة دكتوراه في علوم إعلام واتصال، جامعة الجزائر3، كلية علوم
والإعلام والاتصال، 2018.2019

تمثلت إشكالية هذه الدراسة من خلال التساؤل التالي: ماهي أهم المراحل تطور الصحافة المحلية
الجزائرية، وماذا قدمت خلال الفترة الممتدة من 1963 إلى 2014؟

وتضمنت الدراسة الأسئلة التالية :

- ما المقصود بالصحافة المحلية؟

- ماهي أهم الصحف المحلية التي صدرت في تلك الفترة؟

وتتبع أهمية هذه الدراسة في كونها تتناول موضوع مهما، وهو الصحافة المحلية الجزائرية، وأهم
المراحل التي مرت بها منذ الاستقلال إلى يومنا هذا وما قدمته من قيم عبر مضامينها الإعلامية
التي وجهتها لناس في المناطق التي كانت تصدر فيها وبوصفها أهم الوسائل لدفاع والحفاظ على
الموروث المحلي من الاندثار وسط التهجمات عليه، والدفاع عن الخصوصية المحلية للمجتمعات
المحلية الجزائرية.

أما أهداف الدراسة تتمثل في:

- إثبات وجود صحافة محلية في الجزائر.

- التأريخ للصحافة المحلية الصادرة في الجزائر.

- الكشف عن أهم التغيرات التي عرفتتها الصحافة المحلية الجزائرية.

- تقديم الحوصلة عن الصحافة الصادرة في الجزائر قبل الاستقلال.

وقد اعتمدت هذه الدراسة عن المنهج التاريخي الذي قاموا بتوظيفه بصورة خاصة في القسم
التطبيقي، لأنه المنهج الطبيعي الذي يجب إتباعه، وذلك لطبيعة الدراسة التاريخية التي هم بصدد
القيام بها وذلك بالتركيز على الخصائص التي ميزت كل مرحلة، والتي انعكست بشكل أو آخر على
الصحافة المحلية.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

الدراسة الرابعة : دور وسائل الإعلام المحلية العمومية في التنمية المحلية، دراسة تحليلية لصحيفة النصر، ميدانية مقارنة، لبصير فطيمة، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة قسنطينة 3، صالح بونيدر، 2017.2018.

تمحورت إشكالية هذه الدراسة في: ماهو دور وسائل الإعلام المحلية المكتوبة والمسموعة في التنمية المحلية؟ من خلال المضمون والقائم بالاتصال و ماهي أوجه التشابه والاختلاف بينهما؟ وانبثقت عن التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية الوصفية، بعضها خاص بالدراسة التحليلية أثرت الباحثة تقسيمها إلى تساؤلات خاصة بالشكل وأخرى خاصة بالمضمون. والآخر بالدراسة الميدانية وهي كالاتي:

أ - تساؤلات الشكل:

- ما حجم عرض الإعلام المحلي -عينة الدراسة- لقضايا التنمية من حيث المساحة والزمن؟
- ماهو الموقع التي تحتله مواضيع التنمية في وسيلتي الإعلام المحليتين محل الدراسة من حيث الصفحات وفترة البث؟

- ماهي القوالب الصحفية والإذاعية التي استخدمتها هذه الوسائل في عرض قضايا التنمية؟
ب - تساؤلات المضمون:

- ماهي قضايا التنمية التي تناولها الإعلام المحلي - عينة الدراسة - و ماهي أولوياته؟
- من هم الفاعلون في هذه البرامج؟

- ماهو الجمهور المستهدف من عملية التنمية من خلال الإعلام المحلي؟
ج - الدراسة الميدانية:

ماهي مظاهر اهتمام القائم بالاتصال لقضايا التنمية المحلية في الوسيلتين عينة الدراسة.

ماهي أولويات القضايا التنموية في نظر القائم بالاتصال في كلتا الوسيلتين - عينة الدراسة -

كيف يعالج القائم بالاتصال الوسيلتين - عينة الدراسة - قضايا التنمية المحلية؟

و النسبة للمنهج المتبع في هذه الدراسة هو المنهج الوصفي التحليلي هو انسب المناهج ويمثل هذه الدراسة في كلا الدراستين وذلك لمعرفة الدور الذي يلعبه الإعلام المحلي العمومي بوسائله المكتوبة والمسموعة في التنمية المحلية.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

وقد اعتمدت هذه الدراسة على عينة دراسة تحليلية المتمثلة في اختيار عينة قصدية لمجال الدراسة الذي يؤخذ منه العينة وتعتبر معرفته والإلمام به ضرورة كونه من تحديد عينة الدراسة ضمن مجالي الزمان والمكان، واختاره الباحثة أن تكون دراستها خلال الثلاثي الثاني من سنة 2017 أي ابتداء من 01 أبريل إلى غاية 30 جوان، حرصا على أن تتسم هذه الدراسة بالحدثة من خلال التعامل مع احداث فترة ممكنة.

وقد اعتمدت هذه الدراسة أيضا في الدراسة الميدانية التي تدرج ضمن العينة العشوائية المنتظمة أسلوب الدورة الصناعية أو الأسبوع المصنع والتي يلجأ إليها الباحث في اختيار الأعداد أسبوعيا وذلك لإعطائها المرونة في تحريك الاختيار يوما واحد.

وقد توصلت هذه الدراسة إلى نتائج هي:

أثبتت نتائج الدراسة أن صحيفة النصر لم تولي اهتماما بقضايا التنمية بالقدر الذي يلزم من حيث المساحة، ومقارنة بوزن الصحيفة التي تمثل جهة الشرق من جهة وعموميتها من جهة أخرى حيث تصدرت مساحة أقل من ربع صفحة مجمل الفئات بنسبة 67.27 وهو رقم لا يعكس ما يمكن أن تقوم به الصحافة العمومية المحلية لتحقيق التنمية المحلية بصفقتها شريك يعول عليه في النهوض به.

نتائج خاصة بتساؤلات المضمون: تشير النتائج إلى أن أكثر المواضيع تناول في صحيفة النصر هي القضايا الاجتماعية بنسبة 57.27 متعلقة بقضايا السكن، الصحة التربوية والتعليم، وملف التضامن، فيما كانت القضايا ذات الطابع الاقتصادي هي القضايا الغالبة في برامج إذاعة ميله المحلية بنسبة 38.02 والمتعلقة أساسا بالقطاع الفلاحي من جهة وبأهم الخدمات المتعلقة بالغاز الطبيعي وماء الشروب والصرف الصحي ... من جهة أخرى.

نتائج خاصة بالدراسة الميدانية:

فئة الجنس: تظهر النتائج أن فئة الذكور قد غلبت في كلا الوسيلتين حيث مثلت 74.07 في صحيفة النصر مقابل 25.92 بالنسبة للإناث، 68.75 بالنسبة لذكور في إذاعة ميله المحلية مقابل 31.25 بالنسبة للإناث.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

السن: تشير النتائج إلى أن فئة السن الغالبة في كلا الوسيّلتين كانت من نصيب الفئة العمرية من (30 إلى 39) سنة بالنسبة 33.33 بالنسبة لصحيفة النصر وإذاعة ميلّة المحلية بالنسبة 43.75. المستوى التعليمي: تظهر النتائج أن المستوى التعليمي الغالب بالنسبة للقائم بالاتصال في كل من صحيفة النصر وإذاعة ميلّة المحلية يعود لفئة الليسانس بنسبة 85.18، 93.75 وهو ما يدل على أن الوسيّلتين توظفنا أصحاب الشهادات والكفاءات من أجل تقديم خدمة إعلامية أفضل.

الدراسة العربية: معالجة الصحافة الأردنية اليومية للشأن الاقتصادي، منى عيد أبو جامع، دراسة تحليلية للحصول على درجة الماجستير، جامعة الشرق الأوسط لدراسات العليا، 2009 .

تسعى هذه الدراسة لتقييم معالجة الصحافة اليومية الأردنية للشأن الاقتصادي بشكل عام، وصولاً إلى مدى فلاتمتها لمتطلبات مراحل التطور والتغير التي تمر به الأردن وذلك من خلال الإجابة على السؤال الرئيسي: ماهي معالجة الصحافة اليومية الأردنية لشأن الاقتصادي.

وتتمثل الأسئلة الفرعية في ما يلي:

- ماهي المحددات الأساسية لكتابة الصحافة الاقتصادية، ما مدى توفرها في الصحافة اليومية الأردنية؟

- ماهي خصائص قراءة هذه الصحافة، فئاتهم، مستوى تعليمهم، مهنتهم، دوافعهم.

- ماهي أولويات المعالجة للقطاعات والمجالات الاقتصادية المختلفة.

وقد اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي مستخدم أسلوب تحليل المضمون ومسح جمهور الإعلام بما يعرف ببحوث الدور وفيما يتعلق بتحليل المضمون فهو من أكثر أساليب المسح المتبعة في الدراسات الإعلامية.

يتمثل مجتمع الدراسة في محتوى المادة الصحفية الاقتصادية في عينة الصحف اليومية الأردنية العامة الصادرة بالعربية.

قد تناولت الدراسة الفترة الزمنية 2007.04.01 وحتى 2008.03.30 وقد تم اختيار هذه الفترة باعتبارها أقرب فترة زمنية من وقت إجراء الدراسة لمعرفة آخر التطورات النوعية في أداء الصحافة الاقتصادية أي الفترة شهدت سياسات وتشريعات وتطورات عديدة في الشأن الاقتصادي المحلي.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

نستخلص هذه النتائج في ما يلي: رغم فائدة هذه الدراسات التي تعتمد على التحليل الهيكلي في إعطاء دلالات معينة للباحث تمثل قادة للبحث الكيفي، إلا أنها لم تناقش النتائج التي توصلت إليها للوقوف على الأسباب أو تقديم الحلول، على سبيل المثال بالنسبة للأخبار التي لم يتم تحديد مصدرها، هذا الأمر له دلالات كثيرة لدى القارئ ومؤثرة على مصداقيتها كذلك الأمر بالنسبة لتدني نسبة المعالجة للمواضيع الاقتصادية 7.61 بالنسبة لإجمالي مساحة الصحف الأسبوعية والتي يفترض أن يكون فيها مساحة أكبر لتفسير والتحليل والتعليق والشرح وانخفاض نسبة القوالب الصحفية التي تعني في هذا التفسير وسيطرة الخبر سواء في الصحافة اليومية أو الأسبوعية، وتدني نسبة معالجة الشأن الاقتصادي العربي والمحلي، بل خلو بعضها من هذه المعالجة تماما.

الاستفادة من الدراسات السابقة.

أفادت كل الدراسات المشار إليها دراستنا سواء حول موضوع البحث وهو الصحافة المحلية وكذلك المتغير التابع وهي المواضيع الاقتصادية وكذلك من ناحية الجانب التطبيقي نجد أن في الدراسة الأولى التي كانت بعنوان المواضيع الثقافية في الصحافة المحلية الجزائرية وقد استفدنا منها في دراستنا في أننا استخدمنا نفس أداة الدراسة وهي تحليل المضمون، ونجد كذلك أطروحة دكتوراه لكهينة بركون 2016.2017 وأفادتنا هذه الدراسة في الإطار المنهجي وكذلك في الجانب النظري، ونجد أن أطروحة دكتوراه ل بلحوسين 2018.2019 والنقت هذه الدراسة مع دراستنا في أنها تبحث عن تطوير الصحافة المحلية الجزائرية سنة 1963.2014 وقد استفدنا منها في الجانب النظري لدراسة، أما في يخص أطروحة دكتوراه لبصير فاطمية 2017.2018 وقد أفادت دراستنا في الجانب المنهجي حيث النقت مع دراستنا كونها استخدمت عينة الدراسة وهي العينة العشوائية المنتظمة وكذلك أسلوب الدورة الصناعية (الأسبوع الصناعي)، وكذلك نجد أطروحة ماجستير ل منى عيد أبو جامع 2009 وقد أفادتنا هذه الدراسة في بعض عناصر جديدة مشابهة مع دراستنا فيما يخص الجانب النظري لدراسة وكذلك أخذ لمحة على باقي العناصر، إلا أن الدراسات السابقة المتوفرة لم تدرس بتحديد موضوع الدراسة خصوصا في الجزائر لأنه تفتقر لصحف المحلية الخاصة بكل ولاية على عكس الإذاعات المحلية مما ينعكس سلبا على الدراسات الإعلامية بالصحف المحلية سواء ميدانيا أو تحليليا.

الفصل الثاني:

الصحافة المحلية الإقتصادية

تمهيد

تهتم الأمم الحية بالحفاظ على حضارتها وثقافتها وذلك من خلال ترسيخها في ذاكرة الجماهير بحيث تستخدم مختلف وسائل الإعلام خاصة وسائل الإعلام المحلية، التي تمثل اللسان الناطق باسم هذه الشعوب وهويتهم الثقافية المحلية، فالإعلام يحمل أهمية عظمى في مختلف المجالات السياسية والاجتماعية والثقافية لكونه المنبر الأول والأساسي لدعم هذه الأنشطة، من خلال استعانتة بمختلف وسائله الإعلامية وذلك وفق شروط وضوابط متبعة.

الفصل الثاني: الصحافة المحلية الإقتصادية

المبحث الأول: الإعلام المحلي.

أولاً: مفهوم الإعلام المحلي.

- يشكل الإعلام المحلي جزء من الإعلام ككل، فهو يركز بالدرجة الأولى على نمط الحياة التي يعيشها المجتمع المحلي، من مهامه الأساسية بشكل مباشر ومععمق بكل ما يحيط بالجمهور أو المستمع أو الأفراد في منطقة محددة لهم عادات وتقاليد خاصة بهم.

- هو كذلك الإعلام الموجه إلى جزء من المجتمعات المحلية المستهدفة من طرف وسائل الإعلام المحلي، أي انه يهتم فقط بالاهتمامات والاحتياجات المجاورة له.

- وهو ذلك الإعلام الذي ينطلق من القاعدة المحلية، وتكون اهتماماته مركزة بصورة أساسية على منطقة جغرافية معينة، تتمثل في مدينة معينة أو على الأكثر ولاية، حيث تكون خصائصها الثقافية والتقنية والجغرافية والمادية متجانسة أو على الأقل متقاربة (منى الحديدي، وسلوى إمام علي: 2004، 161).

- كما أن الإعلام المحلي هو مقارنة إعلامية حديثة، تعني المزيد من الانخراط في قضايا المجتمع الذي تنطلق منه تلك الوسيلة الإعلامية، وهو يهدف إلى الاهتمام أكثر فأكثر بالمواطنين وتقريبهم من الإدارة والسلطة ونقل المشاكل الحقيقية التي يعيشونها.

- الإعلام المحلي هو نوع من أنواع الإعلام محدود النطاق، يختص باهتمام منطقة معينة تمثل مجتمعا محليا، ويشمل انعكاسا واقعيا لثقافة المجتمع المحلي، مستهدفا خدمة احتياجات سكانه ومحققا تفاعلهم ومشاركتهم.

- ويعرفه إبراهيم إمام بأنه الإعلام الذي ينبثق في بيئة معينة ومحددة، ويوجه إلى جماعة بعينها تربط بعضها ببعض هذه البيئة بحيث يصبح الإعلام مرتبطا ارتباطا وثيقا بحاجة هؤلاء الناس ومنتصلا بثقافة البيئة المحلية وظروفها الواقعية (إبراهيم إمام: 1969، 444).

الفصل الثاني: الصحافة المحلية الإقتصادية

- وفي تعريفه للإعلام المحلي أشار بيتر لويس إلى أنه من خصائص وسائل الإعلام المحلية أنها تغطي مناطق تعتبر صغيرة مقارنة بمناطق وسائل الإعلام الجماهيرية (ناجي شهاوي: 2015، 9)

ثانيا: نشأة الإعلام المحلي.

إن التغيير الاجتماعي عملية يعكس التحولات الداخلية التي تحدث في العالم، في مختلف الأنظمة الاجتماعية والثقافية والسياسية، وهذا راجع لتطور الهائل لوسائل الإعلام الجماهيرية بكافة أشكالها وأنواعها. ويعتبر الإعلام المحلي أحد روافد هذا التطور، كونه النافذة التي يرى منها الأفراد انشغالاتهم وتطلعاتهم باعتباره موجه إلى إقليم محدد جغرافيا. فنجد في العالم الغربي خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية التي تعد دولة الأم في الإعلام يظهر فيها الإعلام المحلي بمكانة متميزة، والإعلام المسيطر على المواطنين هناك هو الإعلام المحلي (سامح فوزي: 2009، 72).

وهناك ثلاث عوامل تحدث تأثير متساويا على بنية الصحافة المحلية بالولايات المتحدة الأمريكية وهي طبيعة السكان في القطر وجغرافيته ونظامه السياسي، وقد أدى الانتشار المتوازن للمدن الكبرى في كل أنحاء الولايات المتحدة إلى تطور الصحف المحلية ومن بين أكثر الصحف توزيعا في الولايات المتحدة الأمريكية نجد:

- لوس أنجلوس تايمز: تأسست سنة 1881 وتوزيعها اليومي يصل إلى 1057611 نسخة والأسبوعي يوم الأحد إلى 1344660 نسخة.

- شيكاغو تريبيون: تصدر منذ سنة 1847 وهي جريدة صباحية ويصل توزيعها اليومي إلى 657275 نسخة، ونحو 700315 نسخة يوم الأحد.

- نيويورك بوست: وهي جريدة مسائية مستقلة تأسست عام 1801 وقد وصل توزيعها إلى 262000.

- ديترويت نيوز: جريدة مسائية يصل توزيعها اليومي إلى 630795 نسخة بينما ليصل يوم الأحد إلى 828052 نسخة (فاطمة الزهراء تينبو: 2010.2011، 123.121).

وخلال فترة الستينيات شهدت الولايات المتحدة الأمريكية انهيار و سقوط الصحف الكبرى وانخفاض توزيعها وتم غلق العديد من الصحف المحلية ففي مدينة "لوس انجلوس" مثلما كانت هناك أربعة صحف كبرى عام

الفصل الثاني: الصحافة المحلية الإقتصادية

1957، ولكن بعد ذلك بعشرة سنوات لم يتبقى منها سوى صحيفتين، ولكن في الوقت ذاته ازدهرت الصحف اليومية المحلية في المناطق المجاورة للمدن الأمريكية الكبرى ليلبلغ عددها 28 صحيفة (فاطمة الزهراء تيمراز: 2009.2008، 23).

أما على مستوى العربي نجد مصر من بين البلدان العربية التي عرفت الصحافة بحيث يعود إنشاء الصحف في مصر إلى الحملة الفرنسية لكن البداية الحقيقية للصحافة هي بداية حكومية عند قيام محمد علي بطبع التقارير المسماة "الجر نال" وتعتبر جريدة "الأهرام" أشهر وأعرق الصحف المصرية، حيث تأسست في 27.12.1876 ومازلت لحد اليوم تحتل الريادة بنسبة عالية في التوزيع ولهما صدى مصري وعربي (فاطمة الزهراء تيمراز 2008.2009، 29).

كما أنا تاريخ الصحافة في مصر يعود إلى أواخر القرن 19، حيث كانت قد ظهرت عدة صحف في بعض جهات مصر، تعتبر صحيفة "النزهة" أول صحيفة محلية مصرية صدرت بمدينة "أسيوط" 02.15.1886 على يد جورجي خياط وخليل إبراهيم.

كما تعتبر صحيفة "النيل" من أبرز الصحف المحلية في الإسكندرية كانت تصدر بين الحربين العالميتين واستمرت في الصدور صحف محلية أخرى في مدينة بور سعيد والإسماعيلية والمنصورة والإسكندرية، وتولى صدور الصحف المحلية في مصر حتى بلغ عددها أكثر من 700 صحيفة، صدر منها في الإسكندرية وحدها ما يقارب 300 صحيفة (فاطمة الزهراء تيمراز، 2010.2011، 125.126). وكذلك نجد في دول المغرب العربي بروز الصحافة المكتوبة في الجزائر، حيث عرفت الجزائر الصحافة عن طريق ظهور أول جريدة سنة 1830 l'estafette sidi feruche التي بقيت عام 1962 (تريا التجاني: 2011، 30).

كما ظهرت عدة صحف في الجزائر بعضها معروف بميولها المشبوه التي جعلت الاستعمار يرخي لها العنان، وصحف أخرى تسيرها و تمويلها أغلب الصحف والأعم جمعيات دنية وأحزاب سياسية آنذاك ومن بين الصحف الصادرة ما بين سنة 1874 وسنة 1954 جريدة المبشر سنة 1947 و"الجزائر" لمحمد راسم سنة 1908م و"الشهاب" لابن باديس سنة 1925 كما ظهرت في السبعينات كثير من المجالات، كمجلة آمال و"الثقافة" و"المجاهد". (ناجي ثمار: 2005.2006، 17).

الفصل الثاني: الصحافة المحلية الإقتصادية

فالصحافة المحلية التي ظهرت في 1848 وهو تاريخ تأسيس سيبوس " عنابه " التي تعد أول صحيفة محلية في الشرق الجزائري وظلت تصدر حتى سنة 1962، وقد ارتبطت الصحافة المحلية التي بلغ عددها أكثر من 700 عنوان، ارتباطا وثيقا بالعالم الريفي الذي ينتمي إليه عددا من أولئك الذي يمولونها ويحررها كما كانت صحف محلية مثل الدفاع ببرج بوعر يرح وصوت الهضاب العليا بقسنطينة، وكان يقوم بتنشيط هذه الصحف فرنسيون مدافعون على القضية الجزائرية (فاطمة الزهراء تينبو: 2011.2010.162.161).

ثالثا: أهمية الإعلام المحلي.

- إن للإعلام المحلي أهمية عظيمة بالنسبة للمجتمعات المحلية وتتمحور أهميته في ما يلي:
- يعد مصدر مهم من مصادر التوجيه والتنقيف في أي مجتمع وهي ذات تأثير في جماهير المتلقين المختلفين المتباينين وتوجهاتهم ومستوياتهم الفكرية الأكاديمية و الاجتماعية.
- يقوم بعملية بناء المجتمعات وفي المساهمة في تشكيل ملامح المجتمعات.
- تشكيل الرأي العام وخاصة لما تكون الصورة غير واضحة.
- هو مصدر أساسي للقادة السياسيين والدبلوماسيين وكل من لهم صلة بالعملية السياسية في المجتمع.
- يلعب الإعلام دورا مهما في عملية، لتفاوض، حيث يوفر رؤية أولية للأطراف المشاركة في عملية التفاوض (أسماء مقتين: 36، 2015.2014).
- تكوين بنية معرفية لدى المتابعين لرسائله أو فقراته الإذاعية والتلفزيونية أو القارئ لموضوعات الصحف.
- تنمية المكونات الثقافية مرتبطة بمعيار التربية البدنية لدى جمهور وسائل الاتصال الجماهيرية بغرض محو الأمية المرتبطة بالعديد من المفاهيم والقضايا التي تتكون عنها مدركات خاطئة لدى بعض الأفراد أو الفئات المختلفة للمجتمع.
- إتاحة الفرص للأفراد في مختلف الفئات العمرية للاستماع إلى فقراتها الإعلامية ويوجه خاصة للأطفال الذين لم تنمو قدراتهم العقلية للمستوى الذي يسمح لهم بقراءة أو الاستيعاب لما يقرؤونه.

الفصل الثاني: الصحافة المحلية الإقتصادية

- إتاحة الفرص للأفراد والأسر ذات الدخل المادي المحدود بالاستفادة من الاستماع إلى فقراتها المتنوعة في استثمار أوقات فراغهم (أسماء بوساق: 2008، 2007، 95، 92).

- الإعلام المحلي يعتبر كعامل مساعد للإعلام المركزي ويسد النفس في أداء وسائل الإعلام المركزية عن طريق معالجة الموضوعات المحلية التي تهم الناس بصورة مباشرة، و يفتقرون إليها في وسائل الإعلام المركزية.

- يحقق الإعلام المحلي ديمقراطية الاتصال على المجتمع المحلي الذي يخدمه وذلك عن طريق أن يكون لكل فرد من هادا المجتمع نصيب في المشاركة في كتاباتهم وإبداعاتهم (ناجي الشهاوي: 8، 2015، 9)

رابعا: أهداف الإعلام المحلي.

يمثل الإعلام المحلي بكافة وسائله المباشرة وغير مباشرة أداة أساسية للوصول إلى انشغالات المجتمعات المحلية ذات الأوضاع الخاصة التي تختلف، والتي تختلف فيها عن غيرها من المجتمعات داخل الدولة الواحدة ونظرا للقرب بين أطراف العملية الإقتصادية تبرز أهمية هادا المستوى من الاتصال في خدمة التنمية المحلية (فوضيل دليو: 2007، 53).

من أهم أهدافه :

- مناقشة المشكلات الحية ومحاولة إيجاد حلول لها.
- نقل الأحداث للجمهور، وتشجيع الأفراد على التعبير عن أنفسهم حول مستقبل مجتمعهم.
- تلبية الحاجات الثقافية والإعلامية للمجتمع المحلي.
- دعم القيم الفردية والجماعية على المستوى المحلي.
- دعم القيم الاجتماعية الصالحة أو تغيير أنماط سلوكيات السلبية أو التعريف بعادات المنطقة و الاهتمام بالفئات المحرومة والأطفال أيضا.

الفصل الثاني: الصحافة المحلية الإقتصادية

- رصد التحركات الشبابية، ومواكبة نشاطاتهم من النوادي الثقافية والرياضية، وتشجيع الهوية، ورفع التنافس، ومتابعة نشاطات المدارس والجمعيات ومراكز التكوين والجامعات باختلاف نشاطاتها.
- المساهمة في توسيع آفاق المجتمع عن طريق نقل الأحداث لجمهور المستمعين (سواء الجبور:12،2010).
- تسليط الضوء على القضايا المحلية، وتصعيد الاهتمام بها على المستوى القومي وخاصة تلك القضايا التي ترتبط بالسياسات العامة لدولة كتعليم والصحة والإسكان وغيرها.
- تركيز على مخاطبة الحاجات الخاصة بالمجتمع المحلي عن طريق المعايشة الصادقة لمشاكل الجمهور وذلك بفتح المجال أمام أبناء المجتمع المحلي لإبداء آراءهم.
- الدعوة المستمرة إلى تنمية المجتمع المحلي عن طريق دفع الجماهير وتحفيزها على المشاركة في إنجاز برامج التنمية المحلية.
- فتح المجال أمام مساهمات أفراد وإنتاجهم في مجال النشر وإعداد البرامج وتقديمها.
- تسعى لتقديم الجديد والمتنوع دوما من المواد الإعلامية المحلية والعمل المستمر على رفع مستوى الإعلام المحلي حتى يزداد ارتباطا به وحرص على متابعته.
- تعريف المجتمع المحلي بمراكز الخدمة العامة في المجتمع المحلي وكيفية الحصول عليها.
- مساندة الجمهور الرسمية إلى القضاء على التخلف ومحو الأمية ونشر الوعي ونشر المستوى الثقافي و الاجتماعي لمواطني المجتمع المحلي (سيد محمد مصطفى عمر:1997، 190، 195).

خامسا: خصائص الإعلام المحلي.

- إعلام محدود النطاق: كونه يبيث رسائله في مناطق صغيرة تمثل طبقات محلية أو كيانات صغرى، مقرنة بالمناطق الكبيرة التي تستهدف الوسائل الجماهيرية الكبيرة أو الإقليمية أو تغذيتها، وقد تتمثل هذه المجتمعات

الفصل الثاني: الصحافة المحلية الإقتصادية

المحلية في مدينة صغيرة أو مجموعة مناطق تمثل بينها مجتمعا محليا له خصوصياته، وقد تقتصر في بعض الأحيان على حي من الأحياء أو منطقة جوارية (رحيمة الطيب عيساني: 2008، 19).

- خدمة البيئة على المستوى المحلي: وذلك من خلال الارتباط الوثيق والمباشر بالحياة اليومية بمواطني المجتمع المحلي، والمساهمة الفعالة والإيجابية في معالجة مشاكل وقضايا المجتمع المحلي، والعمل من أجل التطوير سلوكيات المواطن المحلي. ويكمن دوره في إعلام المواطن في المجتمع المحلي بما يجري حوله على المستوى المحلي والوطني والدولي، ومواكبة اهتمامات أبناء المجتمع المحلي وخلق روح مشتركة بينهم، تقديم خدمات خاصة بهم، إلى جانب الخدمات العامة، وخدمات مقومات التنمية المحلية وضرورياتها بما يخدم أهداف التنمية على المستوى الوطني في جميع جوانبه ومجالاته.

- تحقيق نوع من المشاركة الجماهيرية في البرامج المحلية: وذلك في إطار عرض القضايا المحلية ومناقشتها ومحاولة إيجاد حلول لها، من خلال إتاحة الفرصة الكاملة لكل مواطن في المجتمع المحلي لتعبير عن رأيه ومناقشة المسؤولين والقيادات المحلية في كافة الأمور والقضايا والمشكلات الخاصة بمجتمعهم (ناجي الشهاوي 20، 2015).

- القائمون به من أبناء الإقليم: يتطلب الإعلام المحلي أن يكون القائمون بالاتصال وبأداء رسالته من أبناء المجتمع المحلي المستهدف، مما يمثلون كوادر إعلامية نابعة من البيئة التي يعملون فيها، مدركين للقيم والعادات والتقاليد السائدة ومتلاحمين معها، و لديهم الرغبة بالنهوض بمجتمعهم المحلي بحكم الانتماء إليه.

- ناتج المحلي يصاغ بلهجة محلية: ينفرد الإنتاج الإعلامي المسموع و المرئي، بأنه يصاغ باللهجة المحلية للمجتمع المحلي الذي يخدمه، مما يقرب المفاهيم والكتيبات اللغوية المحلية، يشعر من خلالها المتلقي أن من يحدثه فرد من أفراد عائلته، وكلما اقترب الإعلام من سمات المتلقي نجح في دفعه لتقصص دوره والتجاوب معه و الاقتناع بوجهة نظره وتبني ما يدعو إليه.

- الإعلام المحلي مشروع استثماري له عائد اقتصادي: وذلك من حيث العائد الذي يحققه والمرتبط بدوره في بناء الإنسان في المجتمع، وما يقدمه في مجال التدريب، والتعليم وتنمية المهارات المختلفة، النابعة من واقع البيئة، وأيضا ما يقوم به من دور في معالجة المشاكل المتعلقة بقضايا التنمية المحلية.

الفصل الثاني: الصحافة المحلية الإقتصادية

- إعلام يعكس ثقافة المجتمع: فهو يتناول حاجات ورغبات المواطنين وتسلط الضوء عليهما، ويعمل على إيجاد حلول لمشاكلهم المختلفة. (ناجي الشهاوي: 9، 2015).

المطلب السادس: وظائف الإعلام المحلي.

يسعى الإعلام المحلي من خلال وسائل الإعلام المحلية إلى القيام بمجموعة من الوظائف منها:

- التعرف على الاحتياجات المحلية والعمل على تعريف الناس بها.
- تكييف البرامج المذاعة بحيث تتفوق مع ردود الفعل الإيجابية (طارق سيد أحمد: 2004، 83.82).
- تفسير الأمور المحلية للجمهور، وتشجيع أفراد الجمهور على التعبير عن أنفسهم حول مستقبل مجتمعاتهم، وتحقيق التكامل بين أنشطة المجتمع المحلي والإعلام الإذاعي.
- مراقبة البيئة والتعريف بالظروف العامة، ولن يكون هذا إلا عن طريق نشر وبت الأخبار المحلية في وسائل الإعلام المحلية، والذي يعود بالفائدة على الفرد والمجتمع، حيث يعد وسيلة لتحقيق الاحتياجات اليومية للمؤسسات المختلفة في المجتمع المحلي، مثل الظروف البيئية والجوية والمواصلات والملاحة البحرية والجوية والأسعار (إبراهيم عبد الله المسلمي: 2004، 47).
- التوجيه والتفسير من خلال التركيز على الأمور الأكثر أهمية في الظروف أو البيئة المحيطة، كما يساعد على منع تطرف أحاسيس الجماهير أو خروجها على الحدود المقبولة، كما يمنع تعبئتهم بشكل أكثر من اللازم.
- نقل التراث الاجتماعي والثقافي بالوقوف في وجه الاختراق الثقافي الذي تفرضه وسائل الإعلام الوطنية أو العالمية، وحماية كل ألوان الثقافة الشعبية المحلية، التي بغيرها لاتزدهر ثقافة وطنية، والمحافظة على التراث الشعبي المحلي.
- الترفيه والتسلية، ويجب ويجب أن يقوم على إشباع وإرضاء الأذواق الجماهيرية، ولكن دون إفراط في تقديم المعاني السطحية، التي تؤدي بالتالي إلى تدهور في الذوق الجماهيري، خاصة وأن الترفيه يخلص الناس من مشاق الحياة وصعوبتها. (إبراهيم عبد الله المسلمي: 48، 2004، 50).

الفصل الثاني: الصحافة المحلية الإقتصادية

- يشجع من خلال برامجه التربوية والثقافية والأنشطة الاجتماعية والحضارية للأمين، ومن لم تسمح لهم الظروف بإتمام دراستهم، واعتماد أساليب السعي والاجتهاد في كسب الثقافة والمعرفة وطلب العلم، و الاستفادة منه في تحسين أنماط الحياة وسبل العيش (حسين شفيق: 2009، 26).
- الإعلام المحلي وسيلة لمعالجة الممارسات الضارة، والتنبه بأخطارها وانعكاساتها على المجتمع.
- وسيلة تعودنا على كسب الثقافة والمعرفة والتحرر من الجهل والتخلف بجميع أشكاله، ليتمكن المجتمع من إحراز التقدم الشامل ويتمكن الإنسان من بناء المجتمع وازدهاره (عبد العزيز شرف: 1989، 113.114).

المبحث الثاني: الصحافة المحلية.

أولاً: مفهوم الصحافة المحلية.

- هي تلك الدوريات التي تصدر في أقاليم الجمهورية عدا العاصمة السياسية للبلاد، وتكون موجهة لمواطني هادا الإقليم وأخبارها وأراها وآمالها (غادة عبد التواب اليماني: 167).
- وتعرف أيضا: بأنها صحف محلية تنتشر وتطبع في مركز المحافظة وتوزع إما بالإشتراك ومجانا للمواطنين في المحافظة ويكون توزيعها إما في الشارع للعامة أو للموظفين والعاملين في الدوائر والمؤسسات (فريد مصطفى: 2015، 212).
- وعرفها عبد المجيد شكري بأنها الصحافة التي تهتم بالموضوعات والأخبار والقضايا المحلية اهتماما كبيرا، يجعل القارئ في المجتمع المحلي يرتبط بها ويشعر بالإنتماء نحوها (عبد المجيد شكري: 2008، 88).
- هي الصحافة التي تتبع من المجتمع المحلي، وتعبّر عن إحتياجاته ومطالبه ومشاكله ولها رسالة في تنميته وتطويره لتحقيق أهداف المجتمع العليا، وبناء الوعي الوطني لدى المجتمعات المحلية، وتطوير الثقافة الوطنية وتنميته ودعم القيم الإيجابية، وإبراز التراث الثقافي المحلي، كما أنها تمثل حلقة وصل بين المواطنين والجهازين الشعبي والتنفيذي (ناجي الشهاوي: 2015، 27).

الفصل الثاني: الصحافة المحلية الإقتصادية

- وتشير بعض المعاجم ومصطلحات الإعلامية إلى "الصحف المحلية بأنها الصحف والمجلات التي توزع على مستوى المدينة التي تصدر فيها ولا تتجاوزها إلى الخارج وقد تكون على المستوى الدولة ولكنها ليست على مستوى العالم، وهي الجرائد والمجلات التي تصدر لتوزع داخل البلد أو الإقليم، ولا تتجاوز ذلك إلى توزيع أوسع على مستوى عالمي" (كرم شلبي: 1989، 344).

ثانيا: نشأة الصحافة المحلية.

لازالت عدة جوانب من ماضي الصحافة المحلية في الجزائر قليلة المعرفة إلى حد اليوم، فتاريخ الصحافة يطرح صعوبات عديدة أكثر من كونه يقدم حقائق مكتسبة لأن معرفة الماضي متوقفة على الوثائق والمخطوطات الموجودة في المراكز الرسمية لكن ما نجد هناك من يتأسف لغياب وثائق معينة في حالة وجودها فإن عملية الإطلاع عليها صعبة ومستحيلات لأن كثيرا من الوثائق استولت عليها أو أتلقتها المصالح الفرنسية أثناء الاستقلال.

لكن ومع هذا لدينا مجموعة من الأخبار لم تشغل من قبل كما يجب، ويتعلق الأمر هنا بالأخبار التي تتضمنها الصحافة المحلية التي ظهرت سنة 1844 وهو تاريخ تأسيس "سيبوس" عناية التي تعد أول صحيفة تأسست في الشرق الجزائري التي ظلت تصدر سنة 1962 وقد ارتبطت الصحافة المحلية أكثر من 700 عنوان بالنسبة لعمال قسنطينة سابق. ارتباط وثيق بالعالم الريفي الذي ينتمي إليه عدد من أولئك الذين يمولونها ويحررنها، وهي بذلك تقدم مجموعة كاملة من الأخبار حول الأرياف في الشرق الجزائري حول مختلف المشاكل التي تواجهها هذه الصحف في معظمها هي صحف استعمارية حررت من طرف المستعمرين من أصل أوروبي ويمكن من خلال مطالعاتها الكشف عن عريضة قدمها سكان دوار أو مجلس شيوخ وقبائل أو الكشف عن موقف احد الأعيان التي تتكاثر عشية الحرب العالمية الأولى وهذا بظهور صحيفة "الشبيبة الجزائرية" التي نذكر من أهم فروعها "الراشدي" بجيجل، و"الإسلام" بعنابة، كما كانت هناك صحف محلية أخرى مثل "الدفاع" ببرج بوعريج وصوت "الهضاب العليا" بسطيف. (فاطمة الزهراء تينبو: 2010، 2011، 94).

الفصل الثاني: الصحافة المحلية الإقتصادية

إن وجود صحافة محلية حقيقة فعالة ونشيطة في مجتمع ما، ليقفل من أهمية الصحافة الوطنية والقناعة كل القناعة هي أننا، لو كنا أمددنا هذا النوع من الصحافة بالدعم الكافي منذ الاستقلال وحتى الآن لجانينا الكثير من ثمارها، الآن ما يفرضه الإعلام وتطورها في العالم المعاصر يحتم أن تأخذ الجزائر بنظام إعلامي محلي لا مركزي بهدف ربط المواطنين بإعلامهم الوطني، بحكم أن المجتمع الجزائري مجتمع نام يواجه العديد من المشكلات التي يمكن لوسائل الإعلام المحلية أن تلعب دورا في مواجهاتها، فمن جهة تهتم هذه الصحافة المحلية بثقافة وتراث جماعات الساكنة في الأقاليم كما يمكن أن تتيح مجالات واسعة من التعبير الحد عن هموم وطموحات المواطنين الذين لا يجدون تلك المجالات في الصحافة الوطنية، ولو أن ذلك الدعم المتوقع كان مقننا عبر الدستور أو عبر قانون الإعلام، فإن الصحافة المحلية كان يمكن أن تتطور مهنيا ومضمون حتى تغطي كل مناطق الوطن التي لاتصل إليها الصحف الوطنية أحيانا.

وحرص الإعلام الجزائري على أن يضيع ضمن استراتيجياته إنشاء عدد من الصحف المحلية سيؤدي إلى تحقيق تنمية شاملة لدولة، لأنها ستقوم بدورها الأساسي في التعبير عن واقع البيئة المحلية وشرح قضاياها وطرح آمالها وتحقيق الترابط بين المسؤولين والجماهير بهدف دعم الجهود والمبادرات الذاتية لحل مشاكل البيئة، وكذلك تزويد جمهور المحليات بما يحقق له إطارا ثقافيا يخدم ويعبر عن واقع المجتمع المحلي وظروفه وإلقاء الضوء على الإمكانيات المحلية وتشجيع الصناعات المحلية المختلفة التي يمكن أن تقع في المجتمع المحلي (فاطمة الزهراء تينبو 2010.2011، 169).

ثالثا: أهمية الصحافة المحلية.

تتجلى أهمية الصحافة المحلية تبعا للدور الذي تضطلع به في مجال التنمية المجتمعية المركزة على مناطق محددة منها:

- 1- تحتل الصحافة المحلية موقعا مميزا في مجال التنمية الاجتماعية كونها قناة اتصال أساسية بين المسؤولين في الإقليم أو الحي أو البلدة التي تصدرها مواطني هذه المنطقة حيث تركز اهتماما في هذا المجال.

الفصل الثاني: الصحافة المحلية الإقتصادية

- 2- تساهم الصحافة المحلية في مجال التنمية الإقتصادية مساهمة فعالة في حل المشكلات الإقتصادية المحلية في محيطها الجغرافي مثل مشاكل الزراعة والصناعة ومجالات الري والصرف الصحي وتطوير القرى والاهتمام بمشروعات الإنتاج الإقتصادية.
- 3- تساهم الصحافة المحلية في مجال التنمية الثقافية والتعليمية بدور مهم في محو الأمية على اختلافها والتوسع بالجامعات والمراكز الثقافية وتنشيط الحركة الأدبية والمسرحية والفنية، وتساهم في حل ما يواجهها من مشكلات مثل نشر ومتابعة أنظمة التطوير الثقافي في هذه المدن وما حولها.
- 4- تعمل الصحف المحلية على نشر موضوعات سياسية تنمي الوعي في المجال السياسي فتنشر الصحف كلما يتعلق بالتطورات السياسية القومية والإقليمية و انعكاساتها على الإقليم الذي تصدر فيه، ودعوتها الجماهيرية للمشاركة في الانتخابات والاستفتاءات العامة والمحلية، من شأن ذلك النهوض بالوعي السياسي لدى أبناء الإقليم والمحافظة.
- 5- تتيح الصحافة المحلية مجالا لتدريب الصحفيين الشباب في الصحف المسائية الأسبوعية المحلية وهي بذلك مجال تدريبي وحلقة وسطى بين الصحافة المدرسية والصحافة القومية (عبد الرزاق علي الهيتي: 2015، 272.273).

وعليه فإن للصحافة المحلية أهمية كبيرة تبدأ من فهم طبيعة المجتمع التي تتوجه إليه خصوصية أو ذات طبيعة خاصة بها هيا مشكلات يمكن أن تتشابه مع المشكلات الوطنية لذلك فإن تميز الصحافة المحلية يتمثل على فهم هذه المشكلات وإعطائها الأولوية ومحور الاهتمام بفعل قرب رسائلها من واقع الجمهور وسرعة رجع الصدى وسهولة تقييم مردود رسائلها واستجابة الجمهور لها حيث تمثل عاملا أساسيا بالنهوض بالمجتمعات (فاطمة الزهراء تينبو 2010.2011، 170. 171).

رابعا: خصائص الصحافة المحلية.

تعد الصحافة المحلية العربية صحافة سياسية إخبارية تماثل الصحافة الوطنية وتسعى لمنافستها مع أن دور وظيفة الصحافة المحلية غير ذلك فعليا العناية بالمجتمع الجغرافي والبشري الذي تصدر فيه وتزوده بما يهمه من موضوعات، بل لتزود الصحافة الوطنية بموضوعات تتفرد بها الصحف بحكم اهتمامها بالشؤون المحلية.

الفصل الثاني: الصحافة المحلية الإقتصادية

- ضعف وعي العاملين بالصحافة المحلية وحاجاتهم لتدريب للنهوض بمستواهم المهني وبنوعية نتائجهم الصحفي.
- من الضروري توسيع فريق عمل وطاقتهم التحرير لصفح المحلية ودعمهم بمتخصصين في الإعلام وزيادة المراسلين.
- خفض اعتماد الصحافة المحلية على أخبار وكالات الأنباء والاعتماد على مصادرها الخاصة، فهذا هو الإنتاج التحريري .
- يجب أن تتفرد بموضوعاتها وإخبارها وأن تكون رائد لصفح الوطنية لمتابعة أخبار وأوضاع ومناطق التي تصدر فيها (عبد الرزاق علي الهيتي: 2015 ، 207).
- يحررها ويشترك في الإشراف عليها أبناء الإقليم ويتم توزيعها داخل الإقليم.
- نشر الأخبار والمشاكل والقضايا والموضوعات الخاصة بالإقليم ذاته التي تصور فيه على ألا تغفل أبناء الوطن القومية.
- التعامل مع واقع الناس في بيئتهم المحلية ومع اهتماماتهم الحقيقية، وما يريدون الحصول عليه من معلومات وأفكار وما يريدون مناقشته من قضايا.
- تعتبر من أقدر من الصحف القومية على نشر الأفكار الخاصة لتنمية وتطوير البيئة المحلية (محمد منير حجاب: 2000، 244).

خامسا: وظائف الصحافة المحلية.

- التغطية الإعلامية كافية ومتوازنة للأحداث الجارية في المجتمع المحلي الذي تصور فيه الصحيفة.
- إفساح المجال لإفراد المجتمع المحلي والفرصة لإبداء آراءهم وطرح أفكارهم بحرية مع التركيز على الشرح المبهم لإزالة سوء الفهم وتعزيز القيم الإيجابية الداعمة لنهوض بالمجتمع.

الفصل الثاني: الصحافة المحلية الإقتصادية

- التعزيز بالانتماء المحلي في الإطار الوطني، والانتماء الوطني في الإطار الإنساني وهو حاجة إنسانية مهمة ومقوم أساسي من مقومات الرقي والتقدم الاجتماعي الهادف.
- إنشاء صلة حميمية وعلاقة سليمة بين السلطات والمواطنين كمؤسسات وافرد في الإطار المحلي والتركيز على عوامل البناء والتقدم في هذه الصلة ،وبما ينعكس على المجتمع المحلي بالمنافع التي تسهم في روقي هذه المنطقة.
- تسهم الصحافة المحلية بدور هام ومنتامي في مشروعات حماية البيئة وتنميتها وصيانتها وتطويرها (عبد الرزاق علي الهيتي:2015، 276).
- تقديم الخلفيات وتفسيرات وتعليقات وأراء لما يحدث في المجتمع المحلي الذي تصدر عنه من أحداث وقضايا ومشكلات حقيقية بتعمق .
- تعليم وتهذيب وحماية التراث الثقافي للأمة ونقله من جيل إلى جيل.
- بيع مساحات للمعلنين المحليين، وخاصة تجار البيع بالتجزئة وأصحاب المصانع المحلية الصغيرة والذين يعمهم الوصول إلى مستهلكين محدودي جغرافيا.
- فتح فرص ممارسة العمل الصحفي للموهوبين وخرجي أقسام الصحافة والإعلام من تحرير وإخراج، يشتركون بأفكارهم ويعبرون عن أنفسهم وعن مجتمعاتهم.
- وبصفة عامة الصحافة المحلية تعبر عن المجتمع المحلي الذي تصدر فيه تعبيراً كاملاً متكامل أي أن عليها أن تعكس آمال الجمهور وتتصدى لمشاكله وقضاياها وتعبر عن آماله وطموحاته (رفعة عارف الضبع:2019، 145، 149).
- تعد الوظائف التي تؤديها الصحافة للأفراد والمجتمع واحدة سواء كانت محلية أو قومية، ويأتي الاختلاف في طبيعة الجمهور التي توجه إليه فاهتمامات الجمهور المحلي تختلف بعض الشيء عن اهتمامات الجمهور العام، وتتمثل هذه الوظائف كذلك في ما يلي:

الفصل الثاني: الصحافة المحلية الإقتصادية

الوظيفة الإخبارية: إذ كان الخبر هو العمود الفقري في الخدمة الإعلامية، فإن الوظيفة الإخبارية لصحيفة المحلية لها طابع خاص يتمثل في ربط الأخبار المحلية بالأخبار الوطنية والعالمية، حتى لا يحس القارئ أنه داخل جزيرة مستقلة ومعزولة الصلة عما حوله عندما ينفرد بالصحيفة المحلية .

إن التغطية الخبرية لجميع مجريات الأمور التي تحدث في المجتمع، والتي تهتم أبناء المجتمع المحلي الذي تصدر فيه الصحافة المحلية يمكن أن تتناول ما يلي:

- اجتماعات الأجهزة التنفيذية والشعبية المحلية.

- أخبار الهيئات والمصالح والمؤسسات والوحدات الخدمية، وكذلك أخبار القيادات والمشاهير في كل ميدان.

- نشر الحوادث التي تقلل من الجرائم وترفع من معنويات رجال الشرطة والأمن، وكذا أخبار المحاكم والقضايا وكافة أخبار الوقائع المحلية الهامة (ناصر محمود، عبد الفتاح أمين: 2002، 135).

- القيام بحملات خدمية خاصة، مثل تطعيم الأطفال والكبار ضد الأمراض، وتنظيم الأسرة وحملات التبرع بالدم وغيرها.

- ويجب على الصحافة المحلية ألا تجعل أخبارها قاصرة على المحليات فقط، بل يجب أن تفرض بعض صفحاتها للأخبار والأحداث المهمة على المستوى الوطني، وربطها بالمجتمع المحلي حتى تتكون هناك رابطة قوية بين المواطن في المجتمع المحلي ووطنه الأم.

شرح وتفسير وتحليل الأحداث والتعليق عنها: تقوم بتقديم الخلفيات والتفسيرات والتعليقات لما يحدث في المجتمع المحلي من أحداث وقضايا ومشكلات حقيقية بعمق يتجاوز السطحي، وهذا يعمل على إقناع وحشد الجمهور وراء الأهداف المحددة من خلال خلق الوعي التنموي لدى الجمهور المحلي (حمدي حسن: 1991، 22).

وظيفة الشورى والديمقراطية: كلما توسعت وسائل الإعلام المحلية بصفة عامة، والصحافة بصفة خاصة في أداء وظيفة الديمقراطية، كلما ازدادت المساهمة في تقديم المجتمع الذي تصدر فيه الصحف المحلية، وكلما ضيق تدهور المجتمع.

الفصل الثاني: الصحافة المحلية الإقتصادية

وظيفة التنمية: إن الصحافة المحلية تسهم في تشجيع عمليات التنمية الشاملة في المجتمعات المحلية، وارتباطها بسياسات التنمية وخططها على المستوى القومي، والتصدي للنماذج السلوكية والاجتماعية التي تتعارض مع ذلك.

وظيفة الإرشاد الزراعي: من واجب الصحافة المحلية الإرشاد الزراعي الحديث، وما يرتبط بطرق الري ومكافحة الآفات من خلال حث المزارعين على أهمية الاعتماد على النفس واستصلاح الأراضي الزراعية وضرورة تحقيق الاكتفاء الذاتي من أجل تنمية المجتمع المحلي وتطويره (ناصر محمود عبد الفتاح أمين: 2002، 141، 142).

سادسا: مجالات الصحافة المحلية.

يمكن تحديد بعض أوجه المجالات التي تعالجها الصحافة المحلية هي:

- الإعلام عن أنشطة مختلفة في المجتمع المحلي التي يمكن دعمها بالمشارك.
- الإعلام بمشكلات المجتمع المحلي.
- الإعلام عن الوسائل الفعالة التي تؤدي إلى حل هذه المشكلات.
- تشجيع المشاركة الجماهيرية الناشطة في حل المشاكل.
- إتاحة الفرصة لرأي والرأي الآخر.
- دعم الأنشطة الاجتماعية والتعليمية والصحية والتنموية بصفة عامة باعتبارها التحدي الحقيقي الذي يواجه الشعوب.
- التعرف بالشخصيات والقيادات المحلية النشطة والكتاب والفنانين والمبدعين والمحليين والنماذج القدوة في المجتمع.
- القيام بدور الوسيط بين المواطنين والسلطات المحلية وبين تلك السلطات والمواطنين.

الفصل الثاني: الصحافة المحلية الإقتصادية

- توفير بيانات ومعلومات للجمهور المتعرض وتركيز انتبهها على المشكلات والقضايا الهامة .
- العمل على أن يتحول المستقبل وهو القارئ من رحلة الشك والتردد إلى الإدراك والفهم إلى الاقتناع ثم المشاركة والفعل.
- الدعوة للمشاركة السياسية وأهمية أن يتمسك كل مواطن بحقه الانتخابي.
- التأكد على مراعاة حقوق الإنسان وأهمية أن يتمسك كل فرد بحقوقه التي ينص عليها ميثاق حقوق الإنسان (عبد المجيد شكري: 2008، 77، 78).

سابعاً: واجبات الصحافة المحلية.

- حتى تحقق الصحافة المحلية دورها وتأثيرها يجب أن تهتم بما يلي:
- البحث الدائم عن قضايا وأن تعمل على نشر موضوعات معمقة تتفاعل على نحو ايجابي مع مصالح المجتمع التي تصدر خلاله بدلا من المادة وتكرار نشر الأخبار التي تصدر في الصحافة القومية وعدم نشر الموضوعات من دون إدراك ووعي لظاهرة النشر أو الظاهر والصحيفة.
 - صحفي الصحافة المحلية يقوم بإعادة إكشاف المجتمع المحلي الذي يعمل به وتجاوز بعض المعتقدات أو الأفكار القديمة التي تكرر على النحو مؤسف ومعيق لتطور.
 - أن تكون الصحافة المحلية دائمة البحث عن الجديد في مكاتب التحرير وتنتج صفحات جديدة وظائف جديدة ضمن معيار تنبع من المجتمع الذي تصدر فيه وتنسجم معه.
 - يجب أن تتشكل لدى الصحف المحلية سياستها التحريرية الواضحة والخاصة حتى تحظى بثقة القارئ المحلي ومتابعته.
 - أن تتعدى الصحافة المحلية مشكلة النظر إلى الصحافة القومية على أنها الصحافة المثالية، الناجحة الجماهيرية وأي نجاح لأي مشروع صحفي يجب أن يسير في الطريق نفسه، تنفرد الصحافة المحلية عن

الفصل الثاني: الصحافة المحلية الإقتصادية

القومية هو الطريق الصحيح الذي ينبغي أن تسلكه والتركيز في المقام الأول على خدمة القارئ المحلي الذي يحظى بالاهتمام الكافي من الصحف القومية.

- من المناسب والمهم أن تنظم وزارات الإعلام واتحاد النقابات وروابط الصحفيين دورات تدريبية للعاملين في الصحف المحلية لصفّل مهاراتهم واكتسابهم المعرفة والخبرة العلمية.

- علي الحكومة أن تخصص جانب من الدعم لصفّ المحلية سواء التي تنشر في المحافظات والمجالس البلدية والقروية.

- لا بد من خلق السياسات التي تسهم في إتاحة الفرصة لخريجي الإعلام للالتحاق بالعمل في الصحف المحلية، ومنح حوافز مادية للعاملين في الصحف المحلية لتشجيعهم لمواصلة استمرار العمل به (عبد الرزاق علي إلهيتي: 2015، 280، 281).

الإعلام الإقتصادي هو ذلك الإعلام الذي يهتم بالمضمون الإقتصادي بكل قضايا ومختلف تأثيراته المختلفة على جوانب الحياة المتعددة فالموضوع الإقتصادي يتميز بالأهمية الحاسمة بالنسبة للفرد والمجتمع.

المبحث الثالث: الإعلام الإقتصادي.

أولاً: مفهوم الإعلام الإقتصادي.

- يرى عبد الرزاق الدليمي في كتابه الإعلام المتخصص بأن الإعلام الإقتصادي أداة لنقل الأخبار الإقتصادية وهو عملية أساسية و حيوية للمساهمة الفكرية في اقتصاديات المجتمعات والدول باعتبارها الإقتصاد علما للبدائل والخيرات (عبد الرزاق الدليمي: 2015، 209).

- يعرف الإعلام الإقتصادي بأنه نشر المعلومة الإقتصادية باستخدام الفنون الصحفية المتنوعة(خبر، تحقيق، مقال، كاريكاتير) بأسلوب بسيط يلاءم جمهور الصحافة على اختلاف مستوياتها وذلك بهدف التوضيح والتفسير والتحليل والنقد والتأثير وتكوين اتجاه معين لدى الرأي العام والدفاع عن وجهة نظر الوسيلة الإعلامية اتجاه الأحداث السياسية والإقتصادية والسياسة الداخلية والخارجية(حبيب بوفضة، عبد الوهاب غالم: 2020، 199).

- يعرف الإعلام الإقتصادي باعتباره إعلاما متخصص بأنه قيام وسائل الإعلام متخصصة على نقل المضمون الإخباري والتحليلي المتخصص في معالجة الأحداث الإقتصادية ومسائل التنمية وتطورات البورصة والمؤشرات المالية وهو موجه في الغالب إلى جمهور متخصص ويهدف إلى التأثير في عملية صناعة القرار الإقتصادي والسياسي كذلك، بما يعبر على عن أفكار القوى التي تملك هذا الإعلام حيث توجهه وفقا لمصالحها (طوالبية محمد: 2017، 165).

- وهو حسب عبد الله خالد بن ربيعان: فرع من فروع الإعلام، يهتم بنقل وتحليل وتفسير الخبر والمتغيرات والقضايا الإقتصادية التي تحدث في المجتمع، كما يشمل أيضا تغطية أداء الشركات وأنشطتها. فالإعلام

الفصل الثاني: الصحافة المحلية الإقتصادية

نفسه أصبح صناعة متكاملة في عصرنا الحاضر مثلها مثل الصناعات الأخرى وبدوره أصبح الإعلام الاقتصادي الجزء الأكبر والفاعل من هذه الصناعة(سلكه أسماء، لوكيل ليلي:2022، 812).

ثانيا: نشأة الإعلام الاقتصادي.

إن ارتباط العملية الإعلامية بالاقتصاد ليست ظاهرة جديدة إنما هي حقيقة ممتدة منذ ظهور الإعلام بشكله الجماهيري، ونشأة الإعلام الاقتصادي مبكرا في أوروبا وبريطانيا بوجه الخصوص يفضل التقاليد السائدة في الممارسات التجارية في سوق لندن منذ عام 1700م حيث بدأت الصحف البريطانية تنشر إعلانات تجارية معظمها يتعلق بالعمل والعمال وحركة الأسواق حيث أول نشرة أسعار في صحافة العالم في عام1750م وفي عام 1793م ظهرت صحيفة "هامدين"وهي أول صحيفة اقتصادية أمريكية، وفي عام1835م بدأ توماس بوينتسليتل بنشر عمودا ماليا في صحيفة هيرالد واستمر في عرض أفكاره الاقتصادية، وفي آخر عام 1851م تأسست وكالة رويترز عن طريق مؤسسها رجل الأعمال الألماني جوليوس رويتر لجمع المعلومات المتخصصة للمحترفين في قطاع خدمات المال والأسواق العالمية المختلفة ،بعد ذلك لاحظت وكالة الأسوشيتد برس الانطلاق الناجح لوكالة رويترز في هذا القطاع حتى قررت في السبعينات الاشتراك مع مجموعة دار جونز التي تهتم بالشؤون الاقتصادية والتجارية والمالية بصورة رئيسة وقامت بتأسيس وكالة إعلامية تابعة هي:AP-DOW-GONES التي أصبحت من أكثر القطاعات الإعلامية في توزيع الخدمات الإخبارية الاقتصادية .(عبد المعطي الشيخ عادل:2015، 105).

شهدت الفترة التي عقب الحرب العالمية الثانية انتعاشة كبيرة في إصدار العديد من الصحف المتخصصة وكانت من بينها الصحافة الاقتصادية مثل مجلة الاقتصاد الزراعي 1950 م ومجلة الأهرام الاقتصادي مجلة شهرية وتحولت إلى أسبوعية في يونيو 1980م غير أن الصحافة المصرية لم تشهد ظهور أبواب وصفحات اقتصادية إلا عقب قيام ثورة يونيو 1952 حيث بدأت التركيز على المشكلة الاقتصادية خاصة عندما أنشئت حكومة المجلس الدائم للإنتاج القومي فبدأت الصحف العامة تهتم بالتحليل الاقتصادي، ومنها صحف الأهرام وروزا اليوسف، أما أول باب اقتصادي في الصحافة المصرية خلال هذه الفترة فكان في مجلة التحرير ثم توالى الصفحات والأقسام الاقتصادية في الصحف المصرية .(ناظم خالد الشمري:2012، 103).

أما في الجزائر تتعامل مع كل أنواع المعلومة الاقتصادية المتوفرة مثل أجل نشرها واستغلالها من طرف

الفصل الثاني: الصحافة المحلية الإقتصادية

المواطنين المختصين المستثمرين ورجال الأعمال، ونستعرض تجربة الجزائر في مجال الصحافة الاقتصادية انطلاقا من عناوين الصحف والمجلات الاقتصادية الصادرة في الجزائر وحسب صدورها من الناحية الزمنية فهي مقسمة إلى ثلاث:

المرحلة الأولى: من 1830 إلى 1962.

المرحلة الثانية: من 1963 إلى 1989.

المرحلة الثالثة: من 1989 إلى 2004. (كهينة بركون: 2016، 259).

المطلب الثالث: أهمية الإعلام الاقتصادي.

- المحرك الأساسي لحركة التكتلات والتجمعات والأحلاف العالمية.
- المحددة لقوة الدول والأمم والمجموعات.
- عزز مفهوم المنافسة والجدوى والعائد المالي والمردود الاقتصادي.
- له دور أساسي في الحياة الاقتصادية والاجتماعية والمحلية والدولية .
- تأثر بصورة أو بأخرى على الحياة اليومية للمجتمعات النامية على وجه الخصوص (ناظم خالد أشمري: 2012، 106).

وللإعلام الاقتصادي أهمية أخرى نذكر منها:

- تغطية الحدث الاقتصادي، وتوسيع دائرة المعرفة حوله.
- توفير المعلومة للمختصين والعامّة عن الأوضاع الاقتصادية محليا وعالميا.
- تعريف بفرص الاستثمار والمتاجرة في الاقتصاد.
- تقييم الأخطاء و المشاكل الاقتصادية وطرح الحلول لها.

الفصل الثاني: الصحافة المحلية الإقتصادية

- ضمان الحقوق الاقتصادية للمواطنين مقابل أجهزة الحكومة أو مقابل الشركات.
- نقل الخبر الاقتصادي.

- تحليل الظواهر الاقتصادية (النمو، البطالة، التضخم).

- مناقشة المشاكل الاقتصادية (الإسكان، التنمية، العمالة الأجنبية).

- متابعة أخبار ومستجدات أسواق المال والشركات (سلكه أسماء، لوكيل ليلي: 2022، 815)

رابعاً: وظائف الإعلام الاقتصادي.

يقوم الإعلام الاقتصادي مثله مثل الإعلام السياسي أو الاجتماعي أو التربوي بالعديد من الوظائف الهامة وهي:

1- الوظيفة التوعوية: وهي الوظيفة التلقينية أو التبسيطية تحسب العائلات وهي الوظيفة تكتسي أهمية خاصة في المجتمعات النامية التي تقلصت فيها نسبة المطالعة وإمكانية اللجوء إلى كتاب أو مصدر تختص وهذه هي أهمية التبسيط والوضوح ومراعاة مستويات القراء والمستمعين والمشاهدين.

2- الوظيفة الإعلامية: لتعريف بمختلف المكتسبات ومختلف الفرص الاستثمارية وتطورات الساحة الإعلامية الاقتصادية إضافة إلى أنها موجهة بصفة خاصة إلى رجال الأعمال والمسؤولين على القطاعات الاقتصادية والمستثمرين الذين هم بحاجة ماسة إلى إعلام موضوعي دقيق يوفر لهم المعلومة الثابتة.

3- الوظيفة التنشيطية: فمنهج الحوار يعتبر ركيزة أساسية في المشاركة الفعالة في القطاع الاقتصادي مما يساهم في تقليص التباعد بين مختلف القطاعات الإنتاجية وإحداث التكامل الذي من شأنه سد التغيرات وتجاوز العقبات، فالفرد في المجتمع والمؤسسات بحاجة إلى نظام المعلومات وهو فعلا ما وصلت إليه الدراسات الاقتصادية باستعمال الوسائل المعلوماتية (بلقاسم مام : 2003، 35، 2004).

خامساً: دور الإعلام الاقتصادي.

- له دور في تحريك أو تنشيط وتحريك عجلة الاقتصاد والإعلان والإعلام عن التحولات التي تحدث في دنيا المال والأعمال.

الفصل الثاني: الصحافة المحلية الإقتصادية

- يوفر للعامّة والمختصين المعلومات حول الأوضاع الإقتصادية والمحلية والعالمية .
- يقوم بالتعريف بالحركة الإقتصادية في الدول الأخرى.
- ضمان الحقوق الإقتصادية للمواطنين.
- تقييد الإعلام في حركة الاستثمار وحركاته.
- له دور في التنمية، وخاصة التنمية الإقتصادية.
- يقوم عبر وسائل الإعلام بتغطية الحدث الإقتصادي، وتوسيع الآفاق والمعرفة حوله.
- مطالب بأن يكون أكثر التصاقاً بالمتخصصين في هذا المجال (ناظم خالد الشمري: 2012، ص106).
- التغطية الشاملة والواقية والدقيقة للأحداث الإقتصادية محلياً وإقليمياً دولياً، وطرح الأفكار والتحليلات والتفسيرات المبنية على أسس ومعلومات سليمة.
- كشف التجاوزات والأخطاء والمعوقات التي تعترض سبيل نجاح التنمية والتطوير من خلال تقديم رسالة إعلامية إقتصادية مبنية على المهنية والحرفية والاستقصاء والنقد العلمي. (ماهر عودة الشميلة، محمود عزت اللحام: 2014، 64).

المبحث الرابع: الصحافة الإقتصادية.

أولاً: مفهوم الصحافة الإقتصادية.

- هي تلك الصحافة التي تهتم بالمضمون الإقتصادي بكل قضاياها الرئيسية والفرعية، وترتكز عليه بشكل مباشر، وعلى تأثيراته مختلفة على جوانب الحياة المتعددة.
- هي أيضاً الصحافة التي تهتم بالشأن الإقتصادي، فنجدها تخصص مساحات واسعة على صفحاتها لحديث عن مجالات إقتصادية والتجارية والمالية، حيث تعرض جداول مليئة بالأرقام والبيانات والعمولات، كما تتابع كل المستجدات الإقتصادية والمالية، وأسواق البورصة في العالم.
- فالصحافة الإقتصادية هي أداة لنقل الأخبار الإقتصادية، وتعد عملية أساسية وحيوية للمساهمة الفكرية في إقتصاديات المجتمعات والدول، ولها أثر كبير في صياغة الأفكار والسياسات الإقتصادية (عبد الرزاق الدليمي: 2015، 209).

الفصل الثاني: الصحافة المحلية الإقتصادية

- ويمكننا تعريف الصحافة الإقتصادية بأنها تنشر المعلومة الإقتصادية باستخدام الفنون الصحفية المتنوعة (خبر، تحقيق، مقال، كاريكاتير) بأسلوب بسيط يلاءم جمهور الصحافة على اختلاف مستوياتها وذلك بهدف التوضيح والتفسير والتحليل والنقد والتأثير وتكوين اتجاه معين لدى الرأي العام والدفاع عن وجهة نظر المجلة اتجاه الأحداث وسياسات إقتصادية وسياسية وداخلية وخارجية (ناظم خالد الشمري: 2012، 103).

- تتسم بأنها جادة تتعامل مع مضمون جاد، وتعتمد بشكل أساسي على المعلومات والبيانات والإحصائيات والأرقام. وهي تتخطى الحدث إلى تحليله وتفسيره وربطه بغيره من الأحداث أو المسببات أو النتائج (ماهر عودة الشميلة، محمود عزت اللحام: 2014، 64).

ثانيا: نشأة الصحافة الإقتصادية.

شهدت الفترة التي أعقبت الحرب العالمية الثانية انتعاشة كبيرة في إصدار العديد من الصحف المتخصصة، وكان من بينها الصحافة الإقتصادية مثل مجلة الإقتصاد الزراعي سنة 1950 ومجلة الإقتصاد والمحاسبة سنة 1951، ومجلة الأهرام الإقتصادي مجلة شهرية وتحولت إلى أسبوعية في يونيو 1980، غير أن الصحافة المصرية لم تشهد ظهور أبواب وصفحات إقتصادية بشكل ثابت إلا عقب قيام ثورة يوليو 1952م حيث بدأ التركيز على المشكلة الإقتصادية خاصة عندما أنشئت حكومة الثورة المجلس الدائم للإنتاج القومي، فبدأت الصحف العامة تهتم بالتحليل الإقتصادي ومنها صحف الأهرام وروز اليوسف، أما أول باب إقتصادي في الصحافة المصرية خلال هذه الفترة فكان في مجلة التحرير ثم توالى الصفحات والأقسام الإقتصادية في الصحف المصرية (د.ناظم خالد الشمري: 2012، 103).

وبدأ الاهتمام بنشر الأنباء الإقتصادية مبكرا في الصحافة الأوروبية، وذلك بعد اهتمام مؤسسات بإعلام زبائنها بالأنباء التي تؤثر على الإقتصاد الأوروبي، ورغبتها في مساعدة العائلات والتجمعات التجارية والصناعية في إقامة تكتلات إقتصادية. فكانت بدايات الإعلام الإقتصادي في أوروبا في العصور الوسطى أين تضمنت الأخبار الإقتصادية في بدايتها بعض المعلومات عن السلع المتوفرة وأسعارها ومعلومات حول الأسواق وتحويلها وكذا أخبار الملوك والزعماء وأنباء الحروب وحركة السفن المحملة بالبضائع وأسعار صرف العملات، مما له تأثير على حركة الإقتصاد والتجارة وأسعار البضائع والسلع.

الفصل الثاني: الصحافة المحلية الإقتصادية

يعمل هذا النوع من الصحافة عناوين مباشرة من الشؤون الاقتصادية والتجارية وشؤون المال والأعمال، وتعني بالدراسات الجادة عادة ما تكون بلغة الجداول والأرقام والبيانات، متابعة التطورات الاقتصادية والمالية في العالم (محمد خليل الرفاعي : 2020، 37).

بدأت الصحف البريطانية منذ عام 1700 بنشر إعلانات تجارية معظمها يتعلق بالعمل والعمال وحركة الأسواق وإعلانات السلع والخدمات المعدة للبيع، كما ظهرت إعلانات عن بيع الكتب والروايات من قبل كتابها.

مع بدأ نمو المستعمرات البريطانية في بدايات القرن 18 توترت العلاقة بين هذه المستعمرات والحكومة البريطانية وكان مصدرها الضرائب المهنية التي فرضتها الحكومة، فكان لهذه المسألة صدى كبير في الصحف البريطانية وصحافة العالم، ففتحت المجال للصحافة للاهتمام بهذا النوع من القضايا لما تحدثه من تأثيرات متعددة على الاقتصاد والاستقرار الاقتصادي والاجتماعي في هذه المستعمرات وفي العالم.

فظهرت أول نشرة أسعار في صحافة العالم عام 1750 م تهتم بنشر أسعار السلع المتوفرة في الأسواق العالمية والمحلية، ومع توسع دائرة الضرائب وظهر قانون الضرائب البريطاني عام 1965 م الذي يفرض ضرائب على الصحف المطبوعة والورق المستعملة من قبل أصحاب المطابع والمحامين بكتابة وثائقهم القانونية، نشرت الصحف ردود فعل غاضبة على هذا القانون لإثارة الرأي العام على الحكومة، فتباينت آراء الصحف بين المؤيدة والمعارضة فشككت كلها مجالاً للتعليقات الصحفية على الضرائب وكونت مجالاً للأخبار والتحليلات الاقتصادية.

وفي عام 1793 ظهرت أول صحيفة اقتصادية أمريكية تسمى صحيفة "هامدين" وفي منتصف القرن 19 توسعت مساحة الأخبار الاقتصادية في الصحف الأمريكية، فطورت صحف "ولستريت" و"هيرالد" أقسامها المالية وخصصت صفحات للمال والأعمال ويعد عمود "توماس برينتيس" في صحيفة هيرالد الذي يعرض أفكاره الاقتصادية في نظر الكثير من مؤسسي علم الاقتصاد الأمريكي الذي انطلق عام 1852. فكانت أفكاره بداية لمعالجة التقارير الإخبارية بطريقة مختلفة والشروع في تطوير الصحافة (عبد الرزاق علي إلهيتي: 2015، 52).

الفصل الثاني: الصحافة المحلية الإقتصادية

ثالثا: سمات الصحافة الإقتصادية.

الكتابة للصحافة الإقتصادية تختلف عن غيرها، فالمقال الإقتصادي مثلا له طبيعة تختلف عن المقالات بمعنى انه يتعامل مع أرقام وأوزان وكميات بمعنى الكتابة فيه بشكل عاطفي لايفيد عظم المقال يكون في الحقائق والأشياء المادية.

ويمكن تحديد سمات الصحافة الإقتصادية والمحرف الإقتصادي في الآتي:

سمات الصحافة الإقتصادية: ومن أهم سماتها.

- صحافة جادة تتعامل مع مضمون جاد.
 - تعتمد بشكل أساسي على المعلومات والبيانات والإحصاءات والأرقام.
 - تتخطى تغطية الحدث، إلى تحليله وتفسيره وربطه بغيره من الأحداث.
 - مواصفات المحرف الإقتصادي.
 - الصحفي الإقتصادي اقرب ما يكون إلى الباحث العلمي، والذي عليه أن يلتزم بالأمانة العلمية في جمع المعلومات وتحليلها وتفسيرها.
 - أن يكون عالما بنوعية قراءه، وملما بسياسة الصحيفة التحريرية، وان يكون نظيف اليد لان اتصاله برجال المال والأعمال قد يعرضه للإغراءات المادية.
 - أن يكون صادقا مع نفسه ومع الناس آمينا في معاملته، دقيقا في ذكر المعلومات والحقائق فكلمات غير دقيقة في موضوع اقتصادي في صحيفة قد تسبب انفجار استهلاكي، أو أزمة اقتصادية.
 - أن يكون جريئا شجاعا لا يتردد في كشف المفسدين والمنحرفين في المجال الإقتصادي.
 - أن يكون ملما بنظم البنوك، ونظم استيراد والتصدير، ومشكلات النقل و العملة.
 - أن يلما بالعوامل التي تؤثر في التنمية الإقتصادية لدولة، وان يعرف المشروعات الإقتصادية الجديدة.
 - أن يكون على علم بفائض الإنتاج من كل سلعة أو حجم البيع منها (ناظم خالد أشمري: 2012
- (104.105).

رابعا: مستويات الصحافة الإقتصادية.

- قسمت مستويات الصحافة الإقتصادية تبعا لتقسيم الصحافة المتخصصة إلى المستويات التالية:

الفصل الثاني: الصحافة المحلية الإقتصادية

- الأبواب والصفحات الإقتصادية في الصحف العامة مثل الجرائد اليومية والجرائد الأسبوعية والمجلات العامة.
- الصحف الإقتصادية العامة وهي الجرائد والمجلات التي تركز بشكل أساسي على المادة الإقتصادية وتتوجه إلى جمهور عام من القراء العاديين المتنوعين في خصائصهم وسماتهم العمرية والمهنية والتعليمية والجنسية. وغالبا تصدر أسبوعية ونصف شهرية ومن أمثلة جريدة (العالم اليوم) ومجلة الأهرام الإقتصادي و(صحيفة الإقتصاد السعودية).
- الصحف الإقتصادية المتخصصة وتتوجه إلى جمهور متخصص من الدارسين والأكاديميين في مجال الإقتصاد ومعظم ما ينشر بها عبارة عن دراسات علمية أكاديمية، وينذر فيها استخدام الأشكال الصحفية كالخبر أو التحقيق أو الحديث، ومن أمثلتها مجلة (إدارة الأعمال) (ماهر عودة الشمالية، محمود عزت اللحام،: 2014، 63).

خامسا: وظائف الصحافة الإقتصادية.

- حدد إسماعيل عدة مهام للصحافة الإقتصادية هي:
- تغطية الأحداث الإقتصادية بشكل دقيق وصحيح وشامل.
- تقديم الخلفيات والتفسيرات التي توضح الأحداث الإقتصادية وتضعها في سياقها السليم.
- طرح كافة الآراء حول القضايا الإقتصادية المختلفة ومساعدة القراء من خلال النقاش والحوار على تكوين رأي وفهم سليم حول هذه القضايا.
- تقديم المادة التي تساعد القراء على كيفية الحصول على الخدمات المتاحة في المجتمع من استهلاكية صحية وتعليمية وصيانة والحصول على القروض والانتماءات البنكية ... الخ.
- حث الجماهير وتعويدها على المشاركة في إدارة مجتمعاها والمساهمة في النشاط الإقتصادي بشكل يجعلها مشاركة في القرار الإقتصادي.
- الإسهام في دعم ومؤازرات قضايا التنمية الشاملة للمجتمع في كافة المجتمعات وذلك من خلال تقديم جميع المعلومات الصحيحة والكاملة التي تكفل مشاركة مواطنين في اتخاذ القرارات التنموية والمشاركة في وضع الخطط التنموية والاعتماد على الموارد الذاتية وتطويرها والتقليل الاعتماد على الموارد الخارجية إضافة

الفصل الثاني: الصحافة المحلية الإقتصادية

إلى النقد الموضوعي الجاد لتطبيق خطط التنمية دون التشهير والتأثير على المدى الطويل على اتجاهات الناس والكشف عن الفساد والمعوقات التي تعترض طريق الإنتاج (إبراهيم إسماعيل: 276.277، 2001)

- هذه الوظائف المتجسدة ينظم عملها أربعة محاور وفق ما يرى خضور.
 - السياسة العامة لمالك الوسيلة الإعلامية وأهدافه والمصالح التي يسعى لخدمتها.
 - خصائص الوسيلة الإعلامية لتقديم الرسالة الإعلامية الإقتصادية.
 - الواقع الموضوعي الذي تعمل الوسيلة الإعلامية.
 - طبيعة الجمهور المستهدف ودرجة تعليمه وثقافته ودرجة اهتمامه وحاجته الإعلامية وخبراته الاتصالية وموقفه من القضايا والسياسات المطروحة (خضور أديب: د، س، 98.97).
 - نشر الوعي والثقافة الإقتصادية في المجتمع، كالتعريف بالقوانين والتشريعات و الإجراءات حتى يستطيع الفرد أن يعرف حقوقه وواجباته.
 - أن الوظيفة الإستراتيجية للصحافة الإقتصادية خصوصا في الدول النامية تكمن في دورها بدفع عجلة التنمية الشاملة إلى الإمام في ربط رجال الأعمال والاقتصاد والمؤسسات بعضها ببعض وبالجمهور.
 - الوعي الإقتصادي والثقافة الإقتصادية هما ركيزتان لنجاح العملية الإقتصادية والتنمية المستدامة في المجتمع (ماهر عودة الشميلة، محمود عزت اللحام، 2014، 64)
- سادسا: دور الصحافة الإقتصادية.

- ينتشر هذا النوع من الصحف في الدول الرأسمالية التي تتبع سياسات اقتصاد السوق أو الاقتصاد المفتوح، أما الدول ذات الأنظمة الشمولية أو الاشتراكية التي تتبع سياسة الاقتصاد الموجه من قبل الدول، فإن هذا النوع من الصحافة يقل فيها كثيرا إلى درجة الندرة، ويختلف في سياساته التحريرية إلى حد بعيد.
 - تعمل الصحافة الإقتصادية على تشجيع أو إحباط الكثير من المشاريع من خلال التناول الإعلامي أو الصحف بالإيجاب أو السلب وفقا ما يتم التخطيط أو الإعداد له مسبقا.
- فمثلا عندما تنوي شركة على الإستثمار في منطقة مات طرح عدة تساؤلات:

لماذا هذه المنطقة بالذات ؟

لماذا هذه الشركات بالتحديد؟

من وراءها ؟

الفصل الثاني: الصحافة المحلية الإقتصادية

هل ستزيد من مردود الناتج المحلي والثروة ؟

ما العواد التي سيجنيها أبناء هذه المنطقة من هذا الإستثمار ؟

هل سيكون له آثار سلبية على المنطقة من حيث البيئة، غلاء الأسعار الأراضي ازدحام مروري تأثيرات على الصحة العامة أو المزروعات ؟ وغيرها من التساؤلات وآخر التي تتبناها الصحافة لها تأثيرات على الرأي العام أو الموقف الرسمي الذي يقوم إما بتسهيل قيام المشروع أو عرقلته كما تشكل هذه التساؤلات مواضيع اقتصادية مفرّوة وهذا هو مجال الصحافة الإقتصادية (عبد الرزاق إلهيتي: 2015، 52.53).

الفصل الثالث:

تحليل وتفسير بيانات

الدراسة التحليلية

المبحث الأول: لمحة تاريخية عن يومية جيجل الجديدة.

هي جريدة وطنية محلية يومية للأخبار العامة السياسية والثقافية و الدنية والرياضية... تصدر يوميا في الأسبوع ماعدا يوم الجمعة والسبت وهي ورقية ذات ستة عشر (16) صفحة تصدر بالغة العربية شعارها "الوضوح والمسؤولية"، وتوزع عبر كافة مناطق ولاية جيجل وقد صدر أول عدد لها بتاريخ 24 فيفري 2015، مقرها شارع كعولة مختار بحي الفرسان العمارة 03 طابق رقم 2 جيجل.

يضم هيكلها الإداري كل من:

- قسم التحرير: يتكون من مدير التحرير وطاقمه.(صحفيين، مراسلين، متعاونين).

- قسم التنسيق والإخراج: يتكون من رئيس المصلحة وعدت موظفين آخرين.

- قسم الإدارة: يضم المدير ونائبه.

- أستوديو التصوير.

- قسم التوزيع: يتكون من موظفين.

- قسم النشر والإشهار.

تعد يومية جيجل الجديدة وسيلة صحفية محلية رقم واحد في ولاية جيجل عبر الصحيفة الورقية وقد وصل تطورها منذ انطلاقتها في عام 2015 حيث صارت في تنافس مع كبار محطات الإعلامية في الجزائر.

تصدر يومية جيجل الجديدة أخبار بالعربية غير متحيزة ودقيقة، ومعلومات مبنية على التحليل المعمق، وتضع يومية جيجل اهتمامات المتابع والقارئ في بؤرة اهتمامات حتى أصبحت يومية جيجل الجديدة محترمة من كل الأطراف الرسمية والمجتمع المدني.

وقد أثبتت يومية جيجل الجديدة صمودها منذ انطلاقتها في 24 فيفري 2015 رغم مضايقات كبيرة بسبب نزاهة وموضوعية معلوماتها في الجزائر، استطاعت يومية جيجل الجديدة الصمود وكسب متابعين بمستويات

عالية من الثقة (<https://jijeleljadid.dz>) يوم 03 ماي 2023 على الساعة 19:30

الفصل الثالث: تحليل وتفسير بيانات الدراسة التحليلية

طريقة عمل هذه الأقسام:

تعمل كحلقة واحدة لا يمكن فصل إحداها عن الأخرى تكتب الأخبار على مستوى قسم التحرير وترسل إلى قسم التنسيق والإخراج ليتم مراقبة هذه الأخبار من قبل منسق التحرير الذي يقوم بفلترتها من الناحية الإملائية من ناحية عدم وجود الأخطاء، ثم يقوم بإرسالها إلى المدقق اللغوي بدوره يقوم بتدقيقها من الأخطاء اللغوية والإملائية ويعيد إرسالها إلى منسق التحرير الذي يرسلها إلى المخرج الذي يضبطها ويضعها على صفحات مصممة خصيصا لهذا الغرض الذي يتم إرسال هذه الصفحات إلى المطبعة العمومية وبالتالي تطبع الجريدة وتوزع في نسختها الورقية.

أما بالنسبة لعمل الإدارة فهي تختص في مراقبة عمل الصحفيين من الناحية الحضور والغياب وكذا تهتم بمشاكل الصحفيين، أما الأستوديو فهو مكان يقوم فيه بتصوير مختلف اللقاءات الصحفية مع مختلف الشخصيات التي يستضيفها على مقر الجريدة أو إجراء حوارات صحفية مكتوبة أو غير ذلك فالأستوديو متعدد الاستخدامات. (مقابلة، محمد بوخروفة، يوم 02 ماي 2023، على الساعة: 12:00 إلى 13:00 مساء).

المبحث الثاني: إجراءات الدراسة التحليلية:

بعد الإطلاع على الدراسات السابقة التي اعتمدت على أسلوب تحليل المضمون مثل دراسة منال ميمون، صبرنية بوفرور، المواضيع الثقافية في الصحافة المحلية الجزائرية دراسة تحليلية لعينة من جريدة جيجل الجديدة نموذجا سنة 2017.2018، ودراسة كهينة بركون، المعالجة الإعلامية للقضايا الاقتصادية في الصحافة الاقتصادية الجزائرية دراسة تحليلية لليوميات (LE CHIFFRE DAFFAIRE) نموذجا سنة 2016.2017، كذلك دراسة لبصير فطيمة، دور وسائل الإعلام المحلية العمومية في التنمية المحلية دراسة تحليلية لصحيفة النصر سنة 2017.2018، تم القيام بتصميم استمارة خاصة بتحليل المضمون انطلاقا من أهداف الدراسة.

1- تحديد الأهداف التي يسعى من خلالها الباحث لتحليل مضمون الصفحات الاقتصادية في يومية جيجل الجديدة.

الفصل الثالث: تحليل وتفسير بيانات الدراسة التحليلية

2- مراجعة الدراسات السابقة، للتعرف على الأدوات التي تم استخدامها في تحليل المضمون، لاختيار ما يناسب منها أهداف الدراسة.

3- إعداد الاستمارة بشكلها الأولي متضمنة البيانات التي يسعى الباحث لتحقيق أهداف الدراسة من خلالها.

4- إجراء تجربة تطبيقية لجمع البيانات على الاستمارة وتبين أن هناك بعض الصعوبات التي قد تواجه عملية التحليل الإحصائي.

5- تم عرض الاستمارة على محكمين متخصصين في بحوث الصحافة والإعلام، ونقشت معهم الصعوبات التي واجهت الباحث في عملية تفرغ البيانات، وتم تعديل الاستمارة بناء على ملاحظاتهم.

6- تم إعداد الاستمارة بصورتها النهائية لتشمل المواضيع الاقتصادية التي تم معالجتها من حيث الشكل من خلال: نجد الأنواع الصحفية المستخدمة في يومية جيجل الجديدة وكذلك الصور والرسومات نوعا وتكرارا ومساحة ثم نسبة المساحة المخصصة للمواضيع الاقتصادية في يومية جيجل الجديدة، ومن ناحية المضمون نجد مستويات تغطية المواضيع الاقتصادية في يومية جيجل الجديدة، كذلك حجم تغطية المواضيع الاقتصادية في يومية جيجل الجديدة.

2- المعاملات العلمية لاختبارات الدراسة:

2-1- الصدق:

تم القيام بعرض محاور الدراسة بشقها التحليلي والفقرات المقترحة لكل محور على عدد من المحكمين في عدد من التخصصات وتم الحرص أن يكون المحكمون ممثلين لمجال الدراسة، من خلال اختيار خبراء في البحوث الإعلامية والاجتماعية، وذلك لحساب صدق المحتوى وإيذاء آرائهم ومقترحاتهم حول صياغة الفقرات وشموليته وملائمة وكفاية محتوى الأداة.

وبناء على ملاحظات الخبراء والمحكمين، أجريت تعديلات على الفقرات التي تبين أنها بحاجة إلى تعديل، ليتم تصميم الاستمارة بصورتها النهائية.

الفصل الثالث: تحليل وتفسير بيانات الدراسة التحليلية

2-2 الثبات:

نتيجة حساب مستوى ثبات التحليل: إن التحليل الإخباري على مستوى العمل العلمي الذي أنجزتها يتوقف على ثلاثة محللين محكمين، حيث قمنا بترميزهم بالطريقة التالية:

أ: الأستاذ: أ. د زوبيررزرايحي.

ب: الأستاذ: أ.د عبد الوهاب بويعة.

ج: الأستاذ: أ.د كمال نجيب.

وبعد الترميز قمنا بحساب متوسط الاتفاق بين كل محكمين اثنين أ- ب وأ- ج ثم بين المحكمين ب- ج، وهي طريقة " هولستي " لحساب معامل الثبات في التحليل الإخباري الذي يقوم به أكثر من محللين أي معامل ثلاثة محكمين أو أكثر التي تقوم على القاعدة الرياضية التالية:

$$\text{معامل الثبات} = \frac{\text{ن (متوسط الاتفاق بين المحكمين)}}{1 + (\text{ن} - 1) \text{متوسط الاتفاق بين المحكمين}}$$

حيث ن: عدد المحكمين

وكانت النتائج العملية للمرميزين الثلاثة كالتالي: المحلل (أ) قام بترميز = 101 وحدة، المحلل (ب) قام بترميز = 94 وحدة. المحلل (ج) قام بترميز = 88 وحدة، ولمعرفة متوسط الاتفاق بينهم يجب إتباع الطريقة التالية.

متوسط الاتفاق بين المر مزين كل زوجين على حدا:

بين أ وب: تم الاتفاق بينهم على 95 عنصر من أصل 101 وبعد عملية القسمة، أي $101/95 = 0.94$

بين أ و ج: تم الاتفاق بينهما على 90 عنصر من أصل 101 وبعد عملية القسمة، أي $101/90 = 0.89$

بين ب و ج: تم الاتفاق بينهما على 85 عنصر من أصل 101 وبعد عملية القسمة، أي $101/85 = 0.84$

الفصل الثالث: تحليل وتفسير بيانات الدراسة التحليلية

بعد ذلك تجمع كل النتائج وتقسم على 03 عدد الأزواج لاستخراج متوسط الاتفاق.

$$0.89 = \frac{0.84+0.89+0.94}{3}$$
 هو متوسط الاتفاق

وبعد ذلك يبقى تطبيق المعادلة على النحو التالي:

$$0.96 = \frac{2.67}{2.78} = \frac{(0.89)3}{0.89(1-3)+1}$$

أي أن نسبة الثبات في عملية التحليل تساوي 96%، وهذا دليل على أن معامل الثبات كافي ونسبة عالية من حيث الدرجة التي حددها هلوستي بين 0.75 و 0.95، وهذا ما سمح لنا بمتابعة العمل بكل مصداقية وموضوعية.

الفصل الثالث: تحليل وتفسير بيانات الدراسة التحليلية

المبحث الثالث: تحليل بيانات الدراسة التحليلية.

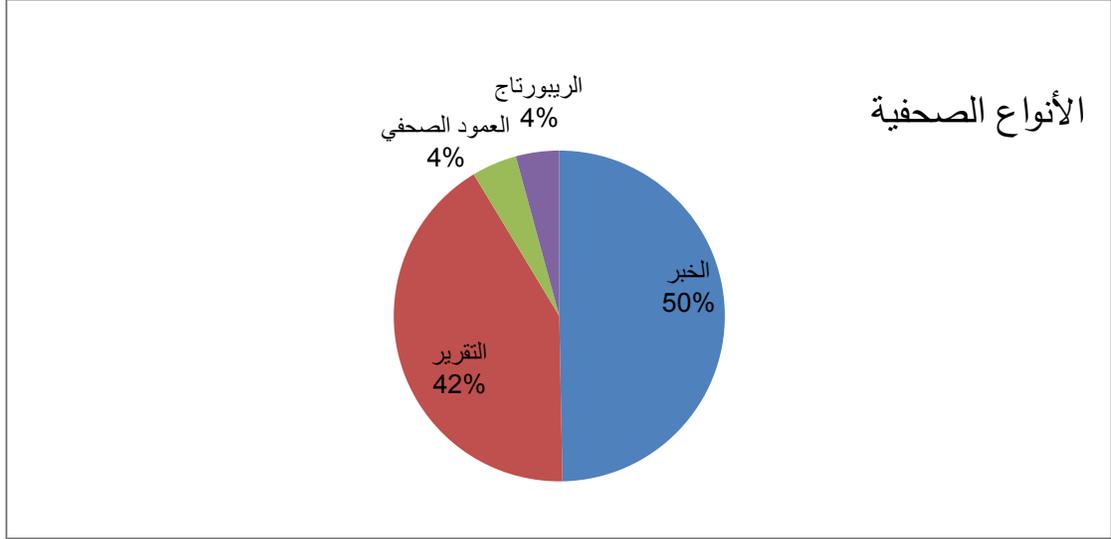
جدول رقم (01): بيانات تحرير الأنواع الصحفية في يومية جيجل الجديدة.

أنواع الصحفية	التكرار	النسبة المئوية%	المساحة	النسبة المئوية%
الخبر	63	%65.62	11438.8	%49.69
التقرير	29	%30.20	9588.84	%41.65
العمود الصحفي	03	%3.14	1014.84	%4.40
الريبورتاج	01	%1.04	974.77	%4.26
المجموع	96	%100	23017.25	%100

نلاحظ من خلال الجدول رقم (01) الذي يبين الأنواع الصحفية التي استخدمها الصحفيون في يومية جيجل الجديدة أنواع صحفية تتخذ أشكال متعددة ومن خلال الجدول حاز الخبر على أكبر نسبة قدرت بـ %65.62 بتكرار 63 وهذا راجع لكون أن يومية جيجل الجديدة اعتمدت على الأسلوب الخبري وخاصة أن الخبر يقدم معلومة بأسلوب واضح ومفهوم عند جميع مستويات القراء، في حين أن التقرير الصحفي جاء في المرتبة الثانية التي قدرت بنسبة %30.20 بتكرار 29، أما العمود الصحفي جاء في المرتبة الثالثة بنسبة %3.14 بتكرار 3 أما الريبورتاج فكانت نسبته قليلة حيث قدرت بـ %1.04 بتكرار 1، أما من حيث المساحة المخصصة لأنواع الصحفية فقد جاء الخبر في المقدمة بنسبة %49.69 متقدما على التقرير بنسبة %41.65 أما العمود الصحفي فكانت نسبته بـ %4.40، أما الريبورتاج فكانت نسبته ضئيلة حيث قدرت بـ

الفصل الثالث: تحليل وتفسير بيانات الدراسة التحليلية

4.26%، وذلك أن معالجة الصحافة المحلية للمواضيع الاقتصادية يحتاج إلى الوصف والشرح والسرد كما في التقرير والخبر مما يساعد على خلق وبناء المجتمع المحلي.

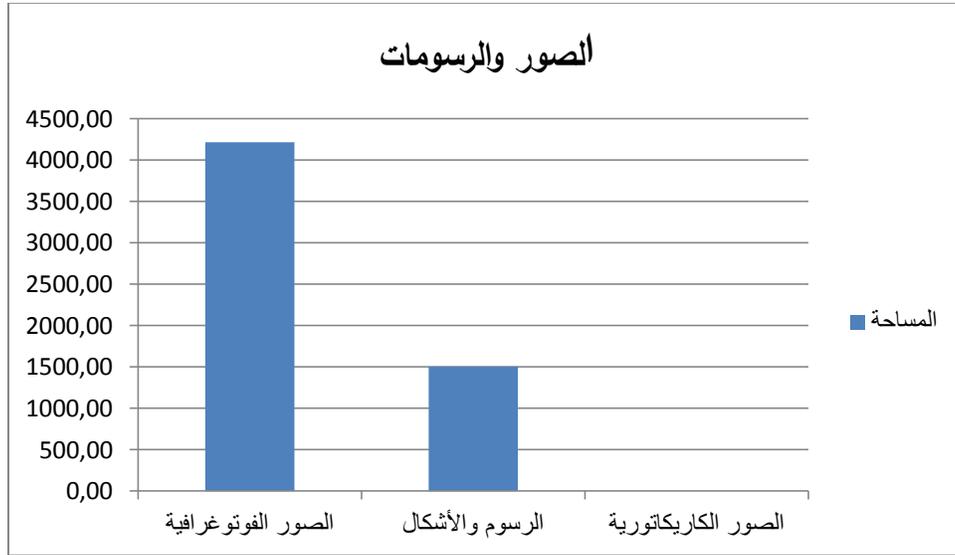


الشكل رقم (01): بيانات تحرير الأنواع الصحفية في يومية جيجل الجديدة

الفصل الثالث: تحليل وتفسير بيانات الدراسة التحليلية

جدول رقم(02): بيانات توضح الصور والرسومات في يومية جيجل الجديدة.

النسبة المئوية%	المساحة	النسبة المئوية%	التكرار	الصور والرسومات
%73.66	4217.3	%84	63	الصور الفوتوغرافية
%26.34	1507.43	%16	12	الرسوم والأشكال
%00	00	%00	00	الصور الكاريكاتورية
%100	5724.73	%100	75	المجموع



الشكل رقم (02): بيانات توضح الصور والرسومات في يومية جيجل الجديدة

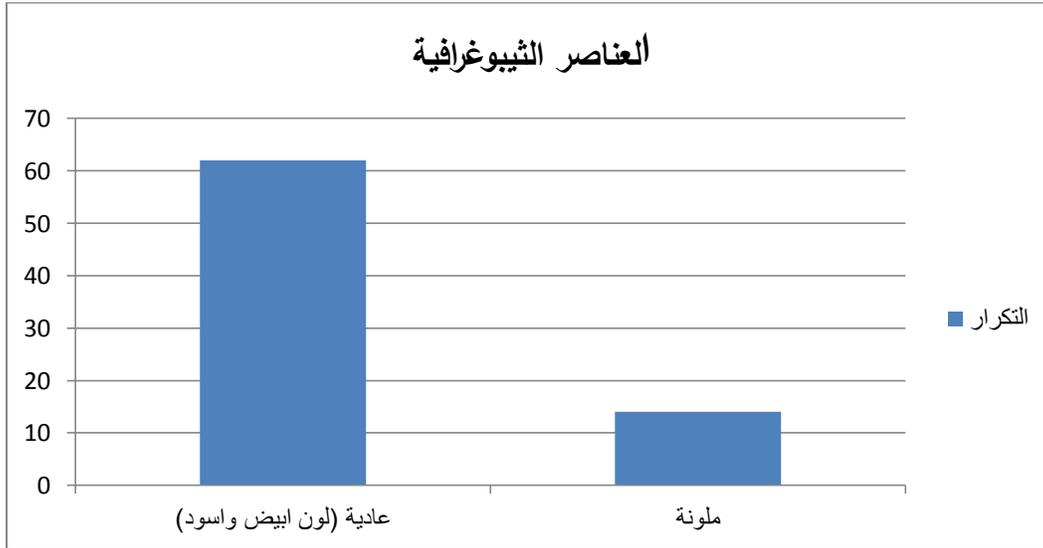
الفصل الثالث: تحليل وتفسير بيانات الدراسة التحليلية

نلاحظ من خلال الجدول رقم (02) أن الصور الفوتوغرافية التي اعتمدت عليها يومية جيجل الجديدة من خلال نشرها للمواضيع الاقتصادية كانت عالية بالنسبة قدرت بـ 84% بتكرار 63، أما فيما يخص الرسوم والأشكال فكانت نسبتها ضعيفة حيث قدرت بـ 16% بتكرار 12، مقارنة بالصور الفوتوغرافية التي اعتمدت عليها الجريدة، أما فيما يخص الصور الكاريكاتورية كانت منعدمة التي قدرت بـ 0%، أما فيما يخص مساحة الصور الفوتوغرافية قدرت بالنسبة عالية في المواضيع الاقتصادية بـ 73.66% أما الرسوم والأشكال فقدرت مساحتها بنسبة منخفضة مقارنة بالصور الفوتوغرافية التي كانت نسبتها بـ 26.34% أما فيما يخص الصور الكاريكاتورية فكانت مساحتها منعدمة ونلاحظ أن المواضيع الاقتصادية في يومية جيجل الجديدة ركزت على الصور الفوتوغرافية بنسبة عالية مقارنة بالرسوم والأشكال.

الفصل الثالث: تحليل وتفسير بيانات الدراسة التحليلية

جدول رقم (03): بيانات توضح العناصر الثيوغرافية للجريدة.

العناصر الثيوغرافية	التكرار	النسبة المئوية%
عادية (لون أبيض أسود)	62	81.57%
ملونة	14	18.43%
المجموع	100	100%



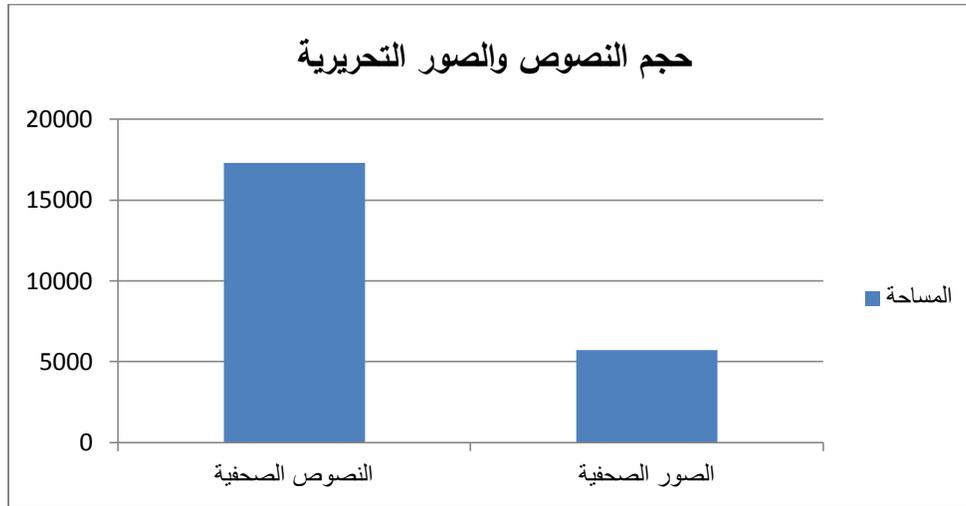
الشكل رقم (03): بيانات توضح العناصر الثيوغرافية

من خلال الجدول رقم (03) الذي يبين أن نسبة الصور العادية في الجريدة كانت عالية بنسبة قدرت بـ 81.57% بتكرار 62، بينما الصور الملونة تحصلت على نسبة بـ 18.43% بتكرار 14 وهذا يدل على أن الجريدة اهتمت بالصور العادية أكثر من غيرها من الصور الملونة.

الفصل الثالث: تحليل وتفسير بيانات الدراسة التحليلية

جدول رقم (04): يوضح بيانات حجم النصوص والصور الصحفية لعينة الدراسة.

النسبة المئوية %	المساحة	حجم الصور والنصوص الصحفية
75.13%	17292.52	النصوص الصحفية
24.87%	5724.73	الصور الصحفية
100%	23017.25	المجموع الكلي لعينة الدراسة



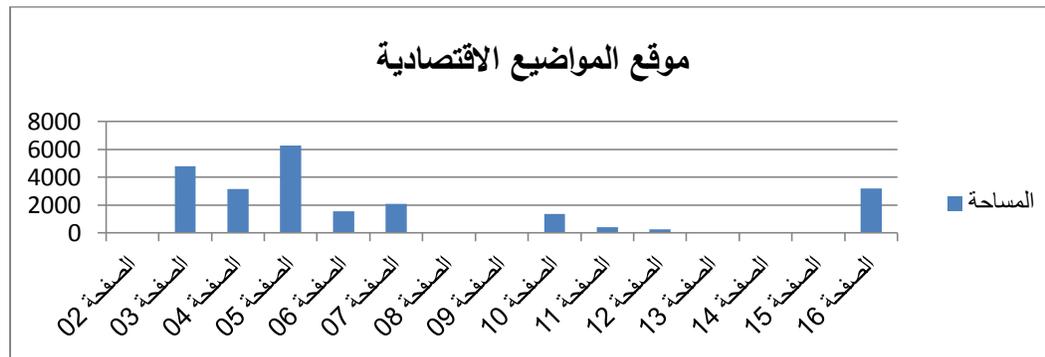
الشكل رقم (04): يوضح بيانات حجم النصوص والصور الصحفية

من خلال الجدول رقم (04) الذي يبين أن النصوص والصور الصحفية في الجريدة كانت بالنسبة عالية قدرت بـ 75.13% أما في ما يخص الصور الصحفية فقد قدرت نسبتها بـ 24.87% أما في ما يخص مساحة النصوص الصحفية فكانت مساحتها أعلى حيث قدرت بـ 17292.52 سم²، فتليها مساحة الصور الصحفية التي كانت ضئيلة حيث قدرت بـ 5724.72 سم². نلاحظ أن الجريدة ركزت على النصوص الصحفية على غرار الصور الصحفية وهذا أمر طبيعي.

الفصل الثالث: تحليل وتفسير بيانات الدراسة التحليلية

الجدول رقم (05): يوضح موقع المواضيع الاقتصادية في يومية جيجل الجديدة.

نوع الصفحة	التكرار	النسبة المئوية%	المساحة	النسبة المئوية%
الصفحة 02	00	00%	00	00%
الصفحة 03	19	20.43%	4772.96	20.73%
الصفحة 04	13	13.97%	3133.26	13.61%
الصفحة 05	20	21.50%	6264.91	27.21%
الصفحة 06	06	6.45%	1565.15	6.79%
الصفحة 07	05	5.37%	2075.21	9.05%
الصفحة 08	00	00%	00	00%
الصفحة 09	00	00%	00	00%
الصفحة 10	10	10.75%	1349.91	5.86%
الصفحة 11	03	3.22%	409.81	1.78%
الصفحة 12	01	1.07%	244.28	1.06%
الصفحة 13	00	00%	00	00%
الصفحة 14	00	00%	00	00%
الصفحة 15	00	00%	00	00%
الصفحة 16	15	16.17%	3201.76	13.91%
المجموع	93	100%	23017.25	100%



الفصل الثالث: تحليل وتفسير بيانات الدراسة التحليلية

الشكل رقم (05): يوضح موقع المواضيع الاقتصادية في يومية جيجل الجديدة

من خلال الجدول رقم (05) الذي يبين موقع المادة التحريرية للمواضيع الاقتصادية من خلال يومية جيجل الجديدة نلاحظ أن أكبر نسبة عالجت المواضيع الاقتصادية على صفحات يومية جيجل الجديدة خلال مدة الدراسة، فكانت في الصفحة الخامسة نسبة عالية مقارنة بالصفحات الأخرى حيث قدرت بنسبة 21.50% بتكرار 20 ثم تليها الصفحة الثالثة من جميع الجرائد التي قدرت بنسبة 20.43% بتكرار 19 ثم الصفحة الأخيرة (16) بنسبة 16.17% بتكرار 1، في حين خصصت الصفحة الرابعة من الجرائد بنسبة قدرت بـ 1.07% بتكرار 1، في حين خصصت الصفحة إحدى عشر (11) من كل جرائد التحليل بنسبة قدرت بـ 3.22% بتكرار 3.

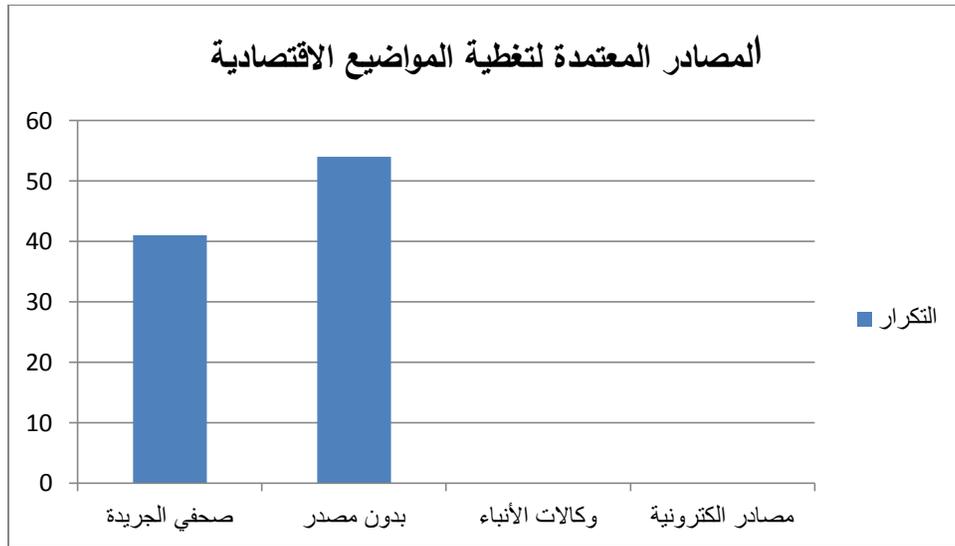
من خلال القراءة الكمية تبين أن المواضيع الاقتصادية احتل توزيعها عبر مختلف صفحات يومية جيجل الجديدة بالأخص الصفحة الخامسة بدرجة كبيرة والتي تكررت فيها الأخبار حول الموضوع وكان التركيز عليها واضحا بتكرار 20 مرة وعليه فقد كانت الصفحة 5 أكثر بروزا في نشرها للمواضيع الاقتصادية باعتبارها من الصفحات الأكثر مقروئية لدى القارئ، وهذا ما يدل على أن يومية جيجل الجديدة كانت مهتمة بمتابعة المواضيع التي تهم المجتمع المحلي حيث علت على رصد ومتابعة كل المستجدات المرتبطة بالموضوع.

أما فيما يخص توزيع المساحة بالأسطر حسب موقع النشر كما توضحه بيانات الجدول رقم (05)، فإننا نجد أكبر نسبة مساحة قدرت بـ 27.21% باعتبار أن المواضيع الاقتصادية ومشكلاتها تم عرض أغليبتها في الصفحة الخامسة في حين نجد أن الصفحة الثالثة قدرت بـ 20.73% ثم تليها الصفحة الأخيرة بنسبة 13.91% في حين تتخفص النسبة في الصفحة (11) بنسبة 1.78% لتستمر في الانخفاض في الصفحة 12 حيث قدرت بنسبة 1.06%، ويرجع هذا الانخفاض إلى أن الإشارة إلى هذه المواضيع كان باختصار.

الفصل الثالث: تحليل وتفسير بيانات الدراسة التحليلية

جدول رقم (06): يوضح المصادر المعتمدة لتغطية المواضيع الاقتصادية ليومية جيجل الجديدة .

النسبة المئوية	التكرار	مصدر
%43.16	41	صحفي الجريدة
%56.84	54	بدون مصدر
%00	00	وكالات الأنباء
%00	00	مصادر الكترونية
%100	100	المجموع



الشكل رقم (06): يوضح المصادر المعتمدة لتغطية المواضيع الاقتصادية ليومية جيجل الجديدة

الفصل الثالث: تحليل وتفسير بيانات الدراسة التحليلية

نلاحظ من خلال الجدول رقم (06) أن النسبة الأكبر من المعلومات حول المواضيع الاقتصادية المنشورة في يومية جيجل الجديدة محل الدراسة مصدرها بدون مصدر بنسبة عالية حيث قدرت بـ 56.84% بتكرار 54، ثم يليها مصدر رئيسي المتمثل في صحفي الجريدة بنسبة قدرت بـ 43.16% بتكرار 41 كما نلاحظ أيضا على أنها لم تعتمد نهائيا على مصادر الكترونية وكذلك وكالات الأنباء في المواضيع الاقتصادية، وجاءت النسبة الأكبر والتي كانت بدون مصدر ثم تليها نسبة صحفي الجريدة الذين كانوا من المفروض العنصر المهم والفعال في الاهتمام بالمواضيع الاقتصادية.

الفصل الثالث: تحليل وتفسير بيانات الدراسة التحليلية

جدول رقم (07): يمثل حجم العينة التحليلية للمواضيع الاقتصادية بالنسبة لحجم المادة التحريرية لدراسة.

النسبة المئوية%	مساحة العينة التحليلية	النسبة المئوية%	المساحة الإجمالية للجرائد	الجرائد
9.88 %	2275.45 سم ²	12.5 %	12950 سم ²	01
12.98 %	2988 سم ²	12.5 %	12950 سم ²	02
9.49 %	2184.55 سم ²	12.5 %	12950 سم ²	03
16.54 %	3808.45 سم ²	12.5 %	12950 سم ²	04
15.92 %	3666 سم ²	12.5 %	12950 سم ²	05
13.18 %	3035.8 سم ²	12.5 %	12950 سم ²	06
8.65 %	1993 سم ²	12.5 %	12950 سم ²	07
13.36 %	3066 سم ²	12.5 %	12950 سم ²	08
22.21 %	23017.25 سم ²	100 %	103600 سم ²	المجموع

إن لحجم المساحة ونسبتها دورا في اكتشاف أهمية الموضوع بالنسبة للجريدة كمساحة إخبارية وكلما كبرت المساحة اعتبرنا أن الجريدة تضع من أولوياتها المواضيع الاقتصادية من خلال معالجتها ونشرها لها.

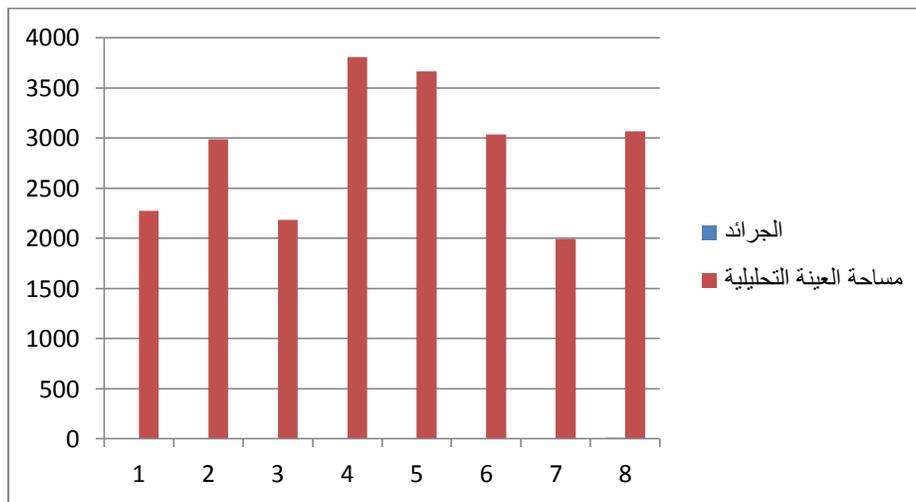
الفصل الثالث: تحليل وتفسير بيانات الدراسة التحليلية

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (07) الذي يوضح حجم العينة التحليلية للمواضيع الاقتصادية بالنسبة لحجم المادة التحليلية في يومية جيجل الجديدة، نجد أن المساحة الإجمالية للجرائد قدرت بـ 103600 سم²، أما فيما يخص النسبة المئوية الخاصة بمساحة الإجمالية للتحليل حيث قدرت بنفس النسبة بـ 12.5% ، ومساحة العينة التحليلية الخاصة بالمواضيع الاقتصادية في الجرائد قدرت بـ 23017.25 سم²، لنجد بذلك مساحة العينة التحليلية في الجرائد عينة الدراسة متمثلة بـ 22.21 سم²، ونلاحظ من خلال هذه النسبة أن يومية جيجل الجديدة تولي أهمية للمواضيع الاقتصادية ضمن صفحات أعدادها.

من خلال هذا الجدول نجد أن العدد الرابع (4) جاء في صدارة الترتيب في معالجة المواضيع الاقتصادية بأكبر نسبة مساحة التحليل قدرت بـ 16.54%، وهذا راجع إلى كثرت الأخبار المتعلقة بالمواضيع الاقتصادية في تلك الفترة تزامن مع حلول شهر رمضان. يليها العدد الخامس (5) بنسبة قدرت بـ (15.92%) ليليها العدد الثامن (8) والسادس (6) بنسبة متقاربة حيث قدرت نسبتها بـ 13.36% و 13.18% على التوالي.

وما يمكن أن نقدمه لهذا التفاوت في النسب المئوية لمساحة العينة التحليلية، أن يومية جيجل الجديدة تكثف في نشر المواضيع الاقتصادية عبر أعدادها لكنها تختلف من عدد إلى آخر.

ومما تقدم نستنتج أن أكبر تغطية للمواضيع الاقتصادية والمتمثلة بمساحة العينة التحليلية تقدر بـ 22.21 سم²



الشكل رقم (07): يمثل حجم العينة التحليلية للمواضيع الاقتصادية بالنسبة لحجم المادة التحريرية

الفصل الثالث: تحليل وتفسير بيانات الدراسة التحليلية

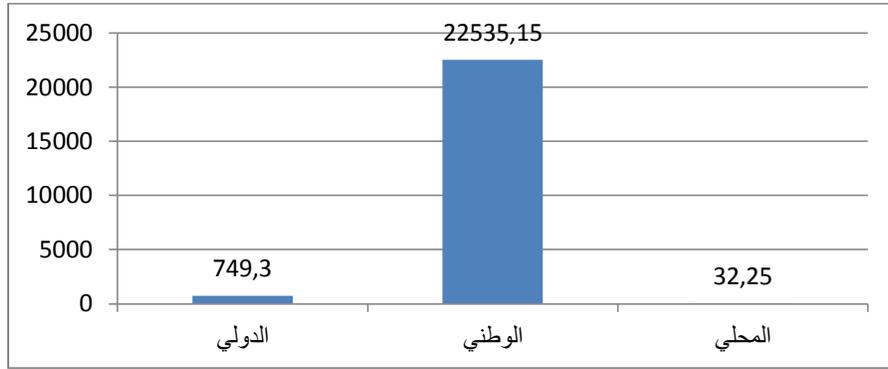
جدول رقم (08): بيانات توضح مستوى التغطية للمواضيع الاقتصادية ليومية جيجل الجديدة.

النسبة المئوية %	المساحة	النسبة المئوية%	التكرار	مستوى التغطية
% 2.43	749.2	% 3.24	03	الدولي
% 73.16	22535.15	% 64.51	60	الوطني
% 24.41	7519.35	% 32.25	30	المحلي
% 100	30803.7	% 100	93	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (08) أن مستوى التغطية الخاصة بالمواضيع الاقتصادية الخاصة بيومية جيجل الجديدة نلاحظ أن الأخبار الوطنية طغت بنسبة عالية والتي قدرت بـ 64.51% بتكرار 60 في حين تحصلت الأخبار المحلية على نسبة 32.25% بتكرار 30 أما الأخبار الدولية فكانت في ذيل القائمة بنسبة 3.24% بتكرار 3 أما فيما يخص مساحة التحليل الخاصة بالأخبار الوطنية التي كانت بنسبة 73.16% أما الأخبار المحلية فكانت بنسبة 24.41% وأخيرا أخبار الدولية بنسبة 02.43%.

وهنا نلاحظ من خلال الجدول الموضح أعلاه أن يومية جيجل الجديدة اعتمدت على الأخبار الوطنية بنسبة عالية على غرار الأخبار المحلية بالرغم من أنها جريدة محلية.

الفصل الثالث: تحليل وتفسير بيانات الدراسة التحليلية



الشكل رقم (08): بيانات توضح مستوى التغطية للمواضيع الاقتصادية ليومية جيجل الجديدة

الفصل الثالث: تحليل وتفسير بيانات الدراسة التحليلية

جدول رقم (09): بيانات متعلقة بموضوع الصناعة في يومية جيجل الجديدة.

النسبة المئوية%	المساحة	النسبة المئوية%	التكرار	موضوع الصناعة
2.61%	195.75	4%	01	صناعة مؤسسات نفطية
18.85%	1410.25	16%	04	صناعة تقليدية
5.18%	387.5	4%	01	صناعة صيدلانية
10.53%	788	16%	04	صناعة المركبات
6.51%	487.5	4%	01	صناعة التجهيزات
5.33%	399	4%	01	صناعة الطاقات والمحروقات
2.80%	209.6	4%	01	صناعة الأسمدة
12.62%	944.65	12%	03	صناعة غذائية
4.91%	368	4%	01	مؤسسات صناعية
7.50%	561.75	8%	02	الطاقات المتجددة
2.21%	165.75	4%	01	الاستثمار في الطاقات المتجددة
2.91%	217.8	4%	01	صناعة الزجاج
2.91%	210.6	4%	01	صناعة الحديد والصلب
3.07%	229.5	4%	01	أجهزة كهربائية منزلية
6.56%	492	4%	01	مواد البناء
5.5%	412.5	4%	01	مشاكل المصانع
100%	7480.15	100%	25	المجموع

الفصل الثالث: تحليل وتفسير بيانات الدراسة التحليلية

من خلال الجدول رقم (09) الذي يبين فئات المواضيع الصناعية في عينة الدراسة التحليلية نلاحظ أن يومية جيجل الجديدة كانت أكثر اهتماما بموضوع الصناعة التقليدية وصناعة المركبات التي كانت لهما نفس النسبة التي قدرت ب 16% وبنفس التكرار 4، أما الموضوع الثاني فكان موضوع الصناعة الغذائية التي قدرت نسبتها ب 12% بتكرار 3، أما موضوع الطاقات المتجددة فكانت بنسبة قدرت ب 8% بتكرار 2، وتبقى المواضيع الأخرى بنفس النسبة ونفس التكرار، أما من حيث مساحة التحليل المتعلقة بفئات مواضيع الصناعة فنجد أن الصناعة التقليدية كانت على رأس القائمة حيث قدرت نسبتها 18.55% أما الصناعة الغذائية فكانت بنسبة 12.62% ثم يليها موضوع صناعة المركبات بنسبة 10.53% وتأتي في الأخير فئة الاستثمار في الطاقات المتجددة بنسبة أدنى 2.21%، فنلاحظ أن الجريدة ركزت في نشرها للمواضيع الاقتصادية خاصة في الموضوع الصناعي نجد أن موضوع الصناعة التقليدية وصناعة المركبات كانت بأعلى درجة ثم تليها باقي المواضيع.

الفصل الثالث: تحليل وتفسير بيانات الدراسة التحليلية

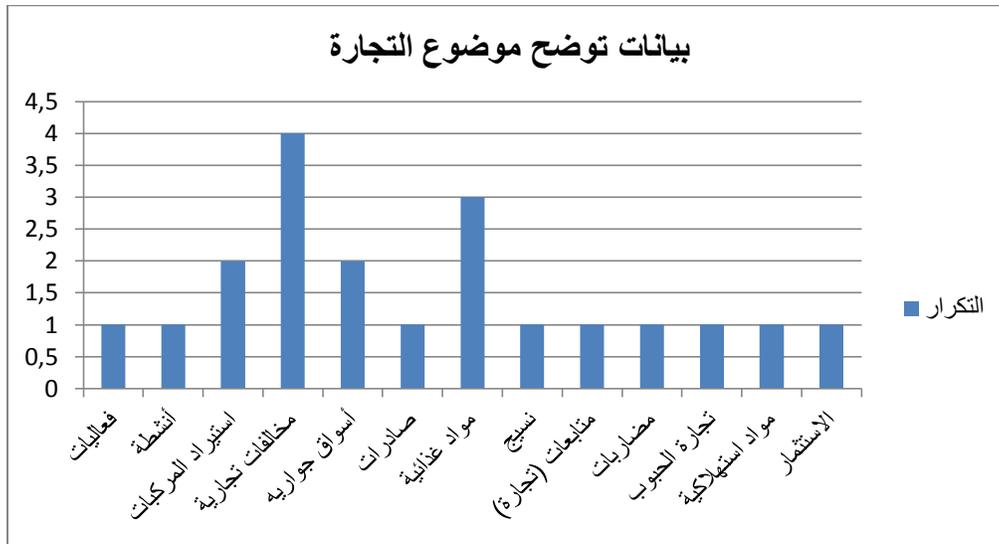
جدول رقم (10): بيانات توضح موضوع التجارة ليومية جيجل الجديدة.

النسبة المئوية%	المساحة	النسبة المئوية%	التكرار	موضوع التجارة
5,83%	299.7	5%	01	فعاليات
7.93%	407.5	5%	01	أنشطة
12.41%	637.45	10%	02	استيراد المركبات
8.60%	441.95	20%	04	مخالفات تجارية
5.99%	307.65	10%	02	أسواق جواريه
6.07%	312	5%	01	صادرات
19.93%	1023.8	15%	03	مواد غذائية
5.42%	278.85	5%	01	نسيج
2.86%	247.25	5%	01	متابعات (تجارة)
6.15%	313.5	5%	01	مضاريات
8.58%	441	5%	01	تجارة الحبوب
6.54%	336	5%	01	مواد استهلاكية
3.68%	189.2	5%	01	الاستثمار
100%	5135.85	100%	20	المجموع

من خلال الجدول رقم (10) الذي يوضح موضوع التجارة في عينة الدراسة التحليلية ليومية جيجل الجديدة.

الفصل الثالث: تحليل وتفسير بيانات الدراسة التحليلية

نلاحظ أن نسبة فئة مخالفات تجارية حازت على أعلى نسبة قدرت بـ 20% بتكرار 4 ثم تليها فئة المواد الغذائية بنسبة 15% بتكرار 3 أما في ما يخص فئات الأسواق التجارية واستيراد المركبات كانت بنفس النسبة التي قدرت بـ 10% بتكرار 2، وتأتي بقية الفئات الأخرى بنفس النسبة التي قدرت بـ 5% بتكرار 1، أما في ما يخص المساحة التي خصصتها يومية جيجل الجديدة خلال أعداد الدراسة لمختلف الفئات حيث تمثلت فئة المواد الغذائية بأعلى نسبة التي قدرت بـ 19.93% لتليها فئة استيراد المركبات بنسبة 12.41% أما باقي الفئات فكانت نسبتها متقاربة بين بعضها البعض حيث سجلت فئة متابعات تجارية أدنى نسبة حيث قدرت بـ 2.86%، ونلاحظ من خلال تحليل الجدول أن فئة مخالفات تجارية تحصلت على أكبر نسبة لمساحة التحليل على غرار باقي الفئات الأخرى.

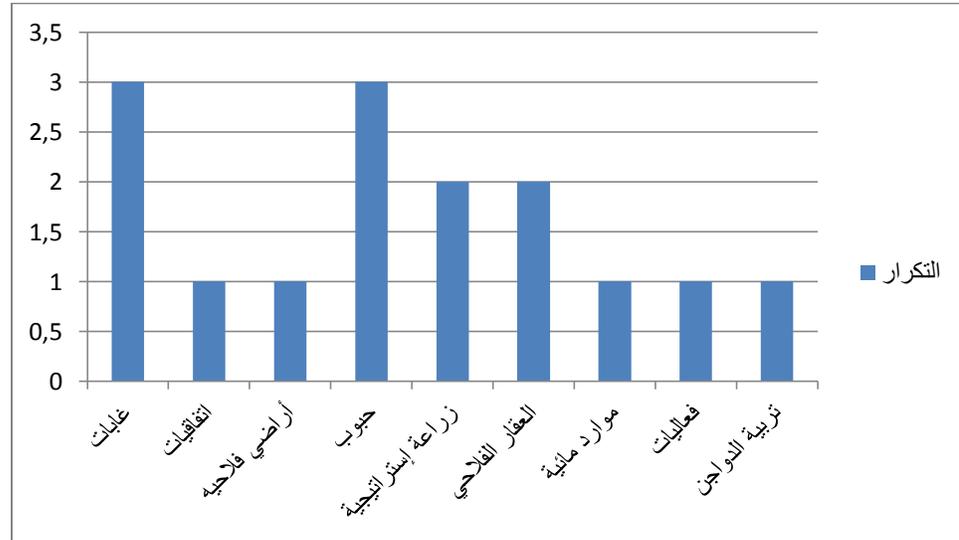


الشكل رقم (10): بيانات توضح موضوع التجارة

الفصل الثالث: تحليل وتفسير بيانات الدراسة التحليلية

جدول رقم (11): بيانات توضح موضوع الفلاحة ليومية جيجل الجديدة.

موضوع الفلاحة	التكرار	النسبة المئوية%	المساحة	النسبة المئوية%
غابات	03	20%	393.25	12.96%
اتفاقيات	01	6.66%	272	8.96%
أراضي فلاحية	01	6.66%	165	5.20%
حبوب	03	20%	638.55	21.05%
زراعة إستراتيجية	02	13.35%	351.3	11.58%
العقار الفلاحي	02	13.35%	461.8	15.22%
موارد مائية	01	6.66%	350	11.93%
فعاليات	01	6.66%	124	4%
تربية الدواجن	01	6.66%	277.2	9.1%
المجموع	15	100%	3033.1	100%



الشكل رقم (11): بيانات توضح موضوع الفلاحة

نلاحظ من خلال الجدول رقم (11) الذي يبين فئة موضوع الفلاحة التي اعتمدت عليها يومية جيجل الجديدة للمواضيع الاقتصادية فنجد أن نسبة فئة الغابات والحبوب كانت بنفس النسبة وبنفس التكرار حيث قدرت

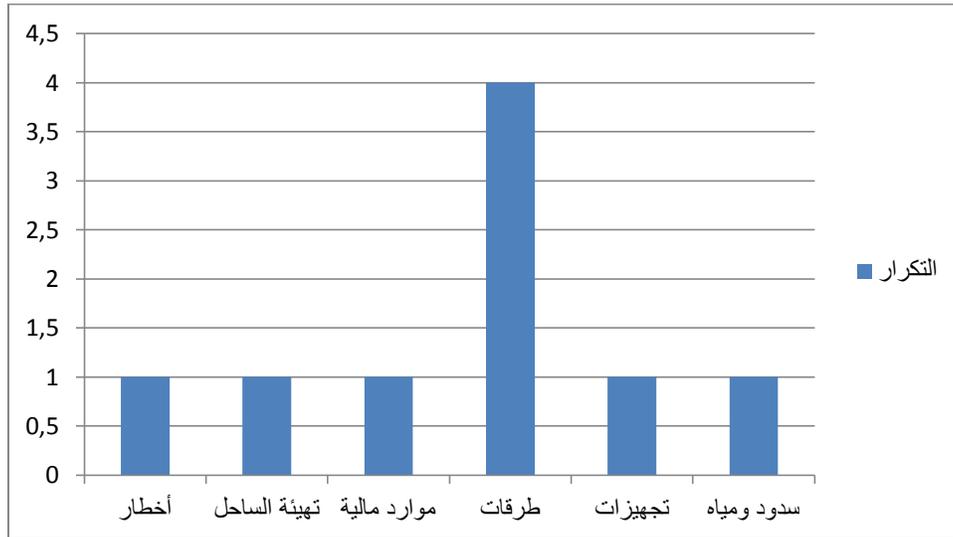
الفصل الثالث: تحليل وتفسير بيانات الدراسة التحليلية

نسبتهما بـ 20% بتكرار 3، ونجد كذلك فئة الزراعة الإستراتيجية والعقار الفلاحي كذلك بنفس النسبة ونفس التكرار حيث قدرت نسبتهم بـ 13.35% بتكرار 2 كما نجد باقي الفئات المتبقية تحصلت على نفس النسبة والتي قدرت بـ 6.66% بتكرار 1، أما في ما يخص نسبة مساحة التحليل الخاصة بفئات موضوع الفلاحة نجد أن فئة الحبوب أعلى نسبة حيث قدرت بـ 21.05% ثم تليها فئة العقار الفلاحي بنسبة 15.22% ثم تليها فئة الغابات بنسبة 12.96%، وأخيرا نجد أعلى نسبة فئة الفعاليات هي أصغر فئة حيث قدرت نسبتها 4% فنجد أن هذه الجريدة خصصت لفئة الحبوب أعلى نسبة على باقي الفئات.

الفصل الثالث: تحليل وتفسير بيانات الدراسة التحليلية

الجدول رقم (12): يوضح بيانات موضوع الأشغال العمومية في يومية جيجل الجديدة.

النسبة المئوية%	المساحة	النسبة المئوية%	التكرار	موضوع الأشغال العمومية
10.62%	293.09	11.11%	01	أخطار
9.36%	211.41	11.11%	01	تهيئة الساحل
14.68%	331.41	11.11%	01	موارد مالية
24.52%	553.42	44.45%	04	طرق
18.09%	408.42	11.11%	01	تجهيزات
22.72%	512.43	11.11%	01	سدود ومياه
100%	2257	100%	09	المجموع



الشكل رقم (12): يوضح بيانات موضوع الأشغال العمومية

نلاحظ من خلال الجدول رقم (12) الذي يبين موضوع الأشغال العمومية حيث حازت فئة الطرق على أعلى نسبة قدرت بـ 44.45% بتكرار 4 لتليها باقي الفئات الأخرى التي كانت بنفس النسبة وهي 11.11% بتكرار 1، أما في ما يخص مساحة التحليل الخاصة بفئات موضوع الأشغال العمومية كانت نسبة فئة طرق التي اعتمدت عليها الجريدة على غرار باقي الفئات، حيث تحصلت على نسبة قدرت بـ 24.52%

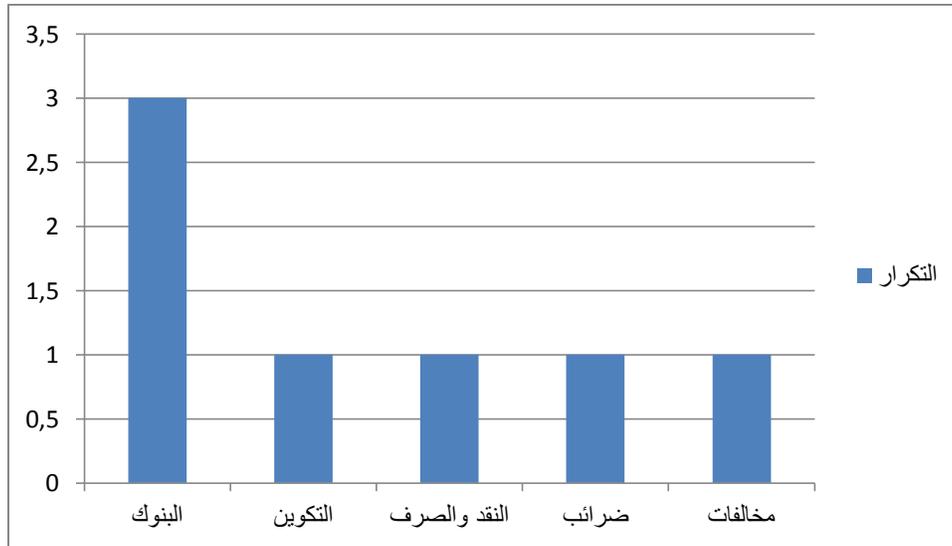
الفصل الثالث: تحليل وتفسير بيانات الدراسة التحليلية

أما في ما يخص موضوع السدود ومياه حيث قدرت نسبتها بـ 22.73%، أما فيما يخص موضوع التجهيزات حاز على نسبة قدرت بـ 18.09%، أما فيما يخص تهيئة الساحل حيث قدرت نسبتها بـ 9.36% من خلال فئة الأشغال العمومية فكانت فئة الطرقات بنسبة عالية على غرار باقي الفئات الخاصة بالأشغال العمومية.

الفصل الثالث: تحليل وتفسير بيانات الدراسة التحليلية

جدول رقم (13) : بيانات توضح موضوع المالية الخاص بعينة الدراسة ليومية جيجل الجديدة.

موضوع المالية	التكرار	النسبة المئوية%	المساحة	النسبة المئوية%
البنوك	03	%42.85	625.09	%29.04
التكوين	01	%14.28	266.14	%12.36
النقد والصرف	01	%14.28	586.84	%27.26
ضرائب	01	%14.28	493.34	%22.92
مخالفات	01	%14.31	180.84	%8.42
المجموع	07	%100	2152.25	%100



الشكل رقم (13): بيانات توضح موضوع المالية ليومية جيجل الجديدة

من خلال الجدول رقم (13) الذي يبين موضوع المالية التي اعتمدت عليه الجريدة نجد أن فئة البنوك أعلى نسبة حيث قدرت بـ %42.85 بتكرار 3 ثم تليها باقي الفئات التي قدرت بنفس النسبة التي كانت بنسبة %14.28 بتكرار 1، كما نلاحظ أن نسبة مساحة التحليل تختلف من فئة إلى أخرى حيث كانت نسبة البنوك أعلى نسبة والتي قدرت بـ %29.04 ثم تليها فئة النقد والصرف بنسبة %27.26، ثم يليها موضوع

الفصل الثالث: تحليل وتفسير بيانات الدراسة التحليلية

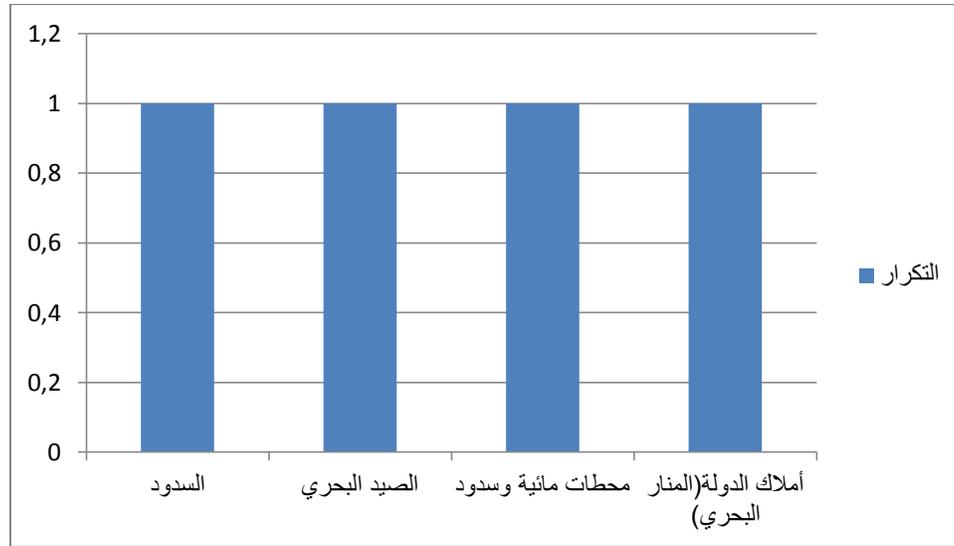
الضرائب بنسبة 22.92% وتليها الفئة الأخيرة وهي فئة المخالفات التي كانت نسبتها منخفضة قدرت بـ 8.42%، ونلاحظ أن الجريدة أعطت أهمية معتبرة بالنسبة لفئة البنوك على غرار باقي الفئات.

الفصل الثالث: تحليل وتفسير بيانات الدراسة التحليلية

جدول رقم (14): يوضح بيانات خاصة بموضوع الثروة المائية لعينة محل الدراسة ليومية

جيجل الجديدة.

النسبة المئوية %	المساحة	النسبة المئوية %	التكرار	موضوع الثروة المائية
%18.68	198.62	%25	01	السدود
%29.69	315.63	%25	01	الصيد البحري
%17.29	83.63	%25	01	محطات مائية و سدود
%34.34	365.12	%25	01	أملاك الدولة (المنار البحري)
%100	1063	%100	04	المجموع



الشكل رقم (14): يوضح بيانات خاصة بموضوع الثروة المائية.

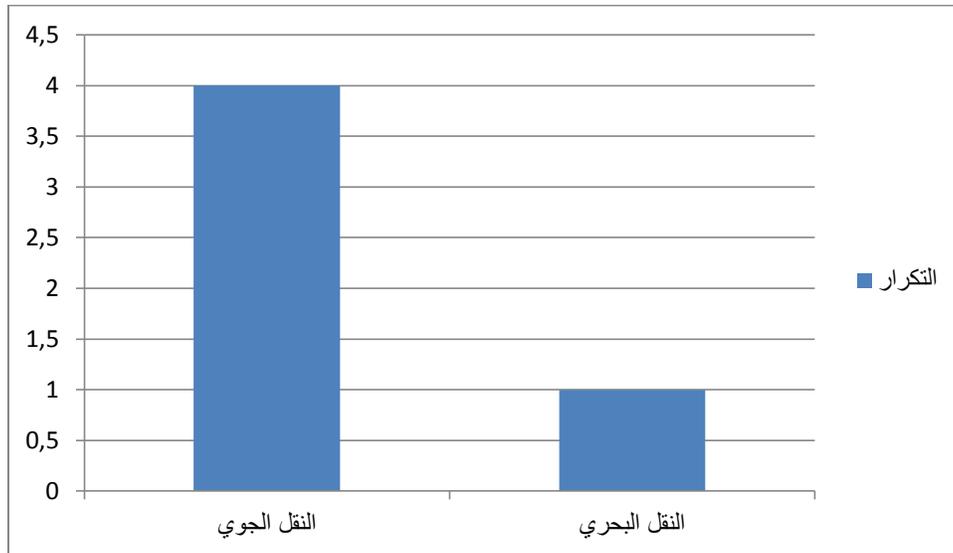
من خلال الجدول رقم (14) الذي يبين موضوع الثروة المائية نجد أن نسبة هذه الفئات كانت متساوية حيث قدرت نسبتهما بـ 25% بتكرار 1، أما في ما يخص نسبة مساحة التحليل لمختلف الفئات فكانت فئة أملاك

الفصل الثالث: تحليل وتفسير بيانات الدراسة التحليلية

الدولة (المنار البحري) بنسبة عالية قدرت بـ 34.34 ثم يليها الصيد البحري بنسبة قدرت بـ 29.69% أما السدود فكانت بنسبة 18.68% وتليها الفئة الأخيرة وهي محطات مائية وسدود التي كانت نسبتها منخفضة حيث قدرت بـ 17.29% .

الجدول رقم (15): بيانات توضح موضوع النقل لعينة الدراسة الخاصة ليومية جيجل الجديدة.

موضوع النقل	التكرار	النسبة المئوية%	المساحة	النسبة المئوية%
النقل الجوي	04	%80	1421.55	%74.98
النقل البحري	01	%20	474.35	%25.02
المجموع	05	%100	1895.9	%100



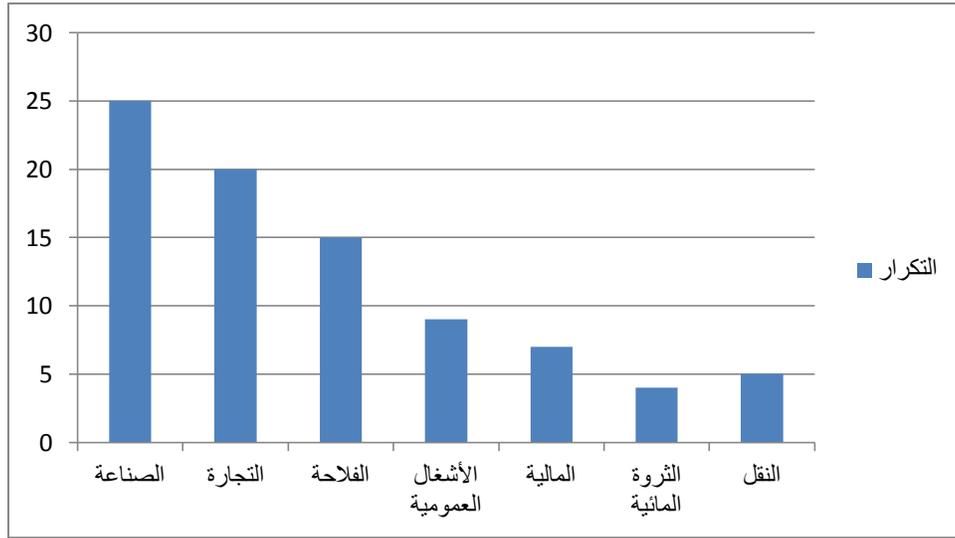
الشكل رقم (15): بيانات توضح موضوع النقل الخاصة ليومية جيجل الجديدة

من خلال الجدول رقم (15) الذي يبين موضوع النقل المتمثل في النقل الجوي والنقل البحري حيث نجد موضوع النقل الجوي تحصلت على نسبة أعلى قدرت بـ %80 بتكرار 4، أما في ما يخص النقل البحري فقد قدرت نسبته %20 بتكرار 1، أما في ما يخص مساحة التحليل الخاصة بموضوع النقل التي اعتمدت عليها الجريدة من خلال نشرها على صفحاتها فقد اعتمدت على النقل الجوي حيث قدرت نسبته %74.98 على غرار النقل البحري التي قدرت نسبته %25.02، نلاحظ أن الجريدة اهتمت بأخبار النقل الجوي أكبر على النقل البحري.

الفصل الثالث: تحليل وتفسير بيانات الدراسة التحليلية

جدول رقم (16): بيانات تحرير حجم المجالات الاقتصادية في يومية جيجل الجديدة.

المجالات	التكرار	النسبة المئوية%	المساحة	النسبة المئوية%
الصناعة	25	29.41%	7480.15	32.49%
التجارة	20	23.52%	5135.85	22.31%
الفلاحة	15	17.64%	3033.1	13.17%
الأشغال العمومية	09	10.60%	2257	9.80%
المالية	07	8.23%	2152.25	9.35%
الثروة المائية	04	4.72%	1063	4.65%
النقل	05	5.88%	1895.9	8.23%
المجموع	85	100%	23017.25	100%



الشكل رقم (16): بيانات تحرير حجم المجالات الاقتصادية في يومية جيجل الجديدة

من خلال الجدول رقم (16) الذي يبين حجم المجالات الاقتصادية ليومية جيجل الجديدة نلاحظ أن مجال الصناعة حاز على أعلى نسبة التي قدرت بـ 29.41% بتكرار 25، ثم يليها مجال التجارة بنسبة قدرت بـ 23.52% بتكرار 20، ليليها مجال الفلاحة التي كانت نسبتته بـ 17.64% بتكرار 15، وكذلك نجد مجال الأشغال العمومية بنسبة متوسطة حيث قدرت بنسبة بـ 10.60% بتكرار 9، أما فيما يخص مجال المالية نجد

الفصل الثالث: تحليل وتفسير بيانات الدراسة التحليلية

نسبته بـ 8.23% بتكرار 7، ليليهما مجال النقل بنسبة قدرت بـ 5.88% بتكرار 5، وفيه الأخير نجد مجال الثروة المائية الذي تحصل على أدنى نسبة التي قدرت بـ 4.72% بتكرار 4. أما فيما يخص مساحة التحليل الخاصة بالمجالات الاقتصادية قد تحصلت الصناعة على أكبر نسبة مساحة التحليل حيث قدرت بـ 32.49%، لتليها نسبة التجارة التي قدرت بـ 22.31%، أما فيما يخص نسبة التحليل الخاصة بمجال الفلاحة فقد كانت نسبته 13.17%، لتبقى باقي المجالات متقاربة في النسبة المئوية حيث قدرت نسبتهم بـ 9.80%، 9.035%، و8.28%، وفي الأخير نجد أن مجال الثروة المائية تحصل على أدنى نسبة تحليل حيث قدرت نسبته بـ 4.65%.

من خلال نتائج التحليل التي توصلنا إليها لاحظنا أن يومية جيجل الجديدة أعطت أهمية معتبرة لمجال الصناعة مقارنة مع باقي المجالات الأخرى حيث تحصلت على أكبر مساحة تحليل في الجريدة التي قدرت بـ 7480.15 سم².

نتائج الدراسة:

من خلال ما تم التوصل إليه من مختلف الاستنتاجات انطلاقاً من أهداف الدراسة الحالية المنهجية المتبعة، ركزنا على محاولة معرفة واقع الذي تطلع به الصحافة المحلية في يومية جيجل الجديدة في تعزيز المواضيع الاقتصادية، من خلال تحليل مضمون رسائل إعلامية سابقاً وقد أثرت هذه الدراسة التحليلية عدة تساؤلات تم بلورتها، ونستخلص من خلال هذه الدراسة إلى مايلي:

1- نتائج متعلقة بالشكل:

- فيما يتعلق بحجم الأنواع الصحفية استخدمت "يومية جيجل الجديدة" مجموعة من الأنواع الصحفية المعروفة لتغطية المواضيع الاقتصادية المحلية، فاستخدمت الخبر والتقارير بكثرة لأنهما يعالجان المواضيع بالسرد والوصف للوقائع.
- بالنسبة للصور والرسومات المصاحبة للمواضيع في "يومية جيجل الجديدة"، نلاحظ أن أغلب المواضيع متعلقة بالمواضيع الاقتصادية المحلية نشرت بصور، وهذا راجع إلى الأهمية التي تلعبها المادة المصورة في تدعيم الموضوع.

الفصل الثالث: تحليل وتفسير بيانات الدراسة التحليلية

- بالنسبة للموقع فقد توصلنا إلى أن المواضيع الاقتصادية برزت بشكل واضح في الصفحات الداخلية، وكذلك الصفحات الأخيرة في أعداد "يومية جيجل الجديدة" طيلة فترة الدراسة، وهذا راجع باعتبارها من الصفحات الأكثر مقرئية لدى القراء، وهذا ما يذلل على أن يومية جيجل الجديدة اهتمت كاف بمتابعة المواضيع الاقتصادية التي تهتم المجتمع المحلي الجيجلي.

- اعتمدت "يومية جيجل الجديدة" على المصادر المجهولة (بدون توقيع) بنسبة كبيرة حيث قدرت بسببتها بـ56.84%، في حين نجد المصدر الرئيسي الأخر متمثل في صحفيي الجريدة التي كانت نسبته قليلة قدرت بـ43.16% وهذا راجع أن الجريدة ركزت على مصادر المجهولة وأهملت المصدر الرئيسي والأساسي في الجريدة.

- اعتمدت "يومية جيجل الجديدة" على حجم النصوص التحريرية بنسبة كبيرة حيث قدرت نسبتها بـ75.13%، أما الصور التحريرية فقد كانت نسبتها ضئيلة حيث قدرت بـ24.87% وهذا راجع إلى أن النصوص التحريرية هي الأكثر استخداماً في الجريدة.

- بالنسبة لعناصر الشيوغرافية التي اعتمدت عليها "يومية جيجل الجديدة" نجد أن نسبة الألوان العادية (ابيض واسود) أكثر استخداماً حيث قدرت نسبتها بـ81.57%، على غرار الملونة التي قدرت نسبتها بـ18.43%، أي أن الجريدة ركزت على الألوان العادية لأنها تتماشى مع طبيعة المواضيع الاقتصادية.

2- نتائج متعلقة بالمضمون:

- اعتمدت يومية جيجل الجديدة على المجالات الاقتصادية التي تما معالجتها في المواضيع الاقتصادية حيث نجد أن موضوع الصناعة احتل المرتبة الأولى، ليليها موضوع التجارة في المرتبة الثانية، ثم يأتي موضوع الفلاحة في المرتبة الثالثة، لتليها باقي الفئات.

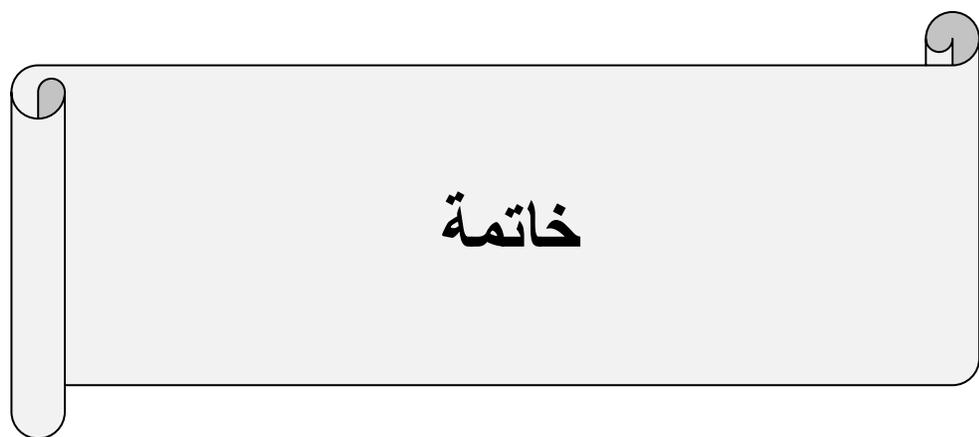
- نسبة المواضيع الفرعية المستخدمة في معالجة المواضيع الاقتصادية في يومية جيجل الجديدة نجد أن النقل الجوي تحصل على المرتبة الأولى حيث قدرت نسبة مساحته تحليله بـ74.98%، أما في المرتبة الثانية نجد أن موضوع المنار البحري قدرت نسبته بـ34.34%، أما المرتبة الثالثة نجد موضوع البنوك حيث قدرت مساحته بـ29.04%، ليليها موضوع الطرقات بنسبة قدرت بـ24.52%، أما موضوع الحبوب فكانت نسبته

الفصل الثالث: تحليل وتفسير بيانات الدراسة التحليلية

21.05%، ثم يليها موضوع المواد الغذائية بنسبة قدرت بـ 19.33% وأخيرا موضوع الصناعة التقليدية قدرت نسبتها بـ 18.85%.

- استخدمت يومية جيجل الجديدة مستويات تغطية المواضيع الاقتصادية حيث نجد أن المستوى الوطني تحصل على أكبر نسبة تحليل قدرت بـ 73.16%، أما فيما يخص المستوى المحلي فقد كانت نسبته 24.41%، ليليها المستوى الدولي فقد كانت نسبته منخفضة حيث قدرت نسبته بـ 2.43%، من خلال النتائج التي توصلنا إليها لاحظنا أن يومية جيجل الجديدة تناولت الأخبار الوطنية بنسبة عالية على غرار الأخبار المحلية برغم من أنها جريدة محلية.

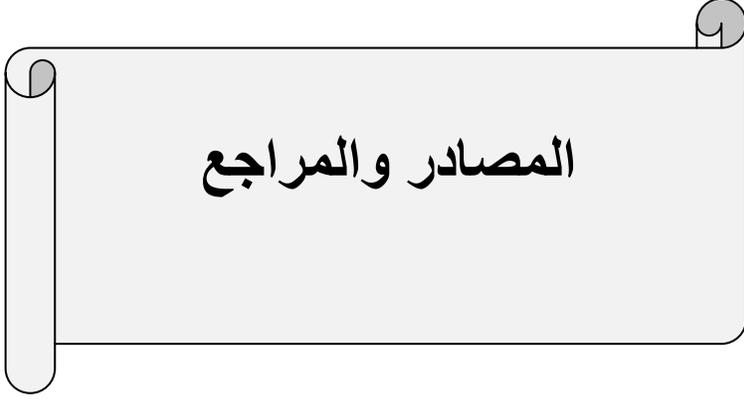
- اعتمدت يومية جيجل الجديدة على حجم تغطية المواضيع الاقتصادية حيث نجد أن مجال الصناعة كان على رأس القائمة بنسبة تحليل قدرت بـ 32.49%، ليليها مجال التجارة في المرتبة الثانية بنسبة مساحة تحليل قدرت بـ 22.31%، أما في المرتبة الثالثة نجد مجال الفلاحة بنسبة قدرت بـ 13.17%، تبقى باقي الفئات بنسب متقاربة، من خلال النتائج التي توصلنا إليها من خلال التحليل نجد أن يومية جيجل الجديدة أعطت أهمية كبيرة لمجال الصناعة بالدرجة الأولى ليليها مجال التجارة وكذلك الفلاحة ومن خلال المعالجة الصحفية يظهر اهتمام الجريدة بالمواضيع الاقتصادية



خاتمة:

ما يمكننا أن نقوله في نهاية دراستنا أن الصحافة المحلية انعكاس واقعي للمجتمع فهي انعكاس حقيقي لبيئتها التي تتبع منها لكونها موجهة إلى سكان هذه البيئة ومعبرة عن آرائهم وانشغالاتهم التي تشكل مضمونها ومحتواها.

فالصحافة المحلية أصبحت ضرورة ملحة من ضروريات المجال الاقتصادي، وذلك لما تحمله من خصائص ومميزات جعلتها تقود عملية تطوير الاقتصاد، بالإضافة إلى أن اعتبار الصحافة المحلية هي اللسان الناطق بحال مجتمعها فهي تسعى إلى الحفاظ والاهتمام بانشغالات المواطن المحلي، وبعد تحليل المضامين والاطلاع على ما تحتويه يومية جيجل الجديدة من قوالب صحفية تهتم بالمواضيع الاقتصادية والحرص على النهوض وتطوير المجتمع الجيجلي خاصة، لتنتقل في المرحلة الأخيرة من جريدة نصف أسبوعية إلى يومية تهتم بشتى المواضيع ومنها المواضيع الاقتصادية والتي تتمثل في الصناعة، التجارة، الفلاحة وغيرها...، وهو الواقع الذي ينتظر من أي صحيفة محلية أن تقوم بتطوير الاقتصاد المحلي وتشجيع المجتمع بصفة عامة في المقام الأول، فالجزائر وهي تبحث عن سبل تطوير الاقتصاد من الضروري أن تدعم الصحافة المحلية بشتى وسائلها ومواضيعها للمساهمة في تحقيق التطور والنمو في جميع المجالات.



المصادر والمراجع

المصادر و المراجع:

أولاً: الكتب

- إبراهيم إسماعيل، الصحفي المتخصص، القاهرة، دار الفجر لنشر والتوزيع، 2001.
- إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال بالجمهور، ط1، دار لأنجلو مصرية، 1969.
- إبراهيم عبد الله المسلمي، الإعلام الإقليمي، دراسة نظرية وميدانية، ط2، دار الفكر العربي، القاهرة، 2004.
- أحمد بدر، مناهج البحث في الاتصال والرأي العام والإعلام الدولي، القاهرة، دار قباء لنشر والتوزيع، 1998.
- تريا التيجاني، القيم الاجتماعية والتلفزيونية في المجتمع الجزائري، الجزائر، دار الهدى، 2011.
- حسن عماد مكاوي، الإعلام ومعالجة الأزمات، الدار المصرية اللبنانية، ط2، مصر، 2009.
- حسين شفيق، الصحافة المتخصصة، ط1، دار الفكر، الأردن، 2009.
- خضور أديب، الإعلام المتخصص، ط3، دمشق، المكتبة الإعلامية.
- د.ماهر عودة شمائلة، محمود عزة اللحام، الصحافة المتخصصة، عمان، دار الإعصار العلمي لنشر والتوزيع، 2014.
- د.محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، القاهرة، عالم الكتب، 2000.
- رحيمة طيب عيساني، مدخل إلى الإعلام والاتصال، المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الجديدة، ط1، جدار الكتاب العالمي، عمان.
- رشدي طعيمة، تحليل المضمون في العلوم الإنسانية، مفهومه، أسسه، استخداماته، القاهرة، الفكر العربي، 1987.
- رفعت عارف ضبع، الصحافة التربوية، عمان، دار الفكر لنشر والتوزيع، 2019.
- سامح فوزي، المواطنة والإعلام المحلي التنموي، القاهرة، مطبعة سييوس، 2009.
- سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، الأسس والمبادئ، ط1، القاهرة، عالم الكتب، دون سنة.
- سمير محمد حسين، تحليل المضمون، ط2، القاهرة، دن، د.ت.

قائمة المصادر والمراجع

- سناء جبور، الإعلام الاجتماعي، ط1، دار أسامة لنشر والتوزيع، عمان، 2010.
- سيد محمد مصطفى عمر، الإعلام المتخصص، منشورات جامعة قازيونس، بن غازي، ط1، 1987.
- صالح عبد العزيز، إدارة العامة المقارنة، ط1، العالمية الدولية لنشر وتوزيع، عمان، 2000.
- طارق سيد أحمد، الإعلام المحلي وقضايا المجتمع، دار المعرفة الجامعية لطبع والنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2004.
- عبد الرزاق الدليمي، الإعلام المتخصص، عمان، دار اليازودي لنشر والتوزيع، 2015.
- عبد الرزاق علي الهيتي، الصحافة المتخصصة، دار أسامة لنشر والتوزيع، عمان، طبعة مزيدة ومنقحة، 2015.
- عبد العزيز شرف، مدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال، الصحافة، الإذاعة، التلفزيون، المسرح، الأقمار الصناعية، ط1، دار الكتاب المصري، القاهرة، 1989.
- عبد المجيد شكري، الإعلام المحلي في دور متغيرات العصر، أسسه، نظرياته ووسائله، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2008.
- غادة عبد التواب، بحوث ودراسات الإعلام الصحفي في البناء المنهجي والاستدلالي والإحصائي، دار المعرفة الجامعية.
- فريد مصطفى، تكنولوجيا الفن الصحفي، دار أسامة لنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- فوضيل دليو، تاريخ وسائل الاتصال، دار أقطاب الفكر لنشر والتوزيع، 2007.
- محمد خليل الرفاعي، الصحافة المتخصصة، الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، 2020.
- محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، عالم الكتب، 1992 .
- محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ط1، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1979.
- محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، القاهرة، عالم الكتب، 1993.
- محمد منير حجاب، الإعلام والتنمية الشاملة، ط2، دار الفجر لنشر والتوزيع، القاهرة، 2000.
- محمود علم الدين، إدارة الصحف واقتصادياتها، مركز جامعة القاهرة لتعليم المفتوح، الإسكندرية، 2003.

قائمة المصادر والمراجع

- منى الحديدي وسلوى إمام علي، الإعلام والمجتمع، ط2، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2004.
- ناجي الشهاوي، الإعلام وتنمية المجتمع المحلي، ط1، دار العلم والإيمان لنشر والتوزيع، 2015 .
- ناظم خالد الشمري، الإعلام الاقتصادي، عمان، دار أسامة لنشر والتوزيع، 2012.
- عناية غازي، ضوابط تنظيم الاقتصاد في السوق الإسلامي، ط1، دار النفائس، الأردن، 1992.

ثانيا: المعاجم باللغة العربية.

- كرم شلبي، معجم المصطلحات الإعلامية، ط1، دار الشروق لنشر والتوزيع، القاهرة، 1989.
- محمد ابن منظور، لسان العرب، دار صادر، بيروت، 1994.
- مي عبد الله، في المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال (المشرف العربي لتوحيد المصطلحات) ، ط1، دار النهضة، بيروت، 2014.

ثالثا: المجالات باللغة العربية.

- حبيب بوفضة، عبد الوهاب غالم، أهمية الإعلام في التنمية الاقتصادية، تجربة الإعلام الاقتصادي في الجزائر، مجلة الإستراتيجية والتنمية، المجلد 10، العدد05 (خاص) ، أكتوبر 2020.
- د.طواليبة محمد، واقع الإعلام الاقتصادي في الجزائر، مجلة الأكاديمية لدراسات الاجتماعية، العدد18، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2017.
- سلعة أسماء، لوكيل ليلي، " دور الإعلام الاقتصادي في دعم خطط التنمية المستدامة "، مجلة آفاق علمية، العدد2، المجلد 14، جامعة تمنراست، الجزائر، 22.
- سمية بن عمر، د.كريمة عرامة، "المعالجة الإعلامية لقضايا التنمية الاقتصادية بالجزائر خلال جائحة كوفيد 19"، مجلة الأحياء، العدد30، جامعة برج باجي مختار، عنابة، جانفي2022.
- كهينة بركون، " إشكالية التكوين والتمويل في الصحافة الاقتصادية الجزائرية "، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 5، العدد2، ديسمبر 2016.

رابعا: الرسائل الجامعية.

- أسماء بوساق، " تأثير الإعلام المحلي على تقدير الذات لدى طلبة الإدارة والتسيير الرياضي، جامعة محمد بوضياف، لمسيلة، رسالة ماجستير، معهد التربية البدنية والرياضية بجامعة الجزائر، 2007.2008.

قائمة المصادر والمراجع

- أسماء مقنين، " دور الإعلام المحلي في التقليل من حوادث المرور، إذاعة مستغانم نموذجا "، مذكرة ماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة مستغانم، 2014.2015.
- بلقاسم مام، "الإعلام الاقتصادي في التلفزيون الجزائري"، رسالة ماجستير، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2003.2004.
- عبد المعطي الشيخ عدلات، " دور الصحافة الالكترونية الفلسطينية في ترتيب الأولويات نحو القضايا الاقتصادية المحلية دراسة تحليلية ميدانية"، أطروحة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة، كلية الأدب، قسم الصحافة والإعلام، 2015.
- فاطمة الزهراء تنبو، " البعد المحلي في الصحافة الجزائرية، دراسة مضمون يوميتي الخبر والشروق اليومي"، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والإسلامية، جامعة قسنطينة، 2010.2011.
- فاطمة زهراء تيمراز، " إسهامات الانترنت في تطوير الصحافة المكتوبة في الجزائر، دراسة وصفية استطلاعية على عينة من صحيفتين"، رسالة ماجستير، كلية العلوم السياسية، جامعة الجزائر، 2008.2009.
- ناجي تمار، تأثير برامج الأطفال في التلفزيون الجزائري على معلومات تلاميذ الطور الثاني من التعليم الأساسي، دراسة ميدانية في الجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر، 2005.2006.
- ناصر محمود عبد الفتاح أمين، " دور الصحافة و الإذاعة المحلية في نشأة السياسة للمراهقين، رسالة دكتوراه في الإعلام وثقافة الطفل، جامعة عين شمس، مصر، 2002.

خامسا: المواقع الالكترونية.

تاريخ الاطلاع 2023/05/03 الساعة:19:30 .dz. //jijelljadid -1

سادسا: المقابلات.

- 1- مقابلة مع السيد محمد بوخروفة صحفي في يومية جيجل الجديدة، يوم 02 ماي 2023 على الساعة 12:00 إلى 13:00 بمقر الجريدة .



دليل استمارة تحليل المضمون:

- الرقم 1: يدل على اسم يومية جيجل الجديدة.
- الرقم 2: تدل على عدد الصدور.
- الأرقام 3-4-5: تدل على يوم الصدور - شهر الصدور - سنة الصدور.
- الأرقام 6-7-8-9: تدل على الأنواع الصحفية في يومية جيجل الجديدة هي الخبر الصحفي - التقرير الصحفي - العمود الصحفي - الريبورتاج.
- الأرقام 10-11-12: تدل على الصور والرسومات في يومية جيجل الجديدة وهي: الصور الفوتوغرافية - الرسوم والأشكال - الصور الكاريكاتورية.
- الأرقام 13-14: تدل على العناصر الشيوغرافية في يومية جيجل الجديدة هي: عادية (أبيض أسود) - ملونة.
- الأرقام 15-16: تدل على حجم النصوص والصور الصحفية في يومية جيجل الجديدة هي: النصوص الصحفية - الصور الصحفية.
- الأرقام 17-18-19-20-21-22-23-24-25-26-27-28-29-30-31: تدل على موقع المواضيع الاقتصادية وهي: ص 2- ص 3- ص 4- ص 5- ص 6- ص 7- ص 8- ص 9- ص 10- ص 11- ص 12- ص 13- ص 14- ص 15- ص 16.
- الأرقام 32-33-34-35: تدل على مصادر معتمدة للتغطية المواضيع الاقتصادية: صحفي الجريدة - بدون مصدر - وكالات الأنباء - مصادر الكترونية.
- الأرقام 36-37-38-39-40-41-42-43: تدل على حجم العينة التحليلية بالنسبة لحجم المادة التحريرية: جريدة 1- جريدة 2- جريدة 3- جريدة 4- جريدة 5- جريدة 6- جريدة 6- جريدة 7- جريدة 8.

الملاحق

- الأرقام: 44-45-46 تدل على مستوى التغطية للمواضيع الاقتصادية هي: المستوى الدولي - المستوى الوطني - المستوى المحلي.

- الأرقام: 47-48-49-50-51-52-53-54-55-56-57-58-59-60-62 تدل على موضوع الصناعة وهي: مؤسسات نفطية- صناعة تقليدية- الصيدلانية- المركبات- تجهيزات- طاقات ومحروقات- صناعة الأسمدة- صناعة غذائية- مؤسسات صناعية- طاقات المتجددة- الاستثمار في الطاقات المتجددة- صناعة الزجاج- صناعة الحديد والصلب- أجهزة كهربومنزلية- مواد البناء- مشاكل المصانع.

- الأرقام: 63-64-65-66-67-68-69-70-71-72-73-74-75 تدل على موضوع التجارة

وهي: فعاليات- أنشطة- استيراد المركبات- المخالفات تجارية- أسواق جوارية- الصادرات- مواد غذائية- نسيج- متابعات(تجارة)- مضاربات- تجارة الحبوب- مواد استهلاكية- الاستثمار.

- الأرقام: 76-77-78-79-80-81-82-83-84 تدل على موضوع الفلاحة: الغابات- اتفاقيات- أراضي فلاحية- حبوب- زراعة إستراتيجية- العقار الفلاحي- موارد مائية- فعاليات- تربية الدواجن.

- الأرقام: 85-86-87-88-89-90 تدل على موضوع الأشغال العمومية وهي: أخطار- تهيئة الساحل- موارد مائية- طرقات- تجهيزات- سدود ومياه.

- الأرقام: 91-92-93-94-95 تدل على موضوع المالية وهي: البنوك- التكوين- النقد والصراف- الضرائب- مخالفات.

- الأرقام: 96-97-98-99 تدل على مواضيع الثروة المائية: السدود- الصيد البحري- محطات مائية وسدود- أملاك الدولة(المنار البحري).

- الأرقام: 100-101 تدل على موضوع النقل: وهي النقل الجوي- النقل البحري.

الملاحق

جدول رقم (01): بيانات تحرير الأنواع الصحفية في يومية جيجل الجديدة.

النسبة المئوية %	المساحة	النسبة المئوية %	التكرار	أنواع الصحفية
				الخبر
				التقرير
				العمود الصحفي
				الريبورتاج
				المجموع

الملاحق

جدول رقم(02): بيانات توضح الصور والرسومات في يومية جيجل الجديدة.

النسبة المئوية%	المساحة	النسبة المئوية%	التكرار	الصور والرسومات
				الصور الفوتوغرافية
				الرسوم والأشكال
				الصور الكاريكاتورية
				المجموع

الملاحق

جدول رقم (03): بيانات توضح العناصر الثيبوغرافية للجريدة.

النسبة المئوية %	التكرار	العناصر الثيبوغرافية
		عادية (لون ابيض واسود)
		ملونة
		المجموع

الملاحق

جدول رقم (04): يوضح بيانات حجم النصوص والصور التحريرية لعينة الدراسة.

النسبة المئوية %	المساحة	حجم الصور والنصوص الصحفية
		النصوص الصحفية
		الصور الصحفية
		المجموع الكلي لعينة الدراسة

الملاحق

الجدول رقم (05): يوضح موقع المواضيع الاقتصادية في يومية جيجل الجديدة.

النسبة المئوية %	المساحة	النسبة المئوية %	التكرار	نوع الصفحة
				الصفحة 02
				الصفحة 03
				الصفحة 04
				الصفحة 05
				الصفحة 06
				الصفحة 07
				الصفحة 08
				الصفحة 09
				الصفحة 10
				الصفحة 11
				الصفحة 12
				الصفحة 13

الملاحق

				الصفحة 14
				الصفحة 15
				الصفحة 16
				المجموع

الملاحق

جدول رقم (06): يوضح المصادر المعتمدة لتغطية المواضيع الاقتصادية ليومية جيجل الجديدة .

النسبة المئوية %	التكرار	مصدر
		صحفي الجريدة
		بدون مصدر
		وكالات الأنباء
		مصادر الكترونية
		المجموع

الملاحق

جدول رقم (07): يمثل حجم العينة التحليلية للمواضيع الاقتصادية بالنسبة لحجم المادة التحريرية لدراسة.

النسبة المئوية %	مساحة العينة التحليلية	النسبة المئوية %	المساحة الإجمالية للجرائد	الجرائد
				01
				02
				03
				04
				05
				06
				07
				08
				المجموع

الملاحق

جدول رقم (08): بيانات توضح مستوى التغطية للمواضيع الاقتصادية ليومية جيجل الجديدة.

النسبة المئوية %	المساحة	النسبة المئوية%	التكرار	مستوى التغطية
				الدولي
				الوطني
				المحلي
				المجموع

الملاحق

جدول رقم (10): بيانات توضح موضوع التجارة ليومية جيجل الجديدة.

النسبة المئوية %	المساحة	النسبة المئوية %	التكرار	موضوع التجارة
				فعاليات
				أنشطة
				استيراد المركبات
				مخالفات تجارية
				أسواق جواريه
				صادرات
				مواد غذائية
				نسيج
				متابعات (تجارة)
				مضاريات
				تجارة الحبوب
				مواد استهلاكية
				الاستثمار
				المجموع

الملاحق

جدول رقم (11): بيانات توضح موضوع الفلاحة ليومية جيجل الجديدة.

النسبة المئوية %	المساحة	النسبة المئوية %	التكرار	موضوع الفلاحة
				غابات
				اتفاقيات
				أراضي فلاحية
				حبوب
				زراعة إستراتيجية
				العقار الفلاحي
				موارد مائية
				فعاليات
				تربية الدواجن
				المجموع

الملاحق

الجدول رقم (12): يوضح بيانات موضوع الأشغال العمومية في يومية جيجل الجديدة.

النسبة المئوية %	المساحة	النسبة المئوية %	التكرار	موضوع الأشغال العمومية
				أخطار
				تهيئة الساحل
				موارد مالية
				طرق
				تجهيزات
				سدود ومياه
				المجموع

الملاحق

جدول رقم (13) : بيانات توضح موضوع المالية الخاص بعينة الدراسة ليومية جيجل الجديدة.

النسبة المئوية%	المساحة	النسبة المئوية%	التكرار	موضوع المالية
				البنوك
				التكوين
				النقد والصرف
				ضرائب
				مخالفات
				المجموع

الملاحق

جدول رقم (14): يوضح بيانات خاصة بموضوع الثروة المائية لعينة محل الدراسة ليومية جيجل الجديدة

موضوع الثروة المائية	التكرار	النسبة المئوية %	المساحة	النسبة المئوية %
السدود				
الصيد البحري				
محطات مائية وسدود				
أملاك الدولة (المنار البحري)				
المجموع				

الملاحق

جدول رقم (14): يوضح بيانات خاصة بموضوع الثروة المائية لعينة محل الدراسة ليومية جيجل الجديدة

النسبة المئوية %	المساحة	النسبة المئوية %	التكرار	موضوع الثروة المائية
18.68%	198.62	25%	01	السود
29.69%	315.63	25%	01	الصيد البحري
17.29%	83.63	25%	01	محطات مائية وسود
34.34%	365.12	25%	01	أملك الدولة (المنار البحري)
100%	1063	100%	04	المجموع

الملاحق

الجدول رقم (15): بيانات توضح موضوع النقل لعينة الدراسة الخاصة ليومية جيجل الجديدة.

النسبة المئوية%	المساحة	النسبة المئوية%	التكرار	موضوع النقل
				النقل الجوي
				النقل البحري
				المجموع

الملاحق

جدول رقم(16): بيانات تحرير حجم المجالات الاقتصادية في يومية جيجل الجديدة.

النسبة المئوية%	المساحة	النسبة المئوية%	التكرار	المجالات
				الصناعة
				التجارة
				الفلاحة
				الأشغال العمومية
				المالية
				الثروة المائية
				النقل
				المجموع



استمرار عمليات تعويض المتضررين من حرائق الغابات بجيجل...
هل ستكون صائفة 2023 بردا وسلاما على غابات ولاية جيجل؟

يوم دراسي بمعركة جيجل
التأكيد على ضرورة
تعزيز العمل التوعوي
والتحسيس
لمجابهة ظاه
المخاطر

جيجل الجديدة

JIJEL EL JADIDA

الوضوح والمسؤولية

من خلال العمل على تطهير وتسوية الملفات المودعة قبل انتهاء المدة القانونية...

ملف تسوية البناءات أولوية قصوى بجيجل

• تنصيب خلايا بالبلديات ولجان بالدوائر لدراسة ملفات المطابقة بصفة يومية
• الإسراع في عملية تحويل المحلات المهنية ببلدية قاوس إلى عيادة متعددة الخدمات

لغز منفذ الطريق السيار "جن جن- العلمة" ما زال يثير التساؤلات...

رغم صدور الأحكام القضائية بعودة الأشغال.. المنفذ معطل إلى إشعار آخر!!

• ملف منفذ الطريق السيار جن جن العلمة على طاولة الوزير قريبا

• هل توضح لشكالية "الملاحق" الخلافات مع الشركة الإيطالية ريزاني؟

• السلطات العليا أمام حتمية التدخل لتفك شفرة المشروع

• لقاء السفير الإيطالي مع الوزير لم يثمر بأي جديد بعد أكثر من شهر



نظرة



إلى غاية نهاية ديسمبر 2024...

الجزائر تمهد
خفض إنتاجها
الطوعي من
البتترول بـ 48 ألف
برميل يوميا

تسويات

من شأنه معارضة التضخم
ورفع قيمة العملة...

دخول النظام الجباني
الجديد "جبايتك"
بولاية جيجل
بصفة رسمية

توظيف

لايبداع ملفات ترشحهم
للمشاركة في التوظيف...

فتح المنصة
الرقمية لتوظيف
حاملي الماجستير
والدكتوراه

تربية

وزير التربية الوطنية...
الإعلان عن نتائج
شهادة التعليم
المتوسط في
الـ 25 جوان الجاري

قرار «فوقى» يعرقل مسار جن جن -العلمة!

حتى لا تتحمل ميزانية، جيجل، مصاريف التنمية لتلك الجهة...

تقسيم إداري جديد، للتهريب، من قضية واد زهور!



تاريخ

أكبر موس كويو، توفيق لعجزرة بنسي وجيسان

جيجل العميقة

بوالرشايد، بالهوانة... حي، نالي، على نشاطي البحر



انتخابات دون شعب؟

تربية
أسئلة جيجل يتهمون نقابات التربية بهدم الدفاع عنهم

سكان
مهلة إضافية للمتخلفين عن دفع مستحقات إيجار سكنيات (OPG)

زراعة
منتوج الزيتون قد يصل إلى حدود (11) مليون لتر خلال هاته السنة

صحة
حاجيات المرضى تسرق في مصلحة الأمومة بهستشس، جيجل

تعليم
68 بالمائة لتسبب التقطع بالغاز الطبيعي على مستوى ولاية جيجل

ثقافة
المجاهدة، بهيمة شراد، تقرأ كتابها، بنست بنستويات من الكفاح

مركب بلارة يعزز قدراته الإنتاجية

الظروف الإيجابية الفعالة أجبرت الصيحات على العمل بالحد...

الفتيات العاملات بالمحلات التجارية شكل جديد للعبودية بجيجل؟



تاريخ

واقف، الطرقاتي، المديون تحول من مملكة قردا

صحة العميقة

أولادهم، طومنت طومنت، هيمدة الكفاح، من الانتفاضة



سكان
346 وحدة سكنية، كتاب، هو، بمنظمتان، تراوح، روضة، العدالة

سكان
مصبر، رواته، شهري، جوان، و جوسية، لعمال، انار، الاسويح، العطين

تاريخ
المسرفي، المسعفسر، لتسهيل، نشاط، فلاحي، ولايسة، جيجلس

تاريخ
298 ميف، واط، لشمان، لموسين، ولاية، جيجل، بالظافة، الكهريديانية

تاريخ
تسوت، ميساء، كساطر، العوانة، وتسجيل، عدد، اصصانات، جسد، يسة

تاريخ
بعيد، الجليل، طروان، بقتك، ميدالية، تروزيية، في، اولمبياد، الرياضيات، العسا، لعي، نور، بقتك، تيا

ناقلة نفط تحمل علم إيران تسلم شحنة نفط بميناء بانيااس السوري

أفادت وكالة رويترز بأن مجموعة تعنى بجمع بيانات تتبع الأقمار الصناعية أظهرت أن ناقلة ترفع علم إيران سلمت سوريا، الجمعة الماضي، شحنة نفطية تقدر بحوالي 700 ألف برميل في ميناء بانيااس السوري.



اليونان، ونُقل جزء من النفط إلى الناقلة "آيس إنرجي" التي أُجرت لها واشنطن، وكان من المتوقع أن تتجه إلى الولايات المتحدة قبل أن تأمر المحكمة العليا اليونانية بإعادة الشحنة إلى إيران. وقد ظلت الناقلة "لانا" مصافرة لأكثر من شهرين قبالة جزيرة إيفيا اليونانية.

مليون برميل من طهران في نوفمبر/تشرين الثاني الماضي انخفاضاً من 3.5 ملايين برميل في أكتوبر/تشرين الأول السابق و3.7 ملايين برميل في سبتمبر/أيلول الماضي. وأجرت الولايات المتحدة ناقلة في أبريل/نيسان الماضي لمصادرة حمولة "لانا" من النفط أثناء رسوها قبالة

تظهر أن "لانا" أفرغت حمولة تبلغ نحو 700 ألف برميل في ميناء بانيااس السوري. وأكدت جانجمان أن شحنات إيران إلى دمشق "تعدّ وسيلة لتعزيز مكررتها الإقليمية. كما أنها جزء رئيسي من إستراتيجية النظام للبقاء". ووفقاً لبيانات تعقب السفن على برنامج إيكون، فإن آخر موقع معروف للناقلة "لانا" هو أنها كانت راسية قبالة الساحل السوري. وتخضع سوريا لترشيد صارم لاستهلاك الوقود نتيجة النقص فيه. مما أدى إلى انقطاعات في قطاعي الكهرباء والاتصالات. وتتفاوت واردات سوريا من إيران من شهر لآخر. ووفقاً لتحليل جماعة "متحدون ضد إيران النووية"، فإن سوريا تلقت شحنات قدرها 1.39

• وذكرت الوكالة أن تسليم الشحنة ينهي حالة من عدم اليقين استمرت شهوراً بشأن مصير الشحنة التي صادرتها الولايات المتحدة قرب اليونان في وقت سابق. وأشارت إلى أن مصادرة الحمولة من هذه الناقلة، التي تدعى "لانا" والمعروفة سابقاً باسم "بيغاس"، دفعت القوات الإيرانية لمصادرة ناقلتين يونانيتين في مياه الخليج قبل الإفراج عنهما يوم 16 نوفمبر/تشرين الثاني الماضي. وقالت كبير جانجمان، المسؤولة لدى جماعة الضغط الأميركية "متحدون ضد إيران النووية"، التي تتعقب حركة الناقلات التابعة لإيران من خلال بيانات الشحن والأقمار الصناعية. إن بيانات الرصد بالأقمار الصناعية

مواقيت الصلاة	
06:01	الصبح
12:27	الظهر
15:02	العصر
17:20	المغرب
18:47	المغرب

وزير النقل والأشغال العمومية يعلن بجيجل يوم غد

الحاويات. هذا وكشفت مصادر جيجل الجديدة" أن وزير البريد والمواصلات السلطوية والألسلكية السيد "كريم بيبي تريكي" سيحل أيضاً بمصاممة الكورنيش رفقة الرئيس المدير العام لاتصالات الجزائر. كما سيحل أيضاً في وقت لاحق وزير السكن طارق بلعربي "وكانت وزيرة التضامن والأسرة وقضايا المرأة السيدة "كوثر كريكو" قد حلت أمس بولاية جيجل. وتأتي هذه الزيارات بهدف الوقوف على المشاكل التي تتخبط فيها الولاية سيما المشاريع الإستراتيجية التي ستعطي دفعة للإقتصاد الوطني.

محمد باخرافة

• سيحل يوم غد الإثنين كل من وزير النقل السيد "كمال بلجود" ووزير الأشغال العمومية السيد "خضر رخوخ" و يرتقب أن ترتكب زيارتهما على معاينة منفذ الطريق السيار "جن جن العمة" إضافة إلى عدد من مشاريع القطاعين. فيما سيحل كذلك وزير النقل "كمال بلجود" لمعاينة المشاكل التي يتخبط فيها القطاع على المستوى المحلي. هذا وعلمت "جيجل الجديدة" أيضاً أن الوزير سيتفقد ميناء جن جن بجيجل. هذه الزيارة التي ستحل في طياتها مستجدات حول مشروع توسعة الميناء وقضية مشدء 6 نهائ.