

## المعالجة الإعلامية لقضايا التنمية الاقتصادية بالجزائر خلال جائحة كوفيد 19 - دراسة تحليلية -

### Media treatment of economic development issues in Algeria during the Covid 19 pandemic - Analytical study -

سمية بن عمر<sup>(1)</sup> د/ كريمة عرامة

كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باجي مختار عنابة  
مخبر دراسات وأبحاث في الاتصال

K.arama@yahoo.com so.uma23000@hotmail.fr

تاريخ الإرسال: 2021/01/04 تاريخ القبول: 2021/12/07

#### الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية معالجة الإعلام التلفزيوني الجزائري لقضايا التنمية الاقتصادية خلال جائحة كوفيد19، من خلال تحليل مضمون البرنامج التلفزيوني الأسبوعي "محاور واتجاهات" بالقناة الجزائرية الثالثة، وأجريت على عينة بنّت خلال الجائحة (فترة الحجر الصحي)، من 12 أبريل إلى 15 أوت 2020، بالاعتماد على المنهج المسحي واستغلال أدوات جمع البيانات المتمثلة في: تحليل المضمون كأداة رئيسية، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها: البرنامج التلفزيوني بالقناة الجزائرية الثالثة يؤدي دورا هاما في معالجة القضايا التنموية، وفي المقابل عليه تطوير آليات المعالجة، والعمل على ترقية مستوى الرسالة التنموية في الظروف العادية بشكل عام، وفي أوقات الأزمات بشكل خاص، وختمت الدراسة بجملة من التوصيات أبرزها: توظيف آليات معالجة ناجعة لتبسيط المحتوى والوصول إلى نطاق واسع من مختلف الجماهير ثم الحرص على إشباع حاجة هذه الجماهير إلى معالجة إعلامية تحليلية وتفسيرية ونقدية لمختلف القضايا التنموية.  
الكلمات المفتاحية: الإعلام؛ التنمية؛ الاقتصاد؛ كوفيد 19؛ الجزائر.

#### Abstract:

This analytical study aimed to identify how the Algerian television media addressed economic development issues during the Covid-19 pandemic; By analyzing the content of television program "Axes and Trends" on the Algerian Channel Three, And it was conducted on a sample that were broadcast during the pandemic (the quarantine period); From April 12th to August 15th, 2020, depending on the survey method and exploiting data collection tools represented in: content analysis as a main tool, The study reached many results, the most important of which are: The television program on the Algerian Channel Three plays an important role in addressing development issues, In return, he must develop treatment mechanisms, The study concluded with a set of recommendations, most notably: working to satisfy the viewers' desires in an analytical, explanatory and critical media treatment of various development issues.

**Key words:** Media; Development; Economy; Covid 19; Algeria.

(1) - المؤلف المراسل.

**مقدمة:**

يشهد العالم في الآونة الأخيرة مجموعة من التغيرات مست جميع المجالات، بسبب جائحة أَلَمَت بجميع الدُول وكان لها بالغ الأثر على العديد من المجالات، هذا الوباء العالمي اختلف عن باقي الأوبئة على مرّ التاريخ نظرا لخطورته وسرعة تفشّيه وعدم انحصاره في منطقة معيّنة، إنّه وباء "كوفيد - 19" أو ما يطلق عليه بـ "فيروس كورونا"، حيث وصفته "منظمة الصّحة العالميّة" بأنّه جائحة عالميّة على الدُول مواجهته بكلّ صرامة باتّخاذ تدابير للحدّ من انتشاره، وأخذ الحيطة والحذر، وهو ما جعل الدُول تنفق أموالا طائلة لمعالجة المرضى والحدّ من تفشّيه برفع العديد من التّحدّيات (طلحة، 2020، صفحة 5).

فبسبب امتداد أزمة "كوفيد 19" المستجّد وضرورة متابعة الإجراءات المشدّدة للحدّ من انتشار الوباء أصبحت التّحدّيات الاقتصاديّة والإعلاميّة لا تقلّ أهميّة عن التّحدّيات الصحيّة، لهذا اجتهدت وسائل الإعلام في كلّ أنحاء العالم في نقل الأخبار عن هذا الفيروس المستجّد، ومناقشة قضاياها ومستجدّاتها، وعلاقته بقضايا أخرى كقضايا التّنمية الاقتصاديّة.

والجزائر كغيرها من دول العالم اتّخذت العديد من الإجراءات للحدّ من انتشار الفيروس المستجّد بين المواطنين، وحاولت إبراز آثاره على القضايا الاقتصاديّة والعمليّة التّنمويّة، حيث عمل التلفزيون الجزائري على بثّ خطاب إعلامي يحمل في طيّاته العديد من المعاني والدلالات، وخصّص برنامجا بالقناة الإخباريّة (القناة الثالثة) يحمل اسم "محاور واتجاهات" لمناقشة مختلف القضايا التّنمويّة الاقتصاديّة.

**1- الإشكاليّة:**

انطلاقا من دور الإعلام في تسليط الضوء على مختلف القضايا لتحقيق التّنمية المستدامة عملت القنوات الجزائرية العموميّة على معالجة القضايا التّنمويّة عبر برامجها التلفزيونية بأساليب وتقنيّات متنوّعة، وهو ما يدعو إلى رصد واقع هذه المعالجة وكيفيّتها، وأساليبها، وأثرها وتأثيرها خلال جائحة كوفيد 19. وعليه يطرح التساؤل التالي: كيف عالج برنامج "محاور واتجاهات" بالقناة الجزائرية الثالثة قضايا التّنمية الاقتصاديّة خلال جائحة كوفيد 19؟ والذي تفرع عنه تساؤلات أهمّها:

- ما هي أهم القضايا الاقتصاديّة التّنمويّة التي عالجها البرنامج خلال جائحة كوفيد 19؟
- ما هي القيم التي تضمنتها معالجة البرنامج لقضايا التّنمية الاقتصاديّة؟
- ما هي القوالب الإعلامية المعتمدة في معالجة القضايا التّنمويّة الاقتصاديّة؟
- ما هي أساليب معالجة القضايا التّنمويّة الاقتصاديّة خلال جائحة كوفيد 19؟

**2- أهميّة الموضوع:**

تتأكد أهمية موضوع الدّراسة من خلال النّقاط التّالية:

- ارتباط الموضوع بجائحة كوفيد 19 - كظاهرة جديدة - وتداعياتها على كلّ المجالات.
- الوزن العلمي لموضوع "العلاقة الارتباطية" بين الإعلام والتّنمية الاقتصاديّة.
- اختيار التلفزيون كوسيلة إعلاميّة مؤثرة بفضل تركيبها الثلاثية: صوت، صورة، نص.

**3- أهداف الدّراسة:**

- تسليط الضوء على واقع المعالجة الإعلامية لقضايا التّنمية الاقتصاديّة بالجزائر خلال جائحة كوفيد 19.
- لفت الانتباه إلى عدة أدوات وتقنيّات ساهمت في تطوير وترقية الإعلام التّنموي.

## المعالجة الإعلامية لقضايا التنمية الاقتصادية بالجزائر خلال جائحة كوفيد 19

- تقديم مجموعة من التوصيات العملية التي تساعد على تعزيز دور التقنيات الاتصالية في المعالجة الإعلامية للقضايا التنموية.

### 4- مفاهيم الدراسة:

#### 1- المعالجة الإعلامية:

**المعالجة لغة:** من عالج يعالج معالجة وعلاجاً، وتحمل معاني الإصلاح، المزاولة، ودواء المشكلة (الزّاوي، 1980، صفحة 298).

**الإعلام لغة:** من المصدر أعلم، يعلم، إعلاماً بالأمر أي: أخبره به، كما يعني نشر معلومات رسمية (جعفر و حداد، 2011، صفحة 148 - 149).

**المعالجة اصطلاحاً** هي: اتّخاذ مادّة الدّراسة أو البحث وعرضها بطريقة منهجية، كمعالجة مشكل وتقديمه وعرضه (Hachette, 1993, p. 1656)

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

والمقصود بالمعالجة الإعلامية في هذه الدراسة: تشخيص سمات العمل الإعلامي الذي يزاوله التّلفزيون الجزائري في تغطيته لمختلف قضايا التنمية الاقتصادية خلال جائحة كوفيد 19، والتي يتمّ من خلالها عرض وقائع أو أحداث، وكيفية معالجتها، وإيجاد الحلول لها.

#### 2- القضايا:

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

**القضايا اصطلاحاً** هي: عبارة عن حدث معيّن في مجتمع ما، نتيجة تغيّرات طارئة عليه بفعل عوامل خارجية أو عوامل داخلية، وكثير من الأحيان لا يوجد حلّ منطقي لها. (حجاب، الموسوعة الإعلامية، 2003، صفحة 1939).

ويعرّفها "إيسلي" أنها: مسألة فيها خلاف، وتبدأ القضية في التّكون عندما تظهر علامات على تطوّر خلافاً حول مسألة ما (حجاب، الموسوعة الإعلامية، 2003، صفحة 1940).

#### 3- التنمية:

**التنمية في اللغة** من النمو، أي ارتفاع الشيء من موضعه إلى موضع آخر، وهناك اختلاف في مفهوم "النمو" ومفهوم "التنمية"، فالأول يشير إلى التقدّم أو التزايد التلقائي مثل: نموّ الطّفل، نموّ القمح، نموّ المال...، والثاني وهو "التنمية" فتعني عمليات غير تلقائية، فهي مقصودة تقوم بها المجتمعات لإحداث نموّ مخطّط له بسرعة في فترة زمنية محدّدة (عسل، 2006، صفحة 24).

**والتنمية اصطلاحاً** هي: النموّ المدروس على أسس علمية، وهي العملية التي تقوم بها المجتمعات بقصد وفق سياسة عامة لإحداث التطور والتنظيم الاقتصادي للمجتمع وبالبيئة، كما تعتبر عملية مجتمعية تراكمية، الإنسان هو هدفها الرئيسي وهو غايتها (الكفري، 2020)، وهي كذلك إحداث مجموعة من التّغيرات الجذرية في مجتمع بهدف إكسابه الرفاهية والتّطور المستمرّ.

والتنمية المقصود بها في هذه الدراسة هي إقامة بناء تنموي اقتصادي جديد يسمح للأفراد والمؤسسات بتحقيق أكبر قدر ممكن من إشباع الحاجات الضرورية لديهم في مختلف المجالات في ظل الأزمات كأزمة كوفيد 19.

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

وقضايا التنمية المشار إليها في هذه الدراسة هي: كل المواضيع ذات الطابع التنموي الاقتصادي التي يبيها التلفزيون الجزائري في برامجها، والتي تحتاج إلى توضيح وتفسير وتحليل.

**4- كوفيد 19:** هو جائحة عالمية ظهرت لأول مرة بمدينة "أوهان" الصينية، وانتقلت بعدها لكل دول العالم، وهو مرض تتسبب به سلالة جديدة من الفيروسات التاجية "كورونا"، ويرتبط بعائلة الفيروسات نفسها التي ينتمي إليها الفيروس، والذي يتسبب بمرض المتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة "سارز"، وبعض أنواع الزكام العادي (اليونيسيف، 2020).

#### 5- الدراسات السابقة:

للدراسات السابقة أهمية كبرى لأي بحث علمي، فهي تزود الباحث بالنتائج التي توصلت لها هذه الدراسات، لتبنى عليها الدراسة الحالية، وهو الهدف الأساسي من إراجها، وفي الآتي أهم الدراسات المعتمدة:

**الدراسة الأولى:** دور التلفزيون الجزائري في التنمية الاقتصادية: دراسة وصفية تحليلية لحصة المؤشر، مذكرة ماجستير (عباد، 2003 - 2004)، هدفت هذه الدراسة إلى محاولة معرفة مدى إسهام التلفزيون الجزائري في التنمية الاقتصادية خلال مرحلة التسعينيات من خلال نموذج حصة "المؤشر" الأسبوعية، وانطلقت من الأسئلة التالية:

- ما هي مكانة الحصص الاقتصادية في التلفزيون الجزائري؟

- ما هي المواضيع الأساسية المطروحة في حصة المؤشر؟

- ما هو مضمون هذه المواضيع؟

- في أي قالب صحفية تم معالجة مواضيع التنمية الاقتصادية؟

وطبقا لمتطلبات الدراسة استعملت الباحثة منهج المسح، باستغلال تحليل المضمون كأداة جمع للبيانات لعينة الدراسة القصصية التي تمثلت في حصة المؤشر طوال فترة زمنية حددت بـ "3 سنوات" ابتداء من الانطلاقة الرسمية البرنامج (تاريخ بداية البرنامج: 7 أكتوبر 1998).

ونظرا لطبيعة هذه الدراسة استقر الاختيار على عينة تتكون من "10 حصص" لأسباب دقيقة وتعالج في مجملها مواضيع اقتصادية متنوعة، وباعتبار أن مدة الحصة على الأقل 52 دقيقة، فإن الأمر سيستغرق وقتا أطول مما لو تم اختيار عينة من نشرة التأمينة مثلا تعالج موضوعا اقتصاديا أو موضوعين لا تتجاوز مدته ثلاث دقائق على أكثر تقدير.

وتوصلت الباحثة إلى عدة نتائج أبرزها:

- تركيز حصة "المؤشر" على الأخبار الاقتصادية الدولية لوضع المشاهد في واجهة الأحداث الاقتصادية الدولية.

- أسفرت الدراسة عن تخصيص حصة "المؤشر" لعدة أعداد للحديث عن الاستثمار في الجزائر.

## المعالجة الإعلامية لقضايا التنمية الاقتصادية بالجزائر خلال جائحة كوفيد 19

- تركيز حصة "المؤشر" على مواضيع التنمية المحليّة في أكثر من مرّة، لإبراز المشاكل العالقة في البلديات والوقوف على المشاريع التّنموية الناجحة.

**الدراسة الثانية:** المعالجة الصحفية لقضايا التنمية الاقتصادية في الصحافة العراقيّة - دراسة تحليليّة (عبد العزيز و علي مراد، 2011)، جاءت هذه الدراسة التي تتناول المعالجة الإعلاميّة لقضايا التنمية الاقتصادية في الصحافة العراقيّة، لإبراز دور الصحافة الاقتصادية، ووظائفها في تحقيق الأهداف التّنمويّة من خلال المضمون الذي يقدّم للقارئ العراقي، والمتعلّق بقضايا التنمية الاقتصادية. وانطلقت الدراسة من إشكالية تمثلت أبرز تساؤلاتها فيما يلي:

- ما هي وظائف الصحافة الاقتصادية؟  
- ما هو المضمون الذي يقدّم للقارئ العراقي، والمتعلّق بقضايا التنمية الاقتصادية؟  
- ما هي أكثر أنماط فنون الكتابة الصحفية المصاحبة للقضايا الاقتصادية؟  
وللإجابة على تساؤلات الدراسة والوصول إلى نتائج حول مشكلة البحث اعتمدت الباحثتان على المنهج الوصفي، باستخدام أداة تحليل المضمون لجمع بيانات الدراسة.  
وتمّ اختيار عينة عمدية تمثّلت في اختيار " جريدة المدى"، وتحديد الخبر والنقّير الإخباري كفنون صحفية تناولت مواضيع قضايا الاقتصادية في الصفحة الاقتصادية للجريدة لأعداد الجريدة والبالغة 21 عددا.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

- يختلف مفهوم التنمية الاقتصادية حسب اختلاف المعايير أو المؤشرات المستخدمة، فهناك المؤشرات الاقتصادية التقليدية، والمعايير غير الاقتصادية (المؤشرات الاجتماعية والسياسية والإعلامية).  
- الصحافة الاقتصادية التّنموية هي صحافة هادفة تسعى لخلق الأرضية المناسبة لإنجاح الخطط التّنموية.  
- لازالت الصحافة العراقية بحاجة إلى أكثر من تخصص في طريقة عرض المواضيع الاقتصادية.  
**أوجه الاتفاق والاختلاف والاستفادة من الدراسات السابقة:**  
ويمكن تسجيلها كالآتي:

**أوجه الاتفاق بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية:**

- الاهتمام بموضوع معالجة المضمون الإعلامي لقضايا التنمية الاقتصادية.  
- إبراز العلاقة بين الإعلام والتنمية الاقتصادية.  
- الاهتمام بالبعد الاقتصادي للتنمية كبعد مهمّ له آثاره على الأبعاد التّنموية ومؤشراتها الأخرى.  
- الاعتماد على أداة تحليل المضمون الإعلامي لجمع البيانات.

**أوجه الاختلاف بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية:**

- تختلف الدراسة الأولى للباحثة " لويّزة كريمة عباد " عن الدراسة الحالية في:  
- تركيزها على دور التلفزيون الجزائري في التنمية الاقتصادية من خلال تحليل عينة من برنامج "المؤشر"، فاستخلصت نتائج تهمّ التنمية الاقتصادية لكنّها لم توضح كيفية إسهام الإعلام التلفزيوني في تحقيق هذه التنمية التي تلقى بظلالها على مجالات أخرى.  
- اهتمت بقضايا التنمية الاقتصادية في فترة ماضية وفي ظروف عادية، عكس الدراسة الحالية التي تهتمّ بدراسة مضمون برنامج تلفزيوني في ظلّ أزمة صحية عالمية خلفها وباء كوفيد 19.  
- تختلف الدراسة الثانية للباحثتين " بتول عبد العزيز رشيد، وفاتن علي مراد ": عن الدراسة الحالية في:

- اهتمامها بمعالجة صحفية لقضايا التنمية الاقتصادية في العراق، فعينة الدراسة تمثلت في مضمون أخبار جريدة، عكس الدراسة الحالية التي تهتم بمضمون رسالة إعلامية تلفزيونية.

#### أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- استغلال نتائج الدراسات السابقة في تبرير السياق العام للدراسة الحالية.  
- الاستفادة من توظيف منهج البحث في الدراسات الإعلامية.  
- التمكن من أبعديات تحليل محتوى البرامج الإعلامية بالاستفادة من طرائق التحليل المختلفة بالدراسات السابقة.

- الاستفادة من الرصيد العلمي، والنظري للدراسات السابقة.

#### 6- الإعلام وقضايا التنمية:

يعتبر الإعلام من أهم أدوات التنمية بمختلف أنواعها، إذ أنه يخلق تلك الثقافة التنموية في أوساط المجتمع عن طريق انتهاجه لسياسة إعلامية توعوية، توجه السامع أو القارئ أو المشاهد إلى القيام بأنشطة تسهم في دفع عجلة التنمية إلى الأمام، ولقد أضحت الإعلام قوة اقتصادية مهيمنة، وعاملا حاسما من عوامل التنمية الحقيقية في أنحاء العالم (خفلاوي، 2011، صفحة 2).

وأدى الإعلام الاقتصادي والتنموي دورا مهما لتقدم مسيرات دول كثيرة، وتطوير أدائها بكفاءة واضحة، حيث أصبح الاقتصاد الجديد هو نتاج المحصلة الفكرية البشرية التراكمية، فيما يطلق عليه رأس المال البشري، والذي يشكل فيه الإعلام عنصرا حيويًا، فالإعلام التنموي هو عملية يتم من خلالها إرسال مادة أو رسالة تنموية معينة للمتلقين مع ترقب نتائج معينة أو تفاعل ما (الربيعي، 2007، صفحة 26).

**1- ماهية الإعلام التنموي:** يرتبط البعد التنموي للإعلام أساسا بتنمية العقل الاجتماعي المتمثل في القضاء على الأمية والجهل وكافة أشكال التخلف، والمشاركة في التوعية بحقوق الإنسان والمرأة والطفل، ونصيب المجتمع من الديمقراطية والانخراط في المجتمع الدولي المعاصر، والفاعلية في تطويره (برقوق وزبيري، 2015، صفحة 78).

ويُعرف الإعلام التنموي بأنه: "المنظومة الإعلامية التي تعالج قضايا التنمية (خضور، 2003، صفحة 12)، ويعدّ هذا الإعلام فرعا مهما من فروع النشاط الإعلامي"، وبمعنى آخر الإعلام التنموي هو العملية التي يمكن من خلالها التحكم بأجهزة الإعلام ووسائل الاتصال الجماهيري داخل المجتمع، وتوجيهها بالشكل المطلوب الذي يتفق مع أهداف الحركة التنموية، ومصالح المجتمع العليا.

فالإعلام التنموي هو إعلام هادف وشامل، يسعى لتحقيق أهداف اجتماعية تنموية تخلق الأرضية المناسبة لإنجاح الخطط التنموية، ومرتبطة بالنواحي السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتربوية، وهو إعلام واقعي يستند إلى الصدق والوضوح والصراحة في التعامل مع الجمهور، والثقة المتبادلة (هاشم، 2020).

ومن خلال التعريفات السابقة يتضح أنّ الإعلام التنموي يتسم بجملة من الخصائص التي تميّزه عن أنواع أخرى من الإعلام، ومن أبرز هذه الخصائص:

- الإعلام التنموي نشاط إعلامي هادف يسعى لتحقيق أهداف وغايات اجتماعية مستوحاة من حاجات المجتمع الأساسية، ومصالحه الجوهرية.

## المعالجة الإعلامية لقضايا التنمية الاقتصادية بالجزائر خلال جائحة كوفيد 19

- تتمحور أهدافه في فهم وإدراك ما يحيط بالإنسان من ظواهر وأحداث، ونقل التراث الثقافي بكلّ مكوناته من جيل لآخر، وتنمية الحسّ الوطنيّ والديمقراطيّ لدى الجماهير، وكشف الأفكار الهدّامة الدّاعية إلى تعميق التخلف في المجتمع، والتركيز على دور الشّباب وقضاياهم...
  - أنّه إعلام مبرمج ومخطّط يرتبط بخطط التنمية، ويدعم نجاح هذه الخطط.
  - وهو إعلام متكامل، الهدف منه مخاطبة الرّأي العام، وإقناعه بضرورة التغيّر الاجتماعي الذي تقتضيه التنمية.
  - أنّه متعدّد الأبعاد بحيث يشمل البعد الاقتصاديّ، والاجتماعي، والسياسيّ والتربوي، والماليّ والإداريّ.
  - يجب أن يكون الإعلام التّنمويّ واقعيًا في الأسلوب والطّرح، وأن يقول الحقيقة بلا تجميل، وأن يستند على حجج وبراهين منطقيّة في إقناع الجمهور.
  - أن يرتبط بالواقع في معالجته لمختلف القضايا وخاصة الاجتماعية، فأحد وظائفه الأساسيّة هي اكتساب ثقة أفراد المجتمع بدقّة المعلومات، والتّعبير الصادق عن همومهم واحتياجاتهم.
  - الإعلام التّنموي مصمّم بداية ليكون جزء من خطة التنمية، وعاملا جوهريًا لإحداث تغيير تنمويّ في المجتمع.
  - الإعلام التّنمويّ هو إعلام متطوّر ومعاصر، فهو أحد محاور التنمية الجوهريّة.
  - الإعلام التّنمويّ إعلام مفتوح على العالم، يدعم ثقافة الحوار والاستفادة من التجارب العمليّة لدول أخرى ونقلها، وتوفير قنوات التّواصل بين الجمهور المحلّي والدّولي (برقوق و زبيري، 2015، صفحة 82).
- 2- مستويات الأدوار التّداخليّة لوسائل الإعلام في العمليّة التّنمويّة: تساهم وسائل الإعلام بشكل رئيسي في العمليّة التّنمويّة من خلال عدّة مستويات أبرزها:**
- المستوى الرّسمي:** ويكون بعرض الواقع الاقتصادي التّنمويّ بإيجابياته وسلبيّاته، وطرح الحلول العمليّة للمشكلات التّنمويّة، وعرض معوقات وأهدافها، فبات واضحا أنّ لوسائل الإعلام دور كبير في دفع عمليّة التنمية الاقتصاديّة لأنّ وسائل الإعلام ترتبط ارتباطا مباشرا، بل أصبحت كلّ الخطط التّنمويّة التي تغفل دور الإعلام ناقصة وتحتاج إلى تعديل، لأنّه بدون دعم إعلامي لا يمكن أن يكتمل الدّور التّنمويّ للدّولة (المصمودي، 1985، صفحة 115)، حيث تعمل وسائل الإعلام على تنفيذ الخطط والبرامج، وشرح معانيها ومصطلحاتها للجمهور، وتتعبّ نتائجها بعد التّنفيذ، وتكشف عن مواطن الخلل وتنادي بتقويم الأخطاء.
  - المستوى الشّعبي:** ويكون بخلق وعي جماهيري بالسياسات التّنمويّة، والتّوعية بأساليب النّهوض باقتصاد الفرد والأسرة والجماعة، ولا يتحقّق ذلك إلّا من خلال شرح السياسات التّنمويّة بصورة مبسّطة يفهمها المواطن العادي والمتخصّص (زارع، 1984، صفحة 168)، وتوضيح مفاهيم الإنتاج الوطني، وقيّمته بالنسبة لتدعيم الإنتاج الاقتصاديّ، وترشيد الاستهلاك لدى المواطنين بكافّة طبقاتهم، وتنمية الوعي الادّخاري والاستثمار لديهم.
  - وهكذا يبرز أنّ لكلّ من وسائل الإعلام والتنمية رسالة مشتركة تهدف إلى تطوير اجتماعي للمجتمع، وليس هذا التّطوير إلّا عمليّة تغيير حضاري يقوم بها الشّعب لمراجعة اتّجاهاته وقيمه، ولذلك لم يعد الإعلام مجرد إعطاء معلومات أو نشر المعارف التّنمويّة بين النّاس، وإنّما المقصود عمليّة التّحفيز والحثّ وتغيير الاتّجاهات، وهنا يكمن الدور الأساسي لوسائل الإعلام في بناء الإنسان والمشاركة في بناء المجتمع، بحيث تظهر طبيعة العلاقة بين الرسالة الإعلاميّة والخطط التّنمويّة الاقتصاديّة والاجتماعيّة.

- 3- أهداف الإعلام التنموي:** تتنوع أهداف الإعلام التنموي من مجتمع لآخر وفقا للظروف التي تحيط بكل مجتمع، والهدف العام للإعلام التنموي يتمثل في التأثير على الجماهير ومحاولة إقناعهم وتوعيتهم بأهمية التنمية، وضرورة الإسراع بها، وعموما يهدف الإعلام التنموي إلى:
- إيجاد وسائل اتصال فاعلة وقادرة على حمل الرسالة الإعلامية ونشرها إلى أبعد المستويات، وتخطب كافة شرائح المجتمع (حجاب م، 1998، صفحة 142).
  - خدمة قضايا المجتمع، وتحقيق أهداف اجتماعية مستوحاة من حاجات المجتمع الأساسية ومصالحه الحيوية، ويسهم أيضا في ترسيخ الوعي الحقيقي بالتنمية القائم على المصارحة وتقديم الحقائق، ومن ثم تبني الخطى التنموية اللازمة.
  - تأكيد أهمية مبدأ الوحدة الوطنية، وتوسيع دائرة الحوار السياسي، ودفع الناس باتجاه المشاركة السياسية، واتخاذ القرار، وتوضيح الأبعاد الوطنية للتنمية (محمود، 2004، صفحة 2).
  - وليحقق الإعلام صفته التنموية لا بد له من تبني أهداف تحمل في جوهرها ودلالاتها مسؤولية المجتمع الذي ينشط في هذا الإعلام، وفيما يلي بعض الأهداف الأخرى للإعلام التنموي (خضور، الإعلام العربي على أبواب القرن الحادي والعشرين، 2000، صفحة 5):
  - فهم وإدراك ما يحيط بالإنسان من ظواهر وأحداث.
  - نقل التراث الثقافي من جيل إلى آخر.
  - تنمية الحس الوطني والقومي لدى المواطنين.
  - كشف الأفكار الهدامة، والداعية إلى تعميق التخلف في المجتمع.
  - تنمية الحس الديمقراطي، وممارسة الديمقراطية.
  - التركيز على دور الشباب.
- 7- الإعلام التنموي الاقتصادي وجائحة كوفيد 19:**

في الوقت الذي يزداد فيه الاهتمام العالمي بالأخبار الجديدة المتعلقة بجائحة "كوفيد 19"، تشكل هذه الأزمة اختبارا لوسائل الإعلام بشكل عام، والإعلام التنموي الاقتصادي بشكل خاص لكسب ثقة الجماهير، والمحافظة عليها.

**1- مدخل إلى الإعلام الاقتصادي:** أصبح الإعلام الاقتصادي طريقة لرؤية الأشياء أكثر من أنه مجموعة مواد معالجة، فلم يعد يشكل مسألة المختصين فحسب، بل توقف عن هذا ليصبح مشكلة الجمهور الواسع، ولم يعد مجرد الفيض من المعلومات الذي ينساب فيما بين الأخصائيين فحسب، وإنما هو أيضا اتصال بل تواصل مع جمهور المستثمرين والمدخرين على اختلاف أنماط تفكيرهم، وضروب سلوكهم، ومستويات ثقافتهم.

ويرى Solman Robert أن الإعلام الاقتصادي يرجع إلى معلومات من أصل خاص يبني من خلالها أصحاب المال والأعمال نشاطاتهم، والإعلام الاقتصادي أصبح يندرج ضمن الحاجات الضرورية للإنسان سواء كان فردا أو مسؤولا، أو صاحب مؤسسة باعتباره طرفا متدخلا في عملية الإنتاج والتوزيع والاستهلاك والاستثمار أو مواطنا تهمة مصالح بلده فحسب، والملاحظ أن تحديد مفهوم الإعلام الاقتصادي ليس أمرا هينا طالما أن هذا الاختصاص يشمل أجناسا مختلفة من الإعلام، ويشمل هذا المفهوم علم الاقتصاد، وظواهر التبادل والسياسة المنتهجة في هذا المجال (مثناني، 1994، صفحة 12).



ينطلق "محمد حسن بهلول" في تعريفه للإعلام الاقتصادي من الإنتاج كموضوع العلاقة الاجتماعية بالنسبة لأي نشاط اقتصادي فيقول: "إنه المعلومات التي يستخرجها الإنسان كنتيجة موضوعية لنشاطه القائم على الإنتاج، ويضيف بناء على ذلك بأنه الوظيفة الإعلامية التي تحدّد، وتقيس وتوصل معلومات اقتصادية يمكن استخدامها في عملية التقييم، واتخاذ القرارات من طرف من يستخدمون هذه المعلومات"(مثنائي، 1994، صفحة 15)

وعموما يمكن القول أنّ الحديث عن الإعلام الاقتصادي لم يعد حديثا عن أرقام الاستثمار أو استقرار البرامج التي تتناول مواضيعها الاقتصادية، وإنّما يتجاوز الأمر إلى الجهد اليومي الذي تبذله وسائل الإعلام على اختلاف اختصاصاتها في تغطية الحدث الاقتصادي، وفي تبليغه للجماهير العريضة.

## 2- المعالجة الإعلامية لقضايا كوفيد 19: إنّ الحديث عن طبيعة المعالجة الإعلامية لقضايا كوفيد

19 هو حديث عن تغيير جذري طرأ على المشهد الإعلامي العالمي بشكل عام، والجزائري بشكل خاص، حيث فرضت جائحة "كوفيد 19" غير المسبوقة أهميتها على الأجندة الإعلامية، وشغلت المساحة الأكبر من تغطيتها المتوالية بنسب متفاوتة، والتي تركّزت على ما يلي (سعد الدين، 2020):

- **مركزية القرار:** سارعت معظم دول العالم منذ تفشّي وباء كوفيد 19 عبر القارات لاتخاذ تدابير احترازية، وإجراءات وقائية تخص أمنها القومي لمواجهة الفيروس؛ تنوعت بين إغلاق الحدود وإعلان حالة الطوارئ والعزل الذاتي، وحظر التجول والحجر الصحي ومنع التجمعات، ووقف عمل المؤسسات العامة والخاصة، ووقف الدراسة مع اعتماد نمط التعليم عن بعد، وإلغاء الأنشطة، ووقف حركة الطيران جزئيا أو كليا، وتقييد الحركة التجارية، وواكبت وسائل الإعلام حيثيات الأزمة بطرائق مختلفة...

- **الدولة القومية:** شغلت الدولة حيزا رئيسا في المشهد الإعلامي المضاد للأزمة، بعدما وقر فيروس "كوفيد 19" فرصة تعزيز الوطنية، وتقوية مكانة الدولة القومية في السياسات المحلية والدولية، ومن أبرز مظاهرها: تعزيز قوة الدولة، سياسة أحادية الجانب، ونهاية العولمة.

- **السيطرة على الرعاية الصحية:** سلّطت وسائل الإعلام الضوء على عمق الاختلالات الثقيلة التي كشف عنها فيروس كوفيد 19 في نظم الرعاية الصحية، والبنى التحتية لكثير من دول العالم، وسط غياب شبكة أمان صحي استباقي، نظير نقص التجهيزات، والطواقم الطبية المؤهلة؛ ما أدى إلى ارتفاع عدد الضحايا، واتساع رقعة الوباء الذي لم تنتج منه دول صناعية غنية إزاء عدم استعداد نظمها للتعامل مع مثل هذه الأزمات، بينما تمكنت دول محدودة الموارد وأخرى فقيرة من إدارة الأزمة بفاعلية، واستنفار طاقاتها البشرية لمواجهة خطر انتشاره، بما يعكس ضعف نظم الحوكمة الاقتصادية والسياسية على مدى الاستجابة للأزمة. (سعد الدين، 2020)

## 3- وظائف الإعلام في ظل أزمة كوفيد 19: يقع على عاتق وسائل الإعلام في ظل الأزمات - كأزمة

كوفيد 19- الاضطلاع بالوظائف التالية تحقيقا لمغزى الرسالة الإعلامية (الرياحي، 2020):

- **وظيفة الإخبار أو الإعلام:** من أهم الوظائف وأولها، لأنّ كلّ فرد في المجتمع يبحث عن معرفة ما يدور حوله من أحداث وقضايا، وخاصة في ظلّ ما قد يعرفه المجتمع من حالات استثنائية.

- **وظيفة التوعية والتثقيف:** إذ الإعلام هو المورد الأكبر للمعلومات التي تتقف المشاهد وتوعيه بالمخاطر التي قد تعترضه وبالمكاسب والحقوق التي يجب أن يتمتع بها، وهنا نشير إلى أهمية التوعية في وسائل الإعلام عند الأزمات.

- **وظيفة التوجيه:** في حالات كثيرة يكون الناس في حاجة ماسة لمن يوجههم ويرشدهم، وقد عاينا مساهمة الإعلام في توجيه الناس في ظلّ الأزمة الحاليّة بقوالب إعلاميّة مختلفة تحقّق التنوع والتكامل، وهنا نشير أنّ هذه الوظيفة قد تحتلّ المرتبة الأولى في ظلّ الأزمات والكوارث وانتشار الأوبئة، حين تكون الدولة في أمسّ الحاجة إلى توجيه نداءات، وتوجيهات معيّنة للشعب.

- **وظيفة التسلية والترفيه:** هذه الوظيفة تؤدّيها بشكل أكبر وسائل الإعلام الفضائية، المطلوب منها خلق نوع من التوازن، من أفلام هادفة وأنشطة رياضية ومسابقات ثقافية ومسرحيات.

- **وظيفة الرقابة والنقد والتغيير:** من الوظائف التي يجب على وسائل الإعلام أن تمارسها خدمة للصالح العام، عبر الرقابة، والتقييم لكلّ ما يجري داخل المجتمع تصحيحا للسياسات الخاطئة، وسعيا لتحقيق للمصلحة العليا للوطن (الرياحي، 2020).

وعموما يمكن القول أنّ الإعلام الحقيقي والنّاجح يقوم بدور مفصليّ في الكثير من الأحداث، إذ يسلط الضوء على القضايا التي تهم المجتمعات، ويحرص على حسن الأداء فيها ومعالجتها وفقا للمعايير المهنية، إنصافا للحقيقة من جهة، وخدمة لانشغالات الناس واهتماماتهم من جهة أخرى، لذلك نجده دائما المتصدّر في التصديّ لمختلف الأزمات التي تواجهها المجتمعات (شليبي، 2020).

فمع ظهور فيروس "كوفيد 19" فجأة وتسارع وتيرة ضحايا هذه الجائحة التي لم يتم وضع حد لها إلى الآن، حاول التلفزيون الجزائري تحمل مسؤوليته تماما كما يتحملها الأطباء، نظرا لدوره الكبير في هذه الظروف الصعبة التي يمرّ بها العالم بأكمله.

وبنظرة استطلاعية بسيطة تبين أنّ الأساليب التي اتخذها التلفزيون الجزائري للتصدي لجائحة كوفيد 19 كما يلي (بن عمر، 2020):

- تغطية الأحداث المحليّة والوطنية والدولية التي تهتمّ بوباء كوفيد 19.
- تخصيص برامج تعريفية بفيروس كوفيد 19، وإبراز طرائق الحماية والوقاية.
- مساعدة الجماهير لتوسيع درجة الوعي الفردي والمجمعي، وبناء مناعة للحدّ من انتشار الفيروس.

## 8- الدراسة التحليلية:

نتعرض فيما يلي إلى الخطوات الإجرائية للدراسة وتحليلاتها:

**1- طبيعة الدراسة وإجراءاتها المنهجية:** تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التفسيرية التحليلية التي تسعى إلى تفسير ظاهرة موجودة، وهي "المعالجة الإعلامية لقضايا التنمية الاقتصادية خلال جائحة كوفيد 19"، وذلك من خلال وصف الظاهرة وتفسيرها وتحليلها وصولا إلى نتائج دقيقة وموضوعية.

- **منهج الدراسة:** تستوجب كلّ دراسة الاعتماد على منهج علمي واضح لكي تتصف بالعلمية، ونستطيع الوثوق بنتائجها (بوحوش و محمود ، 1995، صفحة 58)، وانطلاقا من موضوع الدراسة استخدمنا "المنهج المسحي" الذي يعدّ أنسب المناهج العلمية وأكثرها استخداما في الدراسات الوصفية التي تستوجب الحصول على البيانات والمعلومات عن الظاهرة موضوع البحث في واقعها المكاني والزّماني، بهدف تحليلها وفهم علاقاتها الداخلية والخارجية، ولاسيما المادة المعرفية الخاصة بمتغيرات: المعالجة الإعلامية، قضايا التنمية الاقتصادية، كوفيد 19، وهي خطوة قاعدية توضح مفاهيم الدراسة وتضبطها.

ويذهب "موريس" إلى اعتبار المسح منهجا لتحليل ودراسة أيّ موقف أو مشكلة اجتماعية أو جمهور باستخدام طريقة علمية منظمة.

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

- تحديد الغرض من المسح لتحديد المشكلة والاعتبارات العلمية.
- رسم خطة سير البحث بتحديد مجال المسح من حيث العينة والمكان والزمان.
- جمع البيانات والمعلومات باستخدام أدواتي: الملاحظة وتحليل المضمون.
- تحليل البيانات تحليلًا إحصائيًا وتفسيرها عن طريق القياس المنطقي.
- **عينة الدراسة:** تم الاعتماد على المسح بالعينة، أي أنّ التحليل لم يجر على جميع مفردات المجتمع محل الدراسة "المضامين السمعية البصرية للتلفزيون الجزائري"، بل على عينة تمثلت في أعداد من البرنامج الأسبوعي "اتجاهات ومحاور"، بمعنى جميع الأعداد التي بنّت خلال جائحة كوفيد 19، وكان العدد الإجمالي 12 عدداً، من 12 أفريل إلى 15 أوت 2020.
- **أدوات جمع البيانات:** انطلاقاً من إشكالية الدراسة وتساؤلاتها والأهداف المسطرة، استخدمنا أسلوباً أساسياً لجمع البيانات تمثل في "تحليل المضمون" والذي نعني به "أسلوب بحث يهدف إلى تحليل المحتوى الظاهري لمادة الاتصال عن طريق تبويب خصائص المضمون وتصنيفها عن طريق العدّ والإحصاء، وكذلك الاهتمام بجوانب المعاني، والعلاقات بين المعاني" (عبد الحميد، 2008، صفحة 148)، أي أنّ تحليل المضمون لا يكتفي بالمعاني الظاهرة فقط.
- ويرى "بيرلسون" أنّ تحليل المحتوى هو "أحد الأساليب البحثية التي تستخدم في وصف المحتوى الظاهر أو الضمني للمادة الإعلامية وصفا موضوعياً وكمياً (عدلي العبد، 2006، صفحة 46 - 47)، حيث يهتمّ التحليل الكميّ بالجوانب الإحصائية الأكثر دقة وموضوعية، بينما التحليل الكيفي يهتمّ بالسياق الذي يجمع بين أجزاء النصّ (Bardin, 2007, p. 147)، ويعتمد هذا الأسلوب البحثي على ما يسمّى بـ"استمارة التحليل" التي تعتبر أداة هامة لا غنى عنها، وعليه تضمّنت الاستمارة فئات ماذا قيل؟ التي تخصّ المضمون، وفئات كيف قيل؟ التي تخصّ فئات الشكل.
- 2- تفرغ وتحليل البيانات:** وهذا من خلال:
- تحليل البيانات المتعلقة بفئات المضمون:
- **فئة المواضيع:**

جدول رقم (01): المواضيع المعالجة بالبرنامج

النسبة	التكرار	المواضيع
25 %	03	دور المجتمع المدني أيام الأزمات
08,33 %	01	الفلاحة الصحراوية
08,33 %	01	الصناعة الصيدلانية
16,66 %	02	الإنعاش الاقتصادي في زمن الأزمات
16,66 %	02	دور الرقمنة في الاقتصاد
08,33 %	01	الطاقة المتجددة
16,66 %	02	عودة النشاط الاقتصادي بعد الحجر المنزلي
100 %	12	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين

يمثل الجدول رقم (01) نتائج الدراسة المتعلقة بالمواضيع المعالجة خلال جائحة كوفيد 19 ببرنامج "محاور واتجاهات" بالقناة الجزائرية الثالثة، والملاحظ أنّ موضوع "دور المجتمع المدني أيام الأزمات" تصدر قائمة المواضيع بنسبة 25 %، حيث تمّ تخصيص أعداد من البرنامج تسلط الضوء على الدور الفعال للمجتمع المدني أيام الأزمات بشكل عام، وأزمة كوفيد 19 بشكل خاص، وتأكيد أهمية مساهماته في تحقيق التنمية، وتشجيعه في مبادراته للمزيد من العطاء، ونسبة 16.66 % لكل من مواضيع "الإنعاش الاقتصادي في زمن الأزمات" و"دور الرقمنة في الاقتصاد" و"عودة النشاط الاقتصادي بعد الحجر المنزلي" باعتبارها مواضيع متزامنة مع جائحة كوفيد، حيث استعرض البرنامج في معالجته لهذه المواضيع دور السلطات في مكافحة الوباء لإنعاش اقتصادي يحقق التنمية، في حين احتلت مواضيع "الزراعة الصحراوية" و"الصناعة الصيدلانية" و"الطاقة المتجددة" ذيل الترتيب، وحصدت أقل نسب المعالجة المتمثلة في 08.33 %، وهذا راجع لطبيعة الأحداث الوطنية في مجال القضايا التنموية، ومستجدات وباء كوفيد 19 وآثاره على الاقتصاد الوطني، كما يبرز الخطّ الافتتاحي للقناة التلفزيونية الجزائرية الثالثة (الإخبارية).

- فئة الشخصيات:

#### جدول رقم (02): يبين أهم الشخصيات الفاعلة في البرنامج

النسبة	التكرار	الشخصيات
50 %	06	شخصيات رسمية
16,66 %	02	شخصيات من المجتمع المدني
33,33 %	04	شخصيات أكاديمية
00 %	00	شخصيات عامة
100 %	12	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين

يبين الجدول رقم (02) نتائج البحث المتعلقة بالشخصيات حيث تصدرت الشخصيات الرسمية قائمة الشخصيات بنسبة 50 % فكان حضور ممثلي الدولة بشكل مكثف، ونسبة قدرت بـ 33,33 % للشخصيات الأكاديمية للباحثين المهتمين بقضايا التنمية بمختلف تخصصاتهم العلمية، ثم شخصيات من المجتمع المدني بنسبة 16,66 % متمثلة في رؤساء جمعيات نشطين في الميدان، في حين انعدم حضور الشخصيات العامة (من المواطنين) بالبرنامج.

فالأرقام المتوصل إليها تعكس طبيعة المواضيع المعالجة، التي تهتم أساسا بالشخصيات الرسمية ثم الشخصيات الأكاديمية حسب نوع الموضوع المعالج، كما توجه إلى أنّ البرنامج لم يعتمد أسلوب المشاركة في معالجة القضايا.

- فئة الأهداف:

جدول رقم (03): الأهداف المرجوة

النسبة	التكرار	الأهداف
16,66 %	02	تقديم أخبار
50 %	06	مناقشة أحداث
25 %	03	تأييد إجراءات
08,33 %	01	انتقاد ممارسات
100 %	12	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين

يبرز الجدول رقم (03) نتائج البحث المتعلقة بالأهداف المرجوة، حيث تصدّر هدف "مناقشة أحداث" القائمة بنسبة 50 %، وهذا راجع لأنّ الشخصيات المستضافة تناقش الأحداث حسب الموضوع وحسب المحور والاتجاه الذي تسطره المؤسسة الإعلامية، ثم نسبة 25 % لهدف "تأييد الإجراءات" فيما يخصّ الإجراءات التي تسطرها الدولة في إطار مكافحة آثار كوفيد 19 على الاقتصاد لتحقيق التنمية، ثم نسبة 16,66 % لتقديم الأخبار المخصصة لجديد الموضوع المعالج، ونسبة 08,33 % لانتقاد ممارسات تعيق مسار التنمية.

وتؤكد هذه الأرقام تنوّع أهداف البرنامج في وقت الأزمة، تليبتها حاجة الجمهور للاستماع إلى المناقشات المختلفة والاطّلاع على المستجدات وتفسير ما يحدث من طرف المختصين، وهذه الطريقة في المعالجة هي التي تجعل المؤسسة الإعلامية تتحمل مسؤوليتها في تقديم مضامين تفسر الأحداث وتربطها بأهم القضايا التي تأثرت بها.

- فئة القيم:

جدول رقم (04): يبين أهم القيم المتضمنة في البرنامج

النسبة	التكرار	القيم
41,66 %	05	تبادل الآراء
50 %	06	احترام الآخر
08,33 %	01	السخرية
00 %	00	الصراعات
100 %	12	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين

يمثل الجدول رقم (04) نتائج البحث المتعلقة بالقيم المتضمنة ببرنامج "محاوّر واتجاهات"، حيث تباينت هذه القيم لكنّ قيمة "احترام الآخر" تصدّرت الترتيب بنسبة 50 %، ثم قيمة "تبادل الآراء" بنسبة 41,66 %، في حين احتلت قيمة "السخرية" نسبة ضئيلة وقيمة "الصراعات" بنسبة منعدمة، والأرقام المتوصل إليها تبرز وعي الضيوف واحترامهم لأنفسهم والآخرين، فرغم اختلافهم من حيث التوجّه والفكر والتخصّص أحيانا إلا أنهم يناقشون موضوع العدد ويتبادلون الآراء، وهو ما يبرز أهميّة توفّر القيم الإيجابية في المعالجة الإعلامية أثناء الأزمات.

## - فئة الاتجاه:

جدول رقم (05): الاتجاه بعينة الدراسة

الاتجاه	التكرار	النسبة
إيجابي	08	66,66 %
حيادي	03	25 %
سلبي	01	08,33 %
المجموع	12	100 %

المصدر: من إعداد الباحثين

يمثل الجدول رقم (05) نتائج البحث المتعلقة باتجاه مضمون برنامج "محاور و اتجاهات" بالقناة الجزائرية الثالثة، حيث كان الاتجاه الإيجابي هو الغالب على المضمون بنسبة 66,66 % فيما يخص جهود الدولة لمكافحة وباء كوفيد 19 والإجراءات المقدمة لتحقيق التنمية، في حين حمل الاتجاه المحايد نسبة 25% اتجاه بعض القضايا، والاتجاه السلبي جاء في المرتبة الأخيرة بنسبة 08,33 %، وثبتت هذه الأرقام أنّ الدولة الجزائرية تعمل على تحسين صورتها في الإعلام من خلال الجهود المقدمة لمكافحة الوباء، وأنّ هناك تعاون مع المؤسسة الإعلامية لتأكيد الانسجام بين مؤسسات الدولة وأهمية تعاونها فيما بينها خاصة أثناء الأزمات.

تحليل البيانات المتعلقة بفئات الشكل:

## - فئة القوالب الإعلامية:

جدول رقم (06): القوالب الإعلامية بعينة الدراسة

القوالب الإعلامية	التكرار	النسبة
الحديث الصحفي	10	66,66 %
الروبورتاج	01	06,66 %
التقرير الإعلامي	04	26,66 %
المجموع	15	100 %

المصدر: من إعداد الباحثين

يبين الجدول رقم (06) نتائج البحث المتعلقة بالقوالب الإعلامية المستغلة في برنامج "محاور واتجاهات" بالقناة الجزائرية الثالثة، حيث تباينت هذه القوالب الإعلامية بين حديث صحفي وروبورتاج وتقرير إعلامي، وتصدر "الحديث الصحفي" قائمة القوالب الإعلامية بنسبة 66,66 %، إضافة للاعتماد على التقرير الصحفي بنسبة 26,66 %، والروبورتاج بنسبة قدرت بـ 06,66 %، ويمكن تبرير أنّ نسبة الحديث الصحفي كانت الغالبة كون البرنامج حوارياً، فطغيان طابع الوصف والحديث عن إجراءات تحقيق التنمية في ظل الجائحة هو محور عينة الدراسة، كما يبرر بحاجة الجمهور إلى المضامين الحوارية هذه الطريقة في المعالجة التي تمتلك قدرة فائقة على التفسير والتوضيح.

- فئة نوع اللغة المستخدمة:

جدول رقم (07): يبين مستويات اللغة المستخدمة في البرنامج

نوع اللغة المستخدمة	التكرار	النسبة
العربية الفصحى	10	62,50 %
العامية	04	25 %
الأجنبية	02	12,50 %
المجموع	16	100 %

المصدر: من إعداد الباحثين

يبرز الجدول رقم (07) نتائج البحث المتعلقة بنوع اللغة المستخدمة بعينة الدراسة، ومن خلال الأرقام المتوصل إليها يمكن القول أنّ البرنامج عالج القضايا التنموية الاقتصادية بلغة عربية فصحى، ضمت أكبر تكرار، وبنسبة كبيرة جدا من حيث الأفكار التي قدمت بها، حيث تقدر النسبة بـ 62,50 %، في حين كان استخدام العامية والأجنبية ضعيفا نوعا ما، حيث قدرت نسبة الأولى بـ 25 %، والثانية بـ 12,50 %، وهو ما يبرز أنّ مقدّمة البرنامج تستخدم اللغة العربية الفصحى في كثير من الأحيان، كما يشير إلى أنّ ضيوف البرنامج يلجؤون أحيانا لاستخدام العامية لتصل إلى كل أصناف المجتمع، واستغلال اللغة الأجنبية أحيانا أخرى في سياق الخطاب العلمي الأكاديمي.

- فئة أساليب الإقناع:

جدول رقم (08): أساليب الإقناع التي وظفت في المعالجة الإعلامية

الأساليب الإقناعية	التكرار	النسبة
العاطفية	07	58,33 %
الدينية	01	08,33 %
المنطقية أو العقلية	03	25 %
التخويفية	01	08,33 %
المجموع	12	100 %

المصدر: من إعداد الباحثين

يمثل الجدول رقم (08) نتائج البحث المتعلقة بالأساليب الإقناعية المعتمدة في برنامج "محاور واتجاهات" بالقناة التلفزيونية الجزائرية الثالثة، حيث تباينت هذه الأساليب بين منطقية ودينية وعاطفية وتخويفية، وترأست "الأساليب العاطفية" قائمة الأساليب بنسبة 58,33 %، وهو ما يدلّ على أنّ المعالجة الإعلامية للبرنامج تعتمد بشكل كبير على أساليب التعبير العاطفي، من خلال مخاطبة عواطف الجمهور المستهدف، وهذا راجع إلى حساسية الطرف-جائحة كورونا- وحساسية المواضيع التي تم معالجتها في البرنامج، مع التركيز على النتائج الإيجابية التي ستعود عليه نتيجة استخدامه للخدمة، وتوجّهه للسلوك التنموي، مع اعتماده "أحيانا" على أساليب إقناعية أخرى حسب الهدف الإعلامي المراد تحقيقه.

## خاتمة:

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

- 1- يهتم برنامج "محاور واتجاهات" بالقناة التلفزيونية الجزائرية الثالثة بالدرجة الأولى بموضوع "دور المجتمع المدني أيام الأزمات" وبمواضيع "الإنعاش الاقتصادي في زمن الأزمات" ودور "الرقمنة في الاقتصاد" و"عودة النشاط الاقتصادي بعد الحجر المنزلي" باعتبارها مواضيع متزامنة مع جائحة كوفيد، وعمل الحكومة والاجتماعات الوزارية في سبيل تحقيق التنمية الاقتصادية.
  - 2- تعتمد القناة التلفزيونية الجزائرية الثالثة على الشخصيات الرسمية والحكومية، إلى جانب الشخصيات الأكاديمية للمساهمة في معالجة قضايا التنمية الاقتصادية.
  - 3- يهدف البرنامج المدروس إلى "مناقشة أحداث" مع "تأييد الإجراءات" فيما يخص ما تسطره الدولة في إطار مكافحة آثار كوفيد 19 على الاقتصاد لتحقيق التنمية، وتقديم الأخبار المخصصة لعرض جديد الموضوع المعالج إلى جانب انتقاد ممارسات تعيق مسار التنمية.
  - 4- تباينت القيم ببرنامج "محاور واتجاهات"، لكن قيمة "احترام الآخر" تصدرت القائمة بالإضافة إلى قيمة "تبادل الآراء".
  - 5- الاتجاه الإيجابي هو الغالب على مضمون برنامج "محاور واتجاهات" بنسبة 66,66 % فيما يخص جهود الدولة لمكافحة وباء كوفيد 19.
  - 6- تنوّعت القوالب الإعلامية المستغلة بالبرنامج بين حديث صحفي، ورورتاج، وتقرير إعلامي.
  - 7- عالج برنامج "محاور واتجاهات" القضايا التنموية الاقتصادية بلغة عربية فصحة، ضمت أكبر تكرار وبنسبة كبيرة جدا من حيث الأفكار التي قدمت بها.
  - 8- اعتمد البرنامج محل الدراسة على أساليب إقناعية متباينة بين منطقية ودينية وعاطفية وتخويفية، وترأست "الأساليب الإقناعية العاطفية" قائمة الأساليب بنسبة 58,33 %، وهو ما يدل على أنّ المعالجة الإعلامية للبرنامج تعتمد بشكل كبير على التعبير العاطفي الذي يخاطب مشاعر الجمهور المستهدف بالدرجة الأولى، مع اعتماده أحيانا على أساليب إقناعية أخرى.
- وفي ختام هذه الدراسة يمكن القول أنّ للإعلام الجزائري دورا جوهريا في معالجة القضايا التنموية في ظلّ الأزمات، كأزمة كوفيد 19 التي خلفت آثارا على العديد من المجالات، ويبقى عليه تكثيف جهوده لمعالجة أشمل.
- وعليه نورد جملة من التوصيات التي تدفع بالتلفزيون الجزائري إلى تطوير آليات المعالجة والعمل على ترقية مستوى الرسالة التنموية في الظروف العادية بشكل عام، وفي أوقات الأزمات بشكل خاص:
- الحرص على إشباع رغبات المشاهدين في معالجة إعلامية تحليلية وتفسيرية ونقدية لمختلف القضايا.
  - المواكبة الدائمة والدقيقة للتغير الحاصل في ميدان الأزمة.
  - اعتماد أسلوب الحوار التنموي، وفتح المجال لشخصيات متنوعة للمشاركة في إثراء ومناقشة القضايا التنموية.
  - إقامة تعاون جادّ وحقيقي مع الأطراف الناشطة في المجال التنموي عامة والتنمية الاقتصادية خاصة.
  - تفعيل دور الجمعيات التوعوية، وإدراج برامج التنمية في نشاطاتهم.
  - تخصيص مساحة زمنية أكبر للبرامج التنموية.



## قائمة المصادر والمراجع:

### أولاً: الكتب

- 1- المصمودي مصطفى، 1985، النظام الإعلامي الجديد، الكويتين المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب.
- 2- بدر أحمد، 1996، أصول البحث العلمي ومناهجه، القاهرة، المكتبة الأكاديمية.
- 3- بن مرسل أحمد، 2005، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط2، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية.
- 4- بوحوش عمار ومحمود محمد، 1995، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية.
- 5- حجاب محمد منير، 1998، الإعلام والتنمية الشاملة، ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع.
- 6- حجاب محمد منير، 2003، الموسوعة الإعلامية، ط5، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع.
- 7- خضور أديب، 2000، الإعلام العربي على أبواب القرن الحادي والعشرين، ط1، دار المقتبس، دمشق.
- 8- خضور أديب، 2003، الإعلام المتخصص، ط1، دمشق: المكتبة الإعلامية.
- 9- طلحة، أحمد الوليد، 2020، التّدايعات الاقتصادية لفيروس كورونا المستجدّ على الدول العربيّة، الإمارات العربيّة المتّحدة: صندوق النقد العربي.
- 10- زارع أحمد، 1984، الإعلام والتنمية، ط1، القاهرة، مطبعة شمس.
- 11- عبد الحميد، محمد، 2008، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام والاتصال، ط1، بيروت، دار الهلال.
- 12- عدلي العبد عاطف، 2006، استطلاعات وبحوث الإعلام والرأي العام، الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، القاهرة: دار الفكر العربي.
- 13- عسل إبراهيم حسين، 2006، التّمنية في الفكر الإسلامي: مفاهيم، عطاءات، أساليب، بيروت: مؤسسة مجد للدراسات الجامعية.

14- Laurence Bardin, 2007, L'analyse de contenu, France Universitaire, Presses.

### ثانياً: القواميس والمعاجم

- 15- الزاوي، الطاهر أحمد، 1980، ترتيب القاموس المحيط على طريقة المصباح المنير وأساس البلاغة، ط3، بيروت: دار الفكر.
- 16- المعجم الوسيط، 2005، القاهرة، مكتبة الشروق الدولية.
- 17- جعفر حسان وحداد، عصام، 2011، المنيع الموسع، قاموس عربي، لبنان، دار صبح.
- 18- حجاب محمد منير، 2004، المعجم الإعلامي، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- 19- Hachette, 1993, Dictionnaire de français, Algérie.

### ثالثاً: المقالات

- 20- برقوق، سالم وزبيري رمضان، 2015، الإعلام التنموي ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، مجلة دراسات، المجلد 2، جامعة قسنطينة 2.
- 21- خلفاوي، شمس ضيات، 2011، دور الإعلام في تحقيق التنمية، مجلة الحقيقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 10، رقم 19، جامعة أحمد دراية أدرار.
- 22- مثناني رضا، 1994، دور وسائل الإعلام في الإفصاح عن المعلومات بالبورصات العربية، المجلة التونسية للاتصال، العدد 25، تونس.
- 23- محمود، جمال جاسم، 2004، دور الإعلام في تحقيق التنمية والتكامل الاقتصادي العربي، مجلة جامعة دمشق،
- 24- عبد العزيز بتول، علي مراد فاتن، 2011، المعالجة الصحفية لقضايا التنمية الاقتصادية في الصحافة العراقية - دراسة تحليلية لجريدة المدى نموذجاً، العدد 99، بغداد، مجلة كلية الآداب.

### رابعاً: الرسائل الجامعية

- 25- عباد لويظة كريمة، 2003 - 2004، دور التلفزيون الجزائري في التنمية الاقتصادية: دراسة وصفية تحليلية لحصة المؤشر، ماجستير، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال.

26- كحط محمد عبد الربيعي، 2007، الدور الثقافي للقنوات الفضائية العربية: دراسة تحليلية ميدانية، ماجستير، الدنمارك، الأكاديمية العربية المفتوحة.

خامسا: المواقع الإلكترونية

27- الرياحي محمد، دور وسائل الإعلام في مواجهة فيروس كورونا، 2020، متوفر على الموقع:

<https://al3omk.com/514581.html>

تاريخ الزيارة: 08 - 08 - 2020،

28 - الكفري مصطفى عبد الله، 2003، التنمية البشرية هي الغاية والنمو الاقتصادي هو الوسيلة لتحقيقها، متوفر على الموقع الإلكتروني:

<http://www.m.ahewar.org/s.asp?aid=9257&r=0>

29- الموقع الرسمي لمنظمة اليونيسيف، 2020:

[www.unicef.org](http://www.unicef.org)

30- سعد الدين نادية، 2020، الإعلام في ظلّ متطلبات مواجهة وباء كورونا، متوفر على الموقع الإلكتروني:

<https://arabaffairsonline.com/author/nadia-saad/>

31- شلبي منى، 2020، دور الإعلام في التصديّ لكورونا، متوفر على الموقع الإلكتروني:

<https://elaph.com/Web/opinion/2020/04/1288686.html>

32- هاشم زاهر، 2019، الإعلام وقضايا التنمية والمجتمع، مجلة أجيال الإلكترونية، مقال متوفر على الموقع:

[www.ajeal.net/media/3652](http://www.ajeal.net/media/3652)