



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الوادي



كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
مخبر التنمية الاجتماعية وخدمة المجتمع

أطروحة دكتوراه

مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في الطور الثالث (LMD)

الشعبة: علوم الإعلام والاتصال

التخصص: صحافة مطبوعة وإلكترونية

الخطاب التنموي في الصحافة الإلكترونية -دراسة تحليلية مقارنة-

إعداد الطالبة: صالحى حدة

إشراف الأستاذ الدكتور: زياد إسماعيل

نوقشت أمام لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
رشيد خضير	أستاذ تعليم عالي	جامعة الوادي	رئيساً
زياد إسماعيل	أستاذ تعليم عالي	جامعة الوادي	مشرفاً
قيطة فاطمة الزهراء	أستاذ محاضر -أ-	جامعة الوادي	مناقشاً
محمد البشير بن طبة	أستاذ تعليم عالي	جامعة قسنطينة	مناقشاً
هابة طارق	أستاذ تعليم عالي	جامعة الوادي	مناقشاً
بالمولاي بدر الدين	أستاذ تعليم عالي	جامعة ورقلة	مناقشاً

السنة الجامعية: 1446-1447 هـ / 2025-2026

شكر و عرفان

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، وبذكره تيسر الطاعات، وبشكره تنزل الرحمات ويضاعف الأجر والحسنات. **والصلاة والسلام على سيدنا محمد خير الأنام وحبیب الرحمن وشفیع الخالق، وشمس الهدى ونبي الرحمة.**

وبعد، لما كان شكر العباد هو من تمام شكر رب العباد، فقد صدق من قال: **"من لم يشكر الناس لم يشكر الله"** وأنا بعد إنجاز عملي هذا الذي لم اكن لأوفق فيه إلا بتوفيق من الله عز وجل ثم دكاترتي و من رافقتني في هذا المشوار، أود أن اقدم الشكر للدكتور المشرف، البروفيسور **" زياد إسماعيل "** على مرافقته لي في هذا العمل و توجيهه فله كل الشكر والثناء وفقك الله لما يحب ويرضى ، و أخصص الشكر لدكتورتي التي رافقتني منذ بداية دراستي في الجامعة واشرفت علي ثم لم تنسى مرافقتي في الدكتوراه، الدكتورة **" قيطرة فاطمة الزهراء "**، شكرا لوجودك و نصائحك وتصويباتك، هذا إن دلّ فيدل على تفانيك في عملك كدكتورة جزاك الله عني خير الجزاء.

كما أحب ان اقدم هذا العمل وشكره وما أنتجته لأختي و دكتورتي و صديقتي و من رافقتني منذ صغري و كانت قدوتي في الاجتهاد والمثابرة، الدكتورة **" صالحى دليّة "** كنتِ نعم الرفيق والسند، اسأل الله أن يوفقك في كل خطوة، ولا أنسى زوجها **" صالحى عبد اللطيف "** كان نعم الأخ النصوح المرشد الداعم لا أنسى فضلك جزاك الله عني أوفى الجزاء وأحسنه. واتقدم أيضا بكل الاحترام والتقدير للدكتورة **" نصيرة بلحوسين "** الصديقة والأخت التي آمنت بنجاحي في الدكتوراه و ساعدتني في كل خطوة.

والشكر والعرفان موصولان لكل من ساندني و دعمني وكان لي يد العون بمشيئة الرحمن.

إهداء:

إلى فقيدي منذ سنوات و من يحضرني في كل لحظة لا أنسى ذكراه (عبد العزيز) الذي فصل ما أنا عليه و نسج خيوطه اهديك هذا النجاح وكلي يقين انك فخور و سعيد بي..

إلى زهرتي الغالية من أمنت بي .. من سمتني الدكتورة الصغيرة، ذات القلب الحنون و المعطاء أُمي منبع الحنان، فاطمتي من نسجت نجاحي و نقلت لي الاخلاق الحسان ..أُمي (زهرة) دكتورتي.

إلى أخواتي البنات (فايزة، صبرينة، دليلة، جهاد)، أربع قمرات في بيت العز شكرا لكونكن داعم و مشجع لي.

إلى أخوتي (عبد الحفيظ، معتر، فلاح)، رجالٌ شدَّ الله بهم عضدي دتمم ذخراً.

أخوتي اخواتي ضلعي الثابت لكم هذا النجاح الذي كنتم جزءا منه.

إلى صديقاتي اللواتي طالما شجّعنني لأكمل .

إلى أصدقائي كلُّ باسمه و مقامه في قلبي .

إلى من سيُطالع هذا المجهود .

إلى زملائي الأفاضل.. زميلتي رفيقة الدرب الدكتورالي * عزة * ..هذا نجاحنا.

و اخيرا الى اصغرهم عزيزتي التي هي "انا " فخورة بك و بوصولك ... دكتورة صغيرة اثبتت انها تستحق و بجدارة لقب المجتهدة الطموحة .

إلى إطفال "عزة العزة" لم ننسكم من دعائنا

المحتويات

6	شكر و عرفان.....
3	إهداء:.....
7	ملخص :.....
12	مقدمة :.....
17	بناء الاشكالية :.....
17	أسباب اختيار الموضوع :.....
17	أهمية الدراسة:.....
18	اهداف الدراسة.....
19	مفاهيم الدراسة:.....
20	الفصل الأول :الخلفية النظرية و الدراسات السابقة.....
27	المبحث الأول :نظرية الأطر الإعلامية.....
27	المطلب الأول :نشأة النظرية وفروضها:.....
32	المطلب الثاني :أنواع الأطر الخيرية:.....
37	المطلب الثالث :وظائف نظرية الأطر الإعلامية:.....
39	المطلب الرابع :العناصر المكونة لنظرية الأطر والعوامل المؤثرة عليها.....
41	المطلب الخامس :آليات التأطير الإعلامي.....
43	المبحث الثاني : الدراسات السابقة.....
43	المطلب الأول :الدراسات المحلية.....
47	المطلب الثاني : الدراسات العربية.....
49	المطلب الثالث : الدراسات الأجنبية.....
53	خلاصة الفصل الأول.....
55	الفصل الثاني :الخطاب الاعلامي نحو قضايا التنمية.....

56	المبحث الأول :مدخل مفاهيمي حول الخطاب الاعلامي.....
56	المطلب الأول :عناصر الخطاب الإعلامي واستراتيجياته.....
60	المطلب الثاني :وظائف الخطاب الإعلامي.....
62	المطلب الثالث :لغة الخطاب الاعلامي و خصائصها.....
65	المطلب الرابع :سياق تلقي الخطاب الإعلامي في الصحافة الالكترونية.....
68	المبحث الثاني :الخطاب الإعلامي و قضايا التنمية.....
68	المطلب الأول :اشكال التنمية ومقوماتها واهدافها.....
79	المطلب الثاني :العلاقة بين وسائل الإعلام والتنمية.....
82	المطلب الثالث :أهم النماذج المفسرة للإعلام التنموي.....
84	المطلب الرابع :الإعلام شريك فعال في عملية التنمية:.....
87	المطلب الخامس :الاعلام التنموي في الجزائر.....
90	المبحث الثالث: الصحافة الالكترونية في الجزائر.....
90	المطلب الأول :نشأة الصحافة الإلكترونية و خصائصها.....
95	المطلب الثاني :أنواع الصحف الإلكترونية.....
102	المطلب الثالث :التجربة الجزائرية في الصحافة الإلكترونية.....
104	المطلب الرابع: الصحافة الالكترونية الجزائرية في ظل التشريعات القانونية وتحدياتها.....
108	خلاصة الفصل الثاني:.....
109	الفصل الثالث :الإجراءات المنهجية للدراسة.....
111	المبحث الأول : نوع الدراسة.....
111	المبحث الثاني :منهج الدراسة و أدواته.....
119	المبحث الثالث : مجتمع الدراسة والعينة المختارة.....
124	خلاصة الفصل الثالث.....
126	الفصل الرابع :عرض ومناقشة النتائج.....
127	المبحث الأول : عرض نتائج الدراسة.....

المطلب الأول :عرض نتائج فئات الشكل (كيف قيل؟).....	127
المطلب الثاني :عرض نتائج فئات المضمون (إذا قيل؟).....	136
المطلب الثالث :أوجه التشابه والاختلاف بين الجريدتين محل عينة الدراسة.....	152
المبحث الثاني :مناقشة نتائج الدراسة.....	154
المطلب الأول :مناقشة نتائج الدراسة على ضوء الخلفية النظرية (نظرية الأطر الإعلامية).....	154
المطلب الثالث :مناقشة النتائج على ضوء الدراسات السابقة.....	156
النتائج العامة للدراسة.....	157
خلاصة الفصل الرابع.....	159
الخاتمة.....	160
توصيات الدراسة.....	161
قائمة المصادر والمراجع.....	163
الملاحق.....	184

ملخص:

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على الكيفية التي تعالج بها كل جريدتي من الخبر أون لاين والشروق وان لاين خطابها التنموي خلال الفترة المدروسة، من خلال الإجابة على التساؤل الرئيس التالي:

- كيف تمت معالجة الخطاب التنموي في كل من صحيفتي الشروق أون لاين والخبر أون لاين خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2024 إلى 31 ديسمبر 2024؟

تندرج دراستنا ضمن الدراسات التحليلية للخطابات المرتبطة بالتنمية لجريدتي الشروق أون لاين والخبر أون لاين الإلكترونيتين، وعليه اعتمدت الباحثة على المنهج المسحي التحليلي ، لتحليل وتفسير النتائج، إضافة الى المنهج المقارن من اجل مقارنة النتائج المتحصل عليها بين جريدتي الشروق أون لاين والخبر أون لاين الإلكترونيتين. حيث يتمثل مجتمع دراستنا في كل الأعداد المنشورة من طرف جريدتي الشروق وان لاين والخبر او لاين خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2024 إلى غاية 31 ديسمبر 2024، ومع تطبيق العينة العشوائية المنتظمة تحصلنا على 12 عددا من كل جريدة، وكانت الحصيلة الإجمالية 24 مفردة، مع تطبيق أداة تحليل المحتوى و الحصول على النتائج ومقارنتها و كذا دراستها على ضوء كل من الدراسات السابقة والخلفية النظرية المعتمدة ، تم التوصل إلى النتائج التالية:

- ظهر من خلال النتائج وعلى ضوء نظرية الأطر أن كُُل من الجريدتين (الشروق أون لاين والخبر أون لاين) تدعمان مساعي الحكومة في القطاع التنموي، وهذا ما يظهر من خلال إطار الدعم الذي تُشيد به نظرية الأطر الإعلامية.

- إن الغاية من تأطير الخطاب الإعلامي بدرجة رئيسية هو إرساء وترسيخ وإضفاء عديد القيم التي يسعى إليها القائم بالاتصال، طبعا تبعا للخط الافتتاحي والسياسة التحريرية وكذا ما يسمح به القانون، الأمر الذي تشدد عليه الجريدتين من خلال معالجة قيم تكسب الخطاب الإعلامي معنى أكثر اقناعا.

- توصلت دراستنا الحالية إلى كون الصحافة الإلكترونية تولي اهتماما واسعا للعناصر التيبوغرافية كالصور بدرجة أولى في الاقناع والإخبار كأسلوب من أساليب الإقناع المعتمدة في الخطاب التنموي.

- توصلت دراستنا بعد عملية تحليل النتائج إلى أن كل من جريدتي الخبر أون لاين والشروق أون لاين تخصصان ركنا خاصا لقطاعات متعددة أهمها الاقتصاد، مما يؤكد اهتمامهما بهذا القطاع الذي يمثل ركيزة تنموية أساسية.

الكلمات المفتاحية: الخطاب التنموي، الصحافة الإلكترونية، التنمية، الخطاب الإعلامي، الشروق
اون لاين، الخبر اون لاين.

Abstract:

This study sought to identify how Al-Khabar Online and Al-Shorouk Online addressed development discourse during the period under review, by answering the following key question:

- How was development discourse addressed in both Al-Shorouk Online and Al-Khabar Online during the period from January 1, 2024, to December 31, 2024?

Our study falls within the analysis of development-related discourse in the online newspapers Al-Shorouk Online and Al-Khabar Online. Accordingly, the researcher relied on an analytical survey methodology to analyze and interpret the results, in addition to a comparative methodology to compare the results obtained from the online newspapers Al-Shorouk Online and Al-Khabar Online. Our study population consists of all issues published by the newspapers Al-Shorouk Online and Al-Khabar Online during the period from January 1, 2024, to December 31, 2024. Using a systematic random sample, we obtained 12 issues of each newspaper, for a total of 24 articles. After applying the content analysis tool, obtaining the results, and comparing them, we arrived at the following conclusions:- The results and the frame theory show that the two newspapers (Al-Shorouk Online and Al-Khabar Online) support the government's efforts in the development sector, as evidenced by the prevailing trend of coverage, which confirms the support framework praised by media frame theory.

- The main purpose of framing media discourse is to establish, consolidate, and impart the values sought by the communicator, in accordance with the editorial line and policy and within the limits of the law, which is emphasized by addressing values that give media discourse a more convincing meaning.
- Our current study found that electronic journalism pays close attention to typographical elements such as images as a primary means of persuasion and reporting as a persuasion technique used in development discourse.
- After analysing the results, our study concluded that both Al-Khabar Online and Al-Shorouk Online dedicate a special section to multiple

sectors, most notably the economy, which confirms their interest in this sector, which represents a fundamental pillar of development.

Keywords: Development discourse, electronic journalism, development, media discourse, Al-Shorouk Online, Al-Khabar Online.

مقدمة عامة

يُعد الإعلام شريكاً فعالاً في جميع الأصعدة، فقد أصبح من الضروري إسناد الدور الرئيس في كل مجال للإعلام، كونه ينقل، يحلل، يفسر، ويربط الفرد بمجتمعه، ينشر المعلومة، يساهم في التوعية، و حتى في رسم القرار، كما أن للإعلام تأثير كبير على الرأي العام وتوجيهه، فاستمرارية المعالجة والربط والعرض يساعد الفرد على الاستمرار في الاندماج مع الظواهر الحاصلة من حوله، وعليه فقد تم اعتبار الإعلام ركيزة أساسية في تشكيل الوعي لدى المجتمعات، فهو لا يكتفي بمعالجة القضايا ونشرها بل يتعدى ذلك إلى تسليط الضوء على ما يخفى عن الفرد، أو التأثير على توجهات الأفراد ومواقفهم، كما يعتبر وسيلة رقابة وسلطة رابعة لها مكانة كبيرة في نشر الديمقراطية و الشفافية.

ينشر الإعلام رسائل عديدة تحمل معلومات وبيانات لها أغراض متعددة، كالتوعية، التعليم، التثقيف، كشف المستور أو المُضلل، تدعيم مساعي الدولة أو الحكومة، ترسيخ أو تغيير معتقدات أو أفكار أو مواقف كان قد تبناها الفرد ويجدر تعديلها في شتى المجالات، وهنا تتبع الوسيلة الإعلامية أسلوب مخاطبة الفرد سواء مخاطبة عقله أو عواطفه عبر أساليب مختلفة وذلك من خلال اختيار الكلمات، وترتيب المعلومات، وتحديد الزوايا التي يتم التركيز عليها. وبذلك يتشكل الخطاب الإعلامي والذي يُعتبر أداة ذات تأثير قوي في تشكيل وعي الأفراد واتجاهات المجتمعات، وهو أيضاً كل رسالة إعلامية تعكس طريقة استعمال الوسيلة الإعلامية للمحتوى ولغته واسلوبه في نقل الأفكار والمعلومات في شتى المجالات، ومن بين هذه المجالات نركز على المجال التنموي، فيصيح لدينا خطاباً إعلامياً تنموياً

يؤدي الإعلام في المجال التنموي دوراً هاماً، وذلك عبر نقل ونشر المعلومات والقضايا التنموية ومعالجتها بزوايا تتناسب وسياسة المؤسسة وكذا مع ما يتماشى وسياسات السلطات ويدعمها أو يسلط عليها الضوء، وهو أيضاً أداة رئيسية في تغيير وتعديل سلوكيات الفرد داخل مجتمعه، ويمكن اعتباره سبباً وجيهاً في نجاح أي مشروع تنموي، وذلك من خلال تأطيره وتحليله والنشر عنه و توعية المواطن بأهمية نجاحه، وعليه فالخطاب التنموي هنا هو كل رسالة أو مضمون إعلامي يعالج ويحلل قضية تنموية ذات أهمية بالنسبة للمواطن، ويتحول من مجرد رسالة إعلامية ذات هدف إخباري، إلى أسلوب داعم أو ناقد لجهود السلطات داخل المجتمعات.

إن الاعتماد على الإعلام في تلقي المعلومات والتعرف على الأحداث والقضايا المحيطة بالفرد، جعلت من كل وسائل الإعلام تعزز وتكثف جهوداتها في نقل الخبر وتحليله وتفسيره وإعادة صياغته في شكل يجعل المتلقي يستند إليها كمصدر خبر رسمي، الأمر الذي يجعل من الإعلام حجر أساس في تعزيز الحوار المجتمعي، وتوضيح المشهد أمام المتلقي و جعله أكثر وعياً بما يحصل، وهو ذات الدور الذي

عززه دخول الصحافة والإعلام العالم الرقمي، حيث أن انتشار شبكة الأنترنت ساهم في ظهور أدوات ومفاهيم عديدة مثل ما يسمى بالإعلام الرقمي، أو الإعلام الجديد، والنشر الإلكتروني، والصحافة الإلكترونية والتي تُعرف بأنها ممارسة اتصالية تتم عبر شبكة الأنترنت، حيث تحوّل مجال الإعلام هنا إلى مجال له مبادئه ونظرياته ومفاهيمه الخاصة به، كالتفاعلية، الآنية، الاندماج، التبادلية، والوسائط المتعددة، الأمر الذي استغلته كل وسائل الإعلام في تطوير تقنيات الاتصال والنشر الخاصة بها، فالتطور الحاصل في البنية الاتصالية فرض طابعا جديدا في الإعلام ووسائله وطرقه نشره، حيث مكّن هذا التطور البشرية من تجاوز مرحلة الإعلام التقليدي والتصدي لتراجع دور كل وسيلة إعلامية تقليدية، وسعيًا لهذا الهدف قامت كل وسيلة إعلامية بإنشاء نظيرتها الإلكترونية داخل البيئة الرقمية، واهم هذه الوسائل نجد الصحافة الإلكترونية والتي لجأت إلى إصدار صحف تنكيّف و الواقع الإلكتروني، وتُعرف بأنها كل منشور دوري يحمل معلومات و مضامين في جميع المجالات ويتم تحميله او نشره عبر شبكات الأنترنت، حيث تعتبر من اهم وسائل الإعلام المؤثرة على جميع الأصعدة، والمصدر الرئيس في الحصول على المعلومة نظرا لما تقدمه من مزايا تجاوزت بها الحيز الجغرافي و تغيرت من خلالها مفاهيم عديدة، مثل مفهوم المتلقي الذي اصبح يسمى مستخدم أو متصفح، مع عديد الخدمات المقدمة للمشارك او القارئ.

بالتالي فالاعتماد عليها يسهل العملية الاتصالية على الطرفين، فلم تعد العملية أحادية الاتجاه كما في السابق بل تمكنت من دمج الأدوار بين اطراف العملية الاتصالية وأصبح المتلقي شريكا فيها و منتجا للرسالة الإعلامية من خلال التفاعل معها و انشاء ردود أفعال حولها، هذه الردود او التفاعلات والتعليقات التي توفرها البيئة الإعلامية يستغلها القائم بالاتصال في إعادة صياغة او تعديل رسالته الإعلامية بما يتكيف مع متطلبات او حاجيات او رغبات الجمهور، وتعتبر هذه الخصائص اهم ما وفرته الساحة الإلكترونية وسهلت به وظيفة كل من طرفي العملية الإعلامية.

ونظرا لما سبق التطرق إليه من مزايا وفرتها شبكات الأنترنت للفرد والقائم بالاتصال، اللذان استغلاهما لتلبية وتقديم حاجيات كل منهما، نجد أن الجزائر سعت من خلال مؤسساتها وصحفها الإعلامية إلى خوض التجربة الإلكترونية، فأنشأت مواقع ويب لقنواتها، وصحف الكترونية لنظيرتها الورقي، وصحف الكترونية مستقلة.

وعليه فإن تواجد الصحف في البيئة الإلكترونية يساهم في تسهيل نشر الرسالة الإعلامية من طرف المرسل و الوصول إليه من طرف المتلقي ، وباعتبار أن الرسائل الإعلامية تُعالج الخطاب الإعلامي بأساليب تمكنها من شد انتباه الفرد ، والذي يبحث بدوره في خطابات تخدمه وتهمه، خاصة الخطاب الإعلامي التنموي، والذي يعتبر من أهم الخطابات التي يتعرض لها الفرد وتساهم في بناء نظريته حول التطورات الحاصلة في المجالات المختلفة في حياته اليومية، نظرا لما تعود به من فائدة عليه وعلى

ممارساته اليومية، كالقضايا التنموية الثقافية، الاجتماعية، الاقتصادية، وغيرها من المضامين التي يهتم بمتابعتها عبر شبكة الانترنت، التي أصبحت جزء رئيسي من يوم المواطن، سواء عبر شاشات الحاسوب أو الهواتف المحمولة، فأصبح الفرد يتابع و يتفاعل مع الخطاب التنموي في أي مكان وفي أي توقيت، وهي أهم ميزة وفرتها تكنولوجيا الاتصال و استغلتها وسائل الإعلام، الأنية في العرض والأنية في التلقي، والتأثر وإبداء ردود الفعل أو رجع الصدى من خلال ايقونات خاصة بالمتلقي لإبداء رأيه او مشاركة أفكاره التنموية، كالتعليقات، عدد المشاهدات، أو مشاركة الخطاب التنموي عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومناقشة محتواه مع الآخرين، وعليه فإن كل صحيفة إلكترونية تسعى جاهدة من خلال أساليب وزوايا واستراتيجيات المعالجة والتأطير إلى اقناع المتلقي وجعله يعتمد عليها كمصدر معلومات رسمي ودائم.

وهو الأمر الذي سنبحث فيه من خلال هذه الدراسة، وذلك من خلال التعرف على الكيفية التي تُعالج بها الصحف الإلكترونية الجزائرية محل عينة الدراسة الخطاب تنموي، من خلال معالجة وتحليل الاعداد الصحفية خلال الفترة المدروسة لكل من جريدتي الشروق اون لاين والخبر اون لاين.

وللإحاطة بهذا الموضوع اعتمدت دراستنا على أسلوب إمراد في تقسيمها لعناصر الخطة، على النحو التالي:

مقدمة عامة للدراسة والتي احتوت على التعريف بإشكالية الدراسة وطرح تساؤلاتها، أهمية واهداف الدراسة ، مفاهيم الدراسة/ أسباب اختيار الموضوع. ثم **الفصل الأول** بعنوان الخلفية النظرية والدراسات السابقة، حيث تم تقسيمها إلى مبحثين ، الأول خاص بنظرية الأطر الإعلامية والثاني يختص في الدراسات السابقة، ثم **الفصل الثاني** بعنوان الخطاب الإعلامي وينقسم إلى ثلاث مباحث أولهما يعرف بالخطاب الإعلامي وخصائصه وسياق تلقيه في الصحافة الإلكترونية، ثم المبحث الثاني والذي يربط بين الإعلام والتنمية، أما المبحث الثالث فكان خاصا بالصحافة الإلكترونية التجربة الجزائرية في الصحافة الإلكترونية.

بعد ذلك **الفصل الثالث: الإجراءات المنهجية للدراسات يتناول منهج الدراسة**، ادوات الدراسة، مجتمع الدراسة وعينته ، يليه **الفصل الرابع**: عرض و مناقشة النتائج، والذي تم فيه عرض نتائج التحليل الكمية والكيفية لكل من فئات الشكل والمضمون المطبقة على عينة الدراسة، ثم **مناقشة نتائج الدراسة** في ظل الخلفية النظرية وكذلك في ظل الدراسات السابقة مع توصيات الدراسة و خاتمتها.

أولاً: بناء الإشكالية :

يعد الخطاب الإعلامي أهم وسيلة ذات تأثير واسع في تشكيل أو توجيه الرأي العام أو بناء الوعي لدى المتلقي من خلال تبني القضايا ومعالجتها أو الدفاع عنها أو مناقشتها عبر عدة استراتيجيات، و أساليب تتم من خلالها معالجة القضايا والأحداث التي تشغل الفرد والمجتمع، خاصة مع التطور التكنولوجي الحاصل والذي مسّ بدوره جميع الأجهزة الإعلامية، وخلق نمط أو شكل جديد من الإعلام، وهو الإعلام الرقمي أو الإلكتروني، والامر الذي نتج عنه ظهور عدة مفاهيم حديثة كالمحتويات الرقمية، أو الاعلام الإلكتروني، الفضاء الافتراضي أو الصحافة الإلكترونية، و التي بدورها أضافت إلى الخطاب الإعلامي تقنيات و أدوات تساهم في تفعيله داخل المجتمع، وعرضه بطريقة اسرع واسهل واقرب إلى الواقع، وهذا بفضل ما توفره البيئة الرقمية من مزايا كالتفاعلية، الأنية في النشر، سهولة التعرض، و عدة تقنيات تميزه عن الخطاب الإعلامي التقليدي الذي يُطرح عبر الصحف الورقية او الوسائل التقليدية الأخرى، حيث يُعالج قضايا على و احداث ويطرح أفكار تُهم الفرد وتلبي حاجيات وتشبع رغباته في مختلف الأصعدة خاصة ما تعلق منه بالتنمية ، إذ يعتمد القائم بالاتصال على تقنيات وأساليب محددة يعرض من خلالها القضايا التنموية بطرق معينة ومن زوايا محددة تسمح للمتلقي بفهمها و التفاعل معها، وحتى استجابته لها من خلال تبني او تعديل سلوكياته او أفكاره التنموية.

وعليه ظهر مفهوم الخطاب الإعلامي التنموي الذي يحاول تسليط الضوء على قضايا تنموية حاصلة في المجتمع والتي جرى نقلها عبر الصحف الإلكترونية، من خلال معالجة قضايا واحداث متعلقة بالتنمية تهم المواطن وتشغل الرأي العام ، داخل انواع صحفية خاصة، تختلف باختلاف سياسة المؤسسة، أو توجهات المحررين، أو طبيعة ملكية الصحيفة.

هذا الخطاب التنموي الذي تعالجه الصحف الإلكترونية ما يزال يواجه إشكالية التحليل والتفكيك في إطار الدراسات الكيفية¹، وهذا من وجهة نظر الدراسات الأكاديمية تجاه معالجة هذا النوع من الخطابات منهجياً، وما تزال دراسات تحليل هذا الخطاب قليلة جداً نظراً لعدم مرونته. رغم ذلك فإن عملية تحليل هذا النوع من الخطاب تمكننا من تفسير الخطاب الإعلامي خاصة الذي يمس بالتنمية، اذ يسعى الخطاب

¹ بن عيشة عبد الكريم، الإشكالية المنهجية في بحوث الرسالة الاتصالية: بين توظيف تحليل المحتوى وتحليل الخطاب، مجلة المواقف للبحوث والدراسات في المجتمع والتاريخ، المجلد 19، العدد 01، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية ، الجزائر، 01 جوان 2023، ص18ص19

مقدمة

في هذه الحالة إلى عدة أهداف تخص المجال التنموي المُعالج كالاقتصادي أو الاجتماعي والسياسي وغيره.

كما تختلف المعالجة الإعلامية لخطابات التنمية من وسيلة لأخرى، فالوسائل السمعية والسمعية بصرية تعرض الخطاب مباشرة من قائله، أما في الصحف الورقية ونظيرتها الإلكترونية فتطرح الخطاب التنموي عبر الأنواع الصحفية على اختلافها كالمقال والتقرير وغيرها، وعليه يُطرح التساؤل الرئيس التالي:

- كيف تمت معالجة الخطاب التنموي في كل من صحيفتي الشروق أون لاين والخبر أون لاين خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2024 إلى 31 ديسمبر 2024؟

وتتفرع عنها التساؤلات الفرعية التالية:

- اسئلة فرعية خاصة بفئات الشكل:

1. ما الأنواع الصحفية المستعملة في معالجة الخطاب التنموي في الصحف الإلكترونية محل عينة الدراسة؟
2. ما اللغة المستخدمة في معالجة قضايا التنمية في الخطاب الاعلامي في الصحف الالكترونية محل عينة الدراسة؟
3. ما الأنواع التيبوغرافية و الجرافيكية المستعملة في معالجة الخطاب التنموي في الصحف الالكترونية محل عينة الدراسة؟
4. ما العناصر التفاعلية التواصلية المتاحة على الصحف الالكترونية محل عينة الدراسة؟
5. ما العناصر التفاعلية المعلوماتية المتوفرة في الصحف الالكترونية حل عينة الدراسة؟

- اسئلة فرعية خاصة بفئات المضمون:

1. ما القضايا التنموية المتضمنة في الخطاب التنموي المُعالج في الصحف الالكترونية محل عينة الدراسة؟
2. ما الشخصيات الفاعلة في الخطاب التنموي المُعالج في الصحف الالكترونية محل عينة الدراسة؟
3. ما الأساليب الاقناعية المستخدمة في معالجة الخطاب التنموي في الصحف الالكترونية محل عينة الدراسة؟
4. ما القيم المستهدفة من خلال معالجة الخطاب التنموي في الصحف الإلكترونية محل عينة الدراسة؟

مقدمة

5. ما لأطر الخبرية المعتمدة في معالجة الخطاب التنموي في الصحف الإلكترونية محل عينة الدراسة؟
6. ما آليات التأطير التي عالجت بها الصحف الإلكترونية محل عينة الدراسة الخطاب التنموي؟
7. ما المصادر المعتمدة في معالجة الخطاب التنموي في كل من صحيفتي الشروق اون لاين والخبر اون لاين؟
8. ما اتجاه الصحف الإلكترونية محل الدراسة نحو الخطاب التنموي المعالج في الصحف الإلكترونية محل عينة الدراسة؟

أسباب اختيار الموضوع :

ان اختيار موضوع بحث صالح للدراسة يعتمد على أسباب الباحث في هذا الاختيار، وعليه فقد أختير موضوع هذه الدراسة بناءً على الأسباب الذاتية والموضوعية التالية:

أولاً : الأسباب الذاتية

- إن الموضوع المُعالج يندرج ضمن تخصص الباحثة، حيث ستقوم بالتحليل في الصحافة الإلكترونية.
- رغبة الباحثة في فهم الإعلام التنموي وما ينتجه من توجهات تُثري البحث العلمي.

ثانياً : الأسباب الموضوعية

- تكمن الدوافع الموضوعية لهذه الدراسة في حداثة الموضوع حيث أن الصحف الإلكترونية وليدة هذا العصر وما تطرحه من قضايا وخطابات تستدعي إجراء دراسات حولها.
- الرغبة في رصد الاهتمام الإعلامي وخاصة الإلكتروني منه بالجانب التنموي والقضايا التنموية التي تشغل الرأي العام
- العدد القليل للدراسات التي تربط بين العناصر الثلاث (الصحافة الإلكترونية، التنمية، الخطاب التنموي) في الجزائر.
- غزارة النشر الإعلامي الإلكتروني في الصحيفتين محل عينة الدراسة فيما يخص الخطاب التنموي.

2- أهمية الدراسة:

تُعالج دراستنا موضوعاً ذا أهمية بالغة كونها تدرس وتحلل الخطاب الإعلامي المُتضمن لمواضيع تنموية تمس حياة المواطن اليومية، خاصة مع الدور البارز الذي تؤديه الصحف الإلكترونية في التأثير

مقدمة

والتوجيه، فإلى مساحة الرقمية تفرض تغييرات واضحة في أدوات وطرق هذه الصحف في المعالجة، وعليه جاءت الأهمية في دراسة هذه الطرق وفهم أهداف واستراتيجيات كل من صحيفتي الشروق أون لاين والخبر أون لاين معالجة القضايا التنموية.

أما أكاديميا ومنهجيا فإن تحليل مضمون الخطاب الاعلامي اكثر ما يُستخدم في معالجة الرسالة الإعلامية، كما تتبع أهمية هذه الدراسة من خلال البحث في طبيعة الخطاب أو النوع الإعلامي الذي عالج القضايا التنموية في المجال الزمني للعينة محل الدراسة.

وتكمن أهمية هذه الدراسة في قيمتها العلمية والعملية من خلال تحليل ورصد الفروقات بين الخطاب التنموي في كل من الصحيفتين العينة محل الدراسة، عن طريق تفكيك الأساليب والشخصيات وغيرها من الفئات، التي تسهل تحقيق أهداف الدراسة.

3- أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى

- تهدف هذه الدراسة الى التعرف على طبيعة الانواع الصحفية التي تعالج قضايا تنموية في الموقعين (الشروق أون لاين والخبر أون لاين).

- تهدف الدراسة إلى بيان أهم ما يعتمد عليه المحرر الإلكتروني في معالجة الخطاب التنموي في البيئة الإلكترونية، من قيم واساليب وشخصيات.

- التعرف على القيم المستهدفة من معالجة الخطاب التنموي.

- رصد ابرز المصادر التي تعتمد عليها كل من جريدتي الشروق أون لاين والخبر أون لاين في معالجة الخطاب التنموي.

- تحديد آليات التأطير المستعملة في تأطير الخطاب التنموي في الجريدتين محل عينة الدراسة.

- التعرف على الأطر الخبرية التي وظفتها كل من الشروق أون لاين والخبر أون لاين في معالجة الخطاب التنموي.

- رصد أبرز القضايا والمواضيع التنموية التي طرحها منتجو الخطاب الإعلامي عينة الصحيفتين محل الدراسة.

- تبيان اتجاه كل من صحيفتي الشروق أون لاين والخبر أون لاين حول الخطاب التنموي الذي تعالجه.

- التعرف على أهم الشخصيات البارزة والفاعلة في الخطاب التنموي الذي تعالجه كل من صحيفتي الشروق أون لاين والخبر أون لاين الإلكترونية؟

- رصد أوجه الاتفاق والاختلاف بين الخطاب الإعلامي في الموقعين (الشروق اون لاين والخبر اون لاين) .

4- مفاهيم الدراسة:

إن مرحلة تحديد وضبط مفاهيم الدراسة تعتبر مرحلة مهمة ترتبط بالمتغيرات والفرضيات والنظريات، فهي ترجمة للعلاقات القائمة للمتغيرات، ونظرا لاختلاف التعبير عن كل مفهوم على حدى و لأن كل مفهوم او مصطلح له دلالة مختلفة في المجال العلمي الواحد، فوجب على كل باحث أن يضبط وبدقة مفاهيم دراسته و يربطها بموضوع دراسته، وعليه هناك عدة مفاهيم ذات ارتباط وثيق بموضوع دراستنا، أهمها:

- الخطاب الإعلامي

مفهوم الخطاب:

الخطاب speech وهو كل ممارسة مُعترف بها ثقافيا وتكون مرتبطة بقواعد استخدام الكلام.¹ يُعرف الخطاب لغة بأنه أنماط كلمات جُمعت بحسب وظيفتها وخصوصيتها في الصرف التركيبي، والخطاب هو مجموع الألفاظ المغردة التي تتألف منها الجمل. ويتكون من اسم، أداة، فعل، ظرف، حروف جر، حروف عطف،... إلخ وغيرها من الأجزاء التي تؤدي وظيفتها.²

والخطاب هو وحدة لغوية ينتجها الباث (المتكلم) ، فتتجاوز حدود الجملة أو الرسالة، وهو أيضا مجموعة من التعبيرات الخاصة التي تُحدّد بوظائفها الاجتماعية ومشروعها الإيديولوجي، أي هو مجموع الأقوال والنصوص ذات النظام والتنظيم التي تجري بين طرفين احدها مرسل والآخر متلقي داخل عملية تواصلية.³

المفهوم الإجرائي:

والخطاب في دراستنا هو كل المضامين الإعلامية والرسائل التي تعالجها وتعرضها جريدتي الشروق اون لاين والخبر اون لاين الإلكترونيتين للمتلقي قصد الإخبار والإعلام و التأثير.

الإعلام:

¹ المجلس الأعلى للغة العربية، القاموس الورقوي للمصطلحات اللسانية، منشورات المجلس الأعلى للغة العربية، الجزائر، 2023، ص247

² علوش سعيد، معجم المصطلحات الأدبية المعاصرة، ط1، دار الكتاب اللبناني، بيروت، لبنان، 1985، ص83.

³ فرحان بدر الحربي، الاسلوبية في النقد العربي الحديث -دراسة في تحليل الخطاب-، ط1، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 2003، ص40

مقدمة

الإعلام في اللغة هو التبليغ والإبلاغ أي الإيصال، ويُقال: أمر الله بلغ أي بالغ، وأيضاً: " فليبلغ الشاهد الغائب" أي فليعلم الشاهد الغائب، وهو التعريف بقضايا العصر و مشاكله وكيفية معالجة هذه هذه القضايا في ضوء النظريات والمبادئ المعتمدة لدى كل نظام أو مؤسسة، ويُعرفه الألماني " اوتوجروت" بأنه التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير وميولها واتجاهاتها.¹

ونعني بالإعلام كل الأخبار بخصائصها وأهميتها وأنيتها، وكذا وسائلها التي تُطرح عبرها و جماهيرها، وينطبق هذا على الصحف والدوريات والإذاعة والتلفزيون.²

وقد عُرف الإعلام بأنه عملية تقديم للأفكار والآراء والتوجهات المختلفة إلى جانب المعلومات والبيانات، في إطار عملية إخبار هدفها تزويد الجماهير بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة حول القضايا والمشكلات التي تشغل الرأي العام.³

الخطاب الإعلامي:

إن الخطاب الإعلامي هو منتج لغوي إخباري منوع في إطار بنية ثقافية في المجتمع، وهو أحد أنماط العملية الاتصالية، يساعد في بلورة وعي المتلقي وإعادة تشكيل آرائه واتجاهاته حسب التقنيات والوسائط التي يُنقل عبرها.⁴

وهو عملية تنقيح الواقع، ومحاولة تصوره في إطار ادراك مسبق، حيث يتم تصوير هذا الخطاب الإعلامي عبر مجموعة نظم ومفاهيم و مقترحات وأنواع صحفية، تهدف إلى الإبلاغ والاقناع و تحقيق استجابات وردود أفعال متوقعة.⁵

و يمكن تعريف الخطاب الإعلامي أيضاً بأنه العملية الاتصالية التي يتم عن طريقها نقل رسائل وأفكار إلى الجمهور المتلقي، هذا الأخير يكون كبيراً وغير متجانس ومجهولٌ بالنسبة للقائم بالاتصال، حيث يعكس هذا الخطاب الظروف الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية التي يعيشها المجتمع.⁶

¹ حسين عواد فاطمة، الاتصال والإعلام التسويقي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص12ص13
² عبد الرحمان عزي، دعوة إلى فهم المصطلحات الحديثة في الإعلام والاتصال، ط1، الدار المتوسطة للنشر، 2011، تونس، ص14

³ نجيب محمد أحمد، الإعلام المحلي في ضوء الإعلام الجديد، مطبعة شمس، جامعة عين شمس، مصر، د.س، ص10

⁴ هاجر أحسن لعروسي، الخطاب الإعلامي في التلفزيون بين الأيديولوجية والموضوعية، ط1، ألفا للوثائق، عمان، الأردن، 2020، ص24.

⁵ محمود أحمد محمد الربحيني اتجاهات الخطاب الإسلامي في المواقع الإلكترونية الإخبارية: تحليل مضمون موقع البوصلة الإخباري، دراسة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2012، ص20.

⁶ وادي جليل، الخطاب الإعلامي وإدارة الأزمات السياسية والدولية، دار الكتاب الجامعي، ط1، الإمارات العربية المتحدة – الجمهورية اللبنانية، 2017، ص45

مقدمة

و في تعريف آخر للخطاب الإعلامي هو الخطاب الذي يهدف إلى الإخبار عن الحوادث بهدف التأثير في اتجاهات المتلقين بكافة أنواعهم وحسب الوسيلة التي يتعرضون لها ومحاولة توجيههم في اتجاه خاص، عن طريق إستراتيجيات و أساليب متضمنة في معالجة وتحريير الخبر المنقول.¹

المفهوم الإجرائي:

وهو كل الأنواع الصحفية والنظم والمفاهيم التي تهدف إلى الإبلاغ والتأثير، وتُنشر بشكل دوري عبر الصحف الإلكترونية.

- التنمية:

التنمية في اللغة هي من الأصل اللغوي الثلاثي (ن. م. ي)، وتعني الزيادة والنقل، و عليه فتنمية الشيء تعني ارتفاعه.²

ويُعرفها سيد محمد سيد بأنها زيادة محسوسة في الإنتاج والخدمات، تشمل وترتبط بحركة المجتمع، معتمدة على الأساليب العملية الحديثة في مواجهة الحاجات وسد الثغرات وفقا لخطة مرسومة وعلى ضوء سياسة معينة تحكمها.³

والتنمية هي عملية توحيد جهود الأهالي والحكومات في سبيل تحسين الأحوال الاقتصادية والاجتماعية والثقافية وغيرها للمجتمعات المحلية، وهي نشاط منظم ومخطط هدفه الرفع من المستوى الحالي للمجتمع والسعي لتحقيق الاكتفاء والتكامل الاجتماعي، ويكون في إطار منسق بين جهود المواطنين و جهود الحكومات.⁴

إن التنمية هي مجموع التغييرات الاجتماعية ومحاولات ترسيخ المفاهيم والقيم السليمة وإشراك الأفراد في صنع القرارات، و السعي إلى تمكين قدرات الأمم من الاستثمار في كل الكفاءات التي تمتلكها.⁵

¹ المشاقبة بسام، مناهج البحث الاعلامي وتحليل الخطاب. دار اسامة للنشر والتوزيع، ط2، عمان، 2014،

ص113ص114

² سيد عبد الرحمان محمد نجلاء وآخرون، الإعلام التنموي ودوره في خدمة المجتمع المصري وتنميته (الواقع والمأمول)، مجلة معهد الدراسات والبحوث البيئية، المجلد 1، العدد 1، جامعة مدينة السادات، مصر، 31 مارس 2020، ص51

³ كنانة محمد فوزي، ضيف الله وفاء، الإعلام التنموي والتخطيط الإعلامي: آليات ضرورية لتحديث المجتمع، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد5، العدد2، أم البواقي، الجزائر، ديسمبر 2018، ص181.

⁴ لبصير فطيمة، الإعلام التنموي ودوره في تفعيل التنمية المحلية، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد ب، العدد47، قسنطينة، الجزائر، 2017، ص52

⁵ الزعبلوي عبد الرحمان فوزي، الخطاب التنموي للصحف المصرية في إطار استراتيجية التنمية المستدامة 2030، مجلة البحوث الإعلامية، الجزء الثالث، العدد 54، القاهرة، مصر يوليو 2020، ص1982.

مقدمة

المفهوم الاجرائي : يمكن القول أنها كل المساعي والجهود المبذولة من طرف السلطات وكذا الأفراد في سبيل الرفع من المستوى المعيشي وتحقيق توازن و اكتفاء وتكامل، على ضوء سياسات وخطط مسطرة ورؤى تتضمن مشاريع و قرارات من شأنها الرجوع بأكبر قدر من النفع للمجتمع في جميع الأصعدة.

- الاعلام التنموي:

الإعلام التنموي أو الصحافة التنموية هو اصطلاح أطلقه الباحث " ليونارد سوسمان" وهو المدير التنفيذي لمكتب Freedom House في نيويورك إشارة منه إلى وجوب تدخل وسائل الإعلام في مساندة التنمية الاقتصادية، وعليه فالإعلام التنموي يجب أن يسعى محررو موادّه إلى التأكيد على كل المحتويات المتصلة بالتنمية، وبالتالي فدور الإعلام التنموي ينصب في توجيه الأفراد إلى مساعدة انفسهم و مساهمتهم في مساعدة المجتمع ككل و دعم كل المساعي المبذولة لتحسين مستوى معيشتهم.¹

وهو مجموع الوظائف التي يقوم بها الإعلام من خلال مختلف وسائله في دعم مسيرة التنمية في المجتمع، والمتمثلة في نشر المعلومات على نطاق واسع لتصل إلى مختلف شرائح المجتمع، حيث يعتبر الإعلام التنموي البوصلة التي توجه الجهود سعياً لتحقيق تطوير اكبر في كل القطاعات، إضافة إلى مراقبة ومتابعة برامج التنمية.²

وهو الدور المهم الذي تؤديه أجهزة الإعلام في التوعية والتعليم والتدريب وخلق روح التعاون، فالتهيئة الإعلامية التنموي هو العمل على توحيد الاتجاهات لدى أفراد المجتمع التي قد تكون متضاربة نحو القضايا التي تشغل الرأي العام، وعليه يقول شرام أن الاستخدام الأمثل لوسائل الإعلام يعتبر السبيل الوحيد لتحقيق التنمية وفق تخطيط ممنهج ودقيق.³

المفهوم الاجرائي :

إن علاقة الإعلام بالتنمية تتمثل في تزويد الأفراد بالمعرفة و مساعدتهم في اكتشاف المجالات وتحفيزهم على استغلال كل الإمكانيات المتوفرة لديهم والتي توفرها السلطات بما يخدم الصالح العام، فدور الإعلام التنموي يختصر في توعية الفرد وتزويده بالحقائق والمعلومات تجاه القضايا الراهنة و العمل على تشجيعه لتبني الأفكار الجديدة والنافعة.

- الخطاب الإعلامي التنموي:

¹ بركون كهينة، أو شن جميلة، الصحافة الاقتصادية بين متطلبات التنمية وغياب التخصص، ط1، ألفا للوثائق، عمان، الأردن، ص98

² مراد ميلود، وليد رفاص، قراءات أكاديمية في الإعلام المتخصص، ط1، ألفا للوثائق، عمان، الأردن، 2020، ص25

³ خليل مصطفى عبد الحكيم، الصحافة وقضايا التنمية الاجتماعية في الدول النامية، د. ط، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2019، ص164

يظهر الخطاب التنموي في الصحف المكتوبة والإلكترونية من خلال إنتاج مواد إعلامية ورسائل تهتم بالجانب التنموي، والتي من خلالها تساهم التغطية الإعلامية المقروءة والمسموعة والمرئية والإلكترونية في التعريف بالنشاط التنموي عن طريق نشر الأخبار والآراء والتقارير والتحليلات والمؤشرات المرتبطة بالقطاع التنموي.¹

إن الخطاب الإعلامي التنموي يستهدف تثبيت قناعات محددة أو تغييرها تخص الجانب التنموي، إضافة إلى الرغبة في إنتاج رؤى سياسية وايدولوجية هدفها التأثير على الافراد وبلورة اتجاهات معينة نحو المسائل التنموية ذات رجع فيه فوائد للمجتمع، إذ يعتمد القائم بالاتصال في ذلك على تقنيات خاصة تتناسب والسياسات المحددة لطبيعة المعالجة الإعلامية.²

المفهوم الاجرائي:

وهو كل إنتاج إعلامي يتضمن قضايا او موضوعات تنموية، هدفها الإعلام و التأثير والإقناع، ويتم نشره عبر وسائل الإعلام المختلفة، يسعى منتجوها من خلالها إلى بلورة الرأي العام وتوعيته و تعديل أو تثبيت سلوكياته التنموية، في سبيل دعم المساعي التنموية.

الصحافة الإلكترونية:

وهي الصحف التي تخلت عن الشكل الورقي التقليدي، واستبدلته بشكل الكتروني ، والتي عادة ما تُصور في شكل النص الفائق HTML.³

وهي وسيلة نشر ظهرت مع الثورة المعلوماتية والتكنولوجية، إذ تختلف عن الصحافة المطبوعة في كونها أولاً تُنقل عبر وسائط رقمية وليس ورقية، إضافة إلى توفيرها عدة ميزات تجعلها تتفوق على نظيرتها التقليدية كالتفاعلية و خاصية تمكين الجمهور من التواصل والتعليق، وكذا الأنية والاستمرارية في التحديث.⁴

¹ كشرود فاطمة الزهراء، آليات تفعيل الخطاب التنموي في الصحافة المكتوبة الجزائرية "دراسة وصفية تحليلية على مجموعة من صفحات صحيفة الخبر اليومي، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، المجلد 03، العدد 04، مستغانم، الجزائر، سبتمبر 2020، ص 39

² حجاجي رشيدة، بلال بوترعة، الفكر التنموي في الخطاب الإعلامي الرسمي: دراسة سوسولوجية تحليلية لعينة من اللقاءات الإعلامية الدورية لرئيس الجمهورية مع الصحافة الوطنية بالتلفزيون الجزائري، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، المجلد 12، العدد 2، الوادي، الجزائر، 2024، ص 50

³ بلخيرري رضوان، مدخل إلى الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط 1، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014، ص 173

⁴ عايش حليلة، مداخل البحث في الصحافة المكتوبة والإلكترونية، ط 1، ألفا للنشر والتوزيع، 2024، عمان، الأردن، ص 18

و الصحف الإلكترونية هي إحدى الوسائل متعددة الوسائط تنشر فيها الاخبار والمقالات والأنواع الصحفية كافة، عبر شبكة المعلومات العالمية، بشكل دوري باستخدام تقنيات النص الفائق، ويتمكن القارئ الوصول إليها بسرعة وسهولة عبر الوسائل الإلكترونية.¹

وتُعرف الصحافة الإلكترونية بأنها " جمع وإعداد وتحرير الاخبار والتقارير والتحليلات، وفق كتابة مصممة للإنترنت وبثها عبر الأقمار الصناعية وكابلات الاتصال لجمهور غير محدد جغرافياً".²

وهي أيضا النشر الدوري الإلكتروني، والذي يكون عبر شبكات الإنترنت العالمية، حيث تعتبر عملية اتصال صحفي يتم عبر الإنترنت، حيث يستفيد منتج الصحف الإلكترونية من التقنيات التي تتوفر عليها الوسائط المتعددة كالنص الفائق وخاصة التخزين والاسترجاع وكذا تمكين المتلقي من التفاعل والتواصل، مع توفير تقنية عرض النصوص والصور والمقاطع والرسوم، بأقل تكلفة وفي وقت وجيز، وتتجسد في اشكال متعددة أهمها المواقع الإخبارية، والتي تعتبر صفحات على شبكة الإنترنت تعرض الأخبار الحديثة، وتعتمد بشكل أساسي على وكالات الأنباء أو على مرسلين مخصصين للموقع، أو نشر المقالات الأصلية من الصحف الورقية، أو إبرام اتفاقيات مع مواقع أخرى من أجل تناقل الأحداث.³

وهي أداة تقدم أحدث وآخر الاخبار من موقع الحدث، و تطرح هذه الواقع نفسها على الساحة كمشروع إعلامي متكامل فتضم هيئة تحرير ومراسلين ومصادر معلومات، وتسير حسب سياسة تحريرية معينة.⁴ ويقصد بها كل موقع إخباري إلكتروني يتخذ مظهر صحيفة متكاملة من حيث المضامين والتسمية ولكنه يخضع للنمط الإلكتروني في طريقة التبويب والعرض وأساليب التحرير، وتعتبر المواقع الإخبارية الإلكترونية وسيلة إعلام نشأت في بيئة رقمية بحتة.⁵

¹ قدة حمزة، طريف عطاء الله، تقييم جودة محتوى الصحافة الإلكترونية الجزائرية: دراسة تحليلية لموقعي (البلاد،

النهار)، مجلة الإعلام والمجتمع، المجلد 05، العدد 02، الوادي، الجزائر، ديسمبر 2021، ص 694

² حميدان سلمى، الصحافة المتخصصة المكتوبة والإلكترونية، ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2024، ص 65

³ أبو رمان حمزة خلف، دور المواقع الإخبارية الإلكترونية في تعزيز الهوية الوطنية لدى طلبة الجامعة الأردنية

(2011-2015)، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 08، العدد 09، الأردن، 2024، ص 16

⁴ بومزبر ليندة، الخطاب الإعلامي الجزائري نحو القضايا الاجتماعية " دراسة تحليلية مقارنة لموقعي الشروق أون لاين

والنهار أون لاين، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث، قسم السمعى البصري، كلية علوم الإعلام والاتصال

والسمعى البصري، جامعة قسنطينة 3، 2022/2023،

⁵ سعيد أمين، عبد الرحيم أسامة، حجازي هند، تقنيات النصوص الفائقة بالمواقع الإخبارية (دراسة تحليلية)، مجلة

بحوث التربية النوعية، العدد 41، جامعة المنصورة، مصر، يناير 2016، ص 420

المفهوم الإجرائي:

ونقصد بالصحافة الإلكترونية في دراستنا كل من جريدتي الشروق اون لاين والخبر اون لاين، وهي صحف إلكترونية مستقلة، وانما هي عبارة عن مواقع الكترونية تحمل اسم نظيرتها الورقية، ولكن تختلف في التحرير والمعالجة وتقسيم المضامين و حتى القائمين عليها، وهذا نظرا لطبيعة البيئة الرقمية وما توفره من مزايا مختلفة عن الصحف الورقية.

الفصل الأول:

الخلفية النظرية و الدراسات السابقة

إن التعرض للدراسات السابقة و تحديد الخلفية النظرية التي سيني عليها الباحث دراسته من اهم الخطوات التي تسهل وتوضح المسار الذي ستسير عليه الدراسة المنجزة، فهي تبرز بطريقة غير مباشرة ما قد يضيفه بحثنا علميا وعمليا، توضح الصعوبات التي قد تواجهنا اثناء انجاز الدراسة، وقد نستعين بها في قراءة النتائج وتحليلها، وعليه فإن النظرية المعتمدة و الدراسات السابقة تمدنا بكم وفير من المفاهيم والأفكار التي تحليل النتائج و حتى افتراض الأخطاء التي قد تقع فيها.

المبحث الأول: نظرية الأطر الإعلامية

المطلب الأول: نشأة النظرية وفروضاها:

إن الإطار الإعلامي من اهم المفاهيم التي تفسر دور وسائل الاعلام في تشكيل معارف الجمهور حول مختلف القضايا المُعالجة، وذلك من خلال إعادة تنظيم الرسائل والنصوص الإعلامية والاحداث ووضعها في سياقات وأطر إعلامية تؤكد معنى معين أو تنفيه، وبالتالي تؤثر على أحكام المتلقي نحو مختلف القضايا التي يتعرض لها.¹

ويقول حسن مكاوي في كتابه الاتصال ونظرياته المعاصرة " إن الإطار هو تلك الفكرة المحورية التي تنتظم حولها الاحداث الخاصة بقضية معينة."²

والتأطير الإعلامي لقضية ما هو الاتقاء المتعمد لبعض جوانب هذه القصة او الحدث وجعلها أكثر بروزا في الوسيلة الإعلامية أكثر من غيرها من الاحداث. مع اعتماد أسلوب محدد في وصف المشكلة واقتراح حلولها.³

والتأطير هنا هو كل ما يعطى للمتلقي من اخبار حول موضوعات مثيرة للاهتمام. تقوم على قياس المحتوى الضمني للرسائل الإعلامية التي تعكسها الوسائل الإعلامية، وتفسر دورها في تشكيل الأفكار والآراء.

وهو زاوية التناول الإعلامي للقضايا المُعالجة، والتي تأتي من السياسة العامة للمؤسسة وطرح القائم بالاتصال، واهتمامات الجمهور.

¹ محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، 1 القاهرة، مصر، 2004-425، ص402.

² حسن عماد مكاوي، ليلي حسين سيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، ط 1، القاهرة، مصر، جمادى الثاني- أكتوبر 1998، ص 348 .

³ حسن عماد مكاوي، ليلي حسين سعيد، المرجع نفسه، ص 348.

تعتبر نظرية الأطر الإعلامية امتداد طبيعي لنظرية ترتيب الأولويات أو الأجندة، والتي اختبر فرضياتها كل من الباحثين MCOMBS&SHOW سنة 1972، فقد كان مقترحهما نحو الأطر هو تحليلها كمدخل يُنظم الخبرات، كما ساهم TUCHMAN في توسيع المفهوم النظري لتحليل الأطر من خلال الإضافات المقدمة عام 1978 تحت عنوان " صناعة الأخبار MAKING NEWS، إضافة الى TODD GITHIN سنة 1980 الذي قدم مفهوم التأطير في بحوث الاتصال الجماهيري، خلال دراسته لتغطية شبكة GBS الأمريكية للحركة الطلابية و مدى علاقتها بأعمال الشغب الحاصلة آنذاك، حيث كانت من بين نتائجه أن التغطية ارتكزت في تأطيرها على تهميشه على صعيد المجتمع الأمريكي.¹

إن الجذور الفكرية الأولى لملاح هذه النظرية تعود إلى كتابات " ليمبان" Walter Lippman والذي كانت له أفكار حول ضرورة قيام وسائل الإعلام بوضع إطارات محددة للوقائع المُعالجة، وأشار أنه من خلال هذه الطريقة سنتمكن وسائل الإعلام من تشكيل الرأي العام² والتأثير عليه، وكذا نفي أو تأكيد بعض الاتجاهات أو الأفكار لدى الفرد تجاه الظواهر والوقائع الحاصلة.

و تعود الاسهامات الأولى في تطويرها إلى كوفمان الذي ينتمي الى المدرسة التفاعلية الرمزية، ومن أفكار هذه النظرية أن المتلقي يفسر العالم من حوله بناءً على تجاربه الشخصية والتي تُسمى (الإطار).³ حيث حدد وبدقة مصطلح الأطر والإجراءات المتبعة في تحليله في كتابه المعنون ب" تحليل الأطر Framing Analysis⁴، وقال أن الفرد يحتكم إلى واقعه وتجاربه في تفسير الظواهر والقضايا المعروضة عليه او التي تصادفه، الأمر الذي تحتكم إليه أيضا وسائل الإعلام في ترتيبها وطرحها للأحداث والظواهر.

إن هذه النظرية من اهم الروافد الحديثة في دراسات الاتصال، حيث تقدم تفسيراً منظماً لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار وتوجيه الرأي العام حيال القضايا البارزة، إذ تسمح بقياس المحتوى الضمني لكل رسالة إعلامية معروضة، وعلاقتها باستجابات الجمهور.⁵

فعملية بناء الانساق المعرفية لدى الافراد تقوم على استغلال التلميحات والخبرات والوقائع المُدركة لدى الفرد، في تأكيد المعاني او الرسائل الاتصالية التي تنشرها وسائل الاعلام من خلال تبطين رسائل

¹ حليلة عايش، المرجع السابق، ص129

² فريدة فلاك، وسائل الإعلام الجديدة وتشكيل صورة الإسلام والمسلمين- دراسة تحليلية لعينة من مقاطع الفيديو لموقع فيميو، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، شعبة علوم الاعلام والاتصال، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2020/2019، ص45

³ عبد الرحمان عزي، المرجع السابق، ص32،

⁴ فريدة فلاك، المرجع السابق، ص45.

⁵ حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، مرجع سابق، ص348

داخل المضمون الإعلامي المُعالج والمعروض كتحديد أو تأكيد فكرة معينة¹. حيث تساهم التغطية الصحفية في البناء المعرفي حول تلك الأحداث المثيرة لرغبة القارئ في التعرف على أهم تفاصيلها والتي بدورها تخدم حاجياته أو تهم سلامته أو توجه سلوكه الاقتصادي أو الاستهلاكي أو الصحي كأزمة وباء كورونا التي استحوذت على اهتمام وسائل الإعلام المختلفة والتي أولتها السبق الصحفي في كل عدد وكل تغطية.²

إذن فالأطر الإعلامية عملية هادفة من طرف القائمين بالاتصال في إعادة تنظيم وترتيب الرسالة الإعلامية، بهدف التأثير في مدركات الفرد وقناعاته، فالإطار الإعلامي يحاول المماثلة والمشابه بين الواقع المدرك لدى الأفراد وبين الرسائل المعروضة عليهم، تماماً كما تفعل الوسيلة الإعلامية حيث أنها لا تهدف إلى بناء أفكار وقناعات وزرع قيم جديدة، بل تحاول الاستفادة من الفهم العام الموجود بين الأفراد في بلورة القضايا التي تراها مثيرة لاهتمام الرأي العام.³

وعليه فإن مجمل الدراسات تشير إلى أن دور وسائل الإعلام هنا هو وضع الأحداث والقضايا والوقائع ضمن أطر إخبارية لجعلها أكثر وضوحاً وأهمية مقارنة بغيرها من المواضيع المعروضة، وذلك لمساعدة الأفراد على فهم وتفسير محتواها، فتكون بارزة من خلال اعتماد القائم بالاتصال على مجموعة كلمات وجمل وأساليب محددة والتركيز على جانب معين عند العرض بصورة أو رسم كاريكاتيري يجعل المتلقي أكثر اهتماماً بها دون غيرها.

تركز الأطر على مفهومي التركيز والانتقاء والتأكيد والاستبعاد لجوانب معينة من القضايا المعالجة، حيث تقوم بتشخيص وتقييم ووصف نقطة محددة من القضية من أجل تبليغها للمتلقي والتأثير عليه.⁴ وتشير بعض الدراسات إلى أن تقديم جانب واحد من جوانب الموضوع يكون أكثر فاعلية في تحويل آراء الفرد الأقل تعليماً أو الفرد الذي يؤيد وجهة النظر المعروضة في الرسالة لأن تأثير الرسالة في هذه الحالة يصبح تدعيمياً.⁵

¹ محمد عبد الحميد، المرجع السابق، ص403.

² إبراهيم علي بسيوني محمد، الأطر الإخبارية لجائحة كورونا في الصحافة العربية دراسة تحليلية، مجلة البحوث

الإعلامية، العدد55، الجزء الرابع، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، أكتوبر 2020، مصر، ص2153

³ سبتي فايزة، المعالجة الإعلامية للقضايا البيئية في القنوات الفضائية الجزائرية دراسة تحليلية مقارنة بين برنامجي

Green Mag وبينتنا لفتاتي الشروق tv والجزائرية الثالثة للفترة الممتدة بين 2014-2016، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال بيئي، قسم علوم الاعلام، كلية علوم الاعلام

والاتصال، جامعة الجزائر3، سنة 2021-2022، الجزائر ص54.

⁴ وليد شايب الدراع، قضايا الهوية الثقافية في المحتوى الرقمي العربي-دراسة تحليلية على عينة من الصفحات

الإلكترونية الإخبارية على فيسبوك، أطروحة نهاية الدراسة لنيل شهادة الدكتوراه LMD، في علوم الاعلام والاتصال، تخصص صحافة مكتوبة، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة محمد خيضر، 2023/2022،

بسكر، الجزائر، ص63

⁵ جيهان أحمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، د. ط، دار الفكر العربي، مارس 1978، ص491.

- فروض نظرية الأطر الإعلامية :

إن النظريات في مجملها تتميز بوجود جملة من الفروض أو التصورات أو الأفكار التي عبّر عنها رواد كل نظرية، وجربوها لتكون ثابتة تُعمم على الأبحاث التي ستعتمد ذات المدخل النظري.

وعليه فإن الفرض الرئيس في نظرية الأطر الإعلامية هو أن الأحداث لا تنطوي في حد ذاتها على مغزى محدد، بل تكتسب معناها من خلال وضعها في إطار ينظمها ويحددها، ويضفي عليها نوعاً من الإبراز وذلك من خلال التركيز على بعض جوانبها واستبعاد جوانب أخرى. من خلال الاحتكام لخبرات الفرد الاجتماعية و منظوره للواقع المعاش، وبالتالي تتمكن الوسيلة الإعلامية من عرض هذه الوقائع والأحداث عبر إهمال جوانب محددة والتركيز على أخرى، و استخدام كلمات ورموز وجمل وربما صور وأرقام من شأنها التأثير على مدركات الفرد فتأكيدها أو نفيها.¹

كما تعتمد الوسيلة الإعلامية في معالجتها للوقائع والأحداث كخطوة أولى على فهم المنبهات التي تُثير ادراك و فهم الجمهور المتلقي، ثم تختار المنبهات التي تستقطب انتباه المتلقي، وتستبعد أخرى، ثم يتم نقل الرسالة إلى المتلقي من خلال قنوات وأساليب معينة، على أن يقابلها المتلقي بتفهم تلك المنبهات وفك شيفراتها و فهمها واستيعابها، وتجدر الإشارة إلى أن المدركات السابقة والخبرات الشخصية للمتلقي نحو تلك القضايا تعمل أيضاً على زيادة درجة تفسيره وفهمه وتقبله لها كرسالة موجه للتأثير فيه²، الأمر الذي يُقر به فيليب بروتون Philippe Breton حيث أشار إلى أن الفرد يتفاعل مع مضمون الاتصال بصفة شخصية، وبمعنى ذلك أنه يفسر وينتج المعاني في إطار الديناميكية الثقافية للجماعة التي ينتمي إليها، وعليه فإن وسائل الإعلام تدرج القضايا التي يشترك معها الفرد في المرجعية داخل جدول أعمالها تحت أطر محددة.³

تركز نظرية الأطر الإعلامية أو الخبرية على الطريقة التي يُفسر بها الأفراد عالمهم الاجتماعي بصورة نمطية متكررة، وذلك من أجل إنشاء إطار تصوري تُبنى عليه الأطر، بمعنى يبني القائم بالاتصال توقعاته على خصائص جمهور المتلقين، وتصوراته فقد تساعد هذه التوقعات في تدعيم عمليتي الإبراز والاستبعاد أثناء معالجة القضايا. ولا يقف الأمر عند حدود تأثيرات الأطر الدلالية للمتلقين والتي ترتبط بالأنماط الثقافية والاجتماعية، بل قد تتجاوزها إلى العلاقة مع الإعلام في حد ذاته والعوامل المؤثرة في

¹ حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، المرجع السابق، ص348

² بسام عبد الرحمان مشاقبة، نظريات الاتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2015، عمان، الأردن، ص91

³ يوسف تمار، نظرية Agenda Setting -دراسة نقدية على ضوء الحقائق الاجتماعية والثقافية والإعلامية للمجتمع الجزائري، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الاعلام والاتصال، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2004-2005، الجزائر، ص104،

التعرض والاستخدام، أي عادات التعرض والتلقي إلى جانب الإحصاءات المنجزة حول الحجم والعدد والتوزيع الجغرافي لدى الجمهور.¹

إن صانع الرسالة الإعلامية عندما يقوم بتأطير المنتج (وضعه في إطار معين) فهو بذلك يقوم بعملية يوظف من خلالها النص الصحفي للربط بين مختلف المعاني في عقل القارئ اعتماداً على العناصر المختلفة لهذا النص وذلك باستشارة معاني ودلالات وانساق وابنية معينة ومخزنة في ذاكرته، وبالتالي ستشكل إدراكه واستجابته للمحتوى الإعلامي.²

وعليه لابد من الأخذ بعين الاعتبار العوامل التي تؤثر في بناء الأطر:

- المحتوى أو السياق السياسي والاجتماعي الذي يتم فيه تحديد وصياغة الأطر.
- النتائج والعواقب السياسية والاجتماعية طويلة المدى والمتعلقة بالأطر التي يتم تعلمها من وسائل الإعلام.³
- المستوى الفردي وهو الخبرات الشخصية وكذا مستوى التعليم والخلفية المعرفية وسنوات الخبرة.
- المستوى المؤسسي والذي يمثل سياسة المؤسسة وتأثير رؤساء العمل والزملاء والرضا الوظيفي.
- المستوى المهني والمتمثل في مواثيق الشرف والقيم المهنية وطبيعة الدور المهني.⁴

وتؤكد هذه النظرية على هيكله الوقائع والحقائق المستهدف طرحها وذلك عبر الإقصاء والترميز اللذان يؤثران على طريقة تحليل الجمهور للأحداث، فالتأطير الكمي والنوعي للواقع هو أداة للسيطرة على معرفة المتلقي.⁵

كما تفسر نظرية الأطر بشكل منظم الدور الذي تقوم به وسائل الاعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات حيال القضايا البارزة، و علاقتها باستجابة الجمهور الوجدانية والمعرفية لتلك القضايا، و يتفق ذلك مع طرح جوفمان في السبعينات والذي يُشير إلى أن التأطير هو عملية هادفة يقوم بها القائم بالاتصال يُعيد من

¹ مي عبد الله، **نظريات الاتصال**، دار النهضة العربية، ط1، بيروت، لبنان، 2006، ص162.

² قيراط محمد، **نظرية التأطير FRAMING THEORY والتعاطي مع التطرف والإرهاب**، سلسلة بحوث ودراسات إبداعية، وقائع الورشة الدولية، اتحاد الإذاعات العربية، 7-8 أبريل، 2015، تونس، ص24

³ نصيرة تامي، **التموقع المنهجي لنظرية التأطير الإعلامي في الدراسات الإعلامية قراءة في الأبعاد والاستخدامات**، مجلة معارف، المجلد 17، العدد1، جوان 2022، الجزائر، ص892 ص893

⁴ سبتي فايزة، المرجع السابق، ص71.

⁵ إريك ميغري، **سوسيولوجيا الاتصال والميديا**، تر: نصر الدين لعياضي، ط1، مكتبة 2018، 392، المنامة، البحرين، ص430

خلالها تنظيم المحتويات الإخبارية و يضعها في إطار من أطر اهتمامات المتلقين و مدركاتهم، أو ما يمكن أن يفتنهم و كيف يستغل ذلك في إعادة صياغة المحتوى من أجل التأثير على المتلقي.¹

إن تصوير " عالمنا الخارجي " كما تقدمه الصحافة هو نتيجة لظروف تسبق النشر، كالموارد المحدودة المتوفرة بين يدي الصحفي اثناء دراسته للحدث، أو نتيجة للقيود المفروضة على عملية إعداد الاخبار بحيث تتلاءم وطبيعة الوسيلة الناشرة، فهناك خسارة لا بد منها في التفاصيل، فأى تقرير أو معالجة إعلامية ستحاول التركيز على زاوية معينة فقط من القضية وتتجاهل جوانب عديدة.²

المطلب الثاني: أنواع الأطر الخبرية:

هناك عدة عوامل أدت إلى اختلاف وتنوع تصنيفات أنواع الأطر، أهم هذه العوامل هو السياسات التحريرية للمؤسسات الإعلامية، أجندة الجمهور أو مؤشرات اهتماماته، ولكن يبقى عدد من التصنيفات متداول ومتكرر ومختبر من حيث المستوى التحليلي والميداني، وهي كالتالي:

أولاً: تصنيف Lyenga & Simon: و يندرج تحته نوعين من الأطر الإعلامية

1- **الإطار المحدد:** يهدف هذا النوع إلى جعل القضية المُعالجة قضيةً شخصية، حيث أشار الباحثين أن الإطار المحدد حديثاً في أبحاث الإعلام و يعمل على عرض القضايا في شكل نماذج ملموسة، ووقائع محددة، كحوادث الاغتيال، أو الاعمال الإرهابية.³

أي يركز هذا الإطار على جانب واضح لدى الجمهور، ويركز على المدخل الشخصي، فيطرح الحدث وتداعياته.⁴

وهو ذلك الإطار الذي يربط بين الحدث ومدركات ملموسة لدى الجمهور، مثل أحداث الحادي عشر سبتمبر 2001 تم وضعها في إطار التقصير الأمني في الولايات المتحدة الأمريكية، أيضاً مثل ظاهرة البطالة ووضعها في اطار عدم كفاية المشروعات التي تستوعب الخريجين من الجامعات، أو انهيار المباني ووضعها في إطار الغش في البناء، وغيرها من الأطر التي تعتبر معالمها ملموسة يمكن مناقشة

¹ محمد سعد عطية العجلة، الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو قضية الاستيطان (الإسرائيلي) في الضفة الغربية -دراسة تحليلية-، أطروحة مقدمة لنيل درجة الماجستير، تخصص الصحافة، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2015، ص35 ص36

² ساندرابول روكيتش، ملفين ل ديطير، نظريات وسائل الإعلام، تر: كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، الطبعة العربية الأولى، القاهرة، مصر، دون سنة، ص361.

³ وليد شايب الدراع، المرجع السابق، ص66

⁴ فريدة فلاك، المرجع السابق، ص47

ابعادها و التماس مشكلاتها وحلولها.¹ فيشرح القضية من خلال عرض نماذج أو وقائع أو حجج ملموسة، مثل حدث اغتيال أو انفجار مبنى.²

ويرى Werder أنه ورغم الانتقاد الموجه لهذه النظرية على أنها عرضة لشبهة التحيز وعلبة الرأي عليها.³ إلا أنها تتميز بإيقاعها السريع في بعض الأحيان وبجذبها للانتباه ويمكنها تحقيق عنصر العمق والموضوعية باستخدامها في تغطية المحتوى الإخباري الجاد.⁴

2- الإطار العام

ويعرض هذا الإطار القضايا في سياق عام ومجرد، فيقدم تفسيرات عامة وسطحية للظاهرة المعالجة، ويقترح حلولاً على المدى البعيد.⁵

ويقدم براهين ودلالات عامة ومجردة، ويصف القضايا بأسلوب أوسع وموجز أكثر من الإطار السابق.⁶

والإطار العام Thematic Frare وهو تجريد القضايا من التفاصيل وطرحها في إطار مجرد، مثل وضع أحداث في إطار الإرهاب الدولي، أو قضايا انهيار المباني في إطار الفساد الحكومي⁷، أيضاً السياسة الأمريكية في منطقة الشرق الأوسط و دور الولايات المتحدة في دفع عملية السلام، ... الخ.⁸

يقدم تفسيرات عامة مستنداً فيها على المعايير الثقافية والسياسية والتي قد تكون ثقيلة على نفسية المتلقي من الناحية المهنية. كالتقارير التي تغطي تخفيض الإنفاق الحكومي، والسياسات الاجتماعية التي تنتجها الحكومة. رغم ما يعيب هذا الإطار من انخفاض القدرة على الاقتناع إلا أنه يسمح بإجراء مقارنات بين الأطر والموضوعات ذاتها، فالأطر العامة تبرز القضايا في سياق عام.⁹

وما يعيب هذا النوع من الأطر أنه غامض بعض الشيء في تحديده للمشكلة والحلول الخاصة بها¹⁰، يزداد الاتجاه نحو هذا الإطار من صعوبة الاقتناع والتأثير في حال تحليل الأطر كمدخل من مداخل الكشف عن وسائل الاقتناع.¹

¹ محمد عبد الحميد، المرجع السابق، ص404

² حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، المرجع السابق، ص35

³ نسرين حسونة، نظريات الإعلام والاتصال، شبكة الألوكة، 2015، ص33.

⁴ سبتي فايزة، المرجع السابق، ص78.

⁵ فريدة فلاك، المرجع السابق، ص47

⁶ نسرين حسونة، نظريات الإعلام والاتصال، شبكة الألوكة، ص33

⁷ وليد شايب الدراع، المرجع السابق، ص66

⁸ محمد سعد عطية العجلة، المرجع السابق، ص85

⁹ اعراب فاطمة، وآخرون، نظريات الاتصال المعاصرة والمنطلقات المعرفية، ألفا للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن،

2024، ص155

¹⁰ سبتي فايزة، المرجع السابق، ص78.

فالمتلقي يُريد دائماً أن يفهم حيثيات القضية التي تُعرض عليه، وبالتالي سيكون وقع هذا الإطار واستعماله في معالجة القضايا الهامة ذو تأثير منخفض.

ثانياً: تصنيف الأطر حسب الأبعاد المراد إضافؤها على الأخبار حسب Semetko and

Valkenburg

1- إطار الصراع:

و يكثر استخدام هذا النوع في التغطيات الإخبارية والتي تُعالج صراعاً بين طرفين متضادين، أفراداً أم جماعات.²

يؤكد هذا الإطار على سياق الصراعات بين الأفراد والجماعات و حتى المؤسسات، وعادة ما يستخدم في الحملات الانتخابية، إذ يحول المشكلات المعقدة والصراعات إلى اصطدامات بسيطة بين الطرفين، حيث يرتبط بأسلوب التقرير الإخباري، ويركز أكثر على أداء كل طرف من أطراف الصراع وعلى جانبي الخسارة والكسب، وهو ما يسمى (إطار سباق الخيل).³

و يقدم إطار الصراع الأحداث في سياق تنافسي حاد بين الأطراف، ويعتبر من أكثر الأطر استخداماً في تغطية القضايا التي تحتوي تعارضات بين طرفين أو أكثر. فتتم معالجة الصراع بطريقة متكاملة من خلال التعرض للجوانب المختلفة كمواقف الأطراف المعنية، الأسباب، السياقات، التطورات والآفاق.⁴

2- إطار الاهتمامات الإنسانية :

و يركز على الجانب الإنساني للقضية المطروحة، حيث يعكس البعد العاطفي والجانب الشخصي للقضية.⁵ فيرى الأحداث في سياق لتأثيراتها الإنسانية والعاطفية العامة، فيصوغ الرسائل في اطر درامية ذات نزعة عاطفية مؤثرة، بغية استعطف المتلقي والتأثير على عواطفه.⁶

كما يهدف هذا الإطار إلى التأثير على وجدان المتلقي، من خلال استهداف انفعالاته و إثارة حاجاته النفسية والاجتماعية، ومخاطبة حواسه بما يحقق أهداف القائم بالاتصال والذي يعتمد في ذلك على مجموعة عناصر مثل (استخدام الشعارات والرموز، اعتماد دلالات الالفاظ، الاستشهاد بالمصادر..

¹ وليد شايب الدراع، المرجع السابق، ص66

² إبراهيم علي بسيوني محمد، المرجع السابق، ص2165

³ محمد سعد عطية العجلة، المرجع السابق، ص85

⁴ أديب خضور، الإعلام والأزمات، دار الأيام للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 1999، الجزائر، ص54

⁵ وليد شايب الدراع، المرجع السابق، ص67

⁶ فريدة فلاك، المرجع السابق، ص48.

إلخ).¹ كما يعمد القائم بالاتصال هنا إلى استخدام المقدمات البلاغية والتي تعتمد على استعمال الأساليب اللغوية كالتشبيه والاستعارة وغيرها، والتي يستخدمها المراسل الإخباري بغية التأثير على وجدان المشاهد أو المتلقي، ومثال ذلك: " مدينة سامراء: أصلها سُرّ من رأى ولكنها باتت أثراً بعد عَيْن." و يسهم هذا النمط من الصياغة في إبراز الإطار الخبري الخاص بتدمير العراق ومدنها التاريخية، وذلك من اجل استمالة المتلقي والتأثير على عاطفته تجاه مدن العراق.²

3- إطار المسؤولية:

ويعرض القائم بالاتصال الموضوع للإجابة عن سؤال " من المسؤول عن؟"، حيث يربط بين الأفراد والجماعات والحكومة وبين كل الأطراف، ليحدد من المسؤول عن الحدث، والحل المتوقع لها.³ فيقوم هذا الإطار بوضع القضية المعالجة في سياق يوضح من المسؤول عن الحدث هل هو فرد أو جماعة، أو الحكومة .. إلخ.

4- إطار النتائج الاقتصادية:

ويتم عرض القضايا والاحداث بواسطة مصطلحات ومفردات لغوية تدل على نتائجها وابعادها الاقتصادية.⁴ حيث يستخدم القائمون بالاتصال الناتج المادي والاقتصادي للوقائع لجعل الرسالة أكثر تأثيراً على الأفراد وجعلها أكثر ارتباطاً بمصالحهم.⁵

بمعنى أن القائم بالاتصال يعمد إلى ربط القضايا والاحداث المعالجة بالجانب الاقتصادي لجعل الافراد أكثر تأثراً بالخبر أو الواقعة، كربط ارتفاع الأسعار بأرقام ومؤشرات اقتصادية.

فالصحافة تقوم بدور المنبه وذلك بإثارة اهتمام المواطنين فهي تخصص حيزاً كبيراً للأخبار الاقتصادية التي تشتمل على أخبار المال، الأسهم، الاعمال، الصناعة، التجارة، الزراعة، النقل والعمل وغيره ذلك من الاخبار التي تدخل في باب الاقتصاد، فننشرها على هيئة قوائم بالأسعار، أو ترفقها بروايات تفسيرية وتوضيحية، كما يمكن ان تنشر كأخبار تتعلق باجتماعات واحاديث وتحقيقات صحفية،

¹ هاجر أحسن لعروسي، المرجع السابق، ص38.

² خالد صلاح الدين علي، الإعلام واللغة الإخبارية: في إطار نظرية الأطر الخبرية، مجلة البحوث الإعلامية، العدد55،

ج1، أكتوبر 2020، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، القاهرة، مصر، ص17

³ فريدة فلاك، المرجع السابق، ص48.

⁴ قرناني ياسين وآخرون، المرجع السابق، ص155.

⁵ فريدة فلاك، المرجع نفسه، ص48

أو عرض تقارير سنوية اقتصادية، أو انشاء مشاريع جديدة... الخ، وهذا في إطار ربط الاحداث بمسارها الاقتصادي وما يترتب عنه.¹

5- الإطار الأخلاقي:

و يراعي خلاله القائم بالاتصال الموضوعية كأحد اهم المعايير المهنية، فيضع الاحداث والمشكلات في سياق ديني وأخلاقي، ويعتمد بعض الاقتباسات المرجعية التي تدعمه في صياغته للوقائع، كالاستدلال بمختصين لطرح ومعالجة قضايا العنف ضد المرأة.²

يخاطب القائم بالاتصال من خلال هذا الإطار المعتقدات والمبادئ الراسخة لدى المتلقي، فيضع القضية في سياق عقائدي، ولا يتم استعماله بصورة مباشرة وإنما من خلال تضمين عبارات أو اقتباسات أو مقولات دينية أو أخلاقية تجعل الرسالة تتضمن جانباً أخلاقياً مؤثراً أو محدداً للسلوك.³

6- إطار الاستراتيجية :

ويضع هنا القائم بالاتصال القضايا في سياقها الاستراتيجي المؤثر، ويتلاءم مع الاحداث السياسية والعسكرية، يستعمل بكثرة في الحملات الانتخابية، ويتفق الباحثون أن هذا الإطار يتم اعتماده من خلال مصطلحات دالة مثل : الفوز، الخسارة، المكسب، الرهان، ... الخ. ويركز بشكل كبير على القيم والمبادئ مثل النفوذ، ومصادره وأشخاصه.⁴

ثالثاً: تصنيف روبينسون و تستعمل أطر هذا التصنيف في معالجة قضايا الكوارث أو الصراعات، والأزمات.

1- إطار المشاركة الوجداني أو التعاطف:

يتم الاعتماد على هذا الإطار من أجل خلق نوع من التعاطف بين الجمهور و المتضررين أو الضحايا من هذه الكوارث أو الازمات.⁵

إن القائم بالاتصال يهدف من خلال هذا السياق التعاطفي إلى جعل الضحية أكثر تضرراً في مقابل أن يتعاطف معها الجمهور بصورة أكبر، كما حدث في تغطية وسائل الإعلام الغربية والتي قدمت "

¹ كهينة بركون، جميلة أوشن، المرجع السابق، ص39.

² قرناني ياسين و آخرون، المرجع السابق، ص156

³ وليد شايب الدراع، المرجع السابق، ص67

⁴ سبتي فايزة، ص80.

⁵ سبتي فايزة، المرجع السابق، ص80

إسرائيل" في شكل الضحية الوديعة، كما تمت المبالغة في التركيز على أثار الدمار و حالات الرعب، والاندفاع نحو استخدام الأفتعة الواقية.¹

2- إطار الدعم:

و يركز هذا النوع على المساعي والسياسات الرسمية المتبعة من طرف السلطات و المبذولة في سبيل احتواء الأزمة أو الصراع أو الكارثة.²

فمنظومة القيمة الإعلامية ذات طبيعة وظيفية متمثلة في وضع الخطط والبرامج التي تمكن الاعلام من أن يقوم بالدور المكلف به، كمواجهة الأزمات في بعض الأحيان، فوسائل الاعلام تفرض رؤية خاصة بها باعتبارها طرفا مباشرا في تحديد وبرمجة وتحقيق الغاية التي تسعى السياسات العامة إلى تحقيقها.³

3- إطار المكان:

ويوضح أماكن حدوث الوقائع والظواهر التي تشتمل عليها النصوص الإعلامية المطروحة، و يتفرع إلى إطار فردي، جمعي، إقليمي، مجتمعي، دولي،... الخ.

4- إطار الزمان:

و يربط هذا النوع كل حدث أو واقعة بنسقتها الزماني، ويتضمن، إطار زماني راهن، و إطار زماني ماضي، وإطار زماني مستقبلي أو تنبؤي.⁴

المطلب الثالث: وظائف نظرية الأطر الإعلامية:

1- إن الأطر تساعد الصحفي على انتاج القصص الخبرية ، و كتابة تقارير موضوعية، وقد أشار الباحثون إلى أن التأطير يساعد الصحفيين على تنظيم المادة الإخبارية بطريقة فعالة، ويُفضلون المشاركة في عملية تأطير الموضوعات من خلال البناء والتراكيب، وإبراز جوانب من الموضوع مع إغفال جوانب أخرى. كما يفترض بعض الباحثين أن عملية التأطير يمكن أن تسيطر على التغطية لفترة طويلة.

2- يُعرف الإطار بالمشكلة ومسببها، ويحدد نقاط القوة والضعف فيها، كما تسهم الأطر في تقييم القضايا أخلاقيا، وتقتراح الحلول والمعالجات.¹ إن الاطار الإعلامي لا يصنع المحددات الخارجية

¹ أديب خضور، المرجع السابق، ص95

² سبتي فايزة، المرجع السابق، ص80

³ صفوان حسيني، دور الإعلام في رسم السياسات و اتخاذ القرار، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد21، السداسي الأول،

قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 03، 2011، ص176ص177

⁴ سبتي فايزة، المرجع السابق، ص81.

للموضوع فقط، بل يملي أيضا تنظيما بعينه للمعلومات المتعلقة بقضية ما، وما يؤدي الصحفي إلى التحيز الى جوانب معينة، وتقديم توصيف محدد للمشكلة وفق رؤيته وقناعاته الخاصة، وتحديد أسبابها وطرح حلولاً مقترحة مختلفة. على ضوء رموز ثقافية مألوفة، بهدف جذب انتباه الجمهور والتأثير على مدركاته.²

3- وضع أحكام أخلاقية للعوامل السببية التي أدت إلى حدوث المشكلة وتأثيراتها.³

4- يُعتبر استعمال الأطر الإعلامية خلال فترات الأزمات أو القضايا الكبرى التي تُهم الرأي العام من أبرز الطرق التي يمكن من خلالها التأثير على الأفراد والجمهور، وبالتالي تشكيل اتجاهات الرأي العام.⁴

5- إن عملية التأطير تُمكن الباحثين والمتلقين من قياس محتوى الرسالة وتسهيل عليهم تفسيرها وتشخيص دورها في التأثير على الآراء والاتجاهات.⁵

6- تؤمن نظرية الأطر بأن الفرد المتلقي له دور كبير في عملية الاتصال، فهو يدخل إلى العملية الاتصالية باحثاً عن منفعة ذاتية، وبالتالي تبحث وسائل الإعلام عن منبهات أو أساليب يمكنها من خلالها أن تؤثر على الرأي العام وعلى مدركات الفرد وتوجهات و مركز اهتماماته، وعليه زاد الاهتمام بالعمليات السيكولوجية التي تقوم على المدركات المخترنة للعلاقات الاجتماعية، ومدى تأثير تلك المدركات وهذه العلاقات على الاستجابة للاتصال، وعليه تم التوصل أنه بالنظر إلى الاتصال كعملية يعني الأخذ بالعديد من المتغيرات في الاعتبار مثل الجماعات واتجاهات الافراد والظروف الاجتماعية في بناء الرسالة ووضعها داخل إطار يناسب هذه المتغيرات و يؤثر فيها.⁶

¹ عبد الرزاق الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري العملية للنشر والتوزيع، 2016، عمان، الأردن، ص 207.

² بحري خولة، الصحافة المكتوبة الجزائرية بين الاثارة والمسؤولية الاجتماعية – دراسة تحليلية لجراند : الخبر- الشروق اليومي-النهار الجديد في الفترة من: 2012 إلى 2016، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الاعلام والاتصال، تخصص صحافة مكتوبة و ملتي ميديا، قسم علوم الاعلام، كلية علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2019- 2020، ص 60 ص 61.

³ هبة أحمد رزق الخولي، المعالجة التنموية للمشروعات التنموية في مصر، مجلة القراءة والمعرفة، 2021، دمياط، مصر، ص 293

⁴ حاتم علاونة، عامر فايز، تغطية الصحافة الفلسطينية اليومية لثورة 25 يناير المصرية، مجلة دراسات للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 41، العدد 1، كلية الاعلام، جامعة اليرموك، إربد، الأردن، 2014، ص 102.

⁵ محمد عدنان حسين، حسن بشير، تحليل الخطاب الإعلامي الأمريكي تجاه العراق وأفغانستان (اثناء رئاسة ترامب و بايدن)، مجلة أبحاث ميسان، المجلد 20، العدد 39، جامعة ميسان، كلية التربية، العمارة، العراق، 2024، ص 314

⁶ جيهان أحمد رشدي، الأسس العلمية لنظريات الاعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1978، ص 62 ص 63

7- تحاول نظرية الأطر الخبرية الربط بين مدركات الفرد وبين ما يمكن أن يُثير هذه المدركات، من خلال وضع القضايا والأحداث في قوالب وأطر تدعم ما يختزنه من صور ذهنية وأفكار وتوجهات، وهذا ما يؤكد لليمان فيقول أن تصرفات الناس واستجاباتهم لا تكون نتيجة لملاحظات موضوعية عن العالم الخارجي، فالمؤثرات التي تحيط بالإنسان لا تكون السبب الرئيسي في استجاباته، بل معنى هذه المؤثرات وصورها في ذهن الفرد هي ما يسبب الاستجابة.¹

8- تؤكد نظرية الأطر على أن نظرية التأطير تتوسط الطريقة التي يستخدم فيها الناس المعرفة الاجتماعية والخبرات السابقة، ولهذا فإن الافتراض الأساسي في نموذج ree يتمثل في أن تركيب الرسالة في النصوص الإخبارية يقيد الطريقة التي يستخدم بها الأفراد معرفتهم في تفسيرها، توصلت دراسة الأبحاث إلى أن الأطر الإخبارية تساعد الافراد على بناء نماذج خطاب معينة Corresponding Discourse Models من خلال تزويدهم بمجموعات من المفاهيم المستخدمة لتفسير الحدث أو القضية.²

المطلب الرابع: العناصر المكونة لنظرية الأطر والعوامل المؤثرة عليها

يرى أنتمان أن للأطر أربع عناصر تتم بموجبها العملية الاتصالية:

أولاً: القائم بالاتصال

وهو أحد العناصر الفاعلة في نظام العمل داخل المؤسسة الإعلامية، ويتعرض للسياسات التي يرسمها أصحاب الملكية والقائمون عليها، كما يتأثر أيضاً بالسياسات والتوجهات الخارجية، والذي يتوجب أن يتميز بالمصداقية والجاذبية من خلال المعالجة، وقوة المصدر.³

والقائم بالاتصال هو الصحفي الذي ينتمي في مجال مهنته و اختصاصه إلى تلك الفئات الاجتماعية، وينتج للمجتمع قيماً معرفية لها علاقة بواقع حياة الأفراد.⁴

يضع القائم بالاتصال أطراً بقصد أو غير قصد والتي تكون نتاجاً لأطر تُنظم أنساق القائمين بالاتصال، وضغوطهم المهنية.

ثانياً: النص الإعلامي

¹ مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص56

² وليد شايب الدراع، المرجع السابق، ص72.

³ كريمة كمال، نظريات الإعلام، كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة جنوب الوادي 2021/2022، ص84 ص85

⁴ عزة عجان، من هو الصحفي، دراسة تحليلية نقدية، بن، ص05

إن الاختيارات النصية الحاسمة والتي تشكل القصة، تعتبر من أهم أدوات وعناصر التأطير والتي قد تبدو طبيعية وغير ملحوظة للكلمات والصور، ويشير أنتمان أنها تشكل جوهر الطريقة التي تساعد بها الأطر الإخبارية في إرساء التفسير الحرفي والواسع للأحداث.¹

ثالثا: المتلقي

وهو المتعرض للأطر والنوايا التي يطرحها القائم بالاتصال، والتي قد تعكس تلك الأطر أفكار و مدركات المتلقي و صورته الذهنية واستنتاجاته نحو الرسالة الإعلامية، وقد لا تعكس ذلك.² وهو أيضا المقصود من عملية التأطير، حيث تعمل الأطر على توجيه أفكاره نحو الخلاصة البارزة من الرسالة المعروضة، وبالتالي إقناعه بها.³

رابعا: الثقافة

وهي مجموعة الأطر التي يتم الاستشهاد بها، وهي أيضا الأطر الشائعة والمشاركة بين خطابات الأفراد وتفكيرهم.⁴ وهي السياق العام الذي تُستمد منه الأطر الإعلامية، باعتبارها معالم ثقافية منظمة وثابتة في المجتمع، وذلك من جال تفسير الرسالة وجعل ادراكها اسهل لدى الأفراد، من خلال الاستفادة من السياق الثقافي لهم.⁵

- العوامل المؤثرة على نظرية الأطر الإعلامية:

- السياسات التحريرية والسلطات:

يشير عديد الباحثين إلى أن تغطية وسائل الإعلام للظواهر من جانب واحد والتركيز عليه ووضعه في سياق معين يتأثر أو يتحيز إلى ذلك الجانب من أجل مساعدة كيانات معينة كالسياسات التحريرية أو السياسات العامة للبلاد، تهدف إلى تحفيز سلوكيات الفرد، سلوكيات مفضلة لديها أو أفكار تريد تعزيزها لدى الآخرين، ويقول أنتمان في هذا الطرح أن وسائل الإعلام من خلال عملية التأطير تساعد على توزيع

¹ Entman, R.B. (1991). **framing US coverage of international news: Contrasts in narratives of the KAL and Iran air incidents**. journal of communication. P6

² سبتي فايزة، المرجع السابق، ص77.

³ محمد عبد الحميد، **نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير**، عالم الكتب، ط4، القاهرة، مصر، ص 120.

⁴ وليد شايب الدراع، المرجع السابق، ص69

⁵ نسرين حسونة، المرجع السابق، ص29.

السلطة السياسية على الأفراد و القضايا المعالجة.¹ وعليه يمكن القول أن عملية التأطير تتأثر بالسياسة المتبعة من طرف الحكومة فلا يمكن وضع قضية معينة في إطار يمس بالأمن أو يهدد الاستقرار أو يشجع الأفراد على الانقلاب أو التمرد.

- **المصادر الإعلامية:** تؤثر مصادر المادة الإعلامية في نظرية الأطر من خلال توجيهها نحو جانب معينة، تتلقى من خلاله الوسيلة كمية بيانات تحدد الطريقة التي يجب ان تُعالج بها هذه المعطيات، وبالتالي فإن مصدر المعلومة يحيل القائم بالاتصال إلى وضع المعطيات المتحصل عليها في إطار يسمح لها بالوصول الكافي للمتلقى.

- **ترتيب الاجندة:** يُقصد بترتيب الاجندة هو ترتيب اهتمامات واولويات الوسيلة الإعلامية وتكييفها واجندة الجمهور بدرجة أولى، الأمر الذي يؤثر على طريقة تأطير المواد الإعلامية وعرضها.

- **اتجاهات الصحفيين :** إن توجه الصحفي وافكاره قد تؤثر على تبنّيه لأطر معينة دون غيرها.²

المطلب الخامس: آليات التأطير الإعلامي:

تساعد الآليات في فهم ملامح الأطر التي يتم من خلالها معالجة القضايا والأحداث والشخصيات، كما لها دور مهم في الدراسات التحليلية، وقد اختلف الباحثون في تحديد تصنيف موحد لها فقد اتصفت بالغموض نظرا لعدم وجود مفهوم محدد لعملية التأطير أو الإطار، و يجدر الإشارة إلى أنه بعد الدراسات التحليلية تبين أن الآليات تنقسم إلى بعدين، الأول بُعد شكلي يتضمن العناصر الخارجية والشكلية مثل الصور، العناوين، موقع التغطية الثاني بعد ضمني ويشتمل على العبارات والمعاني والاستعارات و توظيف الاستعارات والمقارنات وغيرها.³

و تذكر دراسات أخرى أن الآليات تتضمن البناء التركيبي وكذا الموضوعي للقصة ، آلية بناء السياقات، شخصنة وتنميط المواقف والحداث، التجريد من الإنسانية، الاستئصال والتطهير، إضفاء الصبغة الدرامية للأحداث، الاستنتاجات الضمنية، العبارات الخاتمة والفقرات الملخصة، المقدمات الاستهلاكية، ... إلخ⁴، وكما تمت الإشارة سابقا أن الأبحاث لم تتفق على تصنيف محدد لهذه الآليات.

وعليه يمكن ذكر الآليات المتداولة والتي تتقارب وموضوع دراستنا:

¹ Robert M Entam, **Framing Bias: Media in the distribution of power**, journal of communication, p166

² حسن عماد مكاي، ليلي حسن السيد، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، ط1، الدار المصرية اللبنانية، أكتوبر 1998، القاهرة، مصر، ص 35

³ سبتي فايزة، المرجع السابق، ص63.

⁴ عبد الرزاق الدليمي، المرجع السابق، ص213ص214

1- الإبراز:

ويعني أن تشغل القضية أو الحدث الحيز الأكبر من المصادر الإعلامية المتاحة، أيس ان تصبح هذه القضية أكثر بروزا من غيرها¹، و هو التأكيد على القضية بإبراز حدمها، والأطراف الفاعلة فيها، الأمر الذي يشغل تفكير و رأي الجمهور المتلقي، مع إضفاء ما يعزز المعنى من تكرار و ادوات ليسهل فهمه و ادراكه من طرف المتلقين.²

2- التلميحات الاجتماعية:

إن عملية بناء المعاني تعتمد على حقيقة أن تصرفات الفرد تتشكل من خلال المعاني التي يحملها عن العالم المادي والاجتماعي الذي يعيش فيه، وعليه فكل ما يتذكره المرء من معاني هو أساس معرفته وتفسيره للظواهر³.

وعليه تسعى وسائل الإعلام إلى استغلال هذه المعاني والمكتسبات من خلال تفعيلها باستعمال الرموز أو العلامات أو العناصر المتضمنة في المحتوى الإعلامي المعروض والتي غرضها التلميح للفرد من أجل إحداث تغيير ما، حيث سعى القائم بالاتصال هنا إلى التقرب من المعارف الاجتماعية التي يمتلكها الفرد.

3- الانتقاء:

وهي عملية اختيار تتم وفق معايير مهنية وذاتية ومؤسسية وثقافية، والتي يقوم خلالها القائم بالاتصال بالتركيز على جوانب معينة وإغفال جوانب أخرى، بمعنى انتقاء الجانب الذي تُريد المؤسسة أو المُرسِل إيصالها أو ترسيخها لدى المتلقي. وحسب أنتمان أن الانتقاء يكون عبر عدة محددات رئيسية مثل الاستعارات، التكرار، الصور، الرموز، المفاهيم التي تُوضح المفهوم المُراد تبليغه، الأمر الذي يؤدي إلى وضوح أقل أو أكثر لدى الجمهور فيما يتعلق بالقضية المُعالجة.⁴

4- الاستبعاد:

وتعني كل القرارات التي تتخذها الوسيلة الإعلامية تجاه الخطابات المعالجة، والتي تقوم من خلالها بإهمال متعمد او استبعاد لبعض جوانب القضية المطروحة.

5- إعادة التأطير:

وهي إعادة تقديم قضية أو حدث أو ظاهرة ما، إعلامياً و من زاوية جديدة تختلف عن الزاوية الأصلية.

¹ اعراب فاطمة، وآخرون، المرجع السابق، ص166

² فلاك فريدة، المرجع السابق، ص49.

³ خضور أديب، دور الإعلام التربوي في مكافحة المخدرات، ط1، دار الأيام للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر،

1999، ص11

⁴ Entman, R.B. (1991). **framing US coverage of international news: Contrasts in narratives of the KAL and Iran air incidents.** journal of communication. P07.

توظيف النظرية في الدراسة:

- ارتبطت إشكالية هذه الدراسة بالنظرية المعتمدة، حيث ان الأطر تعتبر حجر أساس، فهي تساعد على ضبط وتحديد مسار الدراسة وكذا التعرف على كيفية تأطير وتنظيم الخطاب التنموي في الصحف الإلكترونية محل عينة الدراسة.
- تساعد هذه النظرية على تفسير وفهم كيفية معالجة الخطاب التنموي في الجريدتين محل عينة الدراسة، وفهم آليات التأطير المعتمدة.
- ساهمت نظرية الأطر من خلال المفاهيم المعتمدة في تحديد كل من فئتي التأطير، وآليات التأطير، والاستعانة بالفئات الفرعية في معرفة ما تركز عليه الجريدتين الإلكترونيتين محل العينة في بناءهما للخطاب التنموي.

المبحث الثاني : الدراسات السابقة

يقوم البحث العلمي على التراكم العلمي من خلال ما توصلت إليه الأبحاث الأكاديمية السابقة، والتراث الفكري والنظري الذي يعالج جوانبا محددة من الموضوع، وقد يستبعد جوانبا أخرى، وعليه جاءت الخطوة المنهجية المسماة بالدراسات السابقة والتي تعتبر عنصرا رئيسا يقوم عليه البحث العلمي، حيث تسعى الدراسات والأدبيات السابقة إلى إحالة الباحث إلى الجوانب المهمة وغير المتداولة والمدرسة سابقا، فتكون محور دراسته كي يصبح بحثه إضافة أخرى، وعليه فالاعتماد على مجموع المجهود العلمي السابق سيزيد من دقة الدراسة الحالية.

وعليه فقد قامت الباحثة بمسح خاص بالدراسات السابقة المتحصل عليها والمتعلقة بالخطاب التنموي والإعلامي و الصحافة الإلكترونية وقد تم تصنيفها كالتالي:

المطلب الأول: الدراسات المحلية

الدراسة الأولى: بومزبر ليندة¹:

هدفت هذه الدراسة إلى رصد وتحليل مضامين الخطاب الإعلامي في موقعي الشروق أون لاين والنهار أون لاين التي عالجت القضايا الاجتماعية، وذلك من خلال طرح التساؤل الرئيس التالي:

¹ بومزبر ليندة، الخطاب الإعلامي الجزائري نحو القضايا الاجتماعية " دراسة تحليلية مقارنة لموقعي الشروق أون لاين والنهار أون لاين، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث، قسم السمعي البصري، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة قسنطينة 3، 2023/2022.

- ما طبيعة المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية في موقعي الشروق أون لاين والنهار أون لاين؟ وللإجابة على هذا التساؤل وتحقيق الأهداف المسطرة تم الاعتماد على نظرية تحليل الأطر الإعلامية، حيث تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، والتي استخدمت في الوصف المنهج الوصفي وفي الجانب المقارن بين الموقعين اعتمدت الباحثة فيه على المنهج المقارن.
- كما استعملت الباحثة أداة تحليل المحتوى كوسيلة لجمع البيانات من خلال تصميم استمارة تحليل وتحديد الفئات والوحدات، ثم تم تطبيقها على عينة الدراسة و التي قدرت ب... والتي كانت معاينة عشوائية منتظمة، والتي تعتبر أنسب العينات في الدراسات التحليلية.

وقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة نتائج أهمها:

- إن الخطاب الإعلامي الجزائري نحو القضايا الاجتماعية في الصحافة الإلكترونية يهدف فقط إلى الإخبار دون التحليل، أي يغلب عليه الطابع الإخباري ويفتقر الى العمق في معالجة القضايا، هذا ما يفسره استعمال القوالب الصحفية الإخبارية كالخبر والتقرير.
- ما يميز الموقعين محل عينة الدراسة توفيرهما للعناصر البنائية والتفاعلية والجرافيكية خلال عرض المحتويات.
- تنوعت الأطر الخبرية المعتمدة في معالجة القضايا الاجتماعية بين الأطر القانونية والأخلاقية وأطر الاهتمامات الإنسانية وغيرها.
- ما يميز الموقعين هو التنوع في القضايا المعالجة، وما ينقصهما هو عدم التنوع في مصادر المعلومات.

حدود الاستفادة من الدراسة:

تتشابه هذه الدراسة ودراستنا في كون كلاهما يهدفان إلى تحليل ورصد الخطاب الإعلامي الجزائري في الصحف الإلكترونية نحو مجال معين، أما بالنسبة لحدود الاستفادة دراستنا منها فيمكن للباحثة استقاء بعض فئات التحليل في رصد الخطاب التنموي في موقعي الشروق أون لاين والخبر أون لاين، إضافة إلى البدء من حيث توقفت هذه الدراسة عليه، فقد تُعالج دراستنا فئات أو أطر جديدة لم تتناولها هذه الدراسة السابقة كما تمكنت الباحثة من التعرف على الشكل العام لموقع الشروق أون لاين والذي يُعتبر أحد موقعي عينة دراستنا أيضا، الشكل الذي سيتم التأكد منه وتفحصه من خلال أداة الملاحظة المُستعملة.

الدراسة الثانية: الدراسة الأولى: أمال هادف و سعيدي سليمة¹.

أجريت الدراسة خلال سنة شهر نوفمبر 2019 ونُشرت كـمقال في مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي بتاريخ 2020/06/14، ركزت الباحثتان في هذه الدراسة على رصد الخدمات التفاعلية التي توفرها الصحف محل العينة للمتصفح لها وهدفت إلى التعرف على جملة الإمكانيات والتكنولوجيات التي توفرها المواقع محل عينة الدراسة، حيث طُرح التساؤل الرئيس التالي:

- ما هي أهم الخدمات التفاعلية التي تُقدمها الصحف الجزائرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

لم تعتمد الباحثتين في هذه الدراسة على خلفية نظرية، اكتفين فقط بالإجراءات المنهجية الممثلة في اعتماد المنهج الوصفي التحليلي من أجل وصف المواد الإعلامية المنشورة على المواقع محل عينة الدراسة، كما اعتمدت الدراسة على وسيلة تحليل المحتوى، مع تصميم استمارة تحليل تضمنت مجموع فئات ذات صلة بما توفره عينة الدراسة من خدمات وذلك بغية رصد تكرارها احصائيا وتفسيرها فيما بعد. تم اختيار شهر واحد من سنة 2019 من أجل إجراء عملية التحليل على المواد الإعلامية المنشورة خلاله وهو شهر نوفمبر 2019/11/01 - 2019/11/30.

و قد توصلت الدراسة إلى مجموع نتائج متمثلة في:

- أدى استخدام الصحافة الإلكترونية الحديثة يؤدي إلى توسيق نطاق التغطية الإعلامية للأحداث، وتسريع عمليات التغطية، إضافة إلى التنوع في الفنون الصحفية.
- لا يقوم القارئ على الصحف الإلكترونية الجزائرية بالرد على استفسارات أو تساؤلات المتصفحين رغم توفير عناصر تواصلية عديدة.
- الصحف الإلكترونية الجزائرية عبر مواقعها لا تولي اهتماما كبيرا للعناصر التيبوغرافية مثل الصور المتحركة أو الصوت رغم دورها الفعال في التأثير والإقناع.

حدود الاستفادة من الدراسة :

تتقاطع هذه الدراسة ودراسنا في كون موقع الشروق أون لاين احد مكونات عينة دراستنا، إضافة إلى الخبر أون لاين، الخبير أون لاين، النهار أون لاين، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 07، العدد 03، جامعة أم البواقي، من طريقة توزيعها للفئات و تفرعاتها.

¹ هادف أمال، سعيدي سليمة، التفاعلية في الصحف الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي-دراسة تحليلية لجريدة الشروق أون لاين، الخبير أون لاين، النهار أون لاين، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 07، العدد 03، جامعة أم البواقي، الجزائر، 2020/06/14.

كما أن القاسم المشترك الرئيس بين دراستنا و هذه الدراسة السابقة هو البيئة الإلكترونية للصحف والتي تعتبر حقل الدراستين، حيث تسعى الباحثة إلى رصد طرق واستراتيجيات الخطاب الإعلامي في معالجته للقضايا التنموية في الصحافة الإلكترونية، كما هو الحال في هذه الدراسة التي هدفت إلى رصد الخدمات التفاعلية لهذه الصحف الإلكترونية و تقييمها.

الدراسة الثالثة: قنشوبة عبد الرحمان¹:

نُشرت هذه الدراسة في مجلة دراسات وابحاث، وهي مجلة عربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، بجامعة زيان عاشور ولاية الجلفة، الجزائر، وذلك بتاريخ 2019/09/09، وتهدف هذه الدراسة إلى البحث في طبيعة المعالجة الإعلامية لقضايا التنمية العمرانية من طرف الصحافة الجزائرية الخاصة، وقد اعتمدت على الشروق اليومي كعينة للتطبيق.

كإجراءات منهجية اعتمد الباحث هنا على منهج المسح، مع أداة تحليل المضمون كميًا وكيفيًا، مع استخدام عينة الأسبوع الصناعي، وتطبيق الدراسة على الفترة الممتدة من 01 جانفي 2017 إلى غاية 31 ديسمبر 2017، و طرح الإشكال الرئيس التالي: ماهي طبيعة المعالجة الصحفية لقضايا التنمية العمرانية بالجزائر؟

وللإجابة عليه طرح تساؤلات فرعية تمثلت في:

تساؤلات خاصة بفئات الشكل:

- ماهي القوالب الصحفية التي جاءت بها الكتابة حول الموضوع في مجموع مادة التحليل؟
- ماهو الموقع الذي خصصته الصحيفة في صفحاتها في معالجة الموضوع؟

تساؤلات خاصة بالمضمون:

- ماهي المجالات العمرانية التي عالجتها الصحيفة؟
- ماهي المصادر التي تعتمد عليها الصحيفة في الحصول على المعلومة؟
- من هم ابرز الفاعلين في التنمية العمرانية؟
- ما هو اتجاه الشروق اليومي نحو جهود التنمية العمرانية في الجزائر؟

¹ قنشوبة عبد الرحمان، معالجة الصحافة الجزائرية لقضايا التنمية العمرانية، تحليل مضمون الشروق اليومي 2017، مجلة دراسات وابحاث، المحلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 11، العدد4، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، 2019.

وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة نتائج أهمها:

- ركزت الشروق اليومي على اعتماد قلبي الخبر والتقارير بشكل كبير، وذلك يفسر تركيزها على الوظيفة الإخبارية دون غيرها من الوظائف كالتحليلية.
- أظهرت النتائج أن الشروق اليومي تُعارض السياسة المتبعة عموماً من طرف الدولة الجزائرية في مسائل التنمية العمرانية.
- أسفرت النتائج على أن الفاعلون الغير رسميين مثل الإدارة المحلية برز بصورة أكبر من الحكومة أي الشخصيات الرسمية.
- أكد الباحث في نتائجه على التزام الشروق اليومي بمعايير الإعلام التنموي المتمثلة في نقل الواقع المعاش ومبدأ المصارحة وتقديم الحقائق.
- إن الشروق اليومي يولي اهتمام واسعاً بمواضيع التنمية العمرانية من خلال نقل ما يعيها وما ينقصها وتبليغ صوت المواطن.

حدود الاستفادة من هذه الدراسة:

- تتقاطع هذه الدراسة ودراستنا الحالية في المنهج المعتمد فكلا الدراستين اعتمدتا منهج المسح، وكذا أداة تحليل المضمون.
- أما بالنسبة للتساؤلات فتقاطعت الكثير من التساؤلات الفرعية بين الدراستين الحالية والسابقة وهو ما يفيد في استقاء بعض فئات التحليل التي تخدم موضوعنا.
- بخصوص نتائج الدراسة السابقة، فيمكن الاستعانة بها في الحصول على نظرة استطلاعية للنتائج المحتمل المتحصل عليها بعد إجراء التحليل في دراستنا الحالية، كاتجاه المعالجة أو مصادر المعلومات.

المطلب الثاني : الدراسات العربية

الدراسة الأولى: فوزي عبد الرحمان الزعبلوي:¹

¹ الزعبلوي عبد الرحمان فوزي، الخطاب التنموي للصحف المصرية في إطار استراتيجية التنمية المستدامة 2030، مجلة البحوث الإعلامية، الجزء الثالث، العدد 54، القاهرة، مصر يوليو 2020،

تهدف هذه الدراسة إلى رصد وتحليل الخطاب الصحفي المصري، والكشف عن توجهاته نحو استراتيجية التنمية المستدامة، وهل يدعم الخطاب الإعلامي المصري المساعي والخطط التنموية والرؤى الساعية إلى التطوير والإنتاج، وذلك بطرح مجموعة تساؤلات كان أهمها:

- كيف أبرزت الصحف المصرية الأطروحات الرئيسية لأبعاد التنمية في مصر؟ وهل اختلف حجم التركيز والاهتمام بموضوع الدراسة حسب توجهات سياساتها التحريرية؟

كما اعتمد الباحث في الإجابة على هذه التساؤلات على منهج المسح الإعلامي وذلك من أجل رصد وتحليل سمات وأطر الخطاب الإعلامي المصري في الصحف المصرية عينة الدراسة على اختلاف سياساتها وأيديولوجياتها وتوجهاتها، و اعتمد أسلوب المقارنة من أجل تحديد أوجه الاختلاف والتشابه والتداخل بين كل الصحف محل عينة الدراسة.

أما بالنسبة لأدوات الدراسة فقد استخدم الباحث استمارة تحليل الخطاب الصحفي، من أجل تحديد الأطروحات الرئيسية المستعملة في معالجة قضية التنمية المستدامة في كل صحيفة، ورصد الأدلة والبراهين وأساليب الإقناع التي يستعملها القائم بالاتصال، إضافة إلى الشخصيات الفاعلة في الخطاب الصحفي المصري نحو استراتيجية التنمية المستدامة 2030، وقد تم تحديد عينة الدراسة بطريقة الأسبوع الصناعي، حيث تم اختيار ثلاث صحف مصرية وهي (الأهرام، الوفد، وجريدة الشروق)، تختلف كل واحدة عن الأخرى من حيث الملكية والتوجهات وغيرها من أوجه المقارنة. وبتطبيق معاينة الأسبوع الصناعي تحصل الباحث على عدد مفردات قدره 138 عدداً، بمعدل 46 عدد من كل صحيفة عينة الدراسة.

تم اجراء الدراسة خلال سنة 2019، أي من 01 جانفي 2019 إلى غاية 31 ديسمبر 2019، وعليه تم الحصول على مجموع نتائج أهمها:

- أشارت النتائج إلى أن احد الصحف محل عينة الدراسة تدعم جهود و مساعي السلطات نحو تحقيق أهداف استراتيجية التنمية المستدامة 2030،

- تنوعت الإحالات المرجعية التي استشهد بها كُتّاب المواد الإعلامية في الصحف المثعالجة بين أطر مرجعية اقتصادية وأخرى اجتماعية، إدارية، تنمية بشرية، ثقافية، بيئية.

- اعتمدت الصحف المصرية عينة الدراسة في مسارات البرهنة (أساليب الإقناع) على الطرق المنطقية و مناقشة المسببات والنتائج والمشروعات، وكذا تقديم الحلول و تحديد المعوقات والعراقيل التي قد تُبطئ من عملية التنمية المستدامة.

- برزت القوى الفاعلة (الشخصيات الفاعلة) كرئيس الحكومة، الوزراء، المحافظين، كعامل رئيس في السعي نحو تحقيق اهداف التنمية المستدامة و توفير كل الحلول والدعم و افساح المجال للمشاريع الناشئة والشباب الطموح في تقديم الابداع والابتكار.

حدود الاستفادة من الدراسة:

تقاطعت هذه الدراسة مع دراستنا في أن كلاهما تدرس الخطاب التنموي، اعتماد كلينا على منهج المسح والمقارنة فقد سعت كلتا الدراستين إلى مسح ورصد المواد الإعلامية المنشورة المتضمنة قضايا تنموية في عدة صحف ثم المقارنة بينها، و نختلف في أداة الدراسة حيث أن الباحث هنا اعتمد تحليل الخطاب بينما تعتمد دراستنا أداة تحليل المحتوى باستمارة التحليل، كما تختلف مع دراستنا في نوع العينة إذ اعتمد عينة الأسبوع الصناعي و اعتمدت دراستنا العينة العشوائية البسيطة.

وعليه يمكن القول أن هذه الدراسة إضافة قيمة لدراستنا، مما تقدمه من تحليل وتوصيف لدور الخطاب التنموي أو الخطاب الإعلامي نحو القضايا التنموية في تعزيز و تدعيم التطور ونشر الوعي و احتواء مساعي السلطات و جهود القائمين على قطاع التنمية، من خلال عرض وطرح كل البراهين و الأطروحات أمام المتلقي من أجل إشراكه في عملية التنمية المستدامة.

المطلب الثالث : الدراسات الأجنبية

الدراسة الاولى: **Myriam Martí-Sánchez Alberto & E . López-Carrión¹**

وقد نُشرت باللغة الإنجليزية في مجلة لاتينا للاتصال الاجتماعي، بتاريخ 2023/08/03، في اسبانيا.

وتهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن الخصائص الرئيسية التي تُميز الخطاب الذي يُعالج اهداف التنمية المستدامة وأجندة الأمم المتحدة لسنة 2030، وذلك بهدف رصد تطور و تواجد هذا الموضوع في الجدول الإعلامي للصحف عينة الدراسة ثم المقارنة بين كل منها من حيث نسب وتكرارات موضوع التنمية المستدامة خلال الفترة المحددة، وذلك بعد تحليل عينة قدرها عشرة صحف، والتي كانت الأكثر قراءة في اسبانيا، أما منهجياً فقد اعتمد الباحثان على المنهج وصفي وذلك من أجل وصف ورصد المحتويات الإخبارية التي تُعالج الموضوع المقصود، ثم اعتمدا على تحليل المحتوى في تفكيك المضمون بعد تحديد فئات ووحدات التحليل وتصميم استبيان تحليل، ثم تفسير النتائج المتحصل عليها كفيها، من خلال تحليل

¹ Alberto E. López-Carrión ، Myriam Martí-Sánchez, Analysis of the coverage and discourse of the Sustainable Development Goals and the 2030 Agenda in the Spanish digital press،(2022-2015) ، Latina Journal of Social Communication. Spain.2023/08/03.

عينة تمثيلية من الصحف الرقمية الإسبانية على مدى ثماني سنوات كاملة، 1 يناير 2015 إلى 31 ديسمبر 2022. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج تمثلت في:

يؤكد هذا المقال على تزايد الاهتمام الصحفي للصحافة الإسبانية بموضوع التنمية المستدامة واجندة 2030 للأمم المتحدة.

يتوافق الخطاب الإعلامي للصحف محل عينة الدراسة مع احتياجات الجمهور، حيث يعالج قضايا حساسة تجذب الجمهور وتثير اهتماماته مثل قضية القضاء على الفقر وتوفير فرص العمل، وهذا ما يفسر أن القائمين على الاتصال في الصحف عينة الدراسة يعالجون المواضيع على أساس اجندة الجمهور . تشير نتائج الدراسة إلى أن وسائل الإعلام تولى التنمية المستدامة أهمية بالغة من خلالها وضعها في الاجندة العامة.

توضح الدراسة أن الخطاب الإعلامي الذي يعالج قضايا التنمية المستدامة واجندة الأمم المتحدة 2030 يسير وفق خطة عمل محددة، حيث يُعالج المواضيع حسب تصنيفات وترتيبات تُحدد وفق سياسة المؤسسة واجندة الجمهور و كذا حسب التحديات التي تواجهه.

حدود الاستفادة من الدراسة :

تتقاطع هذه الدراسة مع دراستنا في عدة نقاط أهمها أن الهدف الرئيس لكلتا الدراستين هو وصف ورصد وتحليل الخطاب الإعلامي نحو قضايا التنمية، و التساؤل عن الكيفية التي عولجت بها هذه القضايا في الصحافة الإلكترونية، أيضا في تحديد عدد من الصحف الإلكترونية و تفكيك محتوياتها المتضمنة لقضايا التنمية عن طريق تحليل المحتوى و استخدام أسلوب المقارنة، للكشف عن أوجه التشابه والاختلاف بين المعالجة الإعلامية لمواضيع التنمية في الصحف الإلكترونية محل العينة.

إضافة إلى طريقة اختيار عينة الصحف وذلك استناداً إلى تصنيف أهم المواقع العالمية لتحديد الصحف الأكثر سحبا والأكثر قراءة خلال الفترة المحددة.

الدراسة الثانية: Bello Sani¹

وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على طرق التغطية الإعلامية للتنمية، و أنماط المعالجة الإعلامية لهذا القطاع كما تسعى إلى تحديد ملامح المسؤوليات التي يتحلى بها الصحفي النيجيري تجاه معالجته

¹Bello Sani: **Discourse on the Social Responsibility of Journalists and Societal Development**, Jalingo Journal of Social And Management Sciences Volume 1, issue 2 April , 2019, Department of Mass Communication ,Kaduna State University, Kaduna, Nigeria

للتنمية، بمعنى التعرف على الخطاب الإعلامي نحو التنمية ، وللتوصل إلى ذلك طرح الباحث التساؤل التالي: **كيف كان الصحفي النيجيري مسؤولاً اجتماعياً ضمن نطاق تغطية الأخبار للأنشطة التنموية؟**

اعتمد الباحث في جمع البيانات وتحليلها على أداة تحليل المحتوى من أجل تحليل محتويات العينة تحليلاً منهجياً وموضوعياً كميًا، معتمداً على نظريتين وهما: نظرية المسؤولية الاجتماعية، ونظرية الإعلام التنموي والتي تؤكد على ضرورة مشاركة وسائل الإعلام بنشاط في عملية التنمية في المجتمع.

كما اختار الباحث المعاينة العشوائية في تحديد العينة، وقد تم اختيار الصحف بشكل عشوائي لإتاحة المجال لمجموعة واسعة من الاهتمامات كما قد تمثلها مختلف دور الإعلام الفردية، وقد أجريت الدراسة خلال شهري سبتمبر و أكتوبر لسنة 2018.

و توصل الباحث بعد عملية التحليل إلى عدة نتائج أهمها:

- تغطي الوسائل الإعلامية النيجيرية الأحداث بهدف الإخبار فقط، وذلك يفسر النمط السائد لإستعمال التقارير بكثرة.

- تغطية الإتجاهات كانت ضئيلة جداً، و تغطية القضايا الحقيقية تم التطرق إليها بشكل سطحي.

- لم يتمكن الصحفي من تمثيل توجهات و إرادة الجمهور في تغطيته لموضوعات التنمية.

إن هذه الدراسة تتقاطع مع دراستنا في عدة عناصر كأدوات جمع البيانات (تحليل المحتوى) والتي تزود دراستنا بطريقة تقسيم وتوزيع الفئات وأنواعها، وكذا النظرية المعتمدة حيث استعملت الدراستين نظرية الإعلام التنموي في تفسير دور وسائل الإعلام في تعزيز القطاع التنموي. إضافة إلى النتائج المتحصل عليها والتي قد تفيدنا في التعرف الأولي على طرق المعالجة الإعلامية لقضايا التنمية، وكذا طبيعة الخطاب التنموي في الصحف .

الدراسة الثالثة: ¹Abayneh Tilahun

نُشرت الدراسة باللغة الإنجليزية هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على ممارسة صحافة التنمية في المشهد الإعلامي الأثيوبي، وذلك من خلال تحليل مضامين وسائل الإعلام الخاصة والعامة، ثم تحديد مستوى الاختلاف بين الإعلام الحكومي والإعلام الخاص في تغطية قضايا التنمية ، وتحديد

¹ **Abayneh Tilahun: The Practice of development Journalism in the Ethiopian media landscape**, A Thesis submitted to The Graduate School of Journalism and Communication, Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Master of Arts in Journalism and Communication, Addis Ababa University, Addis Ababa, Ethiopia June ,2017

الأسباب التي تجعل الإعلام الإثيوبي يغطي قضايا التنمية بطريقة معينة. و للتحقيق ذلك طرحت الدراسة مجموعة تساؤلات كالتالي:

- كيف تغطي وسائل الإعلام المملوكة للحكومة القضايا التنموية؟
- كيف تغطي وسائل الإعلام المملوكة للقطاع الخاص القضايا التنموية؟
- ما الفرق بين تغطية وسائل الإعلام الحكومية ووسائل الإعلام الخاصة للقضايا التنموية؟
- لماذا تغطي وسائل الإعلام الإثيوبية القضايا التنموية بطريقة معينة؟

واعتمدت في الإجابة على هذه التساؤلات على نظرية المسؤولية الاجتماعية، وأدوات جمع البيانات المتمثلة الطريقة المختلطة من تحليل المحتوى الكمي والمقابلات المتعمقة لإجراء البحث، حيث قام الباحث باختيار عينة قصدية تمثلت في صحيفة "أديس زيمين"، وصحيفة "المراسل"، وEBC، وإذاعة "شيفر" 102.1 FM. ثم قام بجمع الأخبار لمدة 6 أشهر من هذه الوسائل الأربعة وذلك من أجل تحليل المحتوى الكمي، واختار عمدًا المحررين والمراسلين لإجراء مقابلات متعمقة لجمع البيانات النوعية كون ذلك يساعد البحث في الحصول على معلومات كافية من كل من الوسائل الخاصة والحكومية، المطبوعة والمذاعة. حيث أن EBC هي محطة تلفزيونية مملوكة للحكومة وتبث الأخبار ست مرات في اليوم، بينما إذاعة "شيفر" 102.1 FM هي محطة إذاعية خاصة تبث الأخبار أكثر من مرتين في اليوم، وصحيفة "أديس زيمين" هي صحيفة يومية مملوكة للحكومة تنشر الأخبار بشكل يومي، وصحيفة "المراسل" هي صحيفة خاصة ذات أعلى عدد من التوزيعات بين تسع صحف خاصة، وهي تصدر كل أسبوعين.

قام الباحث هنا بتصميم استمارة تحليل للتعرف على أهم الفئات البارزة في معالجة المشهد الإعلامي الإثيوبي للتنمية، كفاءة الملكية، المصدر، الشخصيات الفاعلة، اتجاه التغطية. ثم تم تحكيم الاستمارة من طرف مراجعين قبل إجراء التحليل، وبعد عملية التحليل وتفرغ البيانات المتحصل عليها من المقابلات المعمقة، تحصلت الدراسة على مجموعة نتائج أهمها:

إن وسائل الإعلام ذات الملكية الخاصة تعطي مساحة ضئيلة لمواضيع التنمية مقارنة بالحكومية.

كل من الصحافة الحكومية والصحافة الخاصة لا تُطبق الصحافة الاستقصائية.

تركز وسائل الإعلام الحكومية على المساعي والجهود المبذولة من طرف السلطات في القطاع التنموي.

تُعالج وسائل الإعلام الحكومية القضايا التنموية بطرف أحادية الاتجاه، أي بغرض إعلام المتلقي وإخباره.

تُعالج وسائل الإعلام قضايا التنمية تحت أطر معينة مثل القيوم الهيكلية، الرقابة الذاتية للصحفيين، الإطار القانوني، القيود المهنية.

حدود الاستفادة من الدراسة:

تتقاطع هذه الدراسة مع دراستنا في أن كلاهما يهدف إلى رصد طرق واستراتيجيات المعالجة الإعلامية لقضايا التنمية، فدراستنا تسعى إلى التعرف على الخطاب الإعلامي التنموي في كل من موقعي الشروق اون لاين والخبر اون لاين، وهذه الدراسة السابقة تسعى إلى رصده في اربع وسائل إعلامية خاصة و أخرى حكومية، إضافة إلى أداة تحليل المحتوى واستمارة التحليل والتي تساعدنا في عملية تحددى بعض الفئات الرئيسية وكذا الفرعية أيضا في اعتماد أسلوب المقارنة من اجل تحديد أوجه الاتفاق والاختلاف بين كل الوسائل محل العينة. وتختلف الدراستين من حيث الخلفية النظرية المعتمدة.

خلاصة الفصل الأول

شكّلت الدراسات السابقة مرجعا أساسيا لتحديد موقع هذه الأطروحة ضمن الحقل المعرفي، وساعدت في اكتشاف الفجوات البحثية التي لا تزال بحاجة إلى مزيد من التحليل، خاصة ما يتعلق بكيفية معالجة الخطاب التنموي في الصحافة الإلكترونية وسياقاته.

وقد استعرضنا خلال هذا الفصل عددا من الأدبيات والدراسات السابقة المتعلقة بالخطاب التنموي في الصحافة، وقد رصدنا اهتماما متناميا يجمع الإعلام بالتنمية، خاصة في البيئة الالكترونية والتي باتت فاعلا أساسيا في تشكيل هذا الخطاب التنموي و تفعيله داخل المجتمع.

حيث عالجت هذه الدراسات دور وسائل الإعلام عامة والصحافة الإلكترونية خاصة في نشر الخطاب التنموي كما ركزت دعم الخطط الوطنية للتنمية المستدامة وتحفيز المشاركة المجتمعية.

الفصل الثاني:

الخطاب الاعلامي نحو قضايا التنمية

تطرقت الدراسة في الفصل الثاني في مبحثه الأول إلى مفهوم الخطاب الإعلامي ووظائفه داخل المجتمع وكذا نحو الرأي العام من خلال التأثير عليه واستهداف تعديل سلوكيات الافراد، مروراً باستراتيجياته وتجلياته في الصحافة الإلكترونية والتي يختلف الخطاب الإعلامي فيها عن نظيره في الوسائل التقليدية.

إضافة إلى التعرف على اساليبه وطرق عرضه ومعالجته في البيئة الرقمية والتي تُكسبه طابعاً خاصاً يسمى باللغة الإعلامية، كذلك حاولت التطرق إلى سياق تلقي هذا الخطاب الإعلامي في الصحف الإلكترونية والتي تعرفنا عليها في هذا الفصل.

أما المبحث الثاني فتوجهت الدراسة فيه إلى علاقة الخطاب الإعلامي بالتنمية، من خلال مفهوم التنمية ومقوماته، أيضاً قدمت الدراسة مفهوماً للإعلام التنموي و أهم النماذج المفسرة له، وصولاً إلى التجربة الجزائرية في الإعلام التنموي.

المبحث الأول: مدخل مفاهيمي حول الخطاب الإعلامي

المطلب الأول: عناصر الخطاب الإعلامي واستراتيجياته

1- عناصر الخطاب الإعلامي:

يصف كل من " فان دايك" و " براون بول" الخطاب بأنه عملية تواصلية ليست مجرد منتج لغوي معزول عن السياق واطراف التواصل " ويُضيف" هو حدث تواصلية معين"، وعليه يمكن تحديد الخطاب الإعلامي في كونه عملية تواصلية اتصالية ذات اطراف تساهم في فعالية هذه العملية!

فالإعلام في الأساس ظاهرة تقوم على نقل الأفكار والوقائع وتداولها بين الأطراف المعنية، ويكون عملاً إعلامياً فعالاً حاملاً مجموع المعاني والتعبيرات والتأويلات وكذا الدلالات المراد توصيلها عبر أدوات ووسائط تضمن نجاح الأرسال وتلقي الاستجابة.

يعتبر الخطاب الإعلامي عملية انتاج وإنجاز للمعطيات والبيانات، التي تصور الواقع وتنقله وتصوره وتخبره به، و يعتمد في ذلك على مجموعة احكام ومبادئ تتحكم في عملية نقله للواقع وتجسيد تواصل إعلامي ناجح، ويتكون هذا الخطاب الإعلامي من مجموعة عناصر مترابطة متصلة فيما بينها لتحقيق تواصل واتصال إعلامي نحو الجمهور المستهدف، وتساهم في بناء رسالة إعلامية هادفة مؤثرة في المتلقي، وبما ان الخطاب الإعلامي هو اتصال إعلامي فهو بالضرورة عملية اتصالية مكتملة العناصر.

¹ حمادي، خالد، الخطاب الإعلامي في عصر الميديا الجديدة – المفاهيم والإشكالات، ورقة بحثية منشورة من الملتقى الوطني الموسوم ب: الميديا الجديدة بين إشكالية التنظيم وقوة التغيير، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة جيلالي اليابس، سيدي بلعباس، الجزائر، 2021، ص05

ويمكن رصد هذه العناصر فيما يلي:

أولاً: المرسل/ القائم بالاتصال/ القائم على الخطاب الإعلامي

وهو الذي يُعدُّ الرسالة الإعلامية، ويقوم بتشكيلها مع ما يناسب السياق والغرض المطلوب من الاتصال¹ كما يمكن اعتباره "المُخاطب" وهو طرف الخطاب الأول، وهو منتج الرسالة الخطابية والتي يتجه بها نحو الطرف الآخر قصد الإفهام والتأثير، مختاراً بذلك ما يناسب من سياقات و أساليب تخاطبية تنقل الرسالة الإعلامية².

ويُعرف بأنه القطب الأول الموجه للرسالة الإعلامية، والذي يصوغها اول مرة.

ثانياً: المستقبل/ المرسل إليه/ المُخاطب

وهو الذي يتلقى ما يرسله إليه المرسل أو القائم بالاتصال، ويقوم بالوظيفة الإفهامية للرسالة أو الخطاب المعروض عليه، ومن جهة أخرى يقوم بشكل غير مباشر بتوجيه المرسل في اختياره وصياغته لخطابه، انطلاقاً من علاقته بالمرسل المسبقة وكذا من موقفه تجاه الخطاب الإعلامي الموجه إليه³.

ثالثاً: الرسالة/ الخطاب الإعلامي

وهي كل مضمون أو إنتاج فكري إعلامي يتم تحريره وصياغته وعرضه على المتلقي، وهي أيضاً كل منتج لغوي إخباري منوع في إطار بنية اجتماعية ثقافية محددة، والخطاب الإعلامي أيضاً احد اشكال التواصل الفعالة في المجتمع ذات القدرة الكبيرة في التأثير على المتلقي وتوجيه الرأي العام⁴.

وهي كل الأفكار المنقولة من المرسل إلى المستقبل والتي لا بد ان تتوفر على مجموعة معايير تؤهلها للتأثير في المتلقي، أهمها: الدقة الوضوح واستخدام لغة مفهومة وسليمة ذات فائدة واضحة، حتى يتمكن المستقبل من استيعابها⁵.

رابعاً: الوسيلة/ قناة التوصيل

¹ موسلي فريد، دور العملية الاتصالية في اتخاذ القرارات داخل الاسرة الجزائرية-دراسة ميدانية بمدينة معسكر-، أطروحة لنيل شهادة دكتورها الطور الثالث، فرع علوم اجتماعية، تخصص علم اجتماع الاتصال، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة مصطفى اسطمبولي، معسكر، الجزائر، 2024/2023، ص153

² احمد عطري محمد حسني، لغة الخطاب الإعلامي لقناة الجزيرة 2011/1/1 - 2011/3/3 (خطاب الثورة المصرية أنموذجاً)، رسالة مقدمة لاستكمال متطلبات درجة الدكتوراه في الدراسات اللغوية، جامعة العلوم الإسلامية العالمية، عمان، المملكة الأردنية الهاشمية، 2012، ص22.

³ فهمي إبراهيم هيام، أبحاث في لغة الإعلام، دار الفراهيدي للنشر والتوزيع، ط1، بغداد، العراق، 2012، ص09

⁴ محمد سيد احمد اميرة محمد، تحليل الخطاب الإعلامي: -مدخل نظري-، المجلد 08، العدد03، كلية الآداب، جامعة الامام عبد الرحمان بن فيصل، الدمام، السعودية، 2019، مجلة علوم الانسان والمجتمع، ص337

⁵ بوفلاحة كريمة، العملية الاتصالية وتحولاتها في ظل الصحافة الإلكترونية، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد11، العدد02، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، 2024، ص75

وهي كل أداة تستعمل في نقل وتميرير الرسالة أو الخطاب الإعلامي وكذا المضامين الاعلامية من مصدرها إلى متلقيها، والتي تؤدي وظيفة انتباهيه لدى المتلقي، وقد تكون وسيلة سمعية فقد أو سمعية بصرية، مكتوبة، او الكترونية.¹

خامسا: رجع الصدى/ رد الفعل

في هذه المرحلة يتحول المتلقي إلى مرسل والمرسل إلى مستقبل للرسالة، بحيث يتعرض المتلقي للخطاب الإعلامي، يحلله يدركه يتأثر به ثم يُنتج هو بدوره رد فعل تجاه المضمون المعروض عليه، وبالتالي ستعود الرسالة الإعلامية في اتجاه عكسي نحو المصدر الأول لها. وبفضل رجع الصدى هذا يمكن التحقق إذا ماكان الخطاب الإعلامي أدى دوره و أثر في المتلقي أم لا.²

- هناك من الباحثين من يضيف عنصرا اخر لعناصر الخطاب الإعلامي وهو ما يسمى بالسياق، ونقصد به الطرف أو البيئة الاتصالية التي تم فيها انتاج وارسال الخطاب و الرسالة الإعلامية، وهو كل الظروف المحيطة بذلك الخطاب المرسل وقد تؤثر عليه، فمثلا سياق كلام الطالب مع الأستاذ يختلف عن سياقه في كلامه مع صديقه وإن كان المضمون نفسه.³

2- استراتيجيات الخطاب الإعلامي:

وهي التقنيات المستخدمة في صياغة هذا الخطاب، أي كيف يتم بنائه، وهي مجموعة الأفعال الحالية والمرسومة للمستقبل، المتسمة بالمرنة والقابلية للتعديل والتغيير وفقا للمستجدات، التي يتبناها القائم بالاثتال في خطابه، اثناء معالجة القضايا بصورة شاملة، وتهدف هذه الاستراتيجيات إلى جذب انتباه المتلقي وتغيير او ترسيخ او تعديل سلوكياته ومدركاته، وتوجيه رأيه نحو الخطاب الإعلامي المعالج⁴،ومن بين اهم هذه الاستراتيجيات نذكر:

• الاستراتيجية التضامنية:

وهي الطريقة التي يحاول من خلالها القائم على الخطاب تجسيد درجة علاقته وقربه من المتلقي، أي يحاول تجاوز الحواجز بينه وبين المتلقي، وخلق نوع من التساوي بينهما، وذلك عن طريق إزالة الفروق

¹ مسيلي ياسين، واقع الاتصال في المؤسسة الإنتاجية الجزائرية والخدمية -دراسة ميدانية مقارنة-، مؤسستي صايدال ويريد قسنطينة أنموذجاً، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم، تخصص اتصال وعلاقات عامة، شعبة علوم الاعلام والاتصال، كلية علوم الاعلام والاتصال والسمعي بصري، جامعة قسنطينة 3 صالح بوبنيدر،

2024/2023، ص78

² بوفلاقة كريمة، مرجع سابق، ص76

³ فهمي إبراهيم هيام، مرجع سابق، ص10

⁴ حسن خليفة حسن خليفة، أليات الخطاب الإعلامي للصحف الالكترونية المصرية في معالجة أزمة تيران وصنافير بين مصر والسعودية: دراسة كيفية نقدية، مجلة البحوث الإعلامية، العدد55، الجزء06، القاهرة، مصر، أكتوبر 2020،

ص3460

الفردية لطرفي الخطاب الإعلامي. ويعتمد هنا المرسل على عدة نقاط تقوي هذه الاستراتيجية مثل درجة تكرار الاتصال بينه وبين المستقبل، الأثر الإيجابي الذي يخلفه الخطاب الإعلامي لدى المتلقي، أو حتى درجة التوافق أو الاختلاف الاجتماعي بين مرسل الخطاب وبين متلقيه، ويستند في ذلك إلى إثارة عواطف المتلقي.¹

بعبارة أخرى يمكننا القول أن الاستراتيجية التضامنية تقوم على توجيه خطاب إعلام معزز بالرسائل ضمنية تثير التعاطف، التضامن، الدعم، التفاهم، التقارب مع الجمهور قصد توطيد العلاقة معه إيجابيا، وقد يتجسد ذلك من خلال توظيف الإعلام التشاركي مع جمهور الوسيلة، استعمال لغة الإشارك الاجتماعي مثل ضمائر الجمع، جعل القضايا تبدو مشتركة بين طرفي الخطاب، تعزيز القيم المشتركة، الدعوة إلى المشاركة الفعالة وتمييزها.

وتعتبر أيضا عملية دمج بين مرسل الخطاب ومتلقيه، فوسائل الإعلام تركز على نقطة ملامسة عواطف الفرد الدراماتيكية من أجل تحقيق الأهداف المرجوة، وتعتبر هذه الطريقة من أنجح الطرق التي لا تحتاج إلى تبرير بل هي وسيلة مهمة لحشد الجماهير حول الخطاب الإعلامي المراد توجيه الرأي العام نحوه.²

• الاستراتيجية التوجيهية:

تختلف هذه الاستراتيجية مع سابقتها في كونها تبرز الفروق بين طرفي الخطاب، فهنا يريد مرسل الخطاب توجيه المتلقي والتأثير عليه بكل الطرق عكس الاستراتيجية التضامنية التي تريد الذهاب مع المتلقي في رغباته من خلال معالجة خطاب إعلامي مرغوب به لدى المتلقي، ولكن في الاستراتيجية التوجيهية هنا يرغب المرسل في طرح خطاب إعلامي يرغب هو في فرضه على المتلقي.

وتعني أن يقوم مرسل الخطاب بإنتاج ظروف وسياقات من شأنها التأثير على المستقبل وتوجيهه نحو سلوك مستقبلي معين، وهنا يحصل تجاوز لمرحلة تهذيب الخطاب المذكورة في الاستراتيجية السابقة، وبالتالي هنا يفرض المرسل على المستقبل ما يجب ان يعتنقه كأفكار أو توجهات من خلال وضع الخطاب

¹ برش صونية، دحمانية مليكة، استراتيجيات الإقناع في الخطاب الإعلامي الجزائري -دراسة تداولية-، مجلة المدونة، المجلد 08، العدد 01، كلية الآداب واللغات، جامعة البليدة 2، البليدة، الجزائر، 2021/03/30، ص 1023

² ساندي عطية علي أسعد، الخطب الإعلامي: إحدى استراتيجيات التضييل الإعلامي في الخطاب الصحفي الإلكتروني الفرنسي الأزمنة السورية نموذجا، دراسة نُشرت باللغة الإنجليزية في مجلة جامعة البعث، المجلد 44، العدد 17، جامعة تشرين، اللاذقية، سوريا، 2022، ص 94

الإعلامي المرغوب عرضه في سياق أمر أو توجيه، أي ينبع الخطاب الإعلامي هنا من علاقة سلطوية يلقيها المرسل على المتلقي.¹

• الاستراتيجية التلميحية:

وهي الطريقة التي يعبر بها القائم بالاتصال عن القصد الفعلي بخطاب يغيّره حرفياً، أي استعمال الإعلام للتلميح وتمرير الرسائل بطريقة غير مباشرة، بدلاً من التصريح وطلب لنقل أفكار أو مواقف قد لا يتمكن من التعبير عنها بخطاب صريح، وهي من أذكى طرق الإعلام في التأثير على المتلقي²، وذلك من خلال إثارة تفكيره و تشغيل حس الفضول لديه من أجل التنقيب عن الحقيقة الفعلية التي يقصدها الخطاب المعروف عليه، مثل استعمال الأمثلة الشعبية، الكاريكاتير، تكرار المصطلحات، تغيير في الأسماء، تسمية الأشياء بغير مسماها، كلها طرق تثير حس الفضول لدى المتلقي.

• الاستراتيجية الاقناعية:

وتعني معالجة وطرح الخطاب الإعلامي بأسلوب منطقي أو عاطفي أو رمزي، لتغيير قناعات متلقي الخطاب، أو اقناعه بفكرة معينة، دون أن يشعر بأنه مجبر أو انه تحت ضغط من طرف المرسل، وهنا يعمل المرسل على استحضار القيم الثابتة والمشاركة بين افراد المجتمع لما لها من قوة اقناعية توظيفها كأداة غير مباشرة في التأثير على مدركات وقناعات المتلقي.³

المطلب الثاني: وظائف الخطاب الإعلامي

يرتبط الخطاب الإعلامي ارتباطاً وثيقاً بالمجتمع على مختلف الأصعدة، يؤثر ويتأثر، يؤدي وظائف فعالة داخله، أهمها:

- تحجيم القضايا والمشكلات، من خلال توجيه وإرشاد الرأي العام والمتلقي إلى أنسب الحلول.
- بناء الفرد عن طريق تعزيز انتمائه لوطنه، وتنقيفه وتوعيته بحقوقه وواجباته في مختلف المجالات. وذلك من خلال معالجة قيم ومعطيات تُحفز الفرد على بذل مجهود أكبر، كما تخلق لدى الفرد رغبة بأن يكون قيمة مضافة لعملية التنمية.

¹ بن فطوم خديجة، استراتيجيات الخطاب الإعلاني التلفزيوني لدى شركات الهاتف النقال في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص دراسات أدبية ولغوية، شعبة اللغة والادب العربي، قسم اللغة والادب العربي، معهد الآداب واللغات، المركز الجامعي أكلي محند اولحاج، البويرة، الجزائر، 2012/2011، ص67

² حمادي خالد، المرجع السابق، ص06

³ الهدى تايب شمس، سلطاني السبتي، بلاغة الإقناع في الخطاب الإعلامي: البرنامج التلفزيوني في دائرة الضوء أنموذجاً، مجلة (لغة-كلام)، المجلد 10، العدد 01، جامعة غليزان، الجزائر، 2019/08/13، ص417

- إضافة إلى وظيفة الترفيه والتسلية والإعلام فقط، يشير لازارسفيلد إلى أن الخطاب الإعلامي لا بد له من تأدية أدوار أكثر فعالية كالسعي إلى تحقيق التواصل بين الأجيال، ونقل الخبرات والتراث. إضافة إلى نقد البيئة الخارجية والداخلية والسعي إلى تحسين الأوضاع من خلال إعلام الشعوب و إشراكها في عملية التنمية.¹
- وظيفتي التنشئة الاجتماعية وتدعيم المعايير الاجتماعية الحسنة، وبناء القيم وتعزيزها لدى الافراد.
- الوظيفة المرجعية، وتعني وجوب تواجد شفرة متعارف عليها من قبل طرفي الخطاب الإعلامي (المرسل/ المستقبل)، ويُجسد فيها الخطاب بلغة أساسية مفهومة في عملية الاتصال الجماهيري.
- وظيفة الخطاب الإعلامي التواصلية، وتعني الاعتماد على مفردات و أساليب تواصلية معبرة، تضمن البقاء على صلة دائمة بين طرفي الخطاب.²
- وظيفة التأثير على الرأي العام، وذلك من خلال تكييف وصياغة الخبر بما يناسب القائم عليه وسياسته وخطه التحريري، حيث يُعتبر الخطاب الإعلامي الطريق إلى تحقيق القوة في جميع الأصعدة.
- المساهمة في صنع القرار، ويتم ذلك من خلال تنظيم المعلومات و معالجتها و طرح القضايا ذات الأهمية البالغة بالنسبة للجهات المسؤولة وكذا الفرد.³
- تغيير قناعات الفرد، ورسم رؤاه المستقبلية، ومحاولة بلورة رأيه حسب الوسائط التقنية التي تستعملها كل وسيلة ، وكذا المرتكزات المعرفية التي تصدره.⁴
- يعكس الخطاب الإعلامي جل الظروف الاجتماعية، السياسية والاقتصادية وكذا الثقافية للمجتمع، فهو يُقدم بحسب المناسبات، فيتميز بمواكبة الاحداث والقضايا التي تشغل الوسط وتُثير الرأي العام.⁵

¹ عدلي محمد أيمن، دور استخدام الخطاب الإعلامي لترسيخ مفهوم الهوية الوطنية وتعزيزه في رفع الوعي المجتمعي : دراسة وصفية، المجلة العربية لبحوث الاتصال والاعلام الرقمي، العدد 03، كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا

والمعلومات، الجيزة، مصر، يناير، 2023 ص193 ص194

² احمد طالب عبد الله عبده، الحمزي عبد الله هدى أحمد، لغة الخطاب الإعلامي المعاصر - الواقع والمأمول، (وقائع المؤتمر العلمي السنوي الخامس لقسم معلم الصفوف الأولى، كلية التربية الأساسية، الجامعة المستنصرية الموسوم ب (البيئة المدرسية بين الواقع والطموح) (16-17 آذار 2022-)، مجلة كلية التربية الأساسية، جامعة المستنصرية، بغداد، العراق، ص367

³ كنوش الشرعة عبد الإله نايف، معالجة الخطاب الإعلامي الأردني للأزمة السورية، مجلة كلية الآداب، العدد68، جامعة المنصورة، مصر، يناير، 2021، ص407

⁴ بن حمود السناني بخيت، الخطاب الإعلامي بين الأساليب الإقناعية والأدوات البلاغية، مجلة كلية اللغة العربية بإيتاي البارود، العدد36، الإصدار الرابع، جامعة الأزهر، مصر، 2023، ص939

⁵ وادي جليل، الخطاب الإعلامي وإدارة الازمات السياسية الدولية، دار الكتاب الجامعي، ط1،، بيروت، لبنان، 2017ص46

- يؤدي الخطاب الإعلامي دوراً رئيساً في تشكيل سياق التحولات السياسية والاقتصادية، مما جعله يشد اهتمام الدول والحكومات به، حيث أصبح هناك انفتاح بين الإعلام وباقي المؤسسات والقطاعات.
- وظيفة الحوار والنقاش، وتعني أن الخطاب الإعلامي اليوم أصبح بمثابة فرصة أو قناة يتحاور من خلالها الأفراد والسلطات حول الواقع المعاش، الأمر الذي جعل من الإعلام ملاذاً للمتلقين فقد خلق نوعاً من الاطمئنان من طرف المتلقي تجاه الإعلام، هذا الأخير الذي استغل هذا التوجه وحوله إلى طريقة معالجة وصياغة القضايا الهامة.¹

المطلب الثالث: لغة الخطاب الاعلامي و خصائصها

يُبنى الخطاب الإعلامي الفعّال و المقنع بأسلوب إعلامي ولغوي وتواصلية مركز، يسمى هذا الأسلوب اللغة الإعلامية أو لغة الخطاب الإعلامي، والتي تُعرف على أنها همزة الوصل التي تربط القائم بالاتصال مع المتلقي، وهي الطريقة التي ينحت بها المرسل مادته الإعلامية بعد استقائها من مصادرها المختلفة، ثم بلورتها وعرضها على المتلقي.²

سابقاً وقبل ان يستقل الخطاب الإعلامي بلغته الخاصة، كان يستمد ويستلهمها من الأدب، فكان يرتقي بمجال الإعلام إلى جانب تدعيم الجانب الأدبي، ثم شق طريقه اللغوي عبر استحداث مفاهيم و استراتيجيات إعلامية تميز لغته الإعلامية.

وعلى اعتبار ان الخطاب الاعلامي يتحصل على المادة الإعلامية بصفة أولية من مصدرها وبلغتها المتخصصة، فإنه يعمل على معالجتها وتحويلها إلى لغة إعلامية قابلة للفهم من طرف الفرد، حسب مختلف مستوياته. أي أن اللغة الإعلامية هنا لا نقصد بها نوع اللغة العربية كانت أو اجنبية، بل نقصد بها الطرق و الأساليب اللغوية و التواصلية و كذا التحريرية التي تُميز القائم بالاتصال خلال معالجته وصياغته للخطاب الإعلامي.

تعتبر اللغة الإعلامية وظيفة متحركة، بمعنى هي طريقة توجيه وتعديل وتغيير وربما تأكيد للرأي العام، فهي تدل إن حضرت وتدل إن غابت، ويقصد بهذا الاستراتيجيات التي تستعملها وسائل الإعلام من خلال

¹ عبود كشكول محسن، لغة الخطاب الإعلامي العربي و التحول الديمقراطي الجديد- دراسة تحليلية لمقالات جريدة القدس العربي، مجلة الجامعة العراقية، المجلد 47، العدد 1، مايو/أيار 2020، مركز البحوث والدراسات الإسلامية، العراق، ص18ص19

² عدلي محمد أيمن، المرجع السابق، ص200

استبعاد و استحضار وتأكيد وإبراز خلال طرح الخطاب الإعلامي تعتبر سلطة ممارسة على المتلقي من خلال توجيه إدراكه نحو القضايا المراد تسليط الضوء عليها.¹

إن المحرر الإعلامي صاحب الخطاب الإعلامي يهدف إلى مخاطبة العامة والخاصة، وذلك بداعي التوعية والإخبار و الإقناع، مما يجعله ينتقي لغتها وأساليبه بعناية، من خلال تبسيط سرد الأحداث، وكذا تطويع الاستراتيجيات الخطابية من أساليب اقناعية، عبارات ومحسنات واستعارات و تكييف المعلومات بطريقة تساعد على توضيح الخطاب بشكل اكبر.²

و كما سبق الذكر أننا نقصد باللغة الإعلامية كل الطرق والاستراتيجيات الاتصالية التي تؤمنها الوسيلة الإعلامية لضمان نجاح عملية إرسال الخطاب الإعلامي نحو المتلقي وضمان وقوع رجع صدى له. وقد تختلف اللغة الإعلامية لكل وسيلة، فالإذاعة تحت مسمع المتلقي بالمؤثرات الصوتية وضوح مخارج الحروف إلى جانب الأهمية التي يكتسبها الخطاب الإعلامي المطروح، أما التلفاز فيُدعم ما تعمل عليه الإطاعة بالصورة و الفيديو، أي يركز على قوة المشهد المرئي، ثم لدينا الصحف الورقية ونظيرتها الإلكترونية والتي تعتمد في لغتها الإعلامية على هندسة الصفحات والتنوع في العناصر التيبوغرافية كالصور والرسوم البيانية، لإضافة إلى تأمين الإفهام بالألوان والإحصاءات والكاريكاتور وحجم الخط، وكل خوارزميات هندسة صحيفة إعلامية.³

واللغة في الإعلام هي المنهج الذي تُنقل به الرسائل الإعلامية من مرسلها إلى متلقيها، فهي تؤدي وظيفة اتصالية فهي وعاء للفكر، يُنقل من خلالها الخطاب الإعلامي بحيث تكون لغة محكمة الإقناع، وذات وقع قوي على المتلقي، إذا تُمكن اللغة خطابها الإعلامي من التأثير البليغ في تكوين رأي الجماعة، وصناعة ممارساتهم وتوجيه مدركاتهم وترسيخ القناعات لديهم.⁴

إن تجدر الإشارة إلى أن قوة أو درجة تأثير اللغة الإعلامية قد يتأثر بالوسيلة نفسها، والكيفية التي توظف بها مميزاتا في تطويع هذه اللغة وتحسين فعاليتها، فهي وسيلة اتصال، ومادة تفكير، وطريقة للتعبير، يعتمدها المحرر أو المرسل (القائم بالاتصال) لهدف رئيسي وهو الحفاظ على تركيز المتلقي نحو خطابه الإعلامي، وعليه يُؤكد على دور اللغة كقناة أو وعاء اتصالي قوي يساهم في كون الإعلام نشاطا إعلاميا مقنعا و مؤثر.

اللغة الإعلامية خصائص و أسس تميزها وتجعل منها وسيلة اتصالية فعالة، أهمها:

¹ خشة أحسن، اللغة الإعلامية من منظور قيمي، مجلة الدراسات الإسلامية، العدد الثالث، جامعة عمار ثليجي، الاغواط،

سبتمبر 2013، ص345

² احمد عطري محمد حسني، مرجع سابق، ص25

³ فهمي إبراهيم هيام، مرجع سابق، ص17

⁴ احمد عطري محمد حسني، المرجع السابق، ص26

- إن اللغة الإعلامية هي لغة الجماهير، فهي توجه لجميع شرائح المجتمع على اختلاف مستوياتهم و حاجياتهم لأنها تتكلم بلسان الفرد، وتضمن وصول الخطاب الإعلامي له بكل وضوح وسهولة، متماشية مع القيم والعادات والتقاليد التي يحتكم إليها المتلقي في تفسير الظواهر.
 - تمتاز اللغة الإعلامية بالموضوعية، فهي تعكس وجهات النظر المختلفة داخل الخطاب الإعلامي الواحد، مع طرح الآراء والاختلافات بكل حيادية، إضافة إلى أنها تعكس مشاعر الجماعة وتنقل الانشغالات.¹
 - سلاسة الربط بين والانتقال بين الفقرات، ليكون الخطاب الإعلامي قصة إخبارية متواصلة ومتسلسلة.
 - اللغة الإعلامية لغة حركية، ومرنة، لها قدرة على استيعاب التراث الحضاري، ومسايرة الابتكارات، استحضر الرصيد اللغوي الذي يدعم الخطاب الإعلامي ويوثقه بصورة أقرب إلى المتلقي، كما أن لها القدرة على تفادي الحشو والتكرار وذلك من خلال توظيف عبارات الربط و الابتعاد عن التكلف.²
 - تمكن الخطاب الإعلامي من تطويع اللغة وجعلها مرنة تفي بمتطلبات العصر، وتستوعب التطورات وتتماشى معها، من خلال استحداث مصطلحات والفاظ وأساليب جديدة مواكبة للأحداث وأنيتها، فقد تعامل الخطاب الإعلامي مع اللغة على أنها كائن قابل للتطور والانفتاح على مستجدات العالم.³
- وفي مقابل هذه الخصائص يشير الباحثون إلى وجوب توفر بعض المعايير التي تحافظ على سلامة لغة الخطاب الإعلامي، أهمها:
- السلامة اللغوية والنحوية وكذا الصرفية، فلا يقع كاتب الخطاب الإعلامي العربي في اللحن، ولا الأخطاء في الإسناد إلى الضمائر أو الجمع أو حتى أخطاء حركات الكلمات، عليه أن يتبينها ويكتب بلغة سليمة.

¹ مضمودي دليلة، الفضانيات العربية بين اللغة الإعلامية والاستعمال اللغوي، مجلة علوم اللغة العربية وآدابها، المجلد 1، العدد 1، كليبو الآداب واللغات، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، الجزائر، 01/03/2009، ص 283

² بركان محمد، اللغة ووسائل الإعلام الجماهيرية-دراسة لخصائص اللغة الإعلامية-، مجلة الرواق، العدد 01، جامعة غليزان، الجزائر، 2015، ص 109

³ بلاهدة فريدة، اللغة الخطاب الإعلامي: إشكالية التأثير والتأثر، ألف. اللغة الإعلام والمجتمع، المجلد 9، العدد 2-5، الجزائر، ص 88 ص 89

- السلامة المعجمية، ويُقصد بها التحقق من الرصيد المعرفي الذي سيكتب منه الخطاب الإعلامي، وإدراك الاختلافات الدلالية لبعض المصطلحات، مثل: عُمان/ عَمَّان، فلا يجب التهاون في هذه الأخطاء لأنها قد تغير معنى الخطاب الإعلامي كله.¹
- على القائم بالخطاب الإعلامي تحري الصياغة اللغوية المؤثرة على المتلقي، والتي تمتلك مؤهلات اقناعية لدى جمهوره.
- الحرص على تحقيق الاتفاق بين المرسل والمستقبل من خلال اللغة الإعلامية الموظفة، وفي هذا الصدد يقول الكاتب الألماني " جورج كلاوس " : "إذا احتوى مخزون المرسل على كلمات ومفاهيم يفقدها المتلقي في مخزونه المعرفي الخاص، فَقَدَ التأثير المرجو منه"²، بمعنى وجب على القائم بالخطاب الإعلامي العمل على تحقيق تناسب وتوافق بين رصيده ورصيد المتلقي، أي الاحتكام الى مدركات ولغة المستقبل من اجل طرح الخطاب الإعلامي من اجل تحقيق تأثير اكبر.
- الاحتكام للحصيلة المعرفية للمتلقي، الكتابة بأسلوب سلس وسهل وواضح وبمصطلحات شائعة ومفهومة، تحري الأسلوب المهذب في نقل بعض المفاهيم التي قد تمس بالعرف أو العادات والتقاليد للمتلقي، محاولة اشباع رغبة المستقبل من خلال لغة الخطاب الإعلامي.³

وعليه تجدر الإشارة إلى ان توظيف لغة إعلامية سليمة ومنظمة ومبنية على رصيد معرفي مركز وصحيح تؤدي عدة أدوار تجاه المتلقي، وتحقيق وظائف تأثيرية واقناعية مهمة، ابرزها تجسيد الدور الاجتماعي الذي يؤديه الإعلام تجاه المجتمع، فهي بدورها تحقق الاتصال بين المرسل والمستقبل داخل العملية الاتصالية في إطار الاهتمامات المشتركة والتي ترتبها الوسيلة الإعلامية حسب جمهورها. كما أن اللغة الإعلامية تحافظ على هوية الفرد وتنقل التراث بين الأجيال، فهي إحدى وسائل تصوير ونقل امشاعر والأفكار بين الافراد وبالتالي يوليها الإعلام أهمية كبيرة.⁴

المطلب الرابع: سياق تلقي الخطاب الإعلامي في الصحافة الالكترونية

وفرت البيئة الرقمية عدة مزايا للمتلقي، بعد الثورة التي احدثتها شبكات الانترنت في جميع الأصعدة وعلى رأسها مجال الإعلام والصحافة، والتي بدورها اتخذت من البيئة الرقمية مكانا لطرح الخطاب

¹ شاوش سارة، شاوش نسيم، الخطاب الإعلامي ومستقبل اللغة العربية- الواقع والمأمول- مجلة القارئ للدراسات الأدبية والنقدية واللغوية، المجلد 05، العدد 01، جامعة قسنطينة 1، الجزائر، 2020/03/30، ص 518

² زريفي سعاد، سيمائية الخطاب اللساني الإعلامي -دراسة تحليلية سيميولوجية للعمود الصحفي "نقطة نظام" بجريدة الخبر خلال فترة الانتخابات الرئاسية (جانفي-أفريل 2014)، أطروحة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، تخصص سيبيولوجيا الاتصال، قسم الاتصال، كلية الاعلام، جامعة الجزائر 2016، 2017/3، الجزائر، ص 74

³ احمد حمدي، الخطاب الإعلامي العربي- آفاق وتحديات، دار هومة للنشر والتوزيع، ط الجزائر، 2002، ص 112.

⁴ حميد الطائي مصطفى، داوود حافظ عبده محمد، أهمية اللغة في الخطاب الإعلامي العربي دراسة تحليلية على عينة من الإعلاميين بدولة الإمارات، مجلة جامعة سيها للعلوم الإنسانية، المجلد 20، العدد 02، جامعة سيها، الامارات العربية المتحدة، 2021، ص 73

الإعلامي مستفيدة من خصائصها، كالتفاعلية، الأنوية، التحديث المستمر، سهولة وصول المتلقي للمضامين المطروحة، وفي هذا السياق الجديد لم يعد المتلقي يسمى متلقيا مستهلكا فقط، بل أصبح يسمى مستخدما أو متصفحاً، وأصبح متفاعلاً ومشاركاً فعالاً في إنتاج و معالجة الخطاب، بل وأصبح يُحتكم إلى اجندته في ترتيب اجندة الصحف الالكترونية.

الأمر الذي يدعو إلى فهم سياقات التلقي والتفاعل مع الخطاب الإعلامي في بيئته الإلكترونية، فعلى عكس الوسائل التقليدية التي تطرح خطابها الإعلامي بصورة جامدة سواء كانت مكتوبة أو سمعية أو سمعية بصرية فهي ترسل الخطاب بشكل خطي، أي من المرسل إلى المستقبل، نشهد اليوم في البيئة الرقمية أن الخطاب الإعلامي أصبح يمتد من المرسل إلى المستقبل عبر قنوات ومواد إعلامية مشبعة ومتنوعة ثم بدوره يتحول المستقبل إلى منتج أو مرسل للخطاب بفضل التفاعلية واللاتزامنية وكذا الأنوية في إمكانية التفاعل وارسال ردود أفعال سريعة تجاه المضامين المطروحة.

يفرض المشهد الإعلامي الجديد تحولات عديدة في الحقل الإعلامي كله سواء على مستوى الممارسة الإعلامي وخصوصية الأرسال والتلقي أو حتى على شكل الخطاب الإعلامي المطروح، فكما سبق الذكر أن المتلقي أصبح مشاركاً في صناعة الخبر وارسال الخطاب وأثر على اجندة هذا الخطاب، وبالتالي سيشمل هذا التأثير أيضاً على شكل الخطاب الإعلامي والذي تأثر بشكل رئيسي بمخرجات البيئة الرقمية وما توفره من مزايا.

وتبعاً لدخول الخطاب الإعلامي الساحة الرقمية ظهرت عدة مفاهيم وممارسات إعلامية حديثة مستفيدة من خصائص الشبكات، مثل الإعلام التشاركي، صحافة المواطن، وسائط الإعلام البديلة، مدونات التواصل، النص التشعبي، الوسائط المتعددة، المستخدم أو المتصفح، وغيرها من عشرات الوظائف الجديدة التي برزت مع الشبكات الرقمية، وما لا شك فيه ان هذه العلاقة بين الصحافة والتقنيات الرقمية سمحت للصحفيين بممارسة مهامهم بطريقة اسهل واسرع، حيث توفر لهم الوصول السريع والفوري للمعلومات والإحصاءات وتحقيق السبق الصحفي.¹

ففي البيئة الرقمية يتلقى المتصفحون كما هائلاً من المضامين الإعلامية المرفقة بالصور والفيديوهات و كذا الروابط المتشعبة، والمتداخلة، هذه المزايا توفر على المستخدم عناء البحث عن المعلومة فهي تُقدم له جاهزة محينة و مدعمة بجهزة بوجهات النظر والمواقف، يقوم المستخدم هنا فقد باتخاذ الموقف تجاه ما

¹ شاوش جمال شعبان، الممارسة الصحفية في المشهد الإعلامي الرقمي بين هيمنة التقنية وتحول الهويات المهنية، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 12، العدد 01، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2020، ص 200

يعرض عليه، عبر مساحات ابداء الرأي ومشاركة الأفكار والمواقف.¹

لقد غيرت البيئة الرقمية مفهوم تلقي الخطاب الإعلامي ونقلته من الشكل التقليدي إلى فضاء التفاعلية واللاتزامنية، فقد ارتبط هذا التلقي اليوم بعلاقة المرسل والمستقبل، فلم يعد دور المتلقي مقتصرًا فقط في تلقي وتفكيك وفهم الرسالة الإعلامية، بل تعداه إلى المساهمة في تشكيل وإنتاج المعنى المتضمن في الخطاب الإعلامي.²

وفي سياق طريقة ترتيب او تنظيم المواد الإعلامية والخطاب الإعلامي المعروف عبر البيئة الرقمية، فإنه تجدر الإشارة إلى انه في الغالب تؤثر وسائل الإعلام على جمهورها من خلال تقدير أهمية الأحداث والمعلومات والقضايا الجارية في المستوى الأول ثم الانتقال الى مرحلة ترتيبها حسب هذه الأهمية، ثم صناعة الأطر التي تُحدد للجمهور السياق المرغوب للأحداث في المستوى الثاني، وفي مقابل هذا النشاط الإعلامي للخطاب ظهرت البيئة الرقمية والتي بدورها أثرت على سياقات و استراتيجيات تأطير وعرض الخطاب الإعلامي في شكله الإلكتروني.

الأمر الذي يؤكدُه أبو الحمام عزام في إحدى دراساته حيث أشار الى أن البيئة الرقمية اثرت وبشكل واسع في تحول مفهوم الجمهور الذي كان سابقا عبارة عن مجموعة افراد لا تربط بينهم أي علاقات مباشرة، يجمعهم فقط الاشتراك في التعرض للرسائل الإعلامية، الأمر الذي أضعف نوعا ما دور الجمهور في بناء الأجندة، بينما نشأ داخل البيئة الرقمية شكل ونسق آخر من الجماهير، حيث تجسد بين افراده علاقات وطيدة وتواصل مستمر و لاتزامنية بارزة في ظل التفاعلية المقدمة من طرف الشبكات، وبالتالي يقوى دور الجمهور في بناء الأجندة.³ حيث تصبح الرسالة الإعلامية ذات اتجاه عكس أي من مرسل الخطاب إلى مستقبله مُحدثًا رجوع صدى ثم يتحول هنا المستقبل إلى منتج للخطاب وبالتالي تعتمد عليه الوسيلة كمرجع لبناء الاجندة.

وتجدر الإشارة إلى ان الصحافة والإعلام هنا استفادت بشكل واسع من البيئة الرقمية عبر مستويات عدة، كأن تستعملها كمصدر للمعلومات فتستعين الصحافة بالشبكات الرقمية في تغطية الاخبار واستقاء المعلومات والصور و تعتمدُها كمصدر لاستكمال عمليات التحقيق، والتوصل إلى مصادر الخبر. أيضا

¹ ولد جاب الله سعاد، بوقرة رضوان، الخطاب الإعلامي في البيئة الإعلامية الجديدة- مظاهر تأثير تكنولوجيا الاتصال على البنى التحريرية لأنواع الصحفية، المجلة العلمية للتكنولوجيا وعلوم الإعاقة، المجلد03، العدد03، جامعة محمد

بوضياف، المسيلة، الجزائر، سبتمبر 2021، ص185

² بوسعدة عمر إبراهيم، آليات تلقي الخطاب الاتصالي في الاعلام الجديد (التفاعلية واللاتزامنية) – دراسة نظرية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد02، العدد02، قسم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية، جامعة الملك خالد، المملكة العربية السعودية، يونيو 2018، ص86

³ أبو الحمام عزام، مراجعة نقدية لنظرية ترتيب الاجندة في البيئة الرقمية للاتصال والإعلام، مجلة لباب للدراسات الاستراتيجية والإعلامية، العدد07، مركز الجزيرة للدراسات، الدوحة، قطر، أغسطس 2020، ص07

الفصل الثاني الخطاب الإعلامي نحو قضايا التنمية

يمكن للإعلام الاعتماد على البيئة الرقمية كوسيلة تواصل واتصال سواء مع أعضاء المؤسسة الإعلامية في معالجة وتوصيل الأخبار أو حتى مع مصادر المعلومات وكذا مع جمهورها، وتعتبر البيئة الرقمية اليوم وسيطا اعلانيا قويا في الترويج والوصول الى المعلنين والمستهلكين، كل هذه المزايا تؤهل الصحافة الالكترونية ان تكون وسيلة إعلامية اعلانية مؤثرة بفضل خصائص الإعلام الجديد.¹

المبحث الثاني: الخطاب الإعلامي و قضايا التنمية

المطلب الأول: اشكال التنمية ومقوماتها واهدافها

1- اشكال التنمية : تعرف التنمية بأنها عملية استغلال الموارد وتوجيه الاستثمارات وكل مناحي

التطور التكنولوجي وتغيير المؤسسات، من اجل تعزيز إمكانات الحاضر والمستقبل وتسخيرها لتلبية حاجات

الانسان و تطلعاته.²

وهي أيضا وسيلة اصلاح و حل للمشاكل والأزمات، وتحقيق الاستقرار والرخاء في شتى المجالات، وقد تنوعت اشكال هذا المفهوم حسب المجالات التي يشغلها ويحقق فيها الهدف الرئيس وهو توحيد الجهود وتهيئة الظروف وتسخير الإمكانيات المتوفرة لتحقيق تقدم وتطور، ومن بين اشكال التنمية نجد:

• تنمية اقتصادية:

وتهدف عملية التنمية الاقتصادية إلى احداث التغيير في هيكل توزيع الدخل والإنتاج، وهي كل عملية تطوير يحدث من خلالها تغيير شامل ومتواصل مصحوب بزيادة في متوسط الدخل الحقيقي، وتهدف الى زيادة الدخل القومي خلال فترات معينة.³

وهي أيضا كل نشاط اقتصادي من شأنه زيادة الإنتاج والتوزيع في المنتجات والخدمات اللازمة لتحسين وتطوير معيشة الفرد، كذا مجموعة الظواهر والموضوعات الاقتصادية الناشئة عن كل ممارسة اقتصادية هادفة، مثل الإنتاج، إعادة الإنتاج، الاستهلاك، التنظيم، التوزيع، التبادل، والتي تعمل على تحقيق اكبر قدر من اشباع لحاجات الانسان وذلك عن طريق الاستخدام الكفاء للموارد المتاحة.¹

¹ بوفلاحة كريمة، المرجع السابق، ص78

² احمد لعمي، أمال رحمان، إشكالية التنمية المستدامة في الأقطار العربية: رؤية إسلامية، مداخلة مقدمة ضمن ملتقى دولي حول: مقومات تحقيق التنمية المستدامة في الاقتصاد الإسلامي، جامعة قلمة، قلمة، الجزائر، يومي 03 و04

ديسمبر 2021، ص257

³ دحماني علي، أنواع التنمية وأهميتها بالنسبة للمجتمعات خاصة المتخلفة، مجلة دراسات اقتصادية، العدد17، مركز البصيرة للبحوث والاستشارات والخدمات التعليمية، الجزائر، 01 أكتوبر 2010، ص17

إذن فالتنمية الاقتصادية هي كل نشاط او ممارسة في مجال الاقتصاد، تتم في إطار تحسين وتطوير المستوى المعيشي و زيادة الدخل وتحقيق إنتاج بصورة اكبر، كلها ممارسات من شأنها المحافظة على الاستقرار الاقتصادي من جهة و من جهة أخرى تلبية حاجيات الفرد الاستهلاكية و ضمنا توزيع وتنظيم الموارد بصورة افضل.

• تنمية اجتماعية:

وهي عملية تطوير وتدعيم طاقات الفرد إلى اقصى حد مستطاع، وتنمية كل الإمكانيات والموارد البشرية في كيان واحد من اجل ضمان المساواة والمشاركة في التقدم العام، وهي أيضا كل تغيير اجتماعي من شأنه تحقيق الصالح العام داخل المجتمع، و ضمان اشباع الحاجات الفردية، وهي كل تغيير يمس الأوضاع التقليدية والتي تحتاج إلى تطوير وتدخل من اجل تحقيق مصالح مجتمعية متعددة.²

يرى الاجتماعيون التنمية كما يراها الاقتصاديون، انها زيادة انتاج وتحقيق عدالة اجتماعية بين السكان، والتنمية الاجتماعية هي كل مخطط تنموي ناجح من شأنه تحقيق مستوى عالي من الازدهار والرفاهية لأفراد المجتمع.³

تعتبر التنمية الاجتماعية عملية إحداث تغييرات في البناء الاجتماعي للمجتمع ووظائفه، يشتمل هذا التغيير على أنماط العلاقات الاجتماعية والمعايير والقيم التي قد تؤثر على سلوك الفرد وتحدد نشاطه ودوره داخل الجماعة، وتهدف أيضا إلى اشباع الحاجيات الاجتماعية للفرد من خلال تقديم خدمات مجتمعي واجتماعية تحقق ذلك.⁴

وبالتالي يمكن القول ان التنمية الاجتماعية هي كل عملية تستهدف تحسين جودة حياة الفرد داخل المجتمع، من خلال تحسين الأوضاع الأخرى كالاقتصاد والثقافة وغيرها، حيث يسعى ممارسوها إلى بناء مجتمع متوازن يتسم بالعدالة الاجتماعية، وتتمثل اشكال التنمية الاجتماعية في تحسين التعليم، تطوير الخدمات الصحية، تعزيز الروابط الاجتماعية، تمكين الافراد مثل النساء والشباب وذوي الهمم.

• تنمية ثقافية:

¹ علال إيمان، القضايا الاقتصادية في الصحافة المكتوبة الجزائرية، دار ومضة للنشر والتوزيع والترجمة، د.ط، جيجل، الجزائر، 2022، ص52 ص53

² شلبي محمد ثروت، تنمية اجتماعية، برنامج دراسة المجتمع، مركز التعليم المفتوح، جامعة بنها، ، القليوبية، مصر، د.ن، ص17

³ دحماني علي، المرجع السابق، ص17

⁴ السروجي مصطفى طلعت، و آخرون، التنمية الاجتماعية المثال والواقع، مركز نشر وتوزيع الكتاب الجامعي، جامعة حلوان، مصر، د.ط، 2001، ص35

وردت التنمية الثقافية بأنها كل نشاط من شأنه المساهمة في النشاط الإنساني ونشر القيم وزيادة المعرفة، و تنمية العقل الوجدان، وهي التغيير الطي يحدث في الفنون والعلوم والفلسفة والتكنولوجيا والأذواق والذي يساعد في بناء مجتمع ثقافي، حيث تعتبر التنمية الثقافية مطلب لا بد منه للنهوض بالتنمية ككل.¹

وهي المنهجية التي تستوعب كل منتجات المجتمع لتحويلها إلى أنشطة فكرية ثقافية اجتماعية يتفاعل معها الافراد بدرجات متفاوتة، حيث تكون في النهاية عنصر رئيس في تغيير وتدوير وتعزيز مدركاتهم، وتعتبر ضرورة في البناء الاجتماعي من خلال تغيير المسارات الاجتماعية نحو الأفضل، تعتبر عملية تكوين رصيد ثقافي فكري وعلمي قادر على توجيه الافراد وسلوكياتهم نحو الأفضل لتحقيق تطور ثقافي.² هي عملية تهدف إلى تعزيز ورفع مستوى الوعي الثقافي في المجتمع، من خلال الحفاظ على التراث، وتشجيع الإبداع، وتوسيع فرص الوصول إلى الثقافة والمعرفة للجميع. وهي تسعى إلى بناء مجتمع مثقف، منفتح، يعتز بهويته ويتفاعل بإيجابية مع الثقافات الأخرى وتهدف الى الحفاظ على التراث الثقافي، تشجيع الابداع الفني والعلمي والفكري، نشر الوعي والمعرفة، جعل الثقافة عنصرا فعالا في التنمية.

• تنمية ريفية:

وهي كل المشاريع والبرامج التي تمس المناطق الريفية وتكون قابلة للتطبيق في اقرب الآجال، وتتمثل أهدافها عموما في خفض معدل الفقر، تحقيق الامن الغذائي، مراعاة حقوق الأجيال القادمة عن طريق المحافظة على الموارد الطبيعية المتجددة، المحافظة على بيئة نظيفة، بواسطة استغلال الموارد المتوفرة وتسخيرها لتحسين الوضع المعيشي في المناطق الريفية و تطوير النشاط المعيشي هناك.³

وهي أيضا عملية متكاملة واستراتيجية شاملة تستهدف تطوير الحياة الاجتماعية والاقتصادية لفقراء الريف، وذلك عن طريق زيادة الإنتاج الزراعي انشاء صناعات ريفية توفر فرص عمل جديدة، مع تحسين

¹ نور الدين ناصر، نور الدين جفال، وسائل الاعلام والتنمية الثقافية: ارهاصات الواقع ورهانات المستقبل، مجلة العلوم

الاجتماعية والإنسانية، المجلد 14، العدد 02، جامعة العربي التبسي، تبسة، الجزائر، ديسمبر 2021، ص 628

² زموري زينب، ماهية التنمية الثقافية دراسة تحليلية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 14، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، مارس 2014، ص 149

³ طالبى رياض، التنمية الريفية المستدامة في إطار سياسات استخدام الموارد الطبيعية المتجددة- دراسة مقارنة بين

الجزائر، تونس، المغرب، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص الاقتصاد الدولي والتنمية المستدامة، مدرسة الدكتوراه إدارة الاعمال والتنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف الجزائر، 2010/2011، ص 04

الخدمات الصحية التعليمية والسكنية.¹

وهي كل عمليات التحسين الكيفي والنوعي لجميع الأنشطة الاقتصادية التي تتم ممارستها في المناطق الريفية والتي تعمل على تنمية الموارد المحلية أيضا ومحاربة الفقر وتوفير فرص العمل، من خلال تطوير الإنتاج الزراعي وتوسيع منافع التنمية حتى تشمل من هم أكثر تراجعا في المستوى المعيشي.² بمعنى هي كل الجهود الاقتصادية والاجتماعية المبذولة بهدف جعل الريف مكان افضل للعيش، دون الحاجة للنزوح نحو المدينة، وهي أيضا توفير كل الخدمات والمرافق الأساسية والتي من شأنها رفع مستوى معيشة سكان الريف، حيث تسعى الى تمكينهم من الاعتماد على الريف كمنطقة صالحة للعيش من خلال تطويرها وجعلها أكثر مناسبة للمعيشة.

وتعرف أيضا على انها عملية ديناميكية تهدف إلى احداث مجموعة من التغييرات الوظيفية والهيكلية لإعداد الطاقات البشرية الريفية بالشكل والحجم الذي يمكن المجتمع من زيادة حجم الموارد المسيرة له والاستفادة منها، عن طريق استغلال كل الأساليب والطرق والموارد لتحقيق أقصى درجات الاستفادة.³ حيث تهدف التنمية الريفية إلى تحسين البنى التحتية الريفية، تمكين المرأة الريفية، الحفاظ على البيئة الريفية، خلق فرص عمل داخل البيئة الريفية للحفاظ على بقاء سكانها فيها دون النزوح، توفير التعليم والخدمات الصحية اللازمة.

• تنمية سياسية :

يرى كارل دويتش ان التنمية السياسية هي عملية تستهدف تعبئة اجتماعية ومشاركة جماهيرية، حيث انه كلما اتسع دور الفرد في الحياة السياسية زادت مشاركته و درجة انتمائه السياسي لمجتمعه، من جهة أخرى يرى ليونادر بندر أن التنمية السياسية هي عملية تستوعب كل الجماعات والاهتمامات من خلال المشاركة الكاملة للمواطن، حيث تهدف التنمية السياسية عامة إلى خلق روح المساواة مما يدفع إلى المزيد من المشاركة في وضع القرار السياسية، وتسعى أيضا إلى خلق نظام سياسي قادر على اتخاذ القرارات الفعالة والصارمة والتي تحسن بدورها من التنمية الاقتصادية والاجتماعية.⁴

¹ نشادي عبد القادر، التنمية الريفية مفهومها ومقاربتها السيمولوجية، مجلة المداد، المجلد 13، العدد 01، جامعة زيان عاشور، ورقلة، الجزائر، 2023/07/04، ص11

² جعيجع حبيب الله، تقييم أداء سياسات تمويل التنمية الريفية في الجزائر، أطروحة دكتوراه مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة دكتوراه الطور الثالث، تخصص إدارة بنكية، شعبة علوم تسيير، ميدان علوم اقتصادية والتسيير وعلوم تجارية، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة البشير الابراهيمى، برج بوعريريج، الجزائر، 2023/2022، ص76

³ علام طه سعد، التنمية .. والمجتمع، مكتبة مدبولي، ط1، القاهرة، مصر، 2006، ص220

⁴ خليل مصطفى عبد الحكيم، المرجع السابق، ص121

كما تعد عملية تهدف إلى بناء نظام سياسي مستقر وفعال، يقوم على المشاركة الشعبية، سيادة القانون، واحترام الحقوق والحريات. وترتكز هذه التنمية على تحسين أداء المؤسسات السياسية، وزيادة وعي المواطنين السياسي، وتشجيعهم على المشاركة في صنع القرار.

• تنمية سياحية:

هي كل نشاط يحافظ على البيئة ويحقق التكامل الاقتصادي والاجتماعي ويرتقي بالبيئة المعمارية، وهي كل نشاط يشبع حاجات السياح والمجتمعات الضيفة ويضمن استفادة الأجيال القادمة، وهي أيضا عمليات المحافظة على التوازن الثقافي في المواقع السياحية، تسعى الى تحقيق الجذب السياحي من خلال المحافظة على المعطيات العمرانية خاصة المعالم السياحية منها، تحسين نوعية البيئة، الاستغلال الأمثل للموارد الطبيعية في تحسين الواجهة السياحية و تدعيم القطاع السياحي بكل الإمكانيات والتكنولوجيا المتوفرة.¹

وتعد توفير كل التسهيلات والخدمات لإشباع رغبات السياح، وتشمل جميع الجوانب المتعلقة بالأنماط المكانية للعرض والطلب والتوزيع الجغرافي للمنتجات السياحية، وتشتمل أيضا كل الخطط والاستراتيجيات والمشروعات التي تهدف إلى احداث زيادة مستمرة ومتوازنة في الموارد السياحية، كما تؤدي التنمية السياحية دورا هاما في تحقيق التوازن بين مختلف القطاعات من خلال إيجاد فرص عمل وتحقيق الرفاهية وتدعيم القطاع التنموي كله وتحقيق اكتفاء وإنتاج عالي، مما يحقق الحد من الهجرة وتعميق الوعي لدى المواطن.²

إن هي عملية تخطيط وتطوير وتحسين القطاع السياحي في الدولة أو المنطقة، بهدف جذب السياح المحليين والدوليين، وزيادة الدخل القومي، وخلق فرص عمل، وتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية وقد لا تقتصر فقط على بناء الفنادق والمرافق السياحية، بل تشمل الحفاظ على البيئة، تطوير البنية التحتية، وتعزيز التراث الثقافي والطبيعي للبلد.

• تنمية بيئية :

¹ برزوان حسان، التنمية السياحية المستدامة، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، العدد 27، جامعة زيان عاشور، ورقلة، الجزائر، 01 اوت 2016، ص 28 ص 30

² علي فلاق، التنمية السياحية واثرها على التنمية الاقتصادية المتكاملة في الوطن العربي، العدد 06، الجزء الأول، مجلة البحوث والدراسات العملية، جامعة يحي فارس، المدينة، الجزائر، 2012، ص 02.

وتعني كل التدابير والقوانين والإجراءات التي تهدف إلى حماية البيئة والمحافظة على الثروة الحيوانية والنباتية، والمحافظة على الموارد الطبيعية بثتى أنواعها، و هي وصف للعلاقة بين الانسان ومحيطه الطبيعي ومجتمعه والتنمية، كما تهدف الى عقلنة استغلال الموارد الطبيعية والحية، و التصدي للتلوث.¹ وهي أيضا الاستخدام الأمثل للأراضي الزراعية والموارد المائية في العالم، مما يحقق توسيع المناطق الخضراء على سطح الأرض.²

هي تلك العملية التي تُعنى بضرورة تحقيق نمو اقتصادي يتلاءم مع قدرات البيئة، وذلك من منطلق ان التنمية الاقتصادية والمحافظة على البيئة بينهما علاقة متكاملة، إضافة إلى كون التنمية البيئة عملية تحقيق رفاهية اجتماعية عبر المحافظة على الموارد الطبيعية المتاحة، والمحافظة على التوازن البيئي وتحقيق اكتفاء يُنقل إلى الأجيال القادمة.³

و عليه هي عملية التخطيط والتنفيذ للمشاريع والأنشطة الاقتصادية والاجتماعية بطريقة تضمن حماية البيئة، وتقلل من الآثار السلبية على الموارد الطبيعية مثل الماء، والهواء، والتربة، والتنوع البيولوجي.

2- مقومات التنمية :

وتعني كل العناصر التي تتشارك فيما بينها لإقامة تنمية شاملة ومستقرة ومستدامة داخل أي مجتمع، وتعمل على تحسين الوضع الاقتصادي والمعيشي للأفراد، نذكر منها:

• الموارد بشرية:

يؤدي الانسان الدور الأهم في عملية التنمية، فهو يمارس عمله ويؤثر في كل عناصر عملية التنمية، فالطاقة البشرية هي التي تُدير كل تنظيم وكل انتاج، وعليه فانعدام الطاقة البشرية المكونة للعمارة والتنمية يؤدي إلى توقف سير التنمية، لأن الفرد هنا هو حجر الأساس ومرجع يحتكم اليه في تأسيس وإنجاز المشاريع والاستراتيجيات التنموية، إضافة إلى كونه هو من يُديرها، إذن فكل مجهود يصدر عن الانسان في سبيل إدارة عملية التنمية هو مورد أساسي.⁴

¹ عمارة هدى، البيئة والتنمية المستدامة تجربة الجزائر، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، العدد12، جامعة البلدة 2، لونييسي علي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، البلدة، الجزائر، 31 ديسمبر 2017، ص510 ص517
² برسولي فوزية، شهيرة بولحية، التنمية البيئية المستدامة في الجزائر قراءة للتدابير القانونية محليا وإقليميا، مجلة المنار للبحوث والدراسات القانونية والسياسية، العدد 05، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة يحي فارس، المدينة، الجزائر، 2018، ص308
³ لطرش فيروز، البيئة والتنمية المستدامة: دراسة نظرية في المفهوم والمحتوى، مجلة أبعاد، المجلد10، العدد 01، جامعة وهران2، وهران، الجزائر، 2023، ص564
⁴ الشريف عبد الله فراج، مقومات التنمية الاقتصادية في ظل احكام الشريعة الإسلامية" دراسة مقارنة"، رسالة مقدمة لنيل شهادة درجة التخصص الأول (ماجستير) في الاقتصاد الإسلامي، فرع الفقه والأصول، شعبة الاقتصاد، الدراسات

أكدت عديد الدراسة أن الاستثمار في الرأس المالي البشري لا يقل أهمية عن بقية الموارد بل ويفوقها مساهمة في تطوير التنمية، بحيث تنطوي هنا تنمية هذا العنصر على توسيع الخيارات الإنسانية في شتى المجالات وبالتالي فتح المجال أمام الفرد البشري في استخراج طاقاته والإسهام بها في التنمية والتطوير، مع العمل الدائم على تحسين كفاءة العنصر البشري من خلال تطوير سبل التعليم، الرعاية الصحية، التدريب، إكسابه مهارات وقدرات جديدة في كل المجالات.¹

وبالتالي يمكن استخلاص أن الموارد البشرية داخل عملية التنمية هي عنصر فعال و حجر أساس، حيث أن كل الأمور تمر عليه وينجزها بداية من المشاريع التنموية إلى غاية استهلاك مخرجات هذه المشاريع كمواطن، أس ان العنصر البشري لا يمكن الاستغناء عنه في عملية التنمية، فهو العقل المدبر والفاعل فيها، متمثلا في القوى العاملة والمؤهلة، معتمدا على التعليم والتدريب المكثف والمسخر له، ويهدف من خلال مشاركته في العمل التنموي إلى رفع الوعي المجتمعي وتطوير المستوى المعيشي و دعم الاقتصاد وتكريس مجهوداته في الرفع من الإنتاج.

• الموارد الطبيعية:

تعرف الموارد الطبيعية او الثروة الطبيعية من طرف العلماء بتوافر الخيرات الاقتصادية التي تمتاز بها كل ارض، وهي شيء ذو قيمة توفره لنا الطبيعة، ويحقق فائدة على الصعيد الاقتصادي و الاجتماعية، وتنقسم إلى قسمين: الأول طبيعي متجدد مثل المياه، النبات، الثروة الحيوانية، الثروة البحرية، الطاقة الشمسية، والثاني غير متجدد مثل الغاز الطبيعي، الفوسفات، والنفط.²

يقول مالك بن نبي أنه من اجل تحقيق ما يسمى بالاكتماء الذاتي على الدول أن تعطي الأولوية للإنتاج على الاستهلاك، وهذا ما يؤكد على ضرورة الاعتناء بالموارد الطبيعية التي تزخر بها كل دولة، منتوجات زراعية، أو مصنعة، يتمثل استغلال الموارد الطبيعية في تحقيق الاكتفاء والفائض في الإنتاج الزراعي، ثم الانتقال إلى القطاع المصنع.³

العليا الشرعية، كلية الشريعة والدراسات الإسلامية، جامعة ام القرى، مكة المكرمة، السعودية، 1983/1982، ص294ص295

¹ محمد علي عبد الخالق عبير، تحليل مقومات التنمية الاقتصادية في الدول العربية في ضوء الأهداف الإنمائية للألفية الثالثة، المجلة العلمية للدراسات الاقتصادية والعلوم السياسية، المجلد7، العدد13، جامعة الإسكندرية، مصر، 2022، ص50

² الترسلالي محمد، اقتصاديات منطقتي الساقية الحمراء ووادي الذهب بعيون إسبانية، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد09، برلين، ألمانيا، جوان 2019، ص105

³ بريم عبد القادر، مقومات التنمية في فكر مالك بن نبي، مجلة الحكمة للدراسات الفلسفية، المجلد11، العدد02، بن عكنون، الجزائر العاصمة، الجزائر، 2023/10/16، ص365

تستمر عملية التنمية وتتطور بفعل حسن استغلال الموارد المتنوعة خاصة الطبيعية منها، حيث تحسن استغلالها بهدف ضمان مصلحة الأجيال القادمة، وهو الأمر الذي تُكَلِّف الدول بفرضه على كل أطراف عملية التنمية، من خلال ترشيد الاستعمال الحسن للموارد الطبيعية مثل المحاصيل الزراعية، الضرائب الزراعية التي تنظم عمل المزارعين، التوعية نحو سلوك بيئي صحيح، تجريم هدر الموارد البيئية، تجريم الصيد الجائر، حرق الغابات، قطع الأشجار، تلويث المياه، تشجيع الاعتماد على الطاقات المتجددة كلها إجراءات من شأنها المحافظة على الموارد الطبيعية لعقود مستقبلية طويلة، لأن الخطأ الشائع أن الموارد الطبيعية لا تنتهي وهي عكس ذلك تمام إن لم يتم توجيه سلوكيات الفرد تجاهها.¹

إن فالموارد الطبيعية هي كل العوامل التي توفرها الطبيعة دون تدخل الإنسان، وتُعدّ من الأسس المهمة لتحقيق التنمية، خاصة في القطاعات الاقتصادية مثل الزراعة، الصناعة، والسياحة، وتتمثل في التربة، المحاصيل الزراعية، الثروة المكية، المياه، الغاز، البترول، الفحم، المعادن، المواقع الجغرافية المهمة كالقرب من المسطحات المائية مما يوفر ثروة وتجارة بواسطة المنتجات البحرية.

• التكنولوجيا:

و تعني إتاحة كل الاتصالات ومنتجات السلع والخدمات ذات القيمة المضافة، والقدرة على استخدام تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في تدعيم عملية التنمية وتطوير الاقتصاد، حيث تمثل أنشطة التكنولوجيا والبحث العلمي ومنتجات التطوير والابتكار إحدى أهم ضروريات التنمية، وتضمن لها استدامتها.²

وهي مجموعة الخبرات والمعارف المتراكمة والمتاحة وكذا الأدوات والوسائل المادية والتنظيمية والإدارية التي توفرها التكنولوجيا ويعتمد عليها الإنسان في أداء وظائفه وإشباع حاجياته المادية أو المعنوية، وبالتالي فالتكنولوجيا تربطها علاقة قوية بالتنمية فهي تُعجل من تطويرها وتضمن استمراريتها وتسهل إنجازها.³

وعليه يمكن القول أن عملية التنمية واستدامتها تركز في عصرنا الحالي على كل ما تنتجه التكنولوجيا من تحولات و تعاملات رقمية، وتطوير في البحث العلمي، كما يستفيد القائمون على عملية التنمية من البنى التحتية التكنولوجية كوجود شبكات انترنت وحواشيب ومراكز بيانات، هواتف نقالة، إعلام رقمي، وذلك من أجل رفع كفاءة الفرد المشارك في عملية التنمية عن طرق التأهيل والتدريب، وكذا رقمنة القطاعات، استخدام التكنولوجيا في الخدمات الحكومية (حكومة الكترونية)، وحتى الشراكات الدولية الخارجية في مجال التنمية والاقتصاد من خلال تبادل الخبرات ونقل المعرفة.

¹ علام سعد طه، المرجع السابق، ص 111 ص 114

² محمد علي عبد الخالق عبيد، المرجع السابق، ص 52.

³ علام طه سعد، المرجع السابق، ص 149

• التخطيط الاستراتيجي:

وهو كل نشاط علمي ينطوي على تدخل اداري من جانب هيئة مركزية في مجريات الأمور الاقتصادية والاجتماعية وذلك بغية التأثير عليها ودفعها في مسار مرغوب فيه، وذلك من اجل ارسال الإشارات وتصحيح المسارات التنموية.¹

والتخطيط الاستراتيجي عبارة عن عمية تحدد من خلالها المنظمة أهدافا طويلة الأمد وتحدد أيضا الكيفية التي ستقوم من خلالها بتحقيق الأهداف التنموية، حيث يقوم هذا التخطيط على نظام معلومات وصنع قرارات على ضوء عدة متغيرات منها البيئة المحيطة، الخطار المحتملة، الموارد المتوفرة، مع تحديد نقاط القوة والضعف في كل قرار او استراتيجية من اجل اقتناص اكبر فرص نجاح هذا التخطيط التنموي.²

وعليه فالتخطيط في العملية التنموية هو كل الطرق والقرارات والأساليب التي ينتهجها القائمون على عملية التنمية من اجل رسم مسار واضح ومعدل ومنظم لمستقبل المجتمع او الدولة، بهدف التطوير والابتكار، توفير سبل الراحة، تحسين المستوى المعيشي، تقليل نسب البطالة، توفير فرص العمل وكل رؤية تنموية فيها الصالح العام.

• رأس المال او المقومات المالية:

تعتبر الموارد المالية احدى اهم مقومات التنمية، اذ ان نجاح القائمين على التنمية في أداء مهامهم يقتضي توفر رؤوس أموال تغطي نفقات تلبية خدمات المواطن، هذه الموارد المالية يتم الحصول عليها من خلال الضرائب والرسوم، العائد من التصدير، عائدات الإنتاج، التبرعات، الجمعيات، كلها موارد تؤدي الى استقلال القطاع التنموي وتطويره.³

¹ عبد مولاة وليد، التخطيط الاستراتيجي للتنمية، جسر التنمية، العدد114، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، يونيو 2012، ص03

² زغدار عبد الحق، صوالحي ليلي، مساهمة التخطيط الاستراتيجي في تحقيق التنمية المحلية بالجزائر، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، المجلد6، العدد11، جامعة باتنة 1، الجزائر، ص75

³ الحاج سي فضيل، وآخرون، إشكالية التنمية المقومات والمعوقات، المجلة الجزائرية للاقتصاد والإدارة، العدد09، جانفي 2017، ص166

وهي أيضا الآلية المالية التي تشمل استخدام النفقات العامة والإرادات العامة والموازنة بتأثيرها على مجمل النشاط الاقتصادي، أي تخصيص الموارد المالية وكل النفقات من أجل تحقيق النمو والاستقرار التنموي.¹

ومقومات التنمية المالية هي تلك الموارد التي يمكن توفيرها من مصادرها المختلفة لتمويل عملية التنمية، من أجل توفير الخدمات وتحقيق الصالح العام وكذا تلبية حاجيات المواطن.²

وبالتالي يمكن القول أن الموارد أو المقومات المالية اللازمة لكل عملية تنموية هي جميع الأموال والتمويلات المتاحة التي تُستخدم لدعم وتنفيذ المشاريع والخطط التنموية في الدولة أو المجتمع، سواء كانت تلك الأموال من مصادر داخلية أو خارجية، حكومية أو خاصة.

بناءً على ما سبق ذكره يمكن القول أن عملية التنمية تستند على مقومات أساسية من الضروري تواجدها ضمن شروط عديدة، إضافة للمقومات المذكورة نجد أن الإدارة التنظيم أيضا عاملان أساسيان في تحقيق عمليات التنمية والنهوض بالمجتمعات وتقدمها، وكذا نشير إلى دور الإدارة السياسية في عملية التنمية فهي تخطط وترسم السياسات المتبعة، وتحدد طبيعة وكيفية الوسائل والمراحل التي تمر بها التنمية، كما توفر المناخ المناسب لذلك، وذلك عن طريق وجود استقرار سياسي ونظام معلوماتي واسع ودقيق.³

3- أهداف التنمية

إن عملية التنمية عموما تهدف إلى تحقيق التوازن بين جميع القطاعات، من خلال توحيد جهودها في سبيل توفير سبل الراحة للمواطن، وتحسين مستواه المعيشي وكذا تلبية حاجياته وتحقيق الاكتفاء، ويمكن تلخيص أهم أهداف عملية التنمية فيما يلي:

- تحقيق حياة أفضل للفرد، وذلك عن طريق عمليات التخطيط الاستراتيجي وتنفيذ سياسات تنموية مدروسة اجتماعيا، اقتصاديا، ونفسيا، من خلال دراسة الجوانب النوعية للوضع وتحسينها بغض النظر عن الكمية.⁴
- الإشباع العادل للحاجات الأساسية للإنسان، انطلاقا من حقه في البقاء، الأمر الذي يتطلب تضامنا بين الأجيال الحاضرة والمستقبلية من أجل ضمان استمرار وتطوير عملية التنمية، إضافة إلى

¹ أوكيل حميدة، دور الموارد المالية في تحقيق التنمية الاقتصادية دراسة حالة الجزائر-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص اقتصاديات المالية والبنوك، قسم علوم اقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أمجد بوكرة، بومرداس، الجزائر، 2015/2016 ص 03

² بقدر سامية، بوقناديل محمد، الموارد المالية ودورها في تحقيق التنمية المحلية -دراسة تحليلية للموارد المالية لبلدية صيرة ولاية تلمسان خلال فترة 2010-2019، مجلة التكامل الاقتصادي، المجلد 09، العدد 02، تلمسان، الجزائر، جوان 2021، ص 243

³ خليل مصطفى عبد الحكيم، المرجع السابق، ص 79

⁴ برسولي فوزية، بولحية شهيرة، المرجع السابق، ص 309

تحقيق الاستقلالية في اتخاذ القرارات وتبني نموذج تنموي متناسق داخليا وخارجيا مع حاجيات الشعوب وكذا سياقاتهم وكذا التاريخ السياسي والثقافي للأفراد.¹

- تركز التنمية على علاقة الفرد بمحيطه، أي بالطبيعة المحيطة به، البيئة التي يعيش فيها، وبالتالي فهي تعزز من احترامه للطبيعة، وتعمل على ترشيد تعامله مع النظم الطبيعية على أساس انها الحياة الأساسية، إضافة الى كونها تهدف إلى احداث تغييرات مناسبة في أولويات المجتمع من خلال السيطرة على المشكلات التي قد تواجهه.²

- ربط التكنولوجيا بما يخدم اهداف الفرد والمجتمع، وذلك من خلال توعية وتدريب الافراد على مخرجات التكنولوجيا والاعتماد عليها وفي ممارساتهم اليومية، مع التشديد على ضرورة تجنب مخاطرها او ما قد تؤثر به على الممارسات التنموية، والتعامل معها كأداة لتحقيق الربح الاقتصادي، وتحقيق التماسك الاجتماعي، واثراء الرصيد الثقافي، كلها إجراءات تصب في صالح التنمية.³

- تحقيق مبدأ اللامركزية، والذي تتمكن من خلاله كل من الهيئات الرسمية، والشعبية، الأهلية والسكان بشكل عام من التظافر و التشارك في اعداد وتنفيذ الخطط التنموية.⁴

- تحقيق مبدأ التمكين، وذلك من خلال تمكين المواطن اقتصاديا، سياسيا عن طريق إشراكه في صنع القرار، اجتماعيا وتحفيزه على المشاركة في منظمات المجتمع المحلي، تمكينه إداريا من خلال الحد من الروتين وتطوير قدرات الأجهزة الإدارية.⁵

- مساعدة الافراد والجماعات على مواجهة حاجاتهم و طموحهم المتغير او المتقلب حتى يتمكنوا من تأدية ادوارهم في عملية التنمية، إضافة إلى السهر على توفير الظروف العادلة من خلال توفير فرص العمل، القضاء على البطالة، الرعاية الصحية خاصة بالريف، تشجيع التوسيع في التصنيع، الزراعة، التجارة، وغيرها من النشاطات الاقتصادية التي تضمن زيادة الإنتاج وتطوير التنمية.⁶

¹ فراحتية كمال، التنمية المستدامة، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، العدد 11، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2018، ص285

² برسولي فوزية، بولحية شهيرة، المرجع السابق، ص110.

³ عمارة هدى، البيئة والتنمية المستدامة تجربة الجزائر، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، المجلد 2017،

العدد 12، جامعة البليدة 2، لونيبي علي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، الجزائر، ص513

⁴ لعمي احمد، رحمان امال، المرجع السابق، ص258

⁵ سامح فوزي حنين، المواطنة والإعلام التنموي للأمام نر، ط1، الهيئة القبطية الإنجيلية للخدمات الاجتماعية، مطبعة

سيوبرس، القاهرة، مصر، 2009، ص18

⁶ السروجي طلعت مصطفى، المرجع السابق، ص63

- إن عملية التنمية تعتمد على البعد الزمني، فهي رؤية مستقبلية طويلة المدى، تهدف إلى مراعاة حق كل الأجيال في الموارد الطبيعية والبيئية وكذا الاقتصادية المحققة، وبالتالي فهي تضع حاجيات الفرد من الأولويات الواجب تليبيتها والمحافظة على استمراريتها.¹
 - تحقيق نمو اقتصادي مستدام بصورة تؤكد مبدأ المساواة والعدل، وكذا التركيز على تحقيق الاستثمار الصحيح للموارد الطبيعية والبشرية في المجتمع وتنميتها، إلى جانب تحقيق تنمية بيئية تحت سياسات محكمة تحافظ على البيئة والمحيط.²
- تعددت اهداف عملية التنمية واختلفت وشملت كل المجالات، ولكن يبقى الهدف الرئيس منها هو تحقيق التطور والازدهار، وضمان الصالح العام و تناقل الموارد والحق في تلبية الحاجيات بين الأجيال.

المطلب الثاني: العلاقة بين وسائل الإعلام والتنمية

إن دور الإعلام في توعية الافراد بحقوقهم وواجبات اليوم اصبح حجر أساس في عملية التنمية، حيث أن الإعلام يعمل على نقل المعلومات، وتلبية حاجات الفرد التواصلية والمعلوماتية، من توعية و تحذير و إخبار و تثقيف، وكذا نقل صوت المواطن و إشراكه في صنع القرار و التطوير من الأوضاع، و عليه ظهر مفهوم الإعلام التنموي، والذي هو نقطة الالتقاء بين مفهومي الإعلام والتنمية، و هو مفهوم حديث يسلط الضوء على توظيف الإعلام كويلة تدعيم للتنمية، من خلال نشر الوعي، تغيير او تعديل السلوكيات، توجيه الرأي العام، وما يميز هذا المفهوم انه يركز على العنصر البشري بصورة اكبر من جهتين مختلفتين، أولهما تمكين الافراد وتعزيز قدراتهم و توسيع مداركهم ، ومن جهة أخرى العمل على تثبيت الفرد او العنصر البشري كفاعل في العملية التنموية، أي إعلام تشاركي، كأن يكون الفرد عنصر مهما في عملية التنمية وهو ما يساعد على تسهيل النشاط التنموي من خلال جعل الفرد يدرك انه مهم وانه ذو فعالية بالغة في تطوير وتدعيم التنمية.

• مفهوم الاعلام التنموي:

لقد جاء مفهوم الإعلام التنموي للتعبير عن الاحتياجات والمتطلبات المجتمعية، حيث تتجسد أهميته في توصيل وتبسيط وحسن التنفيذ والمتابعة للأهداف التنموية، ويفترض ان يكون اعلاما هادفا وشاملا، وواقعيًا ويستند إلى الوضوح والصراحة والتعامل مع الجمهور.¹

¹ طه احمد رجاء، تحقيق اهداف التنمية المستدامة من خلال ممارسة التدريب المهني وإدارة الموارد البشرية، مجلة كلية التربية، المجلد 40، العدد 11، الجزء 4، مصر، نوفمبر 2024، ص 203

² شليحي الطاهر، تواتي عامر، أبعاد واهداف التنمية المستدامة آفاق 2030، مجلة البحوث والدراسات التجارية، العدد الأول، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجلفة، الجلفة، الجزائر، مارس 2017، ص 76

يُعرف الاعلام التنموي بأنه المنظومة الإعلامية الرئيسية او الفرعية المتخصصة في معالجة قضايا التنمية، وهو أيضا العملية التي يتم من خلاله توجيه أجهزة الإعلام ووسائل الاتصال الجماهيري داخل المجتمع خدمة للعملية التنموية ومصالحة المجتمع، فهو بذلك يركز على الجهود والتخطيطات الإعلامية المكرسة في سبيل تدعيم التنمية.²

والإعلام التنموي أيضا هو احد فروع النشاط الإعلامي الذي يهدف إلى احداث تحول اجتماعي هدفه التطوير والتحديث، أي هو الاستعمال الأمثل لوسائل الإعلام داخل المجتمع بما يتفق مع الصالح العام ويحقق عملية تنموية مستدامة وشاملة ويلبي احتياجات الافراد.³

إذن فالإعلام التنموي هو توظيف واستعمال الأجهزة الإعلامية بشتى أنواعها في العملية التنموية، وذلك عن طريق التسريع من إيجاد حلول للمشاكل الاجتماعية، نقل القضايا الاقتصادية والتعريف بها وتبسيطها للمتلقي، إشراك المواطن في التنمية، عبر توفير الفرص امامه للعمل والابداع، توعية الفرد بحقوقه وواجباته تجاه المجتمع و تحفيزه على تقديم نشاطات تنموية مفيدة، ترشيد سلوكيات الفرد بما يتماشى مع سيرر وتطور الحركة التنموية داخل المجتمع.

• وظائف الإعلام التنموي:

- تعليم الافراد الأساليب والمهارات اللازمة لعملية التطوير والتنمية والتحديث داخل المجتمع، وكيفية التعامل مع المشكلات وإيجاد حلول لها، وذلك عن طريق اختيار معلومات دقيقة وجذابة في نفس الوقت والعمل على اقناع و تحقيق التفاعلية من طرف الافراد تجاه العملية التنموية.⁴
- دعم الثقافة القديمة للمجتمعات المحلية عبر وسائل الاتصال الجماهيري والمعتمدة على التشجيع الفني، كما يهدف إلى تعزيز الروابط الاجتماعية، وتزويد جميع مستويات المجتمع بروابط اتصالية افقية ورأسية مما يعزز الروابط بين الافراد.
- العمل على رفع الوعي وتقوية الدوافع التي تشجع الافراد على المشاركة الفعالة في مشاريع وفرص تنموية هادفة.⁵

¹ نجيب محمد أحمد، المرجع السابق، ص47

² علواش كهيبة، دور الإعلام المحلي التنموي في تعزيز العملية التنموية بالمجتمع -قراءة في الابعاد التنموية للإذاعات المحلية-، مجلة الحكمة للدراسات الفلسفية، المجلد 11، العدد 01، الجزائر، 2023، ص06

³ كنانة محمد فوزي، ضيف الله وفاء، المرجع السابق، ص181.

⁴ طه هاشم مريم، آل فرهاد عبد الصمد علي، الإعلام الرقمي و دوره التنموي من وجهة نظر طلبة جامعة البصرة، مجلة دراسات البصرة، ملحق العدد 49، كانون الأول، 2023، البصرة، العراق، ص724

⁵ لبصير فطيمة، المرجع السابق، ص53

- ترسيخ الوعي الحقيقي بالتنمية القائمة على المصارحة وتقديم الحقائق من ثم تبني المشكلات وإيجاد حلول لها، وكذا تنمية الحس الوطني و الوعي بالمسؤولية التي تقع على عاتق الفرد تجاه مختلف القطاعات التنموية و الدعوة للمحافظة على التراث الثقافي والتاريخي و البيئي.
 - الكشف عن الأفكار الهدامة الداعية الى التراجع والتخلف ومحاربتها بواسطة الإعلام، و العمل على تثقيف النخبة من المجتمع وتبني الفئات النشطة كالمراة والشباب وذوي الهمم.¹
 - يعمل الإعلام التنموي على توسيع الآفاق الفكرية ولفت انتباه الافراد نحو القضايا التنموية الهامة، بهدف التأثير على توجهاتهم او أفكارهم التي قد تكون مضادة للتنمية والتطوير، وبالتالي عمل الإعلام التنموي هنا هو تعديل او تصحيح وجهات النظر والسعي إلى دعوة الفرد للمشاركة البناءة في عملية التنمية.
 - محاولة اكتساب ثقة المتلقي و استقطاب قناعاته من خلال تحري الصدق في نقل المعلومة، نقل الحدث او القصية بكل حيادية وترك المتلقي يكون شريكا في القاء الحكم او التوجه نحو هذه القضية التنموية المنقولة اليه.²
 - تحري الواقعية في انجاز المهام الإعلامية تجاه التنمية، فواقعية الأسلوب والطرح تقنع الفرد والمتلقي بحتمية الانتباه مع العملية التنموية خاصة إذا اتسم الأسلوب بالاستناد إلى تقديم حجج وبراهيم واقعية منطقية تصب في فائدته ومصالحته وبالتالي الاقناع سيكون اكثر سهولة.
 - مخاطبة الرأي العام واقناعه بضرورة التغيير الاجتماعي للأفضل، بما يخدم الأهداف التنموية، وذلك عن طريق استراتيجيات تمس بالجانب الاقتصادي والاجتماعي، الثقافي، وحتى السياسي من اجل توحيد جهود كل المجالات وصبها في صالح عملية التنمية.³
- 1- خصائص الإعلام التنموي:**

- إن اهم ما يميز الإعلام التنموي هو الهدف الرئيس منه وهو تدعيم عملية التنمية، ولعل ابرز الخصائص التي يتسم بها الإعلام التنموي هي:
- إعلام هادف، يسعى إلى تهيئة الأجواء المناسبة لإنجاح الخطط التنموية المنجزة، إضافة الى رغبته في تعزيز قدرات الافراد داخل المجتمع.

¹ علواش كهينة، المرجع السابق، ص07.

² كنانة محمد فوزي ، ضيف الله وفاء، المرجع السابق، ص182.

³ كريمة عباد لويضة، دور التلفزيون الجزائري في التنمية الاقتصادية دراسة وصفية تحليلية لحصة المؤشر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والإعلام، جامعة الجزائر، 2004/2003،

- الشمولية، فهو يربط ويجمع بين جميع القطاعات التنموية، الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية، السياسية، أي يحاول ان يكون مركزا لكل المجالات وتجميعها لتدعيم التنمية.¹
- يتميز الإعلام التنموي بخاصيتي التخطيط والبرمجة أي انه يندرج ضمن الخطط الوطنية او القومية الشاملة للتنمية، كما أنه يستوحي أهدافه من حاجات المجتمع الاساسية، أي أن جهوده تُستقى من الشعب وتصب في صالح الشعب.²
- المساهمة في تنفيذ الحملات الإعلامية والتي هدفها التوعية والتحسين من مدركات المجتمع تجاه قضايا التنمية، واستهداف تحقيق التغيير الشامل في معظم القطاعات التنموية بغرض الصالح العام.³
- التعدد والشمولية، ويُقصد بالتعدد هنا في الإعلام التنموي وهو تعدد اشكاله، أي اينه يحاول الأخذ بجميع اشكال وسائل الإعلام السمعية، السمعية بصرية، المكتوبة، وكذا الرقمية من اجل الانتشار والوصول إلى اكبر الاعداد الممكنة من المتلقية في جميع مستويات وفئات المجتمع، والشمولية في محاولته للإلمام بجميع القطاعات التنموية خلال معالجته لقضاياها التنموية.⁴

المطلب الثالث: أهم النماذج المفسرة للإعلام التنموي

إن استخدام وسائل الإعلام في مجال التنمية يستوجب مراجعة أدبيات لها تربط بين الإعلام والتنمية، حيث تُعتمد في التعرف على الاستخدامات الأساسية للإعلام في خدمة التنمية، إذ توجد عدة نماذج تفسر الإعلام التنموي أهمها:

أولاً: نموذج التحديث ل " دانيال ليرنر ":

ما قام به دانيال ليرنر من أبحاث نجم عنه عدة نتائج أهمها أن منطقة الشرق الأوسط تحتضن فئتين من المجتمعات الأولى سماها فئة عصرية الثانية فئة تقليدية، تعيش الفئة الأولى في مناطق حضرية وتمدنية بشكل كبير، أما التقليدية ظلت منعزلة في المناطق الريفية، وعليه فإن عملية التغيير الاجتماعي تمس فقط المناطق الحضرية أي الفئة العصرية التي تمارس كل المهام العليا في مختلف القطاعات خاصة التنموية منها، أما الفئة التقليدية التي تقبع فقط في المناطق الريفية فالتغيير الاجتماعي فيها يواجه صعوبة التمكن من

¹ ايسر خليل إبراهيم، دور الإعلام التنموي في عملية التطوير الاجتماعية، مجلة جامعة الانبار، للعلوم الإنسانية، العدد 23، جامعة الانبار، العراق، 2018، ص 325

² فريجات نسبية، سبتي رشيدة، الإعلام وتعزيز قضايا التنمية المستدامة، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد 3،

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الوادي، ديسمبر 2013، ص 143

³ طه هاشم مريم، آل فرهاد عبد الصمد علي، المرجع السابق، ص 723

⁴ كنانة محمد فوزي، ضيف الله وفاء، المرجع السابق، ص 182

أفكارهم نتيجة جمود التنظيم الاجتماعي وما تمليه العادات والتقاليد من اعتراضات أو عدم وثوق في السلطات.¹

وعليه فإن نموذج ليرنر يقارن بين الفئة العصرية التي تسرع من عملية التغيير الاجتماعي والتي تزيد من سرعة التغيير الاجتماعي، وبين الفئة التقليدية التي قد ترفض كل ما يغير نمط معيشتها المعتاد، وهنا الأمر يتطلب تدخل وسائل الإعلام وما تقدمه من مضامين تشجع وتنتشر الوعي التنموي بغرض تحقيق التوازن الاجتماعي بين الفئتين و العمل كمفاعل أساسي في الحركية النفسية للمتلقين.

ثانياً: نموذج ولبر شرام:

اهتم شرام في هذا النموذج بالعلاقات القائمة بين الإعلام والتنمية، خاصة في دراسته "الاتصال والتنمية الوطنية 1964" وقد قدمت هذه الدراسة نوعاً من المعرفة حول الدور الذي يقوم به الاتصال في دعم التنمية الوطنية²، وقد نتج عنها بعض الميزات التي يدعم بها الإعلام سيرورة التنمية تمثلت في مجموعة وظائف، كالتالي:

- تجاوز الفكر التقليدي وتوسيع آفاق المتلقين، وجعل المتلقي يدرك أن هناك تحديثات وتغيرات مستمرة على جميع الأصعدة خاصة التنموية منها، حيث يجب أن يتم ترغيب الأفراد في عملية التنمية وتحسيسهم إليها عن طريق الربط بين سائر الأنشطة التنموية، الأمر الذي يجعل المتلقي يدرك متطلبات التنمية واحتياجاتها ويساهم فيها.³
- رفع تطلعات الجماهير عالياً حول الأحداث المهمة والأشخاص ذوي الأهمية، خاصة الدول النامية والتي هي بأمس الحاجة إلى توجيه إدراك شعوبها بالعمليات والمشاريع التنموية التي تعود بالفائدة على الصعيد الشخصي وكذا القومي.⁴

و لما سبق ذكره يمكن القول أن ولبر شرام حاول في نموذج المناداة بضرورة إشراك الإعلام كحجر زاوية في توعية الشعوب و الرفع من نسبة وعيها الاقتصادي والثقافي والاجتماعية والسياسي، إذ أن الفرد يعتبر العنصر الأساسي والفعال في عملية دعم التنمية، فحينما يتوافر لدى الفرد الكم الكافي من المعلومات والتحديثات والأفكار التنموية فسيكون هناك تنسيق بين جهود السلطات و مبادراته وجهوده كطرف فعال في العملية التنموية.

¹ عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، الإعلام التنموي والتغيير الاجتماعي: الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، دار الفكر العربي، ط5، مصر، 2007، ص33

² عزي عبد الرحمان، وسائل الاتصال والمجتمع الريفي في العالم العربي: أزمة المنطلق وتمدن الرسالة، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 7، 6، الجزائر / 1992، ص108.

³ ميلود مراد، رفاص وليد، المرجع السابق، ص35

⁴ بركون كهينة، أو شن جميلة، المرجع السابق، ص113.

و تفترض هذه النظرية أن الإعلام يجب أن يعمل جنبا إلى جنب مع الأوضاع الاقتصادية والسياسية وذلك في سبيل تحقيق التنمية القومية، وعليه فالفرض الأساسي لهذا الأنموذج هو أن الإتصال مكمل للتحديث التنموي، فكلما كانت المساعي الاقتصادية والسياسية مكثفة وكانت الجماهير مقتنعة بما ينتج عن تلك المساعي من فوائد، كان دور الإعلام فيها تكميليا وداعما.¹

إذن فالنموذج البنوي يفترض وجوب القضاء على كل قيد قد يعيق سير عملية التنمية، ويشدد على أن دور الاتصال فيها مكملا فقط، فالعمل التنموي المكثف يجب أن يكون متمثلا في مشاريع و استراتيجيات سياسية واقتصادية خاصة في المناطق الريفية باعتبارها الأكثر حرمانا من الموارد و البنى التحتية، كما يعتبر هذا النموذج أن اشراك الجمهور في المساعي التنموي يعتبر أساسيا بحكم أن الجمهور أو المواطن هو أساس وهدف عمليات التنمية.

المطلب الرابع: الإعلام شريك فعال في عملية التنمية:

إن المعادلة بين الإعلام والتنمية تركز على دور كل منهما في استكمال الآخر، فالتنمية بالمختصر كما ذكرنا سابقا هي كل الجهود المبذولة في سبيل تحسين الأوضاع المعيشية للأفراد، أما الإعلام فهو النشر والتوعية والإخبار والتوجيه، إذن فإعلام تنموي هو كل تجسيد لوظيفة الإعلام في سبيل نشر مفهوم التنمية وتدعيمها، وبالتالي هنا الإعلام له فضل كبير على توسيع ونشر الحس التنموي بين افراد المجتمع.

فالمهمة الأساسية لكل تخطيط إعلامي ناجح في مجال التنمية هو تزويد الجمهور أو المواطنين بأكبر قدر صادق وموثوق من المعلومات والحقائق التنموية التي تخدم الصالح العام، وهو الدور الذي يقع على عاتق وسائل الإعلام التي تحرص على احتواء كل شرائح المجتمع وفهمها وتحليلها ثم تفكيك مدركاتها و قناعاتها ومحاولة توحيد توجهات كل منها نحو حقائق و مسارات تنموية موحدة وهادفة، فوضع استراتيجيات إعلامية تنموية ناجحة يعود أساسا إلى كيفية فهم و ترتيب احتياجات افراد المجتمع ثم تليتها عن طريق معالجة خطابات تنموية هادفة وشاملة و تحديد المشكلات التي تواجههم ثم تحديد الحلول المناسبة لها.²

طالما ارتبط تطور أداء الإعلام التنموي برغبة الدول في التطوير من مجتمعاتها وتوفير كل سبل الراحة وتحسين مستوى شعوبها المعيشي، وبالتالي كان لا بد من استغلال التأثير القوي التي تحظى به وسائل الإعلام خاصة الرقمية منها في توجيه وتعديل سلوكيات وممارسات الافراد داخل المجتمع وتجاه

¹ عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، المرجع السابق، ص42.

² طوالبية محمد، الإعلام والتنمية العلاقة بين تنمية وسائل الإعلام والإعلام التنموي، مجلة دراسات في التنمية والمجتمع، العدد05، جامعة حسبية بن بو علي، الشلف، الجزائر، جوان 2016، ص116

الموارد الطبيعية والقدرات البشرية التي يملكونها، من خلال التوعية والتعليم ونشر كل المستجدات والمحاذير والتعليمات اللازمة والتي تسطر السلوك التنموي للفرد وتحده وصولاً إلى قطاعات اجتماعية واقتصادية ناجحة.¹

إن نجاح الدور الإعلامي في الجانب التنموي يعود إلى مدى تمكن واحترافية القائمين على الإعلام من أداء مهامهم على أكمل وجه بما يخدم العملية التنموية، وقد يتم ذلك عبر عدة وسائل واستراتيجيات أهمها العمل على تكثيف الدورات التدريبية والتوعوية، استغلال تكنولوجيا الصال في العملية الإعلامية التنموية تكوين شبكات معلومات تحت على المشاركة في العمل التنموي من باب المشاركة في الإنتاج وتحقيق الاكتفاء وتدعيم الصالح العام، مع التركيز على الحوار وتوفير فضاء تفاعلي وعام لتبادل وجهات النظر والاستماع لانشغالات المواطن نحو ما يهمه من قضايا تنموية.²

إضافة إلى كل المهام التي يتولاها الإعلام في العملية التنموية، تجدر الإشارة إلى ان اول ما يترأس قائمة أولويات العمل الإعلامي التنموي هو التأكيد على القيمة الإنسانية لكل فرد داخل مجتمعه، لأن الانسان بدوره ليس فقط مركز العملية التنموية بل هو هدفها أيضاً، وهو المحرك الوحيد لها في جميع القطاعات، وهو القائم على الطرفين، على الجهاز الإعلام كقائم على الخطاب الإعلامي المطروح، وهو المتلقي الذي يتعرض له، وهو الراغب في عملية التنمية، والمستهدف منها كذلك، وبالتالي فلا يمكن إنكار او تجاهل الأهمية البالغة التي يوليها الجهاز الإعلامي للمتلقي خلال عمية المعالجة لقضايا التنمية واستهداف الرفع من وعيه التنموي.³

تقوم وسائل الإعلام بدورها على مستويات عديدة، اهمها المستوى الرسمي والذي يكون عن طريق رصد وتحليل ومعالجة وإعادة تركيب للمعطيات والحقائق والقضايا التنموية المعقدة وإخراجها بصورة ابسط وشرحها بطريقة يستوعبها ادراك المتلقين على اختلاف مستوياتهم، وهو ما يدعم الدور التنموي للدولة، حيث يشارك الإعلام في نقل الصورة التنموية من السلطات إلى المواطن، ثم يتعقب الإعلام التنموي نتائج كل المخططات والمشاريع التنموية التي قام بنقلها، ويكشف للمواطن كل الحقائق بموضوعية، ويرصد المشكلات التي تواجهه ويحدد حلولاً لها، إضافة إلى المستوى الاخر وهو المستوى الشعبي والمقصود به هو حشد وجذب و اقناع افراد المجتمع بضرورة المشاركة في عملية التنمية من

¹ سيد عبد الرحمان محمد نجلاء وآخرون، المرجع السابق، ص59

² عبد الجواد عياد احمد محمد آية، توظيف الإعلام التنموي الرقمي في المساهمة الفعالة لتحقيق اهداف التنمية المستدامة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، المجلد 04، الجزء 03، مصر، أكتوبر 2021، ص1893.

³ الحسن محمود عيسى، الإعلام والتنمية، دار زهران للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2010، ص77

خلال توعيتهم وتنقيفهم اقتصاديا، سياسيا، ثقافيا، اجتماعيا، عن طريق تبسيط الأمور التنموية المعقدة وشرح المصطلحات التي قد تكون غامضة وتوجيه وترشيد النشاط الاستهلاكي لديهم¹.

إضافة الى ما سبق ذكره من مهام يقوم بها الإعلام في سبيل تدعيم التنمية، يضيف هارولد لازويل مجموعة مهام تقع على عاتق الإعلام تجاه المجتمع وتنميته، كمراقبة البيئة من خلال تجميع وتوزيع كل البيانات والمعطيات الهامة التي تخص مجال البيئة، مما يسهل على المتلقي الوصول إلى كل ما يخص محيطه البيئي بصورة ادق وابطس، كما يقول لازويل انه على الإعلام التنموي القيام بوظيفته الثقافية وذلك من خلال نقل التراث الثقافي والحفاظ على الموروث الوطني والتقليدي مما يساعد على تنقيف الأجيال و اعطاءها قاعدة أوسع من القواعد والأعراف والتقاليد بحث تتناقل الأجيال فيما بينها، ويضيف أيضا وظيفة أخرى هامة يقوم بها الإعلام التنموي وهي تحقيق الترابط والإجماع من طرف افراد المجتمع تجاه القضايا، الامر الذي يتحقق فقط بواسطة اختيار وتقييم الانباء وتنقيعها ومعالجتها بموضوعية ثم طرحها على المتلقي و تركه يختار ويقيم و ويدرك ويقتنع².

تحتاج المجتمعات المحلية وخاصة المتواجدة منها في الدول النامية إلى دفعة قوية اجتماعيا وثقافيا مما يؤدي إلى تحقيق نشاط اقتصادي ناجح، وهو العمل الذي تسعى وسائل الإعلام إلى تأديته، عن طريق إتباع أساليب حديثة في العمل الاجتماعي، والاقتصادي متبعا مبدأ التغيير الحضاري في طريقة التفكير العمل في الحياة، الامر الذي يتطلب تسخير كل أنواع وسائل الإعلام في التعليم والتوعية وزيادة معدل التعليم والقضاء على الامية، المساعدة على تحقيق تدفق المعلومات من كلا طرفي عملية الاتصال (مرسل/ مستقبل) وتحقيق تفاعل بينهما بما يساعد في رفع الوعي، العمل على تدريب مجموعات متخصصة داخل المجتمع، مثل فئة النساء، باعتبار المرأة العامل الأساسي في التنشئة وبالتالي تسهل عملية ترسيخ المفاهيم و حس المسؤولية في الأجيال عن طريقها، كما يمكن للإعلام التنموي اتاحة الفرصة امام الجماهير في ابداء الرأي واتخاذ القرارات مما يخلق نوعا من المرونة في التعاطي مع القضايا التنموية³.

تعتمد عملية التنمية في أساسها على العنصر البشري من بداية التخطيط لها إلى غاية تنفيذها، وتعتمد في مرحلة الانتشار والتأثير على الإعلام بدرجة كبيرة، إذ اصبح الإعلام التنموي هنا أداة في يد كل من

¹ فريجات نسبية، سبتي رشيدة، المرجع السابق، ص146

² عبد الله الطيب عبد النبي، الإعلام والتنمية مشكلات وقضايا، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ط1ن مصر، 2014، ص207

³ عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، المرجع السابق، ص64

المواطن والمُخَطِّط والمُنْفِذ، يتابع كل المراحل ويرصدها مما يدفع منفذي العملية التنموية الى الإصلاح والاستغلال الحسن للموارد تحسبا لكون العمل التنموي سيتم عرضه ونقله للمواطن عبر الإعلام.¹

مما سبق يمكن القول بأن العلاقة بين الإعلام والتنمية هي علاقة أخذ وعطاء، فالإعلام يساعد التنمية على النجاح والفعالية والتأثير والتطور، والتنمية تساعد الإعلام على الانتشار واستقطاب المتلقي.

المطلب الخامس: الاعلام التنموي في الجزائر

سُمي الاعلام التنموي بالاعلام المساند للتنمية وذلك لكونه المجال الذي يستهدف الإسراع من عمليات التطوير والتحسين من الواضع، والتحويل من الفقر إلى الازدهار وتحقيق الاكتفاء والتوعية والتنقيف، ففي الخمسينات والستينات قامت عدة منظمات مثل اليونسكو بتكريس العديد من المشروعات التنموية استخدمت فيها الإعلام وأجهزة الاتصال من اجل التوعية والتحسيس تجاه مدى أهمية المشاركة في عملية التنمية وماهي الفوائد التي تعود بها على الصالح العام، أي ان مساهمة الاعلام في تدعيم التنمية يطلق عليه الاتصال في خدمة التنمية، يعني توجيه كل الجهود وتطبيق كل الاستراتيجيات في سبيل إنجاز عملية التنمية.²

وعليه فالجزائر أيضا حاولت القيام بذات الدور من خلال تكريس مساعي الإعلام في خدمة التنمية، فالحديث الى بداية العلاقة بين الإعلام الجزائري و مفهوم التنمية يعود إلى سنوات ما بعد الاستقلال، حيث اقتنعت القيادة في البلاد أنه لا بد من ضرورة وضع تخطيطات واستراتيجيات مضبوطة من اجل تحقيق تنمية شاملة وتطوير طويل الأمد، خاصة وان الجزائر وبعد استعمار دام اكثر من قرن ونصف أراد من خلاله محو هوية الشعب الجزائري وطمس رغباته ونشر الجهل فيه، فالجزائر آنذاك كانت قد خرجت بنى تحتية هشّة ومجتمع تسوده الامية والمجاعات والفقر والابوئة، ونظرا لكل هذه الأوضاع حاولت كل القيادات التي مرت على الجزائر احتواء الأوضاع وإيجاد حلول لها.

فقد كانت البداية في تحول الإعلام الجزائري إبان الاستقلال من مجرد وسائل إعلامية وإعلانية للاستقلال إلى وسائل إعلامية بناء هدفها تنظيم وإعادة تشييد للمجتمع، فكل المشاكل التي سبق ذكرها والتي تشبب فيها الاستعمار الفرنسي كانت مطروحة امام الإعلام لتنظيمها و معالجتها والمساعدة في الحد من نتائجها السلبية والمساهمة في التوعية والتنقيف، حيث ادركت الجزائر انه عليها النهوض بالمجتمع واقتصاده وثقافته وتحسين أوضاعه انطلاقا من الفكرة التي اشارت اليها الأمم المتحدة للدول النامية

¹سامح فوزي حنين، المرجع السابق، ص69

²الصعوب عبد الرحمان هناء، العلاقة بين التخطيط الإعلامي والسياسات التنموية في الوزارات الأردنية، رسالة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، كانون الأول، 2010، ص61

وهي: " ان كل بلد ناشئ يستعمل الوسائل السمعية البصرية لنشر الثقافة والعلوم والتقنيات، سيصل بعد سنوات قليلة الى ما تصل اليه الدول الأخرى عبر الأساليب التربوية." ومن هنا استلهمت الجزائر فكرة توظيف الإعلام في النهوض بقطاع التنمية والسعي إلى الإسراع من عملية التغيير الجذري في الأوضاع المنتشرة آنذاك.¹

وعليه بدأت الصحف والجرائد تعمل في سبيل تحقيق التنمية الشاملة، مثل جريدة " الشعب " و" المجاهد" اليومي و تلتها جريدة " غداة الاستقلال" و عدة جرائد أخرى حملت شعار التنمية والتطوير، كما ركزت الجزائر على الجانب التربوي و التعليمي ونظرا لأن الجزائر آنذاك انتشرت فيها الامية بنسبة تفوق 70%، فكان دور الصحف هنا هو المساعدة على تعليم الشعب القراءة والكتابة من خلال اصدار بعض صفحات الجرائد مشكولة لتسهيل القراءة على الأميين.²

وقد عملت كل القيادات المتتالية على الجزائر حينها الى تجسيد بعض الإستراتيجيات التي من شأنها النهوض بالقطاع التنموي وتحسين وتغيير الأوضاع السائدة، من تطبيق لتجربة التسيير الذاتي في محاولة لفك الارتباط بالاقتصاد الفرنسي، ثم محاولة سد الاحتكار واستعادة الثروات الوطنية، وتبني العديد من المشاريع مثل الثروة الزراعية، ومشاريع الصناعات الثقيلة، ثم تطبيق سياسات الاستهلاك الواسع لتمكين المواطن تحت شعار " من اجل حياة افضل"³

لقد اقتضت عملية التنمية في الجزائر بعد الاستقلال تكاملا وتعاوننا بين مختلف الأنشطة الاقتصادية، السياسية، الثقافية، الاجتماعية وفق مخططات مدروسة ودقيقة تستهدف كلها تنمية المواطن الجزائري باستخدام أجهزة الإعلام الجماهيرية، حيث سعت الجزائر إلى فرض شخصيتها على جميع الأصعدة التنموي، واتخذت صورة جديدة تنادي بضرورة تحسين الأوضاع المعيشية و القضاء على الفقر والمجاعة. كما سعت إلى أن تنقف الشعب وتنشر التعليم و كل سبل التطور وذلك ما جعلها تدرك أهمية وسائل الإعلام وتوظيفها كشريك فعال في عملية نشر ملامح التنمية واسترجاع كل ما سعى الاستعمار إلى تحطيمه من مقومات جزائرية مثل التعليم والثقافة و أهمها الإعلام والصحافة، حيث سعت السلطات إلى تحفيز قدرات المواطنين وإشراكهم في عمليات إعادة البناء والتطوير من خلال حشد الجماهير و توعيتهم

¹ وليد رفاص، مراد ميلود، المرجع السابق، ص49ص50.

² قدارة شوقي، بن خليفة إسماعيل، الإعلام وابعاده التنموية في المجتمع الجزائري في ظل تكنولوجيا الاتصال الحديثة،

مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، المجلد9، العدد1، الوادي، الجزائر، 15/04/2021، ص46

³ بالنور يوسف، المرجع السابق، ص65.

ولم تكن هناك أداة أقوى من وسائل الإعلام في توظيف قدرات المواطنين وإشعارهم انهم يساهمون في بناء حياتهم وتطويرها.¹

يرى "الدليمي" أنه لا تنمية من دون تخطيط إعلامي ناجح، يقوم برصد وجمع وتحليل المعطيات والمعلومات والقضايا التنموية وتقويمها ومعالجتها ثم طرحها على المواطن والذي تتأثر اتجاهاته وقناعاته وافكاره التنموية بحسب درجة تأثير الإعلام عليها، لما له من قدرة على معالجة الأحداث المهمة وربطها بالواقع الاجتماعي والذي يمثل مرجعا يحتكم اليه إعلامياً خلال معالجة الأحداث التنموية، فيعتبر المنفذ الرئيس إلى عقل المتلقي من خلال توظيف منبهات الادراك لديه والمستوحاة من واقعه و تجاربه الشخصية.²

ولما كان الإعلام التنموي ذو أهمية بالغة في عملية التنمية في الجزائر، فقد استطاع تلبية حاجيات الفرد، هذا الأخير الذي اصبح لا يستغني عن خدمات الإعلام في تزويده بالمعلومات والايخبار وتثقيفه وتوعيته بحقوقه وواجباته تجاه الظروف المحيطة به، مع خدمات الشرح والتفسير والتحليل، وتبسيط الأمور المعقدة و تلبية الاحتياجات التواصلية ورفع المطالب والانشغالات، اصبح الإعلام طرفا فعلا في حياة الافراد وهو الامر الذي أدى الى استحداث نصوص وتشريعات قانونية تحدد مهامه وخطواته والمراحل التي يجب ان تمر بها الرسالة الإعلامية التنموية التي يتم تمريرها إلى المواطن قصد التأثير فيه، كضرورة توافق مخرجات الإعلام التنموي مع الأهداف التنموية التي تسطرها السلطات، مراعية لظروف المجتمع الجزائري وتمرير رسائل إعلامية مناسبة له ، وسعيا لعدم التسبب في عرقلة نشاط الدولة التنموي.

ومن خلال ما سبق ذكره نشير إلى ان السياسة الإعلامية والتنمية في الجزائر، طرفين لعملية توعية وتوسيع افاق وادراك المواطن نحو التطور والنهوض بشتى القطاعات، كالعامل على إيجاد حلول مناسبة للمشاكل المنتشرة، التوعية حول النشاط المنافي لمبادئ التنمية، المحافظة على البيئة والموارد، وغيرها، وهنا ظهرت عدة سياسات تحدد طريقة عمل الإعلام التنموي وتشدد على ضرورة نجاحه، مثل ميثاق 1979 والذي أشار إلى الدور الاستراتيجي الذي تؤديه الوسيلة الإعلامية في خدمة اهداف التنمية، الى جانب تكريس كل الكوادر الإعلامية لمواكبة خطط التنمية وتوسيع شهرتها لدى الشعب، الامر الذي أكده ميثاق 1986 الذي اعتبر أيضا العمل الإعلامي حلقة ربط بين القائمين على التنمية وبين المواطن، فهو

¹ السويدي محمد، مقدمة في دراسة المجتمع الجزائري تحليل سوسيولوجي لأهم مظاهر التغيير في المجتمع الجزائري المعاصر، ديوان المطبوعات الجامعية، د.ط، 1990، الجزائر، ص 37 ص 46.

² العبد بو عافية، دور وسائل الإعلام في تنمية المشاركة السياسية في الجزائر دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة برج بوعريش، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع الاتصال، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريش، الجزائر، 2023/2022، ص 79.

يتجاوز نقل الواقع فقط بل يحقق التعبئة الشعبية وشحن الهمم والتشجيع على المشاركة الفعالة في التنمية، كما أشار أيضا إلى ضرورة توظيف الإعلام في حفظ حق المواطن في الإعلام والحصول على المعلومة.¹ لقد تمكنت الجزائر في مرحلة ما من تصعيد دور الإعلام واشراكه في عملية التنمية والتطوير، من خلال تنسيق الممارسة الإعلامية و جهود الحكومات، عن طريق عمليات التوعية والتثقيف، نشر الثقافة البيئية والسياحية، تدعيم التعليم والتربية، نقل المعلومات والحقائق، توخي المصداقية والموضوعية خلال معالجة قضايا التنمية، ترسيخ المفاهيم التنموية من خلال عديد الأساليب والإجراءات الاقناعية، استمالة المتلقي من اجل جعله يشعر بمشاركته الفعالة في عملية التنمية، تخصيص مساحات واسعة خلال النشر الإعلامي لقضايا التنمية وإيلاءها أهمية كبيرة بين المواضيع المعالجة ذلك بهدف تدعيم مساعي الدولة الهادفة إلى حياة افضل للمواطنين.

_المبحث الثالث: الصحافة الالكترونية في الجزائر

المطلب الأول: نشأة الصحافة الإلكترونية و خصائصها.

1- النشأة:

لقد سُميت الصحافة الالكترونية في عديد الدراسات بعدة مسميات، منها: الصحافة الرقمية، الصحافة الفورية، اللاورقية، الافتراضية، الصحف التفاعلية...، وهي كل اصدار دوري يتم بشكل الكتروني، وهي كل الصحف اللاورقية والتي يتم نشرها عبر شبكات الانترنت، حيث يقوم القارئ (المتصفح) باستدعائها والبحث داخلها عبر الهاتف، الحاسوب، او أي جهاز الكتروني، إضافة الى إمكانية حفظ موادها المنشورة، والرجوع اليها في أي وقت، وخاصة التفاعل معها وابداء الرأي عليها بطريقة انية.

سبق ذكر مفهوم الصحافة الالكترونية، وهي كل منشور دوري يصدر بشكل رسمي عبر شبكات الانترنت، يستفيد من مخرجات التكنولوجيا في جمع ومعالجة وتحرير المواد الإعلامية، مما يسهل عملية الوصول إلى القارئ بشكل سريع فوري وتحقيق السبق الصحفي عن طريقها، مع توفير عدة خصائص مثل التفاعلية، النصوص المتشعبة، الروابط الداخلية، مقاطع الفيديو، خانات ادراج التعليقات ومشاركة المادة الإعلامية عبر عدة تطبيقات ومواقع أخرى، وقد تكون نسخ رقمية لأرخی ورقية، أو الكترونية بحتة.²

¹ رفاص وليد، مراد ميلود، المرجع السابق، ص53.

² رمضان عبد المجيد، الصحافة الإلكترونية في الجزائر وهاجس المضمون والقانون، مجلة القانون والعلوم البيئية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجلفة، الجزائر، 2021، المجلد00، العدد01، ص53.

يعود ظهور الصحافة الإلكترونية عامة إلى سنوات التسعينات من القرن العشرين، حيث ظهرت الثورة التكنولوجية ودخلت إلى المؤسسات الاتصالية والإعلامية، حيث بدأت الأجهزة الإعلامية بإدخال أنظمة الجمع الإلكتروني، إذ تمكنت الانترنت بالظهور المكثف داخل غرف الاخبار في الصحف الامريكية والكندية، ويشير الباحثين إلى ان أوائل ظهور لهذا النوع من الصحافة كان مع ظهور خدمة التلكتست عام 1976، ثم خدمة الفيديو تكست الأكثر تفاعلية، ثم توالى استخدامات شبكات التكنولوجيا في الإنتاج الإعلامي بناءً على النجاح الذي حققه، وبذلك بدأ العمل على توفير النصوص الصحفية بشكل الكتروني إلى المتلقي عبر الاتصال الفوري المباشر.¹

في منتصف التسعينات برز النشر الإلكتروني وشكل ظاهرة إعلامية جديدة، استقطبت المتلقي واصبح يُقبل عليها اكثر وذلك من اجل التعرض وابداء الرأي، واصبح الإعلام هنا اكثر انتشارا وبسرعة اكبر، وبأقل التكاليف، وعليه قد فتحت الصحافة الإلكترونية هنا آفاقا واسعة و طرق اسهل واسرع لإيصال الرسالة الإعلامية وجذب المتلقي، حيث اصبح المشهد الإعلامي وبفضل شبكات التكنولوجيا اقرب وأوضح.

يمثل عام 1981 م تاريخ ميلاد اول صحيفة الكترونية حيث قدمت كمبيوتر خدماتها للجمهور مع 11 صحيفة مشتركة في وكالة أسوشيندبرس الامريكية، وكانت اول صحيفة تقدمها للجمهور الكترونية هي صحيفة كلومبس ديسباتش Colombes dispatch.² اول نسخة الكترونية في الولايات المتحدة الامريكية لصحيفة "شيكاجو تريبيون" 1992، ثم صحيفتي "هيلزبرغ أجيلاد" و "الواشنطن بوست" عام 1994، ثم توالى بعد ذلك عشرات الصحف منها النسخ الإلكترونية لنظيرتها الورقية و منها الكترونية البحتة، اما في الوطن العربي فارتبط مفهوم الصحافة الإلكترونية بظهور اول موقع لصحيفة "الشرق الأوسط" في سبتمبر 1995، ثم صحيفة "النهار" اللبنانية فيراير 1996، وتوالى بعد ذلك أيضا ظهور المواقع الالكترونية للصحف العربية مثل موقع " الجزيرة نت" و موقع " العربية نت".³

اما في الجزائر فقد انتبعت الصحف الورقية إلى خصائص شبكات الانترنت وما توفره من مزايا تساهم في الانتشار في فترات متأخرة بعض الشيء عن باقي الدول، فبادرت إلى انشاء مواقع خاصة بها على شبكة الانترنت ، وانتقلت بذلك الصحافة الجزائرية تدريجيا من الصحافة التقليدية إلى الالكترونية، ولم

¹ حاسي مليحة، سليمان شريفة، الصحافة الإلكترونية في الجزائر واقع وتحديات دراسة نظرية، مداخلة للمشاركة في ملتقى دولي حول:الإعلام المحلي في الجزائر التحديات المعاصرة ورهانات المستقبل، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، 16/10/2019، ص05. نُشر على: <https://dspace.univ-eloued.dz/handle/123456789/4467>

² حسنين عمر الشفيح، الصحافة الإلكترونية المفهوم والخصائص والانعكاسات، مركز الامارات للدراسات والبحوث

الاستراتيجية، ط1، أبو ظبي، الامارات العربية المتحدة، 2011، ص15

³ رمضان عبد المجيد، المرجع السابق، ص55.

تكن في بداياتها الإلكترونية بحتة، بل مواقع خاصة بصحف ورقية فقط، فكانت أولى الصحف التي أنشأت موقعا الكترونيا لها على الانترنت صحيفة " الوطن" عام 1997، ثم تلتها عديد الصحف أهمها: صحيفة LIBARTE عام 1998، صحيفة " اليوم" نوفمبر 1998، " الخبر" افريل 1998، " الشعب" جوان 1998، وغيرها كثيرة، وبالتالي اصبح لكل جريدة ورقية موقعها الالكتروني، أما اول صحيفة جزائرية الكترونية بحتة كانت Algeria interface سنة 1996، من طرف احد الإعلاميين الجزائريين.¹

تجربة جريدتي الشروق والخبر إلكترونيا:

تعتبر جريدة الخبر أون لاين من الأوائل التي حجزت لنفسها موقعا في المجال الإلكتروني في الصحافة، حيث تواجدت على الانترنت منذ افريل 1998 وذلك بالتعاون مع مؤسسة جيكوس لتطوير وايقاء الموقع، وذلك استجابة لطلب الهيئات الرسمية بالداخل والخارج لتوفير نسخة الكترونية تسهل الاطلاع على المستجدات والاطباء الوطنية والدولية، إضافة إلى انها كانت استجابة لطلب القراءة الذين يتعذر عليهم الوصول إليها ورقية بسبب مشاكل التوزيع.

اما الشروق أون لاين فقد احتلت الرتبة 16 في قائم المواقع الإلكترونية الجزائرية منذ جانفي 2016، حيث تم انشاء الموقع " الشروق أون لاين" سنة 2005، وصدر باللغات الثلاث " العربية، الفرنسية، الإنجليزية"، حيث عمد القائمون عليها إلى الفصل بين هيئات التحرير الخاص بكل طبعة من الطباعات الثلاث باللغات الثلاث، مع مراعات اختيار المواضيع حسب مستخدم كل طبعة، وتوفير طواقم عمل متخصصة في كل قسم من الأقسام " التحرير، التعليق، التقنيات.."²

مستويات استفادة الصحافة من الأنترنت:

لشبكات الانترنت عدة مزايا يمكن للصحافة استغلالها في النشر الإلكتروني كما تعتبر أيضا من خصائص الصحافة الإلكترونية ، أهمها:

- التفاعلية:

وهي صفة مفترضة لوسائل الإعلام، حديثة مع دخول التكنولوجيا إلى مجال الصحافة، وتفترض ان المتلقي ليس مجرد مستقبل فقط للرسائل الإعلامية، انما هو طرف مرسل لها في نفس الوقت، الامر الذي

¹ سعدي رقيقة، واقع الصحافة الإلكترونية في التشريع الجزائري - دراسة مسحية تحليلية لقوانين الصحافة الإلكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، قسم الإعلام، كلية علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2015/2014، ص118.

² بن سخرية امينة، واقع الصحافة الإلكترونية في الجزائر - دراسة ميدانية على جمهور الصحفيين، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة مطبوعة و الكترونية، قسم علوم الاعلام والاتصال و علم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الحاج لخضر باتنة 1، باتنة، الجزائر، 2021/2022، ص222.

يحقق مستوى عالي من التفاعلية والتواصل بين طرفي العملية الإعلامية، فرجع الصدى ورد الفعل والتفاعل مع الرسالة يبرز نوعا من التواصل و القدرة على التأثير والتأثير، وقد تكون تزامنية و غير تزامنية وهذا في ظل البيئة الرقمية التي تحقق مؤشر اللانترامية أي إمكانية تلقي الرسالة والتفاعل معها في وقتين مختلفين، وقد تظهر التفاعلية في اشكال عديدة على شبكات الانترنت، كالبريد الإلكتروني للصحيفة، دفتر الزوار، التحميل، خدمة الأرشيف، خدمة محرك البحث، المنتديات، مخططات الدردشة، ايقونات التعليق وابداء الرأي، اختيار لغة العرض،...الخ.¹

إن مستوى التفاعل الوحيد الذي كان في الصحف الورقية بين المرسل والمستقبل هو من خلال إطلاع القارئ على المطبوع امامه ثم اختيار ما يستهويه، مع تقليب الصفحات، اما على مستوى الصحف الإلكترونية فتسمح بمستوى اعمق من التفاعل، يتمثل في التوجه إلى خانة البحث واختيار المادة المطلوبة او المرغوب في التعرض لها ومطالعتها وتصفح معلوماتها، مع إمكانية توجيه أسئلة للصحفي في فضاء الكتروني تسوده التفاعلية والتشاركية، كذا يصل مستوى التفاعلية في الصحافة الرقمية إلى تدخل المتلقي في صناعة الخبر عن طريق الحوارات الحية مع الاخرين والمشاركة أيضا في استطلاعات الرأي، الامر الذي أتاح فرصة كبيرة للفرد في ابداء رأيه بحرية ومشاركة أفكاره التي قد يحتكم اليها المرسل في صناعة الخبر او الخطاب الإعلامي المعالج.²

- تعدد الوسائط:

وهي جعل النص الصحفي مصحوبا بأحد الوسائط كالصور، الرسوم البيانية، الفيديو، وتأثيرات خاصة متنوعة، والوسائط المتعددة هي مزيج من المواد الإعلامية المتناسقة فيما بينها والتي تعلم المتلقي بخبر او معلومة ما ويتم توظيف هذه الوسائط حسب ما يناسب كبيعة الخبر المنقول وبطرق معينة بغرض توظيفها بشكل مناسب للإقناع.³

¹ عبد الله سي موسى، الصحافة الإلكترونية في الجزائر- دراسة في تصميم المواقع والتفاعلية، مجلة الساورة للدراسات الإنسانية والاجتماعية، المجلد 01، العدد 01، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة طاهري محمد، بشار، الجزائر، ديسمبر 2015، ص161.

² كنعان عبد الفتاح علي، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، دار اليازوري العملية للنشر و التوزيع، د"، عمان، الأردن، 2014، ص28.

³ عبد الله سي موسى ، المرجع السابق، ص163

ففي وقت سابق كان المحرر في الصحافة المطبوعة يعتمد على اداتين هما النصوص الحرفية والصور الثابتة، بينما المحرر في الصحافة الإلكترونية يضيف عليهما التعبير بالفيديو والصور المتحركة، أي دمج عدة اشكال من مضامين المعلومات على الحامل الإلكتروني نفسه.¹

إن وظيفة الصحافة الإلكترونية بالأساس هي التعامل مع المحتوى المخزن رقمياً، والذي يتم فيه جمع وبت جميع اشكال المعلومات بالأشكال المختلفة (صوت/ صور/ فيديو...).²

- الفورية:

ساهمت ميزة الفورية من تجاوز عائق التوزيع في الصحف الورقية، حيث اصبح بإمكان المتلقي (المتصفح) يتالع الصحف ويتناقل الاخبار ويطلع على احدث المستجدات أثناء وقوعها، بدل من انتظار يوم او يومين لوصولها عن طريق التوزيع التقليدي، أي يمكنه الولوج في كل وقت وفي أي مكان والتصفح والحصول على الخبر او المعلومة.³

تتميز الصحف الإلكترونية بالتحديث المستمر مما يضمن انتشار المعلومات ووصولها لأكثر شريحة ممكنة من الافراد، وبأقل التكاليف وغير مقيدة، مع إمكانية الاحتفاظ بالخبر او تخزينه او تناقله عبر مشاركته في الموقع والتطبيقات الأخرى.

- شبكة الانترنت كمصدر للمعلومات:

تسمح الانترنت بتوسيع مصادر معلومات القائم بالاتصال في الصحافة الإلكترونية، كما انها تساعد في استكشاف مصادر جديدة ومستحدثة، يتم تجميع كل مصادر المعلومات الجديدة في فضاءات مخصصة يجد فيها الصحفي البيانات والملفات والصور والارشيف و الوثائق وكل مادة إعلامية يحتاجها، مع اجندة للأحداث والقضايا، وتتمثل هذه المصادر في بنوك المعلومات، البوابات، الموسوعات، محركات البحث، المواقع الإخبارية، المواقع المؤسسية، الأمر الذي يحث الصحفي على تكييف مهاراته وقدراته مع الوسط الإلكتروني الذي يعمل فيه.⁴

¹ عسري فتيحة، واقع الصحافة الإلكترونية في الجزائر مقاصد المضمون وإشكالية المقرئية، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علم الاجتماع والاتصال، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة وهران 2، وهران، الجزائر، 2019/2018، ص40

² كنعان عبد الفتاح علي، المرجع السابق، ص27

³ عسري فتيحة، المرجع السابق، ص44

⁴ عمار رابح، الصحافة الإلكترونية وتحديات الفضاء الإلكتروني- دراسة ميدانية للصحافة الإلكترونية الجزائرية-، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية، جامعة احمد بن بلة وهران 1، وهران، الجزائر، 2017/2016، ص102

الفصل الثاني الخطاب الإعلامي نحو قضايا التنمية

ويمكن الاستفادة من الانترنت كمصدر لاستكمال المعلومات والتفاصيل والخلفيات، وكذا في إعداد الصفحات المتخصصة كالرياضة، الصحة، الخ، ويمكن الاستعانة بها في التعرف على الكتب وآخر الإصدارات الجديدة ونوافذ عرض الكتب وبيعها.¹

المطلب الثاني: أنواع الصحف الإلكترونية

أولاً: أنواع الصحافة الإلكترونية:

تصنف الصحف الإلكترونية على شبكات الأنترنت إلى عدة أصناف نذكر أهمها كالتالي:

أ- **صحف إلكترونية ذات إصدار مطبوع:** وهي المواقع للصحف المطبوعة، وتكون عبارة عن مضمون كلي او جزئي للصحيفة الورقية، أي صحيفة ورقية في شكل الكتروني مع عدة خدمات مثل الاشتراك، الإعلانات، الروابط.. الخ.

ب- **صحف إلكترونية بحتة:** وهي صحف ذات إصدار الكتروني ليس له نسخ ورقية، وتغطي كل المجالات والاعخبار، وتكون صحفا رقمية او الكترونية تحمل اسم الصحيفة الورقية الأم، مثل الشروق اون لاين او الخبر اون لاين.²

ت- **حسب محمد عبد الحميد يوجد اشكال لصحافة الشبكات:**

- المواقع الإخبارية السائدة.
- مواقع الفهارس والتصنيف.
- مواقع التعليق على الاخبار وآراء الاعلام.

ث- **من حيث المحتوى:**

- مواقع تجارية.
- مواقع تفاعلية.
- مواقع تعريفية.
- مواقع إعلامية تكميلية.
- مواقع صحفية.³

ثانياً: التحرير الإلكتروني

¹ عبد الواحد امين رضا، الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، دبط، القاهرة، مصر، 2007، ص73.
² حبيب الحسيني نهاد سالم، دور الصحافة الإلكترونية في تزويد الجمهور بالمعلومات خلال الازمات - أزمة جدي القردة
انموذجاً، مجلة القانون والعلوم البيئية، المجلد 03 العدد04، العراق، 2024/12/30، ص247
³ حميدان سلمى، المرجع السابق، ص72ص73

تختلف الكتابة للصحف الإلكترونية عن الكتابة للمطبوعة، رغم ان كليهما يعتمد على مهارات الصحفي وطريقته في التحرير والصيغة وبلوغ اقناع المتلقين، فالنشر الإلكتروني يهتم بطبيعة النصوص و المتغيرات داخل الوسط الذي يكتب فيه، أي المجال الرقمي وفهم نصوصه المتشعبة و ما يوفره من خدمات ومزيا سلف ذكرها في التحرير والصيغة.

ومن المراكز المهمة التي يركز عليها الأسلوب الفني في الصحافة الإلكترونية ان يتم السماح للقارئ باختيار ما يريد تصفحه والاطلاع عليها، فالكتابة التقليدية للصحف المطبوعة تركز على الشكل السردى، أما إلكترونيا فنركز على ترتيب الاحداث بطريقة تجذب المتلقي وتشد انتباهه، كما تعتمد الكتابة للنشر الإلكتروني على الايجاز، الوضوح، التنوع، مراعاة اجندة رغبات الجمهور خاصة جمهور الصحف الإلكترونية المتمكن والمستخدم للشبكات وبالتالي محاولة مواكبة التطور والاعتماد عليه في التحرير، أي استغلال صفات الجمهور في الوصول إليه¹.

يتجاوز مفهوم التحرير الإلكتروني مسألة مهارة الصحفي كفرد يكتب ويحرر الخبر، إلى دوره في إدارة العملية التحريرية داخل الصحيفة الإلكترونية، مع استبدال الأدوات الورقية بأخرى رقمية تكنولوجية تحقق قدر اكبر من الدقة والوصول اثناء عملية الكتابة، وهناك مستويات استفاد من خلالها التحرير الإلكتروني من تكنولوجيا الاتصال مثل جمع المادة الصحفية ونتاجها الكترونيا بشكل دوري مستمر، مع تخزين المعلومات والمواد الصحفية وإمكانية تخزينها واسترجاعها، نقل و توزيع ونشر المعلومات والابحار عبر عدة وسائل مثل مواقع التواصل، الشبكات الرقمية، الأقمار الصناعية ..الخ، برامج فحص وتعديل الأسلوب او الإعراب والاملاء، تصويب المعلومات او الأرشيف، كل هذه الوظائف تؤكد شمولية التكنولوجيا لجميع مراحل التحرير الإلكتروني، الامر الذي يستدعي مهارات عالية ومواكبة مستمرة من طرف الصحفي لمخرجات التكنولوجيا².

مبادئ التحرير الإلكتروني:

تتسم عملية التحرير الإلكتروني ببعض المبادئ التي يجب على الصحفي تحريها لضمان وصول الرسالة:

- الوضوح، وذلك نظرا لسرعة وتحديث الابحار باستمرار مما يضيق الوقت على المتلقي للتعلم اكثر، وبالتالي كلما كانت المعلومة واضحة وبسيطة كلما فهمها المتلقي اسرع وانتقل الى غيرها.
- الاتساق والدقة في نقل المواضيع والمعلومات وتكييفها مع رغبات الفرد.

¹ حسنين عمر الشفيق، المرجع السابق، ص 33 ص 35
² كنعان عبد الفتاح علي، المرجع السابق، ص 60 ص 66

- التناسب ويعني ان تتناسب المادة المعروضة مع السياسة التحريرية ومع اجندة ومبادئ المتلقي.¹
إضافة إلى بعض المعايير الأخرى التي يجب على الصحفي تحريها:
- اختصار النص بنسبة بنسبة 50%، وكتابة جمل قصيرة، والتركيز على الأهم.
- التركيز في كل فقرة على فكرة واحدة و بداية الصفحة ككل بخلاصة تمهيدية.
- مضاعفة الصفحات بدل الصفحة الواحدة الطويلة.
- اعتماد الكلمات المفتاحية والعناوين الفرعية.
- الكتابة بلغة بسيطة وسهلة ومصطلحات مفهومة.
- مراعاة أنماط وأنواع القراءة التي يمارسها المتصفح على الصحافة الإلكترونية ومحاولة تكيف المادة على حسبها.²

أدوات التحرير للصحافة الإلكترونية:

تفرض مميزات الشبكة التكنولوجية على الصحف الإلكترونية استحداث او اعتماد أدوات مستوحاة من طبيعة الشبكة التي تنشر فيها الصحيفة، تتمثل هذه الأدوات في:

1- الروابط والإحالات:

تمثل الواقع نوعا من الوسائل التي تجمع الاحداث والمعلومات المتنوعة والمتداخلة فيما بينها، وكذا المتكاملة، مع القدرة على الاحتفاظ بالمعلومات السابقة، وبالتالي فتوفير الروابط والإحالات يمكن المتصفح من الانتقال من وإلى المعلومات المُشار إليها والتي تدخل ضمن اهتماماته بكل سهولة.

وقد تكون روابط خارج الموضوع تحت مسمى " اقرأ أيضا" وتسمح للقارئ الاستمرار في التنقل والقراءة والاسترسال، وقد تكون داخل سياق بمعنى داخل كل فقرة يتم إحالة القارئ برابط ، أو روابط لمواقع ذات صلة وتحيل المتصفح إلى مقال اخر او موقع أو تضيف مزيدا من المعلومات لنفس المجال او الموضوع.³

2- إمكانية استخدام الصوت والصورة:

¹ خليل الرفاعي محمد، صبيبة فلك، تحرير الصحافة الإلكترونية، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، 2020 ص15

² عمار رابع، المرجع السابق، ص216

³العصيمي خلود، أدوات التحرير الإلكتروني في الصحافة الإلكترونية السعودية دراسة مسحية على القائم بالاتصال، المجلة العربية للإعلام وثقافة الطفل، العدد 7، جامعة الملك سعود، السعودية، 2019/03/26، ص105

تتيح عملية النشر الإلكتروني خاصية الجمع بين النص المقروء والمسموع والمرئي على موقع الصحيفة الإلكترونية، الأمر الذي يمكن القارئ من انتقاء المادة التي يرغب في التعرض لها، وقد تتجسد عملية الدمج أو الجمع في إضافة روابط تحتوي صوراً أو أصواتاً مرتبطة بالموضوع أو الخبر، وجود الصوت متلاحماً مع النص، الصوت في خلفية النص.

3- الإحالة إلى ساحات الحوار:

وتعني تمكين القارئ من إبداء رأيه، حيث سلف الذكر أنه المتلقي في الصحافة الإلكترونية ليس مجرد متلقي سلبي يتأثر فقط، بل أصبح جزءاً من صناعة الخبر وإنتاج المحتوى، وهو يعي أهمية منتديات ومساحات الحوار وإبداء، الأمر الذي عملت الصحف الرقمية على توفيره من خلال فتح المجال أمام زوار الموقع أو الصحيفة في إبداء آرائهم وتناقش الأفكار حول المواضيع المطروحة.¹

4- خاصية الأرشفة واستدعاء المعلومات:

لقد أصبحت جهود الأرشفة الرقمية وما يصاحبها من عمليات التصنيف والبحث والاسترجاع مميزات تستقطب الصحف الإلكترونية، حيث عمدت الصحف الرقمية إلى توفير أرشيفها في شكله الإلكتروني، مع خدمة البحث والاسترجاع، مثل البحث في عدد الصحيفة، البحث في أرشيفها، أي بحث متقدم وبحث بسيط.²

5- قياس رجع الصدى:

بفضل تكنولوجيا الشبكات أصبح الإعلام اليوم تشاركياً، وذلك بجعل المتلقي شريكاً في صناعة وتحرير الخبر والمادة الإعلامية، أصبح المتلقي فيها يتفاعل مع غرف الأخبار.

إن الزيادة في التفاعلية بين مرسل الرسالة ومستقبلها تعتبر سلاح يعتمد عليه الصحفي في استعمال كل الأدوات اللازمة لأداء مهامه بشكل أفضل، من خلال قياس ردود أفعالهم ورجع الصدى الذي يحدثونه تجاه المواد الإعلامية المعروضة عليهم، في تحسينها أو تعديلها أو ترتيبها حسب اجنذة الجمهور.

6- إمكانية التعديل أو التصحيح أو الحذف:

وذلك في حال حدوث أخطاء تقنية أو املائية في الكتابة أو في الأسماء أو حتى في صحة المعلومة تتيح الساحة الرقمية ومزاياها إمكانية الدخول إلى الصحيفة وحذف أو تعديل أو تصحيح ما يريد المحرر

¹ بورقة سمية، المرجع السابق، ص 83

² رابع عمار، المرجع السابق، ص 147.

تصويبه، عكس ما كان يحصل مع الصحفي في الصحف الورقية حيث يقوم بتتبع المادة وملاحظتها بتمعن، وفي حال حدوث الخطأ لا يمكن تصحيحه ويقع في ملاحظات وانتقادات المتلقي.¹

القوالب المستخدمة في التحرير الإلكتروني:

تستخدم الصحافة الإلكترونية عند تحرير المواد الصحفية، عدد من القوالب الفنية غير المستعملة في الصحافة التقليدية، ماعدا قالب الهرم المقلوب، وهي كالاتي:

1- قالب الهرم المقلوب:

و يرى عديد الباحثين ان استعماله لا يزال مسيطرا على الكتابة الصحفية، اذ تجمع الاخبار بسرعة، ويتم وضعها مرارا بسهولة في مقامات جديدة، ويعطي هذا القالب للمحرر قدرا كبيرا من الحرية والابتكار.

2- قالب السرد المتسلسل:

ويقوم على تقسيم الموضوع إلى مقاطع قصير، ثم يكتب بطريقة خطية سردية من غير وصلات تتيح الانتقال غير الخطي، وتتم وضع نهاية شيقة لكل مقطع حتى يقوم القارئ باستئناف القراءة ويستعمل للمواضيع للقصصية والدراما.²

3- قالب النص الطويل:

ويعني عرض النص او المادة الإعلامية على شاشات متتالية بحيث يتصفح المستخدم عن طريق اشربة التصفح، ويستخدم في حال المضمون الذي يتطلب عرضه بشكل خطي. كما يفضل إعادة كتابته مع الاختصار والتكثيف، ويمكن تقسيمه الى وحدات صغرى مترابطة بشكل غير خطي.

4- قالب الكتل النصية بحجم الشاشة:

هنا يتم عرض المادة الإعلامية على شكل كتل او أجزاء وكل جزء بحجم شاشة واحد، وتوصل وصلات تربط بين الأجزاء بشكل خطي (سابق/ تالي)، وكل واحد امتداد لما سبقها، وتمهيدا لما يأتي بعدها، مع إمكانية وجود وصلات خارجية لمواقع خارجية او صفحات أخرى.¹

¹ العصيمي خلود، المرجع السابق، ص107

² بلخيري رضوان، المرجع السابق، ص189

الفنون التحريرية في النشر الإلكتروني:

تختلف الكتابة للصحف الرقمية عن التقليدية منها، وذلك تبعا لطبيعة البيئة الإلكترونية التي نشأت فيها وتقدم موادها الإعلامية عبرها، وبالتالي قد تستعمل أنواعا صحفيا معينة دون غيرها، حيث ترى الباحثة بسنت عبد المحسن عبد اللطيف أن الصحافة الإلكترونية التي يقوم من خلالها الصحفي بإنجاز عمله و تحريره للمادة الإعلامية عبر تقنيات ومهارات وآليات تتناسب والفضاء الإلكتروني باستخدام عناصر رقمية متعددة وتقنيات الكترونية تسرع وتسهل من العملية الإعلامية، وتتيح للقارئ وصول اسهل واسرع للمعلومة.²

وتتمثل أهم فنون التحرير الإلكتروني في: الخبر الإلكتروني، التقرير الإلكتروني، الحديث الإلكتروني، القصة الصحفية الإلكترونية، المقال .

1- الخبر الإلكتروني:

ويشير الى كل الانباء والاخبار التي يتم نشرها عبر مواقع الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية المتخلفة على الشبكة، يخضع للتحديث المستمر ويكون مزود بخلفية من الصور او الفيديوهات التي لها علاقة بالخبر، يتميز عن الخبر التقليدي بأن يكون مصحوبا بوسائط متعددة كالصور الثابتة والمتحركة، الأصوات، الفيديو، او يكون مصحوبا بروابط وإحالات تأخذ إلى اخبار او معلومات إضافية او لها علاقة بالحدث.

2- التقرير الإلكتروني:

ويعرف بأنه مادة إخبارية تخدم فكرة واحدة، وتعلق على ما هو اعرق من الخبر، ويستمد من المعلومات الموثوقة، يتكون من تمهيد، خلفية مختصرة عن الاحداث الماضية، تفسيرات وتعليقات للأشخاص المشتركين في الحدث، وثائق واحصائيات، مشاهد حية للحدث، الربط بين الاحداث، ونتائج.³

3- الحديث الإلكتروني:

¹ قجالي آمنة، التفاعلية في الصحافة الإلكترونية دراسة في استخدامات واشباكات النخبة الاكاديمية الجزائرية دراسة تحليلية ميدانية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علوم الاعلام والاتصال، تخصص صحافة، قسم علوم

الاعلام والاتصال و علم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الحاج لخضر باتنة 1، ص141

² حسن فليح محمد، الصحافة الإلكترونية خصائصها وانواعها، المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية العدد25، لبنان، 2024، ص04

³ قجالي آمنة، المرجع السابق، ص142.

لا يختلف الحديث الصحفي التقليدي عن نظيره الإلكتروني، إلا ان صياغته تأخذ جانبا من الاعتبارات التي توفرها التقنيات الحديثة، والتي يقوم من خلالها الباحث بكتابة حديث صحفي الكتروني مثل لقطات الفيديو، المقاطع الصوتية، النصوص الفائقة.

4- التحقيق الصحفي الإلكتروني:

يجمع التحقيق الصحفي بين أنواع صحفية أخرى كثير، وهو في شكله الإلكتروني لا يختلف كثيرا عن التقليدي، إلا انه يُضاف إليه مخرجات وتقنيات الشبكات الرقمية والتي يستفيد منها الصحفي في مراحل جمع واعداد بيانات التحقيق والتأكد من صحتها والتواصل مع أصحابها والمعنيين بالتحقيق كالجهاات المختصة، المواطنون، الفئات التي يصعب الوصول إليها هنا يعتمد الصحفي او المحرر على تقنيات الفضاء الرقمي، أيضا في عرض التحقيق الكترونيا قد يرفق بصور متحركة او مقاطع فيديو او مقاطع صوتية ذات علاقة بالقضية المحقق فيها¹.

5- المقال الإلكتروني:

وهو نوع صحفي يعكس شخصية الصحيفة و ضميرها، ويقدم من خلاله المحررون او غيرهم من الشخصيات الإعلامية بالصحيفة الإلكترونية وجهات نظرهم، وهو عرض وتحليل لفكرة معينة يتبناها الكاتب ويعرضها بأسلوب مبسط و شرح سهل قريب الى اذهان المتلقين، ولا يوضع في عمود كما في الصحف التقليدية بل في فضاء تتيحه الشاشة.

6- القصة الصحفية الإلكترونية:

وهي قصة تُبنى على خبر صحفي، يقدم من خلالها الصحفي موضوعا جذابا، بأسلوب صحي ممتع للقارئ، ويجب ان يقدم الصحفي هنا الخبر بجملة افتتاحية مقنعة للقارئ، وتجعله يواصل القراءة ويستحسن ان تكون القصة الصحفية الإلكترونية في صفحة واحدة لتجنب ملل القارئ او عدم متابعته لصفحة الموالية.

7- الكاريكاتير:

تهتم الصحف الإلكترونية بهذا النوع حيث تولي له وصلات متخصصة تعرض فيها صورته الكاملة، و احيانا تتبنى الصحف ارشيفا كاملا مخصصا للكاريكاتير ليتمكن المتصفح من البحث في أرشيف الكاريكاتير بدلا من البحث في أرشيف الاخبار عن الكاريكاتير.²

¹ كنعان عبد الفتاح علي، المرجع السابق، ص94

² عسري فتيحة، المرجع السابق، ص99

المطلب الثالث: التجربة الجزائرية في الصحافة الإلكترونية

سبق الذكر أنه في أواخر التسعينات تمكن الجزائري من خوض التجربة الإلكترونية، وتوالت بعد ذلك الجرائد الإلكترونية بالظهور على شكل نسخة إلكترونية من نظيرتها الورقية، أو الكترونية بحتة.

عملت الصحف الجزائرية على تطوير طبعاتها الإلكترونية تدريجيا عن طريق تقنية النص المحمول PDF وتقنية النص الفائق HTML وذلك لعرضها في شكلها الرقمي المختلف عن التقليدي، وبدأت منذ سنة 2000 إلى غاية 2010 تتوالى الجرائد الإلكترونية بالظهور، تعالج قضايا واحداثا في مختلف الميادين، وأصبحت متوفرة في متناول الجميع وتصدر باللغات الثلاث (عربية/ فرنسية/ إنجليزية) الامر الذي فتح المجال امام الإعلام لاستغلال مخرجات التكنولوجيا في الانتشار،¹

تحولت الصحافة الإلكترونية بعد انتشارها في الجزائر إلى المصدر الأول للمعلومة والأخبار، توالت ظهور الجرائد الإلكترونية وكذا المواقع الإخبارية إلى غاية سنة 2020 حيث اصبح آنذاك ينشط بالجزائر اكثر من 150 موقعا الكترونيا من بينها 130 مسجلا عند وزارة الاتصال اغلبها موطنه بالخارج، ثم في سنة 2022 اكدت الإحصاءات ان هناك 156 موقعا إلكترونيا مسجلا لدى وزارة الاتصال، موزعة بين 142 موقعا صحيفة الكترونية، و14 موقعا يقدم خدمة السمعي بصري عبر شبكة الانترنت.²

سعت الجزائر جاهدة في مرحلة ما إلى محاولة مواكبة الدول الأجنبية في الاجتهادات المبذولة في سبيل نقل الإعلام من الشكل التقليدي إلى الإلكتروني، حيث يقول احد صحفيي جريدة L'indépendant أن اهم أسباب ظهور الصحافة الإلكترونية في الجزائر هي انه امتلاك موقع على الانترنت اصبح ضرورة من ضروريات العصر، فهي تسمح بحضور الجريدة على المستوى العالمي وبين الجرائد العالمية إلكترونيا، كما يسمح ذلك بتفادي أي رقابة قد يتم فرضها أو حذف قد يتسبب في إغلاق الجريدة.³

إذ فالصحافة الإلكترونية في الجزائر شهدت تطورا ملحوظا خلال السنوات الماضية، وذلك بما وفرته الانترنت وتزايد استخدام الهواتف والشبكات، حيث بدأت التجربة بخطى متواضعة في أوائل الألفية الثالثة، لكنها سرعان ما أصبحت تضم زخما كبيرا وطلب بظهور المواقع الإخبارية المستقلة والصحف

¹ برنيس نعيمة، استخدامات الوسائط المتعددة في الصحافة الإلكترونية الجزائرية دراسة تحليلية وميدانية، مذكرة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة مكتوبة، قسم الصحافة المكتوبة، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي بصري، جامعة صالح بوبندير - قسنطينة 3-، قسنطينة، الجزائر، 2017، 2018، ص215

² مباركي كنزة، الوسائط المتعددة والتفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائر موقع (الجزائر سكوب) و (TSA عربي) خلال سنة 2019 نموذجا -دراسة وصفية تحليلية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة مكتوبة وملتيميديا، قسم علوم الإعلام، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3،

2024/2023، ص84

³ عمار رابح، المرجع السابق، ص298

الإلكترونية البحتة، فأصبحت الصحف الإلكترونية ملجأ المتلقي و مصدره الأول في الحصول على المعلومة، كونه تحول من متلقي عادي إلى متصفح او ما يسمى بالمستخدم والمتفاعل.

كانت الصحافة الإلكترونية في الجزائر وليدة عدة عوامل، أهمها:

- صدور المرسوم الوزاري رقم 98/256 والذي أنهى احتكار الدولة لخدمات الأنترنت، وسمحت بدخول الشركات الخاصة الى العالم الرقمي وتقديم خدماتها من خلاله،
- العاملين الاقتصادي والسياسي، اللذان ساهما في دفع الناشرين الخواص إلى تبني النشر الإلكتروني لتجاوز العقبات الاقتصادية خاصة المتعلقة منها بالإشهار والإعلان، وكذا العقبات السياسية خاصة بعد الظروف التي عرفتها الجزائر سابقا، وذلك من اجل التملص من الرقابة والتوقيف، وممارسة حرية الرأي، وتحقيق الانتشار.¹
- المشكلات الفنية التي تتعرض لها الصحف المطبوعة، مثل ارتفاع تكاليف الإنتاج والطباعة وعدم القدرة على تحمل كل هذه النفقات، خاصة في ظل الموارد الإعلانية المحدودة، الامر الذي قد يؤدي أحيانا إلى التوقف او التجميد.
- دخول الأنترنت إلى الجزائر، حيث كان الهدف من ربط الجزائر بالأنترنت هو تجسيد فكرة مشروع إقامة شبكة معلوماتية في افريقيا تكون الجزائر فيها النقطة المحورية للشبكة في شمال افريقيا، في إطار مشروع التعاون مع اليونسكو، وعليه فقد تم ربط الجزائر بالتكنولوجيا وأصبحت جزءا من العالم الخارجي والذي قال عنه ماكلوهان انه اصبح قرية صغيرة بسبب اعتماده على شبكات الأنترنت،² وعليه وبعد ان اصبح للجزائر نصيب في شبكات الأنترنت ومخرجاتها و تعاملت مع مزاياها عمد القطاع الإعلامي هنا إلى توظيف مزايا شبكات المعلومات في الإعلام والإخبار والإشهار ونقل المعلومة و تحقيق الانتشار.
- ظهور القارئ الرقمي، الذي اصبح يُفضل الاطلاع على الاخبار والقضايا في وقت اقل وبسرعة اكبر وبصورة لحظية، مما دفع بالصحف الورقية إلى اللحاق بالمتلقي إلى مساحته الرقمية و توجهت الصحف الجزائرية هنا إلى التحول من الطابق التقليدي إلى الافتراضي من اجل الحفاظ على القارئ وتحقيق الاستمرارية في الوصول إليه.³

¹برنيس نعيمة، المرجع السابق، ص214

² بورقة سمية، الصحافة الإلكترونية في الجزائر- دراسة تحليلية ميدانية للتفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية

(الشروق اون لاين، الخير اون لاين،- النهار اون لاين، نموذجا، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الاعلام والاتصال، تخصص إعلام واتصال، قسم الاتصال و العلاقات العامة، كلية علوم الإعلام والاتصال والسعي بصري،

جامعة قسنطينة3 قسنطينة، الجزائر، 2015/2014، ص234

³ بن سخرية امينة، المرجع السابق، ص223

- الواقع الذي كانت عليه الصحافة المكتوبة في الجزائر، فقد واجهت الصحف المطبوعة في الجزائر عدة عراقيل فالمطابع كانت سجلت مديونية ضخمة وجب عليها تسديدها مما أدى الى توقيف بعض الصحف، وكذا مشكلة التوزيع وصعوبتها، أيضا غياب التشريع القانوني للعمل الصحفي المكتوب.
- الأوضاع الاجتماعية التي صعبت عمل الصحف الورقية والطي دفع لظهور الصحف الإلكترونية، مثل ضعف القدرة الشرائية للأفراد، ضعف الإنتاج الفكري والعلمي.¹

المطلب الرابع: : الصحافة الإلكترونية الجزائرية في ظل التشريعات القانونية وتحدياتها

دخلت الجزائر عام 2012 بجملة إصلاحات سياسية معلنة عن مرحلة جديدة في المسار الديمقراطي، حيث سخرت لقطاع الإعلام كل الإمكانيات اللازمة لتمكينه من استيعاب وتوظيف الانفجار المعلوماتي، بغرض تأطير الممارسة الإعلامية والمهنية للصحفيين وكذا النشر الإلكتروني في الجزائر.

حيث تطرق هذا القانون العضوي المتعلق بالإعلام إلى حرية ممارسة النشاط الإعلامي عبر شبكات الانترنت بنوعيه السمعي بصري والمكتوب، إذ تنص المادة الثانية منه على ان النشاط الإعلامي الإلكتروني مثله مثل أي نشاط إعلامي آخر، تتم ممارسته في ظل احترام الدستور والقوانين الجمهورية كذا القيم الثقافية والروحية للأمة، والهوية الوحدة الوطنية وكل متطلبات الامن والدفاع الوطني.²

عرف القانون العضوي رقم 05-12 والمؤرخ في 18 صفر 1433 هـ الموافق ل12 يناير 2012 م الصحافة الإلكترونية على انها كل اتصال مكتوب عبر الانترنت موجه للجمهور أو فئة منه، وينشر بصفة مهنية من قبل شخص طبيعي او معنوي يخضع للقانون الجزائري، ويتحكم في محتواها الافتتاحي.

اما المادة 68 فتشير أن نشاط الصحافة المكتوبة عبر الانترنت وهو انتاج مضمون اصلي موجه الى الصالح العام، ويكون فيه اخبار لها صلة بالأحداث وتكون موضوع معالجة ذات طابع صحفي.³

كما يشير نفس القانون إلى (خدمة السمعي بصري عبر الانترنت) في المادة 69 ويعرفها بأنها: " كل خدمة اتصال سمعي بصري عبر الانترنت (وab/ تلفزيون، وab/إذاعة) موجه للجمهور أو فئة منه، تنتج وتبث بصفة مهنية من طرف شخص معنوي او طبيعي خاضع للقانون الجزائري ويتحكم في محتواها

¹ بلعليا يمينة، تطور الصحافة الإلكترونية في ظل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، كلية علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2024/2023، ص92 ص93.

² برنيس نعيمة، المرجع السابق، ص218

³ بورقة سمية، الصحافة الإلكترونية في الجزائر- دراسة تحليلية ميدانية للتفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية (الشروق اون لاين، الخبر اون لاين،- النهار اون لاين، نموذجاً، مرجع سابق، ص256

الافتتاحي". وعليه فقد فرق المشرع الجزائري بين النوعين من الإعلام الإلكتروني حيث لم يفصل في ماهية او خصائص او نماذج الصحافة الإلكترونية.¹

ويعني ذلك أن مفهوم الصحافة الإلكترونية في هذا القانون يضم الاشكال المختلفة لها وهي :

- الصحف الإلكترونية الخالصة.
- الصحف الإلكترونية ذات النسخ الورقية.
- الصحف الإلكترونية الموجه للجمهور العام.
- الصحف الإلكترونية المتخصصة.
- الصحف الإلكترونية المملوكة من مؤسسات.
- الصحف الإلكترونية المملوكة من اشخاص طبيعيين خاضعين للقانون الجزائري.
- الصحف الإلكترونية ذات الاتصال المكتوب.²

وقد ورد تقنين الصحافة الإلكترونية في القانون العضوي 12-05 في الباب الخامس منه، تحت عنوان "وسائل الإعلام الإلكترونية"، حيث أورد المشرع الجزائري لأول مرة موادا قانونية تتحدث عن النشاط الإعلامي على شبكة الانترنت، إلى جانب وسائل الإعلام الإلكترونية، فنجد المادة 66 تنص على " تتم ممارسة نشاط الإعلام عبر الانترنت بحرية، ويخضع لإجراءات التسجيل ومراقبة صحة المعلومات، بإيداع تصريح مسبق من طرف المدير المسؤول عن جهاز الإعلام عبر الانترنت.."

إضافة إلى المادة رقم 71 تنص على: "يمارس نشاط الصحافة الإلكترونية والنشاط السمعي بصري عبر الانترنت في ظل احترام احكام المادة 02 من هذا القانون العضوي." حيث تنص المادة 02 منه على: "يمارس نشاط الإعلام بحرية في إطار احكام هذا القانون العضوي والتشريع والتنظيم المعمول بهما في ظل احترام: الدستور وقوانين الجمهورية، الدين الإسلامي وباقي الأديان، الهوية الوطنية و القيم الثقافية للمجتمع، السيادة الوطنية والوحدة الوطنية، متطلبات امن الدولة والدفاع الوطني، متطلبات النظام العام، مهام والتزامات الخدمة العمومية، حق المواطن في إعلام كامل وموضوعي، سرية التحقق القضائي، الطابع التعدي للأراء والأفكار، كرامة الانسان والحريات الفردية والجماعية".³

¹ مبارك كنز، المرجع السابق، ص90

² قجالي أمنة، المرجع السابق، ص196

³ ميراد أمال، التشريعات الإعلامية للصحافة الإلكترونية في الجزائر- دراسة وصفية تحليلية للوثائق والنصوص القانونية المنظمة للصحافة الإلكترونية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة مكتوبة، قسم علوم الإعلام، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2018/2017، ص304 ص305

أما الصحفي فوردت مادة تحدد عمله كطرف عملية إعلامية إلكترونية، حيث جاءت المادة 80 من هذا القانون ونصت على: "تخضع علاقة كل عمل بين الهيئة المستخدمة والصحفي إلى عقد عمل مكتوب يحدد حقوق الطرفين وواجباتهما، طبقاً للتشريع المعمول به."، إضافة إلى المادة التي تتحدث عن اثبات صفة الصحفي وهي المادة رقم 76 وكان نصها: "تثبت صفة الصحفي المحترف بموجب بطاقة وطنية للصحفي المحترف، تصدرها لجنة تحدد تشكيلتها وتنظيمها وسيرها عن طريق التنظيم."¹

مما سبق يُلاحظ ان القانون العضوي 12-05 خصص فقط بابا واحدا يحوي ست مواد تكلمت عن الصحافة الإلكترونية، في انتظار ان تُستحدث تشريعات أخرى تفصيلية أكثر للعمل الإعلامي الإلكتروني.

من بعد القانون العضوي المذكور، ظهور قانون آخر تحت عنوان: "قانون رقم 23-19 يتعلق بالصحافة المكتوبة والإلكترونية"، والصادر رسمياً في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية بتاريخ 03 ديسمبر 2023 في العدد رقم 77، والذي ألقى الضوء على أهمية تشريع العمل الإعلامي الإلكتروني، وسنذكر باختصار أهم ما جاء فيه، قبل ذلك تجدر الإشارة إلى تعريف سلطة الضبط في القانون السابق (12-05) والذي عرفها بأنها: "سلطة ضبط الصحافة المكتوبة والصحافة الإلكترونية هي سلطة مستقلة تتمتع بشخصية معنوية واستقلالية مالية." اما قانون 19-19 فيعرفها أنها: "سلطة تتشكل من تسعة أعضاء بما فيهم الرئيس، يعينهم رئيس الجمهورية، لعهد مدتها خمس سنوات قابلة للتجديد مرة واحدة."²

وينص قانون الإعلام 23-19 على:

- يتعين أن يكون مقر ومحتوى النطاق الإلكتروني (dz) مستضافاً فعلياً في الجزائر .
- لا تُعتبر الإعلانات البحتة أو المدونات الشخصية نشاط صحفياً إلكترونية مهنية .
- يجب الكشف عن معلومات الناشر، وعدد الزوار، وتجديد محتوى نشط، وتتبع الإجراءات عند توقف النشاط لأكثر من 3 أشهر.
- نصت القوانين على شروط صارمة في الملكية الوطنية: المؤسسات الصحفية يجب أن تكون مملوكة بالكامل لمواطنين جزائريين فقط. التمويل الأجنبي محظور، وغرامات .
- الاعتماد الإلزامي للصحفيين العاملين لوسائل إعلام أجنبية، وحق الدولة في تحديد الأجانب المصرح لهم بالعمل الصحفي في الجزائر .

¹ سعدي رفيقة، المرجع السابق، ص142ص143

² ميراد أمال، مهام سلطة ضبط الصحافة الإلكترونية من خلال قانون الإعلام رقم 23-19 المؤرخ في 02 ديسمبر 2023 والمتعلق بالصحافة المكتوبة والصحافة الإلكترونية-دراسة وصفية تحليلية لقانون الاعلام 2023م، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 13، العدد1، الجزائر، 10/05/2025، ص480

- الصحفي أصبح مُطالبًا بالإفصاح عن مصادره أمام القضاء، ما أثار انتقادات حول تعريض السر المهني للخطر.¹

إن تطوّر الصحافة الإلكترونية في الجزائر يعكس تفاعلاً للمشهد الإعلامي مع البيئة الرقمية، غير أن هذا التطوّر لا ينفصل عن الإطار التشريعي الذي ينظّمه. وقد شكّل صدور القانون العضوي 05-12 لسنة 2012 و قانون 19-23 لسنة 2023 خطوة هامة نحو تنظيم الممارسة الإعلامية الرقمية، من خلال ضبط المعايير المهنية وتحديد شروط النشر الإلكتروني. ومع ذلك، فإن التحدي الجوهرى يظل في إيجاد توازن فعال بين حماية الحقوق الأساسية، وعلى رأسها حرية التعبير، وبين ضمان احترام القوانين الوطنية وحماية النظام العام. ومن ثم، فإن مستقبل الصحافة الإلكترونية في الجزائر مرهون بقدرة التشريعات على مواكبة التحوّلات التقنية وضمان بيئة إعلامية حرة ومسؤولة.

تحديات الصحافة الإلكترونية بالجزائر

تواجه الجزائر في صحافتها الإلكترونية عدة تحديات وعراقيل قد تحد من انتشارها و احترامها، نذكر منها:

- حجب المعلومات وفجوة الحصول على الأخبار، حيث يعتبر الفضاء الرقمي متاحا للجميع وقد تتم فيه نشر معلومات كاذبة او مضللة، او الترويج للأفكار الهدامة.
- سياسة الإشهار الإلكتروني الجزائري، لا تزال الصحافة الجزائرية يفتقرها الاشهار العمومي، والذي يطالب منتجوه القانون الجديد بتخصيص مجالهم وتنظيم التسعيرات الاشهارية، كون الصحافة الإلكترونية تسهل عملهم وتسرع في انتشاره.²
- غياب التكوين لدى ممتهمي الصحافة الإلكترونية، حيث ان الكتابة الصحفية لم تعد تقتصر على الإجابة على الأسئلة الخمسة، أو اعتماد قالب المناسب، بل تجاوزت ذلك بعد دخول الصحفي العالم الرقمي إلى تعلم مهارات وأساليب جديدة توائم الصحافة الرقمية واهمها كيفية توظيف مخرجات شبكة الانترنت في العمل الإعلامي، من جمع المعلومات إلى غاية عرض المادة على المتلقي في شكلها النهائي.
- صعوبة تبني نظام اقتصادي يضمن الاستمرارية، و ذلك بسبب احتكار الاشهار وفتح باب التنافس على الاشهار العمومي.¹

¹ بلوج زينب، التنظيم القانوني للصحافة الإلكترونية في التشريع الجزائري-دراسة تحليلية للقانون 19-23، مجلة صوت القانون، المجلد 10، العدد 02، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2024/06/30، ص 219 ص 225

² برنيس نعيمة، المرجع السابق، ص 222

- تكاليف انشاء جريدة الكترونية، رغم السهولة التي توفرها البيئة الافتراضية على أصحاب الجرائد والسرعة وقلّة التكاليف إلا انها تفرض تكاليفاً تقنية كتكلفة تصميم الموقع وادارته، وتخزين المعلومات، تكاليف الانتشار عبر التطبيقات او التواجد في مواقع البحث واستقطاب المتابعين في مقابل إبقاء المحتوى مجاني للجمهور.²
- غياب التخطيط وعدم وضوح الرؤية المتعلقة بمستقبل هذا النوع من الصحافة.
- غياب الأنظمة واللوائح القانونية المفصلة لنشاط الإعلام الإلكتروني.
- عدم القدرة على التأكد من صحة المعلومات والسعي لتحقيق سبق في ظل الأنية والفورية التي تفرضها الشبكات الرقمية.³
- تنامي ظاهرة قرصنة المواقع الإلكترونية، تتعرض العديد من الصحف الجزائرية الإلكترونية للقرصنة خاصة في غياب قانون يجرم ذلك ويحمي الناشر على الانترنت.
- ضعف التكوين المعلوماتي، او ما يعرف بالأمية الإلكترونية والتي تمثل عدم فهم ووعي المستخدمين والناشرين على الشبكات بالإيجابيات والسلبيات.⁴

خلاصة الفصل الثاني:

يستعرض هذا الفصل العلاقة المتداخلة بين الإعلام والتنمية، مع التركيز على الدور المتنامي للصحافة الإلكترونية في تعزيز جهود التنمية المجتمعية. ينقسم الفصل إلى عدة مباحث، تناول أولها الإطار النظري لمفهوم التنمية، موضحاً أبعادها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، ومبرزاً كيف يشكّل الإعلام أداة فعّالة في توجيه الرأي العام ودعم المبادرات التنموية. إضافة إلى بلورة فكرة أن الصحافة الإلكترونية في الجزائر تمثل فرصة حقيقية لتطوير المشهد الإعلامي، شريطة تفعيل إصلاحات قانونية ومهنية تدعم هذا القطاع، وتعزز من أدائه كمكون أساسي في البناء الديمقراطي والتنمية.

¹ مباركي كنزة، المرجع السابق، ص97
² بوتلجي إلهام، الصحافة الإلكترونية و ترتيب أولويات الرأي العام-دراسة تحليلية ميدانية لعينة من الصحف الإلكترونية الجزائرية" الشروق وان لاین، المساء، LIBERTÉ، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه عولم في علوم الإعلام والاتصال، قسم الإعلام، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2021/2020، ص119
³ قجالي آمنة، المرجع السابق، ص247 ص248
⁴ عسري فتحة، المرجع السابق، ص65

الفصل الثالث:

الإجراءات المنهجية

لا تخلو أي دراسة من مجموعة خطوات وأساليب منهجية تُسطر سير البحث وتُثمي عن نتائج دقيقة وجديدة، و تُثمر عن إضافات ذات أهمية في البحث العلمي، وهي مجموع الاستراتيجيات المنهجية التي يتبعها الباحث من اول الدراسة إلى غاية الحصول على النتائج.

المبحث الأول : نوع الدراسة

تندرج دراستنا ضمن الأبحاث والدراسات الوصفية التحليلية المقارنة في حقل علوم الاعلام والاتصال والتي تهدف الى وصف الظاهرة الإعلامية في وضعها الراهن ولا تقف عند حدود الوصف والتشخيص بل تتجاوز ذلك إلى وصف العلاقات السببية لأغراض اكتشاف الحقائق المرتبطة بها وتعميمها.¹

وعليه فالهدف من دراستنا هو وصف وتحليل طرق وكيفيات الخطاب التنموي في الصحف الإلكترونية الجزائرية، خلال الفترة الممتدة -من 01 جانفي 2024 إلى غاية 31 ديسمبر 2024- وكذا المقارنة بين الموقعين محل الدراسة (الشروق اون لاين- الخبر اون لاين) من حيث الأطر المستعملة والمرتكزات والأساليب والمصادر خلال معالجتها للمضامين التنموية.

إذ لا يكتفي هذا النوع من الدراسات بالشق الكمي فقط الذي يعنى بإحصاء التكرارات والنسب بعد عملية التفكيك والتحليل، بل يتعدى ذلك إلى الشق الكيفي (النوعي) والذي يقوم على جمع البيانات والحقائق وتصنيفها وتفسيرها من اجل التوصل الى نتائج يمكن تعميمها .

المبحث الثاني: منهج الدراسة و أدواته

أولاً: منهج الدراسة

تعتبر مناهج الدراسات مجموعة الخطوات والإجراءات المدروسة والدقيقة والتي يتبعها الباحث من اجل الوصول إلى نتائج و تفسيرات للظواهر، وبما ان طبيعة المنهج تكون من طبيعة الموضوع المُعالج و أن لكل بحث منهجه الخاص الذي يتوافق و مشكلة دراسته، بغرض إتمامها على أكمل وجه، فعلى الباحث التمكن قدر المستطاع من الإجراءات المنهجية المتبعة².

¹ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، مصر، 2000، ص153.

² كنفى سميرة، المعالجة الإعلامية للأزمة المالية بالجزائر-دراسة تحليلية مقارنة بين صحيفتي النصر والشروق خلال سنة 2016-، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الاعلام والاتصال ، تخصص اشهار وعلاقات عامة، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف 2، الجزائر، الموسم الجامعي 2021/2020، ص71.

ويُعرف موريس أنجرس المنهج بأنه: " طريقة تناول موضوع بحث ما عبر اتباع إجراءات تقصي مطبقة على مجتمع بحث معين، وهو طريقة جماعية لاكتساب المعارف القائمة على الاستدلال وعلى إجراءات معترف بها للتحقق من الواقع."¹

وعليه سنوظف في هذه الدراسة على منهجين إثنين كالتالي:

أولاً: المنهج المسحي التحليلي

والذي يسعى الى التعرف على وسائل الإعلام وما تبثه من مضامين مختلفة على جماهيرها المتنوعة.²

وبما أن المنهج المسحي يندرج ضمن الدراسات التحليلية في الدراسات الإعلامية، فهو يهدف أيضا إلى تشخيص المادة المعالجة ونقل المعلومات الكافية والدقيقة حولها في فترة أو فترات معينة.³ و قد تم اختياره في دراستنا من أجل وصف و جمع البيانات حول الخطاب الإعلامي نحو القضايا والمواضيع التنموية في الصحف الإلكترونية الجزائرية، من حيث طريقة المعالجة و أساليب الاقناع و العناصر البنائية والجغرافية وكذا القيم المتضمنة.

و يقول " أحمد عمر مصطفى " انها تفسر للظواهر والآراء والمواقف و دراسة الأحداث وتحلل أسباب حدوثها بغية التوصل إلى استنتاجات جديدة، إما من أجل تصحيح أو تطوير أو تحديث الواقع المدروس.⁴ و تُعرف الدراسات المسحية أيضا بأنها: " محاولة لجمع المعلومات من مفردات مجتمع الدراسة من أجل التعرف على الوضع الراهن لذلك المجتمع في ضوء متغير بحثي أو أكثر."⁵

و عليه فإن هذا التعريف أكثر شمولية، في كون هذه الدراسات لا تقتصر على جمع البيانات من الافراد فقط، بل ومن المواد الإعلامية المختلفة كالصحف والمحطات الإذاعية أو الرقمية وغيرها من المحتويات التي تمثل مجتمع للدراسة.

ثانياً: المنهج المقارن

يقول الدكتور فضيل دليو " أن المقارنة يمكن ان يكون لها معنيين أحدهما عام واخر خاص، الأول يتمثل في ملاحظة أوجه الاختلاف والتشابه بين شيئين أو أكثر، والثاني يتمثل في اجراء مقارنة ممنهجة

¹ موريس انجرس، تر: بوزيد صجراوي وآخرون، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط2، دار القصبه للنشر، الجزائر، 2006/2004، ص102 ص106

² أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، كلية الآداب واللغات، جامعة الجزائر، 2010، ص.53

³ إسماعيل إبراهيم، مناهج البحوث الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر، 2017، ص53

⁴ سبتي فايزة، المرجع السابق، ص31.

⁵ الحيزان محمد عبد العزيز، البحوث الإعلامية - أسسها - أساليبها - مجالاتها، ط2، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، السعودية، 2004، ص92

ومنظمة لبحث العلاقات ووجه التشابه والاختلاف بين ظاهرتين أو أكثر، بهدف التوصل إلى استنتاجات سببية معينة، ويعتبر هذا هو المعنى المرتبط بمصطلح المنهج المقارنة.¹

كما يُعرف المنهج المقارن بأنه: هو طريقة للمقارنة بين مجتمعات مختلفة، أو جماعات داخل المجتمع الواحد أو المقارنة بين نظم اجتماعية للكشف عن أوجه التشابه والاختلاف بين الظواهر و ابراز أسبابها وفقا لبعض المعايير التي تجعل هذه الظواهر قابلة للمقارنة.²

وعليه فإن الهدف من استعمالنا للمنهج المسحي التحليلي هو وصف ورصد وتفسير الطرق والأساليب التي تعالج بها الصحف الإلكترونية عينة الدراسة الظواهر والأحداث التنموية، وكذا تحليل أنواع الخطابات التنموية و تفسير أطرها المعتمدة، إضافة إلى اعتماد المنهج المقارن بغية مقارنة النتائج المتحصل عليها واستخراج أوجه التشابه والاختلاف و التداخل بين الخطاب التنموي في كل من الشروق أون لاين والخبر أون لاين. وتتضمن المقارنة هنا قسمين هما: المقارنة بين فئات الشكل والمضمون لكل منهما و المقارنة كذلك بين النتائج المتحصل عليها بعد تحليل معطيات كل من الصحفيتين محل الدراسة.

ثانيا: أدوات جمع البيانات

تعتبر مرحلة جمع البيانات محطة مهمة في الانتقال إلى الحقل الميداني، فهي مرحلة اختيار للأدوات والتقنيات التي تساعد على الاستغلال الجيد للمعطيات و تكميمها ودراسة تفاعلاتها، حيث أن لكل دراسة ادواتها المناسبة سواء كانت كمية أو نوعية وعليه فالباحث هنا يختار بعناية ما يخدم بيانات دراسته وما يوصله إلى النتائج المراد الحصول عليها ، وقد يحتاج إلى أكثر من وسيلة واحدة، واختياره لها لا يكون اعتباطيا أو لأنها افضل من غيرها بل لأنها في نظره أكثر ما يناسب بحثه و يمكنه من خلالها التزود بمعطيات و نتائج أكثر دقة.³

و يُعرف أنجريس أدوات جمع البيانات بأنها مجموعة الإجراءات والوسائل المستعملة للتقصي منهجيا، والتي يتم اعتمادها من اجل انتاج معطيات جديدة.⁴

حيث يقول راسم جمال أنها مجموعة الخطط التي يصمم بها الباحث دراسته و يتبعها في جمع البيانات، و أنه كلما كان تصميم البحث دقيقا وجيدا كلما تحصل الباحث على اكبر قدر من المعلومات بأقل تكلفة وفي وقت وجيز.¹

¹ فضيل دليو، مدخل إلى منهجية البحث العلمي، منشورات مخبر الاستخدام والتلقي في الجزائر، طبعة إلكترونية مجانية، جامعة الجزائر 3، الجزائر، مارس 2024، ص220

² عاطف علي، المنهج المقارن مع دراسات تطبيقية، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط1، 2006، بيروت، لبنان، ص133.

³ عماد عبد الغني، منهجية البحث في علم الاجتماع -الإشكاليات -التقنيات-المقاربات، دار الطليعة للطباعة والنشر، ط1،

بيروت، لبنان، يناير 2007، ص49

⁴ موريس انجريس، المرجع السابق، تر: بوزيد صجراوي وآخرون، ص184.

وعليه فإن أدوات جمع البيانات هي أحد أهم الأسس التي يمر بها الباحث من أجل ضبط خطواته القادمة في معالجة موضوع دراسته، وهي ما يحدد مسار دراسته وكيفية تعامله مع المعطيات المتوفرة عنده، ويختارها الباحث حسب أسس مسبقة مثل نوع الدراسة ونوع البيانات وما تتطلبه من وسائل لكي يتوصل من خلالها إلى نتائج دقيقة ومفيدة وحديثة.

• وقد اعتمدت دراستنا في إطار المنهج المسحي على أداة أساسية وهي : **تحليل المحتوى**، والتي سيتم اعتمادها في جمع البيانات كميًا وكيفيًا ، بغرض الإجابة على الأسئلة المطروحة، وعليه ستم عملية تحليل محتويات كل من صحيفتي : **الشروق أون لاين** و **" الخبر أون لاين "** الإخباريين .

يُعتبر تحليل المحتوى أنسب أداة لوصف وتحليل نظام المعلومات في وسائل الإعلام بكافة عناصره، بدءاً بوصف المحتوى إلى العلاقات والارتباطات داخله.² وهو أيضاً طريقة بحثية موضوعية منتظمة وكمية توضح محتوى وسائل الإعلام، فتحليل المحتوى هو أسلوب بحثي يقوم على أساس قياس أو تعداد احجام الأشياء من خلال اختيار عينة محددة من نماذج الإتصال.³

و قد اقتضت الضرورة البحثية في دراستنا اعتماد تحليل المحتوى كأداة بحثية ممنهجة على صحيفتين وهما " الشروق أون لاين" و " الخبر أون لاين"، من أجل تفكيك وتحليل عينة من خطابات التنمية المتضمنة فيها تحليلاً كميًا لإحصاء و تعداد النسب والتكرارات، و تحليلاً نوعياً (كيفياً) بغرض تفسير الاستراتيجيات التي عُولج بها الخطاب التنموي، و فهم مختلف النصوص والعناصر المتضمنة و رصد أهم أوجه التشابه والاختلاف في الفئات و الوحدات بين الموقعين بعد عملية التحليل، وعليه فإن هذه الخطوات تُساعد وبشكل رئيس في تحديد فئات التحليل والتي ستمكّن من الإجابة على الأسئلة المطروحة.

- بناء استمارة التحليل:

وهي الاستمارة التي يصممها الباحث ليفرغ فيها محتوى كل مصدر في حال تعدادها، وتحتوي على بيانات أولية حول الوسيلة الإعلامية، و تعتبر تقنية لتسجيل البيانات والوحدات.⁴

بعد القيام بدراسة استطلاعية على الصحف المختارة كعينة للدراسة، حيث تم تحليل مقالات صحفية صادرة عن الجريدتين الإلكترونيتين محل عينة الدراسة، والذي قُدّر ب12 مقالاً و تم استقراء نتائجها

¹ راسم محمد الجمال، مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، د.ط، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر، 1999، ص 102.

² محمد عبد الحميد، المرجع السابق، ص213.

³ الحيزان محمد عبد العزيز ، المرجع السابق، ص137

⁴ إسماعيل إبراهيم، المرجع السابق، ص202.

وتحليلها وتفسيرها، قمنا بتحديد فئات الشكل والمضمون التي سنبني عليها استمارة التحليل، والتي بدورها قُسمت إلى فئات أخرى فرعية، وفيما يلي تفصيل في فئات (كيف قيل؟) و (ماذا قيل؟).

أولاً: تحديد وحدات التحليل فئات التحليل و

1- وحدات التحليل:

تعتبر وحدات التحليل العنصر الأساسي الذي سنقوم بعده واحصاءه خلال عملية تحليل المضمون، ويجب أن ترتبط هذه الوحدات مع أهداف الدراسة واسئلتها.¹

وتسمى أيضا بوحدات الوصف الكيفي، أي تسمح هذه الوحدات باستخراج وإبراز العناصر ذات المعنى والمتواجدة في المادة محل التحليل، وتساعد أيضا في ملاحظة وجود أو غياب بعض الفئات، و تحديد بعض المعاني الخفية والتي قد تكون بالغة الأهمية.²

و تُعرف وحدات التحليل لدى الباحثين بأنها وحدات تستعمل للعد والتسجيل، وتستخدم في حساب مدى تكرار ظهور البيانات في المضمون المعالج.³

و لما كان موضوع دراستنا حول الخطاب التنموي في الصحافة الإلكترونية، محللين في ذلك مضامين موقعين اخباريين (الشروق اون لاين والخبر اون لاين)، فإننا نهدف إلى رصد طرق وأساليب معالجة هذين الموقعين للظاهرة التنموية و أهم مواضيعها في جميع مجالاتها، وعليه سنعتمد على وحدة رئيسية:

وحدة الموضوع :

وتمثل اكبر واهم وحدات التحليل، فيعرفها بيرلسون أنها عبارة عن فكرة مثبتة حول موضوع محدد وتكون متضمنة في جملة أو عبارة ومختصرة و تحتوي على الأفكار التي تجسد الظاهرة أو الموضوع الذي يدور حوله التحليل.⁴

وفي دراستنا ترتبط وحدة الموضوع بالمضمون الرئيسي للدراسة ككل، وهو الخطاب التنموي، وعليه فسننتفع هذه الوحدة إلى قضايا تنموية فرعية، فالتنمية في موضوعنا غير محصورة في مجال واحد، بل التنمية في شتى مجالاتها كما سبق الذكر.

¹ محمد راسم جمال، المرجع السابق، ص230.

² مورييس انجرس، المرجع السابق، تر: بوزيد صجراوي وآخرون، ص279 ص280.

³ احمد بن مرسل، المرجع السابق، ص261.

⁴ بالنور يوسف، الخطاب التنموي في الجزائر: دراسة في الأبعاد المجتمعية لمشاريع التنمية في مرحلة التعددية السياسية - في ضوء برامج الأحزاب-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع التنمية، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2018/2017، ص149 ص150

أ- فئات الشكل كيف قيل؟

- 1- فئة الأنواع الصحفية: وهي الخبر، التقرير، المقال، التحقيق، الربورتاج، التعليق، البورتريه. بنفس هذا الترتيب.
- 2- فئة اللغات المستعملة: اللغة العربية، اللغة الفرنسية، اللغة الإنجليزية، مزيج بين اللغة العربية و أخرى اجنبية.
- 3- فئة العناصر الجرافيكية المستعملة: العناوين، الصور، حجم الخط، الألوان.
- 4- فئة العناصر التفاعلية المتوفرة: تاريخ النشر، عدد القراءات، عدد التعليقات و المشاركة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- 5- فئة العناصر المعلوماتية: اسم المؤلف، الأرشيف، محركات البحث، التحديث، الركن الخاص.

ثانيا: فئات المضمون (ماذا قيل؟)

- 1- فئة القضايا التنموية : تنمية اجتماعية، تنمية اقتصادية، تنمية ثقافية، تنمية سياحية، تنمية بيئية.
- 2- فئة الشخصيات الفاعلة: شخصيات رسمية، شخصيات غير رسمية.
- 3- فئة الأساليب الإقناعية: الأساليب العقلية: أدلة علمية واحصاءات، قوانين وتشريعات، تصريحات رسمية.
- الأساليب العاطفية: تخويف، ترغيب، الإثارة والتشويق، التعاطف، الاستعارات والمحسنات العاطفية.
- 4- فئة تأطير اتجاه المعالجة الإعلامية: تأطير مؤيد، تأطير معارض، تأطير محايد.
- 5- فئة آليات التأطير: آلية الانتقاء، والإبراز، آلية الاستبعاد، إ عادة التأطير.
- 6- فئة المصادر: مصادر رسمية: البيانات الحكومية الرسمية، المنظمات الدولية، الخبراء والمحللون، وكالات الأنباء، مواقع وصحف أخرى.
- مصادر غير رسمية: المجتمع المحلي، منظمات المجتمع المدني.
- 7- فئة الأطر المحددة للخبر: إطار عام ومجرد، إطار محدد بقضية واحدة.

8- فئة القيم الخبرية: قيمة المصداقية، قيمة التنمية، قيمة الجودة والحدثة، قيمة الانتشار، قيمة القرب من المواطن، قيمة الوطنية.

ثالثاً: إجراءات الصدق والثبات: بعد تصميم استمارة التحليل، تم عرضها على سبعة من الدكاترة المحكمين¹ (أ، ب، ج، د، هـ، و، ز).

ثم قامت الباحثة بإجراءات الصدق والثبات وفق معادلة هولستي² كالتالي:

أولاً: عدد المؤشرات المتفق عليها بين كل زوجين من المحكمين.

المحكمين	أ	ب	ج	د	هـ	و	ز
أ		61	60	61	45	61	60

¹ الدكتور فضيل دليو، أستاذ التعليم العالي كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة قسنطينة. الدكتور يوسف تمار، أستاذ التعليم العالي، بكلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الدكتور شين عبد الكريم، أستاذ محاضر -أ- جامعة الجزائر 3، الدكتورة بلحوسين نصيرة، أستاذ محاضر -أ-، جامعة خميس مليانة، عين الدفلى، الدكتورة فاطمة الزهراء قيطة، أستاذ محاضر -أ-، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم الإعلام، جامعة الوادي، الدكتورة صالحى دليلة، أستاذ محاضر -أ- كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم الإعلام جامعة الوادي ، الدكتور محمد مليك، أستاذ مساعد -ب- جامعة العربي بن مهيدي- أم البواقي.²

ب	61	60	61	45	61	60
ج	60	60	60	44	60	59
د	61	61	60	45	61	60
هـ	45	45	44	45	44	44
و	61	61	60	61	45	60
ز	60	60	59	60	44	60

الجدول رقم 01 يوضح عدد المؤشرات المتفق عليها بين كل محكمين اثنين. (من إعداد الباحثة)

- تستمر عملية ثبات التحليل بتطبيق معادلة الثبات، وهي عملية رياضية يقوم بها الباحث للتأكد من صلاحية الأداة، والعملية التي ستعتمد عليها هذه الدراسة هي (معادلة هولستي): معامل الثبات = ن (متوسط الاتفاق بين المحكمين)

$$+1 (ن-1) \text{ (متوسط الاتفاق بين المحكمين)}$$
 حيث أن :

- ن : عدد المحكمين
- متوسط الاتفاق بين المحكمين: ويُحسب بعد جمع ما اتفق عليه المحكمون وتقسيمه على عدد العناصر المدونة في الدليل (كل الفئات و مؤشراتهما)، ثم جمع كل تلك النسب وتقسيمها على عدد الأزواج التي يشكلها المحكمون، ثم يتم تطبيق المعادلة السابقة، بالنتائج المتوصل إليها.¹
- و بتطبيق ذلك على نتائج المحكمين يصبح لدينا:
- ن: 07 / عدد المؤشرات الإجمالي : 61 / عدد الأزواج التي يشكلها المحكمون: 21 / ومتوسط الاتفاق نحسبه كالآتي:

$$+0.96+0.98+0.72+0.98+0.98+1+0.73+1+0.98+0.98+0.73+1+0.98+1$$

$$0,91= 21 \div 19,16 = 0.98+ 0.98+0.72+0.73+0.98+1+0.73$$

- ثم تطبيق معادلة هولستي: $7 (0,91) / (1-7) +1 = (0,91)]0,98[$

وعليه فإن معامل الثبات لهذه الدراسة = 0,98، والتي تعتبر درجة عالية، وان أداة التحليل صالحة ويمكن الاعتماد عليها.

¹ يوسف تمار، مناهج وتقنيات البحث في الدراسات الإعلامية- الاتصالية، ديوان المطبوعات الجامعية، ط7، 2017، ص 161.

• الملاحظة العادية:

تستدعي الدراسات الوصفية والمعتمدة على مناهج المسح اجراءات منهجية أخرى ترصد من خلالها أهم البيانات التي يستعين بها الباحث في عملية التحليل والتفسير و كذا في تحديد الفئات خلال عملية تصميم استمارة تحليل المحتوى، وعليه استعانت الباحث هنا بأداة **الملاحظة**.

تُعرف الملاحظة بأنها قيام الباحث بملاحظة و معاينة احد الظواهر في ميدان أو حقل البحث وتسجيل ملاحظاته وجمعها، من اجل استخلاص المؤشرات والبيانات منها. وهي أيضا المشاهدة الدقيقة لظاهرة البحث مع الاستعانة بأساليب بحثية تتلائم مع طبيعة المادة المُلاحَظَة.¹

و يمكن أن تسهم الملاحظة في الدراسات الاستطلاعية في جمع البيانات الأولية عن الظاهرة للتمكن من تحديد ابعاد الظاهرة كاملة والتعرف على المتغيرات أو المؤشرات المجهولة.²

وعليه اعتمدت الباحثة على أداة الملاحظة في المرحلة الاستطلاعية، وذلك في معاينة ومشاهدة موقعي الشروق أون لاين والخبر أون لاين، كمعاينة أولية من اجل تحديد فئات التحليل و ضبطها و تنسيقها والفئات المستقاة من الخلفية النظرية المعتمدة (الأطر الإعلامية).

حيث تم رصد عدد من الفئات التي يختص بها كل من الموقعين وقد يختلفان في بعضها، وسيتم التفصيل فيها خلال تصميم استمارة التحليل.

المبحث الثالث : مجتمع الدراسة والعينة المختارة

إن مجتمع الدراسة محطة مهمة في خطة سير البحث العلمي، حيث تُمكن الباحث مع الوصول إلى المعلومات والبيانات و جمعها، والتي يستعملها من كوسيلة لتحليل المضامين والتوصل إلى النتائج المرجوة.

ويُعرف مجتمع الدراسة بأنه مجموعة العناصر التي لها خاصية مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث أو التقصي. وفي اللغة الإنسانية يقول موريس أنجرس أن مجتمع الدراسة هو مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي تتركز عليها الملاحظات.³

¹ المشهداني سعد سلمان، **منهجية البحث العلمي**، دار أسامة للنشر والتوزيع ، ط1، الأردن، عمان، ص151

² محمد عبد الحميد، المرجع السابق، ص407

³ موريس أنجرس، المرجع السابق ، تر: بوزيد صجراوي وآخرون، ص298.

و يعتبر مجتمع الدراسة مجموع افراد الظاهرة التي نحن بصدد دراستها وتحليلها.¹

إن مجتمع البحث يمثل الكل، أي جميع مفردات المادة التي سيقوم الباحث بمعالجتها وتحليل بياناتها، مصطلح مجتمع البحث يمثل مقياسا يجمع بين الأفراد والأشياء اثناء البحث. وعليه فإن مجتمع دراستنا يمثل جميع المقالات التي تتضمن خطابات تنموية و التي صدرت عن صحيفتي الشروق أون لاين والخبر أون لاين خلال الفترة المحددة للدراسة، باعتبار الجريدتين الإلكترونية (الشروق أون لاين والخبر أون لاين) من أوائل الجرائد الإلكترونية المستقلة والتي تعالج الخطاب الإعلامي في شتى المجالات خاصة التنموي منها، وقد اختارت الباحثة سنة 2024 لإجراء الدراسة التحليلية عليها كونها السنة الأكثر نشاطا تجاه الخطاب التنموي وهذا ما توصلت إليه من خلال الدراسة الاستطلاعية التي قمت بها، وكذا كونها سبقت الانتخابات الرئاسية وبالتالي كانت هناك كثافة في نشر الخطاب الإعلامي.

عينة الدراسة:

إن البحث العلمي لا يكتمل إلا اذا قمنا بتفحص ومعالجة مفردات مجتمع البحث كلها، وحينما نقول كلها فإنه إذا زاد العدد الإجمالي عن بعض المئات يصعب على الباحث تمثيلها كلها و معالجتها كلها، وعليه فإن اختيار حجم محدد من هذا المجتمع ككل وتحليله ومعالجته ثم تعميم النتيجة في حالة كان المجتمع الكلي متجانسا فهذا يُسهل ويُسرّع من إنجاز الدراسة.

كما أن خطوة تحديد العينة المناسبة تختزل وقتنا وجهدا على الباحث خاصة إذا كان مجتمع البحث بأعداد كبيرة كما سبق الذكر.

وهو ما يُسمى بالمعاينات أو عينات الدراسة، والتي تُعرف بأنها عدد الحالات التي تُؤخذ من المجتمع الكلي للدراسة، والتي يتم جمع المعلومات منها قصد دراسة خصائص المجتمع الأصلي، وتسمى أيضا بالوحدات التي يتكون منها مجتمع البحث والتي تخضع للتحليل وتكون مُمثلة لكل تمثيلا مدروسا ودقيقا.²

وبما أن البحوث المسحية لم تعد تعتمد على طريقة المسح الشامل والذي يهتم بدراسة جميع المفردات داخل مجتمع الدراسة، فإن أسلوب المعاينة أصبح من اهم التقنيات المستعملة في البحث العلمي. فالعينة

¹ الحيزان محمد عبد العزيز ، المرجع السابق، ص71
² المشهداني سعد سلمان،، المرجع السابق، ص85

وسيلة لا تدرس المجتمع كله، بل هي طريقة اختيار محددة مسبقا تهدف للحصول على المعلومات والبيانات عن طريق تمثيل الكل بالجزء وتعميم نتيجة الجزء على الكل.¹

وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على العينة العشوائية المنتظمة والتي تعتمد في شقها العشوائي على عامل الصدفة في السحب، حيث يقوم الباحث بالسحب عشوائيا وذلك لمنح الفرصة لجميع المفردات بالظهور في التحليل، أما الشق المنتظم منها فيقول بن مرسلي " إن الأسلوب المنتظم يقوم على مبدأ توزيع مفردات العينة على مجموعات متساوية أي مسافات، وذلك بهدف الابتعاد عن حصر مجتمع البحث في عدد معين من المفردات، وذلك في حالة تجانس عناصر مجتمع الدراسة كله.²

ويتميز هذا النوع من المعاينات بانتظام الفترات أو الاعداد بين الوحدات المختارة، حيث تكون المسافة بين مفردة وأخرى واحدة من المجتمع الكلي. حيث يُسمح فيها لكل المفردات بالظهور داخل العينة، أي أن اختيار فرد أو عنصر من الكل لا يُؤثر على الآخر.³

و للحصول على العينة العشوائية المنتظمة يقوم الباحث بتقسيم عدد المفردات او حالات المجتمع على حجم العينة المطلوبة ويتحصل على عدد معين وهو المسافة، ثم يختار عشوائيا رقما يعتبر نقطة البداية، ويضع امامه المسافة المتحصل عليها من عملية القسمة، فيتحصل على المفردة الموالية وهكذا إلى غاية استكمال العدد المطلوب في العينة.⁴

نعود إلى نوع العينة المعتمدة و بتطبيقها على مجتمع دراستنا و من منطلق أن موقعي الشروق أون لاين والخبر أون لاين تقدمان خطابا تنمويا على مدار الفترة المدروسة و الممتدة من 01 جانفي 2024 إلى 31 ديسمبر 2024، و باعتبار أنه يصعب تحليل ودراسة مجموع مفردات قدره 366 عدد، يتم إصداره يوميا على مدار سنة 2024، فقد قمنا بتطبيق المعاينة العشوائية المنتظمة التي اختصرت الجهد والوقت.

فيصبح لدينا مجتمع دراسة ممثلا ب 366 مفردة على امتداد 12 شهرا، وعلما أننا نريد الحصول على عينة قدرها 12 مفردة والتي تعتبر عددا كافيا لتمثيل مجتمع البحث كله، فتحليل محتوى الصحف لا يتطلب أكثر من 12 عددا (جريدة يومية) في السنة بدلا من استعمال مجتمع الدراسة كله.⁵ وبتطبيق عملية

¹ عماد عبد الغني، المرجع السابق، ص54

² أحمد بن مرسلي، المرجع السابق، ص178 ص179

³ لطاد ليندة وآخرون، منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية، كتاب جماعي، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والاقتصادية والسياسية، برلين، ألمانيا، 2019، ص69

⁴ محمد راسم جمال، المرجع السابق، ص122.

⁵ فضيل دليو، مدخل إلى منهجية البحث العلمي، منشورات مخبر الاستخدام والتلقي في الجزائر، طبعة إلكترونية مجانية، جامعة الجزائر 3، الجزائر، مارس 2024، ص192.

القسم في المعاينة الاحتمالية المنتظمة يصبح لدينا: مجتمع البحث الأصلي قدره 366 ÷ العينة وقدرها 12 = و نتحصل على المسافة المقدره ب 31.

366 ÷ 12 ونتحصل على المسافة والمقدرة ب 31 ، ثم نختار رقم عشوائيا لكي يكون نقطة البداية، وقد اختارت الباحثة رقم 03 لتكون المفردة الأولى في العينة.

وحسب ما سبق إعداده فإن عينة دراستنا هي ناتج قسمة مجتمع البحث الكلي على العدد الذي قمنا باختياره كعينة، مع استخدام المسافة بين كل مفردة وأخرى.

و نتاجا للإجراءات المتخذة فيصبح لدينا 24 مفردة (أي 12 مقالا صادر كل جريدة الكترونية من الجريدتين محل العينة)، أي 12 مفردة من جريدة الشروق أون لاين، و12 مفردة أخرى من جريدة الخبر أون لاين كالتالي:

- الجدول رقم02: توزيع مفردات عينة موقع الشروق أون لاين - المصدر: من إعداد الباحثة.

الشهر	اليوم	تاريخ الصدور
جانفي	الأربعاء	2024 /01/ 03
فيفري	الأحد	2024 /02/04
مارس	الخميس	2024 /03/ 07
أفريل	الثلاثاء	2024 /04/ 09
ماي	السبت	2024/05/ 11
جوان	الأربعاء	2024 /06/ 12
جويلية	الإثنين	2024/07/ 15

2024/08/16	الجمعة	أوت
2024/09/17	الثلاثاء	سبتمبر
2024/10/17	الخميس	أكتوبر
2024/11/18	الاثنين	نوفمبر
2024/12/20	الجمعة	ديسمبر

- الجدول رقم 03: توزيع مفردات عينة موقع الخبر أون لاين - المصدر: من إعداد الباحثة.

الشهر	اليوم	تاريخ الصدور
جانفي	الأربعاء	2024 /01/ 03
فيفري	الأحد	2024 /02/04
مارس	الخميس	2024 /03/ 07
أفريل	الثلاثاء	2024 /04/ 09
ماي	السبت	2024/05/ 11
جوان	الأربعاء	2024 /06/ 12
جويلية	الاثنين	2024/07/ 15
أوت	الجمعة	2024/08/16
سبتمبر	الثلاثاء	2024/09/17
أكتوبر	الخميس	2024/10/17

2024/11/18	الاثنين	نوفمبر
2024/12/20	الجمعة	ديسمبر

- يعود سبب اختيار الباحثة لموقعي "الشروق أون لاين" و"الخبر أون لاين" إلى عدة معايير أهمها: معيار اللغة حيث أن الموقعين ناطقين باللغة العربية هي اللغة الأم في الجزائر وعليه ستكون العينة بذات اللغة، إضافة إلى أن كون الجريدتين محل عينة الدراسة كما سبق الذكر من أقدم الجرائد الإلكترونية التي بدأت بالنشر الإلكتروني.

خلاصة الفصل الثالث:

استعرضنا في هذا الفصل مجموعة الخطوات والإجراءات المنهجية المتبعة في تنفيذ الدراسة، حيث تم الاعتماد على منهجين أساسيين وهما المسحي التحليلي، والمقارن، كما شمل هذا الفصل تحديد مجتمع الدراسة وعينتها، فاخترت الباحثة العينة العشوائية المنتظمة، بحيث تضمن تمثيل مجتمع البحث تمثيلا مناسباً، كما تم توضيح الأدوات المستعملة في جمع وتحليل البيانات وهي أداة تحليل المحتوى، و الملاحظة العادية.

وبهذا يوفر فصل الإجراءات المنهجية كل الخطوات والمعايير التي تضمن سير محدد للدراسة وتضمن دقة ومصداقية النتائج.

الفصل الرابع:

عرض ومناقشة النتائج

بعد استعراض الجانبين النظري والمنهجي للدراسة، يأتي الفصل التطبيقي ليجسد الجانب العملي للبحث المنجز، حيث قامت الباحثة هنا تجسيد الإشكالية إلى خطوات إجرائية، و طبقت الإجراءات المنهجية على عينة الدراسة واستخرجت النتائج، ثم تم استقراء النتائج وتحليلها وتفسيرها في ظل كل من النظرية المعتمدة والدراسات السابقة.

المبحث الأول : عرض نتائج الدراسة

المطلب الأول: عرض نتائج فئات الشكل (كيف قيل؟):

1- الجدول رقم (04) يوضح فئة الأنواع الصحفية في كل من جريدتي الشروق أون لاين والخبر اون لاين

الخبر اون لاين		الشروق أون لاين		النوع الصحفي	الجريدة
%	التكرار	%	التكرار		
97.36	37	96.87	31	التقرير	
0	0	00	0	المقال	
0	0	00	0	التحقيق	
0	0	00	0	التعليق	
2.63	1	3.12	01	الربورتاج	
100	38	100	32	المجموع	

المصدر: من إعداد الباحثة

- من خلال معطيات الجدول رقم (04) والمتعلق بفئة الأنواع الصحفية، نلاحظ أن التقرير قد حاز على أكبر نسبة مقارنة مع الأنواع الأخرى، ففي الشروق اون لاين كانت نسبه 96.87%، وفي الخبر اون لاين جاء بنسبة 97.36 %، في مقابل 3.12 % للربورتاج في الشروق اون لاين، وبنسبة 2.63 % في الخبر اون لاين، اما باقي الأنواع فكانت نسبتها منعدمة بنسبة 0 %.

ان اختيار النوع الصحفي المناسب لكل موضوع وقضية مطروحة خطوة مهمة جدا، فهي تحقق العمق والتأثير الفعلي في المتلقي، ولكل نوع صحفي وظيفة معينة يقوم بها تجاه الجمهور، ومن خلال معطيات الجدول أعلاه لاحظنا أنه للتقرير الصحفي النسبة الأكبر، وهذا ما يعكس إعطاء الجريدتين محل عينة الدراسة الأولوية للتغطية الخبرية والسبق الصحفي فقط، من خلال تقديم معطيات ومعلومات دقيقة ومفصلة حول كل خطاب تنموي تمت طرحه، وهو ما يفسر أن الجانب التنموي تقريره أكثر منه تأثيره، أي بمعنى أن القائم على تحرير ومعالجة المادة الإعلامية التنموية يسعى إلى إعلام المتلقي وإبلاغه بالمستجدات والاحداث وخلفيات هذه الاحداث فقط، وليس تحليلها وتفسيرها، وهذا ما يعززه غياب مواد الرأي في الخطاب التنموي لكل من الجريدتين محل عينة الدراسة، التي يتم توظيفها لإبداء الآراء وتوجيه النقد و توجيه مساءلة اجتماعية من خلال معالجة الخطاب التنموي بها.

أما بالنسبة للربورتاج فكما هو ملاحظ فقط تواجد بنسبة ضئيلة، إضافة الى انعدام تواجد أي من الأنواع الصحفية الأخرى في الخطاب التنموي المطروح، لأن الجريدتين محل عينة الدراسة تخصصان أنواع الرأي أنواع التأثير في اركان أخرى خاصة، كما هو موضح في الشكل رقم 01 و 02 في الملحق "ج".

2- الجدول رقم (05) يوضح فئة اللغات المستعملة في كل من جريدتي الشروق أون لاين والخبر

اون لاين :

الخبر اون لاين		الشروق أون لاين		اللغة	الجريدة
%	التكرار	%	التكرار		
100	38	100	32	العربية	
0	0	00	/	الفرنسية	
0	0	00	/	الإنجليزية	
0	0	00	/	مزيج بين العربية ولغة اجنبية	
100	38	100	32	المجموع	

- الملاحظ على الجدول رقم 05 والذي يوضح اللغات المستعملة في معالجة الخطاب التنموي في جريدتي الشروق أون لاين والخبر أون لاين، أن اللغة المستعملة في كل من الجريدتين هي اللغة العربية وذلك بنسبة 100%.

إن سبب الاعتماد الكلي للجريدتين الإلكترونيتين على اللغة العربية الفصحى في تغطية ومعالجة الخطاب التنموي يعود إلى كون هذا النوع من الخطابات يدخل ضمن الاهتمامات الرئيسية للمواطن الجزائري داخل الوطن والذي يستعمل اللغة العربية كلغته الام، وباعتبارها أيضا اللغة الأولى في الدستور، وبالتالي سيكون من الأساسي اعتمادها كلغة لمعالجة وتحرير ما يقربه من القضايا خاصة التنموية كما هو الحال في العينة محل الدراسة.

مع توفير ايقونة لتغيير اللغة أعلى يمين الصفحة الرئيسية لكل من الجريدتين محل عينة الدراسة ، ففي الخبر أون لاين التغيير من العربية إلى الفرنسية فقط، اما الشروق أون لاين فهناك إمكانية للتغيير من العربية إلى الفرنسية وإلى الإنجليزية، وهذا ما يشير إلى أن جريدتي الشروق أون لاين والخبر أون لاين توليان اهتماما لفئة القراء التي تتصفح باللغتين الأجنبيةتين المذكورتين. (كما هو موضح في الشكل رقم 03 و04 من (الملحق "ج")

3- الجدول رقم (06) يوضح فئة العناصر التيبوغرافية في كل من جريدتي الشروق أون لاين والخبر أون لاين :

الخبر أون لاين		الشروق أون لاين		العنصر
%	التكرار	%	التكرار	
10.52	12	11.47	14	صورة شخصية
19.29	22	11.47	14	صورة موضوعية
3.50	4	3.27	04	صورة خبرية
33.33	38	26.22	32	عنوان رئيسي
0	0	13.93	17	عنوان فرعي

الألوان	09	7.37	0	0
حجم الخط	32	26.93	38	33.33
المجموع	122	100	114	114

- تشير معطيات الجدول رقم 06 الى نسب اعتماد الصور والعناوين و الوان الخط واحجام الخط في معالجة الخطاب التنموي لكل من جريدتي الشروق اون لاين والخبر اون لاين، حيث نلاحظ أن الصور الموضوعية كانت لها النسبة الأكبر بين أنواع الصور المستعملة الأخرى في جريدة الخبر اون لاين وقُدرت ب 19.29 %، تليها الصور الموضوعية والشخصية بذات النسبة في الشروق اون لاين 11.47 %، اما الصور الشخصية في جريدة الخبر اون لاين فكانت اقل وقدرت ب 10.52 %.

- في حين ان الصور الخبرية كانت بذات النسبة بين الجريدتين وتراوحت نسبتها بين 3.27% و 3.50%.

تمثل الصور عنصرا طبوغرافي بالغ الأهمية، لما له من وظيفة تعبيرية تضيف الكثير من المعاني للمادة التحريرية، والملاحظ من المعطيات أعلاه أن أكثر أنواع الصور اعتمادا كان الصور الموضوعية من طرف جريدة الخبر أون لاين بنسبة 19.29%، حيث يعتبر هذا النوع من الصور مكمل للمادة الإعلامية المعروضة، ترتبط بموضوعه وتوضحه للمتلقي، كما هو موضح في الشكل رقم 05 من الملحق "ج".

بينما اعتمدت ذات الجريدة (الخبر اون لاين) على الصورة الشخصية بمعدل أقل من الموضوعية، حيث تعتبر الصور الشخصية عنصرا مرافقا للشخصية محور الحدث، يبرز من خلالها الشخص الرئيسي في المادة الإعلامية، كما هو موضح في الشكل 06 في الملحق "ج".

أما النسبة الضئيلة للصور الخبرية في كلا الجريدتين الالكترونيتين، فيعود لكون الخطاب التنموي محل عينة الدراسة لم يكن متضمنا لأحداث تنموية آنية، لأن وظيفة الصور الخبرية توثيق الخبر لحظة حدوثه ونقله للمتلقي، وبالتالي نستنتج أن الاحداث التنموية التي عالجتها الجريدتين محل عينة الدراسة في الفترة المحللة لم تكن بمعدل معتبر، هذا ما يفسر النسب القليلة للصورة الخبرية. (يوضح الشكل 07 في الملحق "ج" صورا خبرية في الخبر اون لاين)

- أما بالنسبة لأنواع العناوين فقد كان للعنوان الرئيسي في جريدة الخبر أون لاين نسبة 33.33%، في حين استعملت الشروق أون لاين العنوان الرئيسي للخطاب التنموي بنسبة 26.22%. أما العنوان الفرعي فقد اعتمدته الشروق وان لاين بنسبة 13.93% بمقابل 0% للخبر أون لاين.

إن أول ما يلتقي به القارئ في الجريدة هو عنصر العنوان، والذي يعتبر بوابة المتلقي نحو المضمون المعروف، خاصة في الصحف الإلكترونية والتي أصبحت مزودة بالروابط المتداخلة والمتشعبة والتي تحمل القارئ من موضوع إلى آخر، وعليه أصبح اعتماد العناوين بمختلف وظائفها ضرورة حتمية لتمييز المعطيات.¹، إذ يعتبر العنوان الرئيسي بمثابة بطاقة تعريف رسمية للموضوع، حيث يكون بشكل مختصر وواضح ومشير إلى المضمون، والملاحظ من المعطيات أعلاه أن جريدتي الشروق أون لاين والخبر وان لاين اعتمدتا على العنوان الرئيسي بنسب كبيرة ومتقاربة، بهدف الإحالة إلى الموضوع دون اختزاله.

أما النوع الثاني من العناوين والذي يعتبر العنوان الرئيسي كتقديم له، وهو جملة مختصرة للعنوان الرئيسي تحمل نبذة تعريفية عن الخبر ككل، مثلا الخبر طويل ومركب، عنوانه الرئيسي يعطي الفكرة العامة والجوهرية للخبر، والفرعي يحيل إلى تفاصيل مهمة داخل الخبر، وهي ذات الطريقة التي اعتمدها جريدة الشروق أون لاين، عكس الخبر أون لاين التي اعتمدت فقط على العنوان الرئيس.

- ثم نلاحظ نسب وتكرارات فنتي لون الخط وحجمه بين الجريدتين، فنجد أن الشروق أون لاين اعتمدت استعمال تغيير في اللون حيث اعتمدت في الأعداد المحللة على اللون الأحمر كلون مغاير لمتن المادة الإعلامية، وذلك بنسبة 7.37%، أما الخبر أون لاين فلم تستعمل أي ألوان مغايرة على متن المادة الإعلامية وبالتالي فنسبته 0%.

يعود لجوء جريدة الشروق وان لاين إلى التغيير في لون الخط داخل المتن إلى كون المعطيات التي تلي العبارة الملونة (عنوان داخل المتن) يجب ان يتم ابرازها بطريقة تلفت المتلقي، ففي بعض المواد الإعلامية في اعداد جريدة الشروق أون لاين محل عينة الدراسة وجدنا أن اللون المغاير الذي تم اعتماده كان اللون الأحمر والذي يحيل القارئ إلى شروط أو معايير يتنم تنويه المتلقي إليها في حالة كانت القضية المطروحة تخصه مثل مسابقات التوظيف أو قوانين و تشريعات تحدد عمله أو نشاطه. وعليه فإن الغاية من إدراج اللون الأحمر جنباً إلى جنب مع اللون الأسود والذي يمثل في ذاته غياباً للألوان، هو أولاً جذب انتباه القارئ إلى المادة المطبوعة²، ثم إلى ما تحمله هذه المادة من محتوى ذو أهمية وقرب من المواطن. وبالتالي يمكن القول أن الشروق وان لاين عملت على توظيف الألوان كأداة توكيدية على بعض المعطيات

¹ عوام إسماعيل، هندسة العنوان في البناء الصحفي، معهد الجزيرة للإعلام، 2016/11/29،

<https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/579>

² جورديخ مليكة، بوعديمي جمال، جماليات توظيف اللون في الصحافة المكتوبة - نماذج من الصحف الملونة، مجلة جماليات، المجلد 07، العدد 01، 2020، جامعة مستغانم، مستغانم، الجزائر، ص328

المتضمنة في الخطاب التنموي المُعالج. مما يشير إلى تركيز الشروق أون لاين على تحقيق أفضل اتصال للقارئ بالصحيفة. كما هو موضح في الشكل رقم 08 في الملحق "أ".

- اما حجم الخط فقد اعتمدت الجريدتين على حجم خط (خط عريض) مغاير للعناوين الرئيسية والفرعية، وكذا بعض النقاط المهم داخل متن الخطاب التنموي المحلل، بنسبة 33.33% للخبر أون لاين، و 26.22% للشروق أون لاين، وهو ما يشير أن الجريدتين الالكترونيتين محل العينة تركز على تمييز العناصر التوضيحية كالعناوين عن المتن المطروح.

4- الجدول رقم (07) يوضح فئة العناصر التفاعلية في كل من جريدتي الشروق أون لاين والخبر أون لاين :

الخبر أون لاين		الشروق أون لاين		العنصر	الجريدة
%	التكرار	%	التكرار		
33.33	38	33.33	32	تاريخ النشر	
33.33	38	33.33	32	عدد القراءات والتعليقات	
33.33	38	33.33	32	المشاركة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	
100	114	100	96	المجموع	

- نلاحظ من خلال الجدول رقم 07 أن كل من الجريدتين (الشروق أون لاين والخبر أون لاين) اعتمدتا على العناصر التفاعلية المذكورة أعلاه بشكل رئيسي، بنسب متعادلة من الإجمالي كما هو ملاحظ وذلك في خطوة من القائمين على الجريدتين نحو زيادة مرئية وانتشار الجريدتين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتوثيقها في الأرشيف وكذا زيادة التفاعلية حول القضايا المنشورة.

- يوضح الملحق رقم 09 ايقونة كل من تاريخ النشر، عدد التعليقات أو القراءات، خاصة مشاركة المقال عبر مواقع التواصل الاجتماعي لكل الجريدتين الالكترونييتين.

الخبر اون لاين	الشروق وان لاين	الايقونة
		تاريخ النشر
		عدد القراءات أو التعليقات
		المشاركة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

5- الجدول رقم 08 يوضح فئة العناصر المعلوماتية في كل من جريدتي الشروق أون لاين والخبر

اون لاين:

الخبر اون لاين		الشروق أون لاين		العنصر
%	التكرار	%	التكرار	
0	0	23.80	20	اسم المؤلف
33.33	38	0	0	الأرشيف
33.33	38	38.09	32	محركات البحث
33.33	38	38.09	84	الأركان خاصة
100	114	100	84	المجموع

- نلاحظ من خلال الجدول رقم 08 أن عنصري محركات البحث و الأركان الخاصة كانتا بنسب متعادلة بين الجريدتين من للإجمالي الكلي، فمحركات البحث وفئة الركن الخاص في جريدة الشروق اون لاين كانتا بنسبة 38.09 %، و بنفس التساوي كانتا في جريدة الخبر اون لاين بنسبة 33.33%. أما فئة الأرشيف فقد كانت بنسبة 33.33% لجريدة الخبر اون لاين، مقابل 0 % للشروق اون لاين، بينما كانت نسبة فئة اسم المؤلف في الشروق اون لاين 23.80 %، مقابل 0 % للخبر اون لاين.

- توفر الخبر اون لاين ايقونة محركات البحث بطريقة مختلفة على الشروق اون لاين، حيث يمكنك الولوج إلى محرك البحث بعد دفع الاشتراك والدخول إلى مساحتك الخاصة ثم أرشيف الجريدة ثم محرك البحث كما هو موضح في الجدول اسفله. أما جريدة الشروق اون لاين فتوفر ايقونة محرك البحث في واجهة الصفحة الرئيسية، (الجدول اسفله).

تتوفر جريدة الشروق اون لاين على نشاط مختلف وهو أن أرشيف الجريدة ليس محددًا بأيقونة مسماة " أرشيف"، بل يمكن للمتصفح اتباع ايقونة التراجع حسب التواريخ كما هو موضح في الجدول اسفله، أي ان المتلقي يستمر في التراجع إلى غاية الحصول على العدد الذي يبحث عنه، الأمر الذي تؤكد عليه

الدراسة السابقة لبومزبر ليندة، والتي خلصت إلى ان ايقونة الأرشيف للشروق أون لاين توفر خاصية

الايقونة	الشروق وان لاين	الخبر اون لاين

التراجع والتقدم للحصول على الاعداد المنشورة سابقا والحالية.¹ على عكس جريدة الخبر اون لاين والتي تخصص ركنا للأرشيف، وذلك بعد دفع الاشتراك من طرف المتلقي الذي يبحث عن الأرشيف ، الاشتراك يتضمن عروضاً شهريا في كل عرض مجموعة مزايا يتحصل عليها المشترك، بعد عملية الاشتراك تُخصص مساحة للمشارك تسمى (مساحتي الخاصة) كما التي تحصلت عليها الباحثة بعد دفع الاشتراك وتحتوي عدة مزايا، أهمها ايقونة الأرشيف، و المقالات المميزة، الجريدة الرقمية .. وغيرها، كما هو موضح في الجدول أسفله.









أما بالنسبة لاسم المؤلف فتعرضه جريدة الشروق اون لاين أعلى المادة الإعلامية المطروحة، عكس الخبر اون لاين والتي لم تعرض اسم المؤلف أو الصحفي أو كاتب المقال على أي من المواد الإعلامية في الاعداد عينة الدراسة، حيث تكفي فقط بكتابة اسم الجريدة كما هو موضح اسفله.

و الأركان الخاصة في كلتا الجريدتين الالكترونيتين موجودة أعلى الصفحة الرئيسية، حيث يمكن التوجه مباشرة إلى الركن الذي تبحث عن موضوعاته، وهذا ما يوفر اكبر قدر من سهولة الوصول إلى الخبر دون الحاجة إلى البحث الطويل، حيث تسعى من خلاله الجريدتين (الشروق اون لاين والخبر اون لاين) إلى تسهيل عملية التصفح. (كما هو موضح في جدول الايقونات اسفله).

يوضح الجدول التالي (الملحق 10) الأيقونات الخاصة بفئة العناصر المعلوماتية (اسم المؤلف- محرك البحث- الأرشيف- ركن خاص).

¹ بومزبر ليندة، المرجع السابق، ص162.

المطلب الثاني:
عرض نتائج فئات
المضمون (ماذا
قيل؟)
1- الجدول رقم
(09) يوضح فئة
القضايا التنموية في
كل من جريدتي
الشروق أون لاين
والخبر أون لاين :

		<p>المؤلف</p>
		<p>شيف</p>
		<p>ك البحث</p>
		<p>كان الخاصة</p>

<p>الخبر اون لاين</p>		<p>الشروق أون لاين</p>		<p>الجريدة</p>	
<p>%</p>	<p>التكرار</p>	<p>%</p>	<p>التكرار</p>	<p>القضية</p>	

55.26	21	37.83	14	تنمية اقتصادية
2.63	01	2.70	01	تنمية سياحية
5.26	02	10.81	04	تنمية ثقافية
36.84	14	43.24	16	تنمية اجتماعية
0	0	5.40	02	تنمية بيئية
100	38	100	37	المجموع

- تشير معطيات الجدول رقم 09 والذي يوضح توزيع فئة القضايا التنموية على أعداد كل من جريدتي الشروق اون لاين والخبر أون لاين أن فئة القضايا الاقتصادية حازت على أكبر نسبة لدى جريدة الخبر اون لاين، قدرت ب 55.26%، مقابل نسبة 37.83 للشروق اون لاين، بينما حازت فئة التنمية الاجتماعية على نسبة 43.24% في جريدة الشروق اون لاين، مقابل 36.84% في الخبر اون لاين.

أما بالنسبة للتنمية الثقافية فقد حازت على نسبة 10.81 في جريدة الشروق اون لاين، مقابل 5.26% في الخبر اون لاين، بينما كان للتنمية البيئية نسبة 5.40% في الشروق اون لاين، تقابلها 0% في الخبر اون لاين. أما التنمية السياحية فكانت نسبها ضئيلة بين الجريدتين، ففي الشروق اون لاين كانت 2,70%، وفي الخبر اون لاين كانت نسبتها 2.63%.

• من خلال معطيات الجدول نلاحظ أن التنمية الاقتصادية كان لها النسبة الأكبر لدى الشروق اون لاين والخبر اون لاين ، الأمر الذي يوضح الأهمية التي يحظى بها قطاع الاقتصادية في المعالجة الإعلامية للصحف الإلكترونية، فالتنمية لطالما ارتبطت بالاقتصاد و مجالاته المختلفة، حيث يعتبر الاقتصاد قوة ناعمة تؤثر في جميع الأبنية في المجتمع، وهو بحاجة إلى وسيلة ينتقل عن طريقها، أدت الصحافة هذا الدور على اكمل وجه منذ عقود طويلة، فهي تنقل وتشرح وتفسر جل المناسبات الاقتصادية الحاصلة، وتفسر مصطلحاتها المعقدة لأفراد المجتمع، في مقابل أن التنمية الاقتصادية هي نشاط مقصود تقوم به الدولة تسعى من خلاله إلى خلق وتحسين وضع اقتصادي

ومعيشي مناسب للمواطن.¹ و هي النتيجة التي يؤكد عليها وجود ركن قائم بذاته في الجريدتين محل عينة الدراسة، متخصص في الاقتصاد. (موضح في الملحق رقم 10).

أما التنمية الاجتماعية والتي تلت نظيرتها الاقتصادية في المرتبة الثانية بين قضايا الخطاب التنموي لجريدتي الشروق وان لآين والخبر اون لآين، فهي الأخرى تمثل مركز اهتمام لطرفي العملية الاتصالية (القائم بالاتصال والمتلقي)، لما تحمله من أحداث و معطيات مهمة، كتوزيع السكنات، او تعديل قائمة عدل، أو مسابقات التوظيف، توزيع قفة رمضان، وغيرها من القضايا الاجتماعية التي تهتم الفرد وتدفعه إلى تصفح الجرائد الإلكترونية و استقاء المعلومات منها، إن توجه الفرد نحو الصحف الإلكترونية عكس الورقية يعود إلى أهم صفة تميزها وهي الأنية والتحديث المستمر. وهو الأمر الذي لا يمكن للصحف الورقية تقديمه حيث لا يمكنها الخروج عن سطور الخبر المصنوفة على الورق، بينما تقدم الصحافة الإلكترونية قائمة من الخدمات المضافة، هما فكرة السرعة والأنية، فتؤدي من خلالها دور حلقة الاتصال اللحظية، و خدمة التحديث الفوري للمعلومات تبعا لتطور الأحداث²، فتداول الأحداث والمعلومات عبر الصحافة الإلكترونية يتم بصفة مستمرة، والجدير بالذكر أن الجزائر سعت جاهدة عبر مخططات التنمية المتعاقبة إلى التخلص من أزمات اجتماعية عديدة مثل السكن والبطالة، وكذا مخططات لتحسين التماسك الاجتماعي مثل تمكين المرأة والشباب كما وجدنا في جريدة الخبر اون لآين أن رئيس الجمهورية سعى جاهدا لتمكين المرأة في جميع القطاعات، وكذا تكريمها وقد خصصت بعض الاعداد للحديث عن عيد المرأة و توجيه الرئيس كلمته للمرأة الجزائرية، كل هذه النشاطات تدخل ضمن التركيز على التنمية الاجتماعية خلال المعالجة الإعلامية، مما يبرز الخطاب التنموي بصورة اوسع، من خلال تسليط الضوء على هذه المساعي عن طريق تخصيص مساحة واسعة لمعالجة مثل هذه القضايا التنموية الشروق وان لآين والخبر اون لآين.

نلاحظ أيضا نسبة التنمية الثقافية حازت على نسبة بين 5% إلى 10% بين الجريدتين، الأمر الذي يشير إلى أن اهتمام الجريدتين محل عينة الدراسة ينصب نحو التنمية الاقتصادية بدرجة كبيرة كما سبق الذكر، ولكن ذلك لا يلغي أن التنمية الثقافية بدورها تستقطب فئة كبيرة من المجتمع، فقد تجسدت في مشاريع و أحداث ثقافية بارزة مثل المعارض والمهرجانات، وكذا تكريمات أقامها رئيس الجمهورية لفئات ثقافية بارزة، الأمر الذي يبرز رغبة وسائل الإعلام خاصة جريدتي الشروق اون لآين والخبر اون لآين في إبراز مدى اهتمام السلطات بالجانب الثقافي، مثلا من خلال تمكين الفاعلين الثقافيين، أو دعم الصناعات الثقافية والتقليدية.

¹ بركون كهينة، دور الصحافة الاقتصادية المكتوبة في نشر الوعي التنموي وتحقيق التنمية الاقتصادية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد الخامس، 2016، جامعة الجزائر 3، الجزائر، ص61
² رضوان بلخيري، المرجع السابق،، ص184.

إذ إن التنمية الثقافية عنصرا فعالا في تطوير آليات النمو و النهوض بمستويات الحياة المختلفة وكذا ترقية الانسان والرفع من قدراته وتشجيعه وتحسين أوضاعه في المجتمع.¹

بينما التنمية البيئية والتي برزت بنسبة معتبرة، فقد كان لا بد من معالجة قضايا تنموية بيئية فهي ركيزة أساسية في الخطاب التنموي ككل، فقد برز الجانب البيئي في جريدة الشروق أون لاين من خلال معالجة قضايا التلوث، وكذا التبذير و رمي الاوساخ في بعض الاعداد الصحفية المحللة.

وأخيرا التنمية السياحية والتي حازت على نسبة ضئيلة بين الجريدتين، وذلك لأن الفترة التي أجري فيها تحليل الاعداد السياحية لم تجري خلالها أي من الاحداث السياحية، إلا بصفة ضئيلة، حيث ذُكرت التنمية السياحية خلال الترويج لبعض المناطق الصحراوية والتي استقطبت السياح، الامر الذي استعجل الجريدتين محل العينة إلى تسليط الضوء عليها بهدف الترويج لها و توسيع شهرتها، رغبة منها في دعم مساعي القائمين على السياحة في الجزائر.

الجدول رقم (10) يوضح فئة الشخصيات الفاعلة في كل من جريدتي الشروق أون لاين والخبر أون لاين :

الخبر أون لاين	الشروق أون لاين	الجريدة

¹ بورقة سمية، مساهمة الإعلام الجديد في التنمية الثقافية الجزائرية في الفضاء الرقمي- رؤية استشرافية-، مجلة هيروودوت للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 06، العدد02، 2022، عنابة، الجزائر، ،ص117

2- الجدول رقم (11) يوضح فئة الأساليب الاقناعية في كل من جريدتي الشروق أون لاين والخبر

اون لاين :

الخبر اون لاين		الشروق أون لاين		الجريدة الاسلوب
%	التكرار	%	التكرار	
29.31	17	21.87	14	أدلة واحصاءات
1.72	01	4.68	03	تشريعات وقوانين
51.72	30	37.5	24	تصريحات رسمية
1.72	01	1.57	01	تخويف
5.17	03	15.62	10	ترغيب
6.89	04	0	0	اثارة و تشويق
1.72	01	7.81	05	تعاطف
1.72	01	10.93	07	عبارات اخرى
100	58	100	64	المجموع

- تشير معطيات الجدول رقم 11 الى تفاوت في نسب الأساليب العقلية والعاطفية المستعملة في الاقناع، فقد اعتمدت الخبر اون لاين على التصريحات الرسمية بنسبة 51.72 %، تقابلها 37.5% في الشروق اون لاين. كما نسبة الأدلة والإحصاءات في الخبر اون لاين 29.31%، أما بالنسبة للأسلوب العقلي (تشريعات وقوانين) كان بنسبة 4.68 % في الشروق اون لاين، تقابلها نسبة 1.72%.

يُخاطب عقل المتلقي عن طريق أساليب عقلية منطقية بحتة، تثير فيه نزعة التفكير المنطقي وتوصل له المعلومة مباشرة دون المساس بأي من مشاعره، وهو الأمر الذي اعتمده كل من الشروق اون لاين والخبر اون لاين، من خلال استضافة تصريحات رسمية لشخصيات رسمية بخصوص الخطاب التنموي

المعالج، كما تتجلى من خلالها الشفافية من خلال عرض وجهات النظر والتصريحات ومقارنتها بالواقع، كما تسهم التصريحات الرسمية في طمأنة المواطن بالتزام الشخصية الرسمية بتصريحها، طالما تم معالجته وعرضه في الجريدة.

أما الرتبة الثانية فكانت للأدلة والإحصاءات، والتي تمنح الخطاب التنموي أساسا منطقيا وواقعيًا، بدلا من الاكتفاء بالعبارات والتوصيفات الحرفية، مما يوفر مرجعا رقميا ودليلا احصائيا يمكن المتصفح من تقييم الوضع التنموي بشكل ملموس، كما تساعد المتلقي من تفعيل المقارنات و التركيز مع النشاطات الممارسة والتصريحات المطروحة.

بينما كانت للتشريعات والقوانين نسبة معتبرة، بين الجريدتين، والذي أضفى صبغة رسمية موثوقة للخطاب التنموي، خاصة عند معالجة قضايا تهم المواطن مثل السكن أو التوظيف أو التمكين في الاعمال الحرة، فمن خلال ربطها بشروط أو قوانين إلزامية يقتنع المواطن بأن المطالب او المعالجات لها سند قانوني، إضافة الى وظيفة أخرى تقوم بها القوانين والتشريعات عند توظيفها في الخطاب التنموي وهي وظيفة إلزام الجهات المسؤولة اما هذه السندات القانونية، وهي وظيفة رقابية للصحافة، كما توعي المواطن بحقه القانوني.

كما ان اعتماد سندات وتشريعات قانونية في محتوى الخطاب التنموي المطروح يؤمن حماية لهذا الخطاب، ويجعله اكثر مهنية وجدية.

- اما بالنسبة للأساليب العاطفية فكان أسلوب الترغيب بنسبة 15.62 في جريدة الشروق اون لاين، تقابله نسبة 5.71 في الخبر اون لاين، بينما كانت نسبة عبارات عاطفية أخرى كالفخر والاعتزاز بنسبة 10.93 للشروق اون لاين، تقابلها 1.72 لعبارات عاطفية أخرى في الخبر اون لاين مثل التشبيهات والوصف الدقيق. يليها أسلوب التعاطف بنسبة 7.81 % للشروق اون لاين، مقابل 1.72% في الخبر اون لاين. ثم أسلوب الاثارة والتشويق الذي كان بنسبة 6.89% في الخبر اون لاين، تقابله 0% في الشروق اون لاين. أما أسلوب التخويف فتراوحت نسبه بين 1.72 % في الشروق اون لاين، و 1.57% في الخبر اون لاين.

إن استعمال أساليب عاطفية تخاطب جوارح المتلقي من أبرز الاستراتيجيات الاقناعية التي تعتمد عليها وسائل الإعلام بهدف توصيل الرسالة، فكما هو ملاحظ أن أسلوب الترغيب تم اعتماده بنسبة معتبرة وذلك عن طريق ابراز عناصر مغرية أو ترغيبية للمواطن مثل الإعفاء من الرسوم والضرائب أو فرص من دور النشر لتلقي المؤلفات ونشرها ، أو تكريم بعض فئات المجتمع مقابل خدمات تنموية ذات منفعة عامة، كحملات التنظيف أو حملة عدم تبذير الخبز في رمضان، هنا تستعين الجريدة بنظرية الأطر الإعلامية

والتي تقول أنه من أجل التأثير على متلقي الرسالة يجب ان نقوم بفهم المنبهات التي تثير ادراكه، والتي قد تكون متضمنة في مدركاته وخبراته الشخصية، ففي ذات مثال حملات عدم تبذير الأكل خلال الشهر الفضيل، هنا تستهدف المادة الإعلامية منبهات المتلقي تجاه هذه القضية، فتذكر امثلة تثير عاطفته، مثل جريدة الخبر اون لاين خاطبت المواطن بعاطفته قائلة: " ربنا اغفر لنا طعامنا وشرابنا وإخواننا جياع"، يتعامل المواطن مع هذه العبارات بتعاطف ويستجيب للرسالة المتضمنة.

اما الأساليب العاطفية الأخرى فكانت بنسب قليلة كالتخويف، الفخر الاعتزاز، الاثارة والتشويق، فتم توظيفها حسب نظرية الأطر الإعلامية بغية مخاطبة وجدان المتلقي، ومخاطبة حواسه بما يحقق أهداف القائم بالاتصال والذي يعتمد في ذلك على مجموعة عناصر مثل (استخدام الشعارات والرموز، اعتماد دلالات الالفاظ، الاستشهاد بالمصادر.. إلخ)¹. كما يعتمد القائم بالاتصال هنا إلى استخدام المقدمات البلاغية والتي تعتمد على استعمال الأساليب اللغوية كالتشبيه والاستعارة.

3- الجدول رقم 12) يوضح فئة اتجاه المعالجة في كل من جريدتي الشروق أون لاين والخبر اون لاين :
لاين :

الخبر اون لاين	الشروق أون لاين	الجريدة
		الاتجاه

¹ انظر نظرية الأطر الإعلامية أعلاه.

التكرار	%	التكرار	%
مؤيد	13	40.62	08
معارض	0	0	0
محايد	19	59.37	30
المجموع	32	100	38

- نلاحظ من خلال معطيات الجدول رقم 12 أن اتجاه المعالجة المحايد كان بنسب كبيرة، ففي الخبر اون لاين كان بنسبة 78.94 %، تقابلها بنسبة 59.37 % من اجمالي المواد المحللة. أما الاتجاه المؤيد فكان بنسبة 40.62% في الشروق اون لاين، مقابل 21.05 % في الخبر اون لاين. بينما كان الاتجاه المعارض في الجريدتين منعدما بنسبة 0%.

إن اتجاه المعالجة الخاص بكل وسيلة إعلامية يخضع لخطها الافتتاحي أو التحريري، والذي يعبر عن الرؤية العامة والموقف الرسمي لهذه الوسيلة من القضايا التي تشغل الرأي العام¹، بما فيها الجرائد الالكترونية والتي لها اتجاه معالجة يعبر عن الموقف الرسمي لها تجاه الخطاب التنموي، والملاحظ من معطيات الجدول أن جريدة الخبر تميل في معالجتها إلى الحياد أكثر من التأييد أي انها تنقل القضايا التنموية بغرض الإعلام أكثر من غرض التأثير أو توجيه للرأي العام.

أما جريدة الشروق اون لاين فتقاربت نسبي التأييد والمحايدة، أي ان الشروق اون لاين تدعم وتؤيد في معالجتها للخطاب التنموي المساعي المبذولة في سبيل التنمية، وهذا راجع إلى فكرة محورية في نظرية الأطر الإعلامية وهي أن عملية بناء الانساق المعرفية لدى الافراد تقوم على استغلال التلميحات والخبرات والوقائع المدركة لدى الفرد، في تأكيد المعاني او الرسائل الاتصالية التي تنشرها وسائل الاعلام من خلال تبطين رسائل داخل المضمون الإعلامي المُعالج والمعروض كتأييد أو تأكيد فكرة معينة، وعليه فإن تأييد مساعي ومشروعات الجهات المسؤولة في القطاع التنموي من طرق معالجة معينة، سيوجه الرأي العام و نظرة المواطن بطريقة داعمة لهذه المساعي.

يعود اتجاه معالجة كل من الشروق اون لاين والخبر اون لاين إلى اخط الافتتاحي الخاص بكل منهما، فالخبر اون لاين لما كانت ورقية كانت تحظى بقدر واسع من حرية إبداء التأييد او المعارضة ولكن بعد

¹ نها مصطفى محمود سعد، المقال الافتتاحي في صحيفة (نوانى وقت- صوت العصر) تطبيقا على اعداد من عام 2022- دراسة موضوعية فنية، المجلة العلمية لكلية الآداب، العدد 85، يناير 2023، جامعة الأزهر، القاهرة، مصر، ص384

دخولها البيئة الرقمية أصبحت تعالج الخطاب التنموي بطريقة محايدة أي كما سبق الذكر بغرض الإعلام فقط، أما الشروق أون لاين فقد كان اتجاهاها ناتج عن تبعيته

4- الجدول رقم (13) يوضح فئة آليات التأطير في كل من جريدتي الشروق أون لاين والخبر أون لاين :

الخبر أون لاين		الشروق أون لاين		الجريدة الآلية
%	التكرار	%	التكرار	
0	0	0	0	الاستبعاد
12.5	05	27.77	10	عدد الانتقاء والابرار
22.5	09	11.11	04	إعادة التأطير
0	0	19.44	07	الاهتمامات الإنسانية
2.5	01	0	0	المسؤولية
62.5	25	41.66	15	النتائج الاقتصادية
100	40	100	36	المجموع

- الملاحظ من الجدول رقم 13 أن آلية النتائج الاقتصادية هي الأكثر استعمالاً من طرف الجريدتين محل عينة الدراسة، ففي الخبر أون لاين كانت بنسبة 65.5% مقابل 41.66 في الشروق أون لاين، تليها آلية الانتقاء والابرار بنسبة 27.77% في الشروق أون لاين، و بنسبة 12.5 % في الخبر أون لاين، ثم آلية إعادة التأطير بنسبة 22.5% في الخبر أون لاين، تقابلها 11.11% في الشروق أون لاين. بينما كانت نسبة آلية الاهتمامات الإنسانية في الشروق أون لاين 19.44% تقابلها 0% في الخبر أون لاين، ثم آلية المسؤولية التي كانت بنسبة 2.5% في الخبر أون لاين و بنسبة 0% في الشروق أون لاين، أما آلية الاستبعاد فقد كانت منعدمة في الجريدتين بنسبة 0%.

حسب نظرية الأطر الإعلامية فإن الآليات المعتمدة في تأطير الخطاب الإعلامي تساهم في فهم ملامح الأطر التي يتم من خلالها معالجة القضايا والأحداث والشخصيات، وقد انقسمت إلى بعدين أحدهما شكلي كما الصور والعناوين المذكورة اعلاه، وآخر ضمني مثل الأساليب وآليات التأطير، لذا يمكن اختيار مجموعة آليات واستراتيجيات تخدم بناء وتأطير الخطاب التنموي في الصحافة الالكترونية، فيمكن ان تُحدد هذه الآليات أو يمكن لها ان لا تنحصر فتجتمع في الخطاب الواحد إذا كان ذلك يخدم توصيل المعنى المراد من الخطاب الإعلامي، ولكن تبعا للاستعانة بها ضرورة لابد منها من اجل ضمان توصيل مقاصد المرسل نحو المتلقي¹، وهو الأمر الذي تركز عليه الخلفية النظرية لهذه الدراسة.

إذن ومن معطيات الجدول نلاحظ أن استعمال آلية أو إطار النتائج الاقتصادية كان بنسبة أكبر بين الجريدتين، وهذا أمر طبيعي كون التنمية الاقتصادية كما سلف الذكر بدورها حازت على اهتمام واسع من الشروق وان لاين والخبر اون لاين، وهذا ما يفسر اعتماد هذه الآلية والتي تهدف حسب نظرية الأطر الإعلامية الى ربط كل أسباب الحدث وتفصيله بما يسفر عنه من نتائج اقتصادية، حيث يستخدم هنا القائم بالاتصال الناتج المادي و الاقتصادي لجعل الرسالة اكثر تأثيرا وإقناعا لدى المتلقي، وهو الامر الذي اعتمده جريدتي الشروق والخبر اون لاين وذلك عن طريق تدعيم الخطاب التنموي المطروح بنتائج اقتصادية من اجل اقناع المتلقي.

اما الآلية التي تلتها فكانت الإنتقاء والابراز أي ان يتم انتقاء جوانب محددة وابرازها فالخطاب الإعلامي، مع إضفاء ما يعزز معناها، وهذا يأتي كإستراتيجية من طرف القائم بالاتصال للتأكيد على حجم و أولوية القضية المطروحة، وهو الامر الذي اعتمده الخبر اون لاين اكثر من الشروق اون لاين بفارق نسبي بسيط، حيث حاولت التركيز على بعض القضايا الأكثر أهمية وانتقاءها وإبراز حجمها دون القضايا الأخرى مثل قضية الاستفادة من الإعانة المالية للسكن الريفي والتي اولتها الخبر أهمية بارزة من خلالها انتقاءها دون القضايا الحاصلة آنذاك، لما لها من أهمية وقرب للمواطن.

ثم لدينا آلية إعادة التأطير والتي تعتبر من ابرز الآليات في نظرية الأطر والتي تشير إلى عملية تعديل او تغيير في إطار الخطاب الإعلامي المطروح، بغرض تغيير او تعديل أو توجيه تصور الجمهور تجاه القضية، وقد لاحظنا أن جريدة الخبر اون لاين اعتمدها بنسبة أكبر من الشروق اون لاين كما في المثال السابق الخاص بالاستفادة من الاعانة المالية في السكن الريفي، هنا الخبر اون لاين بدل من نشرها ك معلومة أعادت تأطيرها ك شروط محددة بهدف شد انتباه المتلقي المهتم بهذا الموضوع، فمن حيث عنوان المادة الإعلامية (شروط الاستفادة من الإعانة المالية للسكن الريفي) ظهرت أن الخبر اون لاين قررت توجيه انتباهه نحوها كأمر ضروري و شرط يجب الانتباه له.

¹ كشرود فاطمة الزهراء، المرجع السابق، ص43.

بينما حازت آلية الاهتمامات الإنسانية في الشروق أون لاين على نسبة أكبر منها في الخبر أون لاين، حيث تعتبر استراتيجية لصياغة الرسائل في اطر درامية ذات نزعة عاطفية مؤثرة، بغية استعطاف المتلقي والتأثير على عواطفه، مثال ذلك حين طرحت الشروق وان لاين موضوعا إنسانيا تمثل في نقل مبادرة لمتطوعين قاموا ببناء منزل لثلاث ايتام تحت عنوان (تيزي وزو: متطوعون بينون منزلا لثلاثة ايتام في أقل من شهر)، هنا حاولت الشروق أون لاين مخاطبة النزعة الإنسانية في المتلقي، مما يعزز لديه روح المبادرة والمشاركة في التنمية الاجتماعية.

وأخيرا لدينا آلية المسؤولية والتي تعمل بمبدأ ذكر المشكلة او القضية و المسؤول عنها، وهو الأمر الذي طبقتة الشروق أون لاين في احد اعدادها، حيث ركزت على قضية تنموية معينة وذكرت المسؤول الرئيس فيها، وذلك حين عالجت خطاب تنموي بيئي تحت عنوان (البيئة والمواطنة تطلق حملة تشجير لصيف آخر)، وبرزت آلية المسؤولية في بُعد شكلي واضح وهو استعمال عبارة (بلاد بلادنا.. واحنا انظفوها)، أما بالنسبة لآلية الاستبعاد فكانت بنسبة 0%، في كلتا الجريدتين الالكترونيتين محل عينة الدراسة.

5- الجدول رقم (14) يوضح فئة المصادر في كل من جريدتي الشروق أون لاين والخبر أون لاين:

الخبر أون لاين		الشروق أون لاين		نوع المصدر
%	التكرار	%	التكرار	
100	38	90.62	29	مصادر رسمية
0	0	9.37	03	مصادر غير رسمية
100	38	100	32	المجموع

- يشير الجدول رقم 14 إلى المصادر المعتمدة في معالجة الخطاب التنموي في كل من جريدتي الشروق وان لاين والخبر أون لاين، فالملاحظ أن جريدة الخبر أون لاين تعتمد المصادر الرسمية بنسبة 100%، مقابل اعتماد الشروق أون لاين على المصادر الرسمية بنسبة 90.62%، اما المصادر الغير رسمية فكانت بنسبة 9.37% في الشروق أون لاين، مقابل انعدامها بنسبة 0% في الخبر أون لاين.

تشير معطيات الجدول أعلام إلى التساوي الشبه كلي لاستعمال المصادر الرسمية مثل المؤتمرات الصحفية الرسمية التي يقيمها المسؤولون، وكذا الندوات الصحفية، التقارير والوثائق الحكومية، القوانين واللوائح المنشورة على الجرائد الرسمية، كمصدر أساسي للمعلومات في معالجة الخطاب التنموي لكل من الشروق أون لاين والخبر أون لاين، بفارق نسبي بسيط، الأمر الذي يعزز من رغبة الجريدتين محل عينة الدراسة بالالتزام بالشفافية والمصداقية في نقل المعلومة للمواطن، خاصة في القطاع التنموي الذي يمثل مركز اهتمام للمتلقي، كما يساعد توظيف المصادر الرسمية في معالجة الخطاب التنموي في توجيه الرأي العام والتأكيد على أن الرأي العام مهم بالنسبة للوسيلة الإعلامية التي يتعرض لها وأنها على أتم الجاهزية لنقل الصورة واضحة و موثوقة له.

أما المصادر غير الرسمية والتي ظهرت بنسبة ضئيلة جدا وشبه منعدمة لدى الجريدتين، فتمثلت في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث استقت منها الشروق أون لاين بعض الصور لبعض الجمعيات الخيرية، مثل تغطية مبادرات الجمعيات الخيرية في الشهر الفضيل، وهذا بغرض دعم الفعاليات المجتمعية و ابراز مظاهر التنمية الاجتماعية، وتعزيز الإعلام التشاركي والذي يقوم على إتاحة الفرصة للفرد العادي في البروز والمشاركة في صنع الصورة.

6- الجدول رقم (15) يوضح فئة الأطر المحددة للخبر في كل من جريدتي الشروق أون لاين والخبر أون لاين:

الخبر أون لاين	الشروق أون لاين	الجريدة

		الإطار		
%	التكرار	%	التكرار	
7.89	03	25	08	إطار عام
92.10	35	75	24	إطار محدد
100	38	100	32	المجموع

- توضح معطيات الجدول رقم 15 أن الإطار المحدد بقضية واحدة كان بنسبة أكبر في الخبر أون لاين بنسبة 92.10%، تقابلها نسبة 75% في الشروق وان لاين، أما الإطار العام، فكان بنسبة 25% في الشروق أون لاين، مقابل 7.89% في الخبر أون لاين.

تشير معطيات الجدول إلى أن الجريدتين اعتمدتا على الإطار المحدد بقضية واحدة بنسبة أكبر، وذلك يعود حسب نظرية الأطر إلى كون القضايا التنموية المعالجة عن طريقه هي قضايا منفصلة وغير مترابطة وبالتالي فمعالجة كل واحدة منها في إطارها المحدد والخاص سيحقق درجة أكبر من التأثير على المتلقي وجذب انتباهه نحوها، على عكس الإطار العام الذي تم توظيفه من طرف الشروق أون لاين بنسبة أكبر في معالجة الخطاب التنموي أكثر من الخبر أون لاين، وهذا يعود برغبة القائم بالاتصال هنا في تقديم الاخبار والحداث بطريقة شاملة ومجدرة، لمجرد نقلها وتعميم التغطية، وهذا ما يفسر ان تركيز القائم بالاتصال هنا انصب على نقل المعلومات وليس تفسيرها، الامر الذي يفسره اعتماد تغطية الجوانب الشاملة للخطاب وعدم تخصيص جانب أو إطار محدد واحد.

7- الجدول رقم (16) يوضح فئة القيم في كل من جريدتي الشروق أون لاين والخبر أون لاين:

الخبر أون لاين	الشروق أون لاين	الجريدة

		القيمة		
%	التكرار	%	التكرار	
1.96	01	5,35	03	المصداقية
50.98	26	32.14	18	التنمية
13.72	07	14.28	08	الجدة والحدائة
7.84	04	8.92	05	الانتشار
19.60	10	21.42	12	القرب من المواطن
5.88	03	17.85	10	الوطنية
100	51	100	56	المجموع

- نلاحظ من معطيات الجدول رقم 16 أعلاه أن قيمة التنمية كانت بنسبة أكبر حيث بلغت نسبتها في الخبر اون لاين 50.98% تقابلها بنسبة 32.14%، تليها قيمة القرب من المواطن بنسبة 21.42 في الشروق اون لاين، وبنسبة 19.60 في الخبر اون لاين.

- ثم قيمة الوطنية التي كانت بنسبة 17.85% في الشروق اون لاين، وذات القيمة بنسبة 5.88% في الخير اون لاين. تليها قيمة الجدة والحدائة بنسبة 14.28% في الشروق اون لاين، تقابلها نسبة 13.72% في الخبر اون لاين.

- أما الانتشار فتراوحت نسبها بين 8.92% في جريدة الشروق اون لاين، و نسبة 7.84% للخبر اون لاين. وأخيرا قيمة المصداقية والتي كانت بنسبة 5.35% في الشروق اون لاين، تقابلها بنسبة 1.96% في جريدة الخبر اون لاين.

من خلال معطيات الجدول أعلاه يتضح أن الجريدتين الالكترونيتين سعنا إلى التركيز على قيمة التنمية اثناء معالجة الخطاب التنموي، وهو أمر طبيعي كون التنمية هي هدف ومركز هذه المعالجة، فإدراجها كقيمة إعلامية يحيل إلى تحقيقها على ارض الواقع على المدى البعيد، إذ يقول الدكتور احمد محمد نجيب في كتابه " الإعلام المحلي في ضوء الإعلام الجديد"¹ أن " لا يمكن التفكير في إرساء سياسيات تنموية

¹ احمد محمد نجيب، المرجع السابق، ص46

ناجحة، دون إحداث إصلاحات فعالة تعتمد على خطط إعلامية محكمة."، وعليه فإن وظيفة الإعلام هنا تتجلى في إحكام التركيز على القيم المراد تجسيدها.

اما القيمة التالية فهي قيمة القرب من المواطن، فكما سبق الذكر أن تغطية وتأطير واختيار المضامين بالنسبة للصحف يحتكم إلى المتلقي، فترتيب اجندة الوسيلة يحتكم إلى اجندة المتلقي، وبما ان نظرية الأثر الإعلامية امتداد لترتيب الأولويات، فهنا يصبح القرب من المواطن و ما يحوز على انتباهه ويخدم حاجياتك هو أداة لانتقاء واختيار الخطاب الإعلامي الذي يتم معالجته وطرحه، وعليه يمكن القول أن جريدتي الشروق اون لاين والخبر وان لاين تولي اهتماما واسعا لرغبات الجمهور وما يخدمه من مضامين لعرضها.

تليهما قيمة الوطنية التي استهدفتها الشروق وان لاين بنسبة اكبر من الخبر اون لاين، معتمدة في ذلك على إثارة النزعة الوطنية عن طريق توظيف مصطلحات وعناصر اقناعية مثل نسب الفضل في بعض النشاطات للمواطن كالمراة والشباب، يظهر ذلك في تغطية العديد من خطابات الرئيس تبون و توجيهه رسالة شكر وتقدير للمواطنين مما يرفع لديهم حس الوطنية ويبعث فيهم روح المسؤولية تجاه الوطن، إضافة الى ابراز المشاريع والخطط التنموية بصفتها تجسيدا للمصلحة الوطنية، وتحويلها من مجرد مشروع تقني عادي إلى واجب وطني يستدعي المشاركة، مثل مخاطبة المواطن للمشاركة في بناء جزائر قوية، ومثال ذلك تغطية الشروق اون لاين لاحتفالية الذكرى المزدوجة لعيدي الاستقلال والشباب، حيث نقلت الشروق اون لاين رسالة من سفير الجزائر في الولايات المتحدة تحت عنوان "بوقدوم يحث" الأجيال الصاعدة" على مواصلة التمسك ببناء جزائر قوية ومزدهرة." حيث عمد القائم بالاتصال هنا إلى مخاطبة الوعي الوطني للفرد.

اما قيمتي الجدة والحداثة، فهذه توظيفهما هو مواكبة الاحداث التنموية الحاصلة ونقلها بما يتماشى مع طبيعة الجريدة الالكترونية والتي تمتاز بالتحديث المستمر، وهو ذات التفسير لقيمة الانتشار حيث تسعى الجرائد الالكترونية محل عينة الدراسة إلى الإلمام بالقضايا التنموية الأكثر انتشارا واستقطابا لمعالجتها. وأخيرا مع قيمة المصداقية والتي حازت على نسبة أقل بين الجريدتين ويمكن تفسير ذلك بأن القائم بالاتصال هنا ينقل الخطاب التنموي بصفته إنجازا وطنيا و لا يفتح المجال في الخوض في مصداقيته، بل يحتفي به كإضافة للقطاع يجب دعمها وليس التشكيك فيها او مناقشة مصداقيتها.

المطلب الثالث: أوجه التشابه والاختلاف بين الجريدتين محل عينة الدراسة

أولا: أوجه التشابه

✓ في فئات الشكل:

- ✓ تعتمد الجريدتين محل عينة الدراسة (الشروق اون لاين والخبر اون لاين) في نقل الخطاب التنموي على التقرير بصورة كبيرة، وذلك يشير إلى تركيزها على الوظيفة الإخبارية بدل الوظائف المسندة إلى وسائل الإعلام وهذا في الجانب التنموي.
- ✓ تعتمد الجريدتين الإلكترونيتين بصفة رئيسية على اللغة العربية في معالجة الخطاب التنموي، مع توفير ايقونة التغيير بين اللغات.
- ✓ حاولت الجريدتين الاستفادة قدر الإمكان من الوظيفة التي تؤديها العناصر التيبوغرافية في ترسيخ وتبليغ المعنى وكذا إقناع المتلقي، فقد اعتمدت بشكل واضح على الصور المرافقة للخبر من أجل ترسيخه وتوضيح رؤية المتلقي للخطاب المعروض.
- ✓ أما بالنسبة لفئة العناوين فقد عمدت كل من الشروق وان لاين والخبر اون لاين إلى اعتماد العنوان الرئيسي في تقديم الخبر إلى المتلقي وهو ما يخاطبه بشكل مباشر ويوجهه نحو المحتوى المعالج.
- ✓ أما بالنسبة للعناصر المعلوماتية والتواصلية، فقد سعت كل من الجريدتين الإلكترونيتين محل عينة الدراسة إلى توفير ايقونات مخصصة لإثراء التفاعل بين القائم بالاتصال والمتلقي، وهو ما يحقق عملية اتصالية ناجحة تزيد من مرئية وتفاعلية الجريدتين. وهو الأكر الذي هدفت من خلاله الجريدتين الإلكترونيتين محل عينة الدراسة إلى تمكين المتلقي وتسهيل حصوله على كل الاخبار والمعطيات التي تخدمه وتلبي احتياجاته، مثل خاصية العودة إلى الارشيف على اختلاف طريقة عرضها بينهما، أو ايقونة مشاركة المقال عبر مواقع التواصل المختلفة، وكذا محركات البحث التي تسهل عملية التصفح داخل الجريدة الإلكترونية.

✓ في فئات المضمون:

- من خلال نتائج تحليل فئات المضمون تبين أن الجريدتين اتفقتا في :
- حازت التنمية الاقتصادية على الاهتمام الأكبر لدى الجريدتين، من خلال نسبتها المرتفعة بين القضايا التنموية الأخرى، وهو ذات الأمر الذي يؤكد تخصيص كل من الشروق اون لاين والخبر وان لاين لهذا القطاع ركنا خاصا به.
 - تعتمد جريدتي الشروق وان لاين والخبر اون لاين على الشخصيات الرسمية خلال معالجة الخطاب التنموي، هادفة بذلك إلى جذب اهتمام المتلقي والذي بدوره سيشعر بالأمان لوجود مثل هذه الشخصيات الرسمية في المحتويات التي تهتم.
 - استغلت كل من الجريدتين النزعة العقلية للمتلقي وذلك من خلال توظيف أساليب عقلية اقناعية، تمثلت في الإحصاءات والأدلة

- وكذا التصريحات الرسمية والتي تضيء طابع الشفافية وتزيد من درجة اقتناع المتلقي بأن لكل تصريح مسؤول يتحمل ما صرح به وبالتالي فهذا التصريح بمثابة دليل لدى المواطن على كلام من صرح به وما صرح به.
- أما الأساليب العاطفية فقد حاولت كل من الشروق أون لاين والخبر أون لاين مخاطبة عاطفة المتلقي من خلال توظيف بعض الأساليب كالترغيب والتشويق و عبارات أخرى كالفرح والاعتزاز والتي تهدف من خلالها إلى إثارة وجدان المتلقي و ملامسة المنبهات العاطفية لديه لدفعه إلى التركيز أكثر مع الخطاب التنموي المعالج.
- تعتمد الجريدتين الإلكترونيتين بدرجة كبيرة على المصادر الرسمية في استقاء المعلومات حول الخطاب التنموي المطروح، لأمر الذي يعزز من رغبة الجريدتين محل عينة الدراسة بالالتزام بالشفافية والمصادقية في نقل المعلومة للمواطن.

ثانياً: نقاط الاختلاف

- تجدر الإشارة إلى ان الجريدتين الإلكترونيتين محل عينة الدراسة (الشروق أون لاين والخبر أون لاين) لم تختلفا في عديد النقاط بل ان أوجه التشابه والالتقاء كانت أكثر، وقد كان الاختلاف في بعض النقاط فقط و هي كالتالي:
- اعتماد جريدة الشروق أون لاين على نوعي العناوين، الرئيسي وكذا الفرعي، على عكس الخبر أون لاين التي اعتمدت الرئيسي فقط للدخول مباشرة الى الخبر أو الحدث دون التمهيد له بآخر فرعي.
- اختلفت الجريدتين الإلكترونيتين في اعتماد عناصر الإبراز كالتغيير في اللون داخل متن الخبر، الأمر الذي اعتمده الشروق وان لاين بنسبة معتبرة مقابل نسبة منعدمة لدى الخبر أون لاين، وهو ما يوضح رغبة الشروق أون لاين في تمييز بعض المعطيات ذات الأهمية بالنسبة للمواطن وذلك عن طريق إبرازها بلون مغاير كما سلف الذكر مثل معايير أو شروط تخص بعض المسابقات او الانتفاع من المشاريع.
- لم تتشابه الجريدتين الإلكترونيتين محل عينة الدراسة في بعض العناصر المعلوماتية المتوفرة اثناء تصفحهما، فلدى الشروق أون لاين لا تتوفر ايقونة خاصة بالأرشيف مثل ما هو موجود في الخبر أون لاين كما سبق الذكر أنها خصصت أيقونة خاصة للأرشيف متضمنة داخل ايقونة تسمى مساحتي الخاصة للمشارك، بل يتبعن على المتصفح للشروق وان لاين الاستمرار في

الضغط على التراجع للحصول على العدد المطلوب، أيضا خلال مقارنة العناصر المعلوماتية تبين أن الخبر اون لاين تمتع عن ارفاق اسم المؤلف او المحرر او الصحفي الكاتب للمادة الإعلامية المتضمنة للخطاب التنموي، بل ترفقه باسم الخبر اون لاين فقط، على عكس الشروق اون لاين التي تهتم بإدراج اسم المؤلف .

المبحث الثاني: مناقشة نتائج الدراسة

بعد اجراء الدراسة التحليلية ومرورا بالخلفية النظرية المعتمدة وكذا الدراسات السابقة تحصلنا على مجموعة نتائج عامة مرفقة بأوجه الاتفاق و الاختلاف بين الخطاب التنموي لكل من جريدتي الشروق اون لاين والخبر اون لاين:

المطلب الأول: مناقشة نتائج الدراسة على ضوء الخلفية النظرية (نظرية الأطر الإعلامية)

تعتبر نظرية الأطر الإعلامية أهم نظرية تفسر طرق واستراتيجيات معالجة الخطاب الإعلامي في وسائل الإعلام، وفي دراستنا اعتمدنا عليها في تفسير الطرق التي تم من خلالها إعادة تنظيم الرسائل والنصوص الإعلامية والاحداث المرتبطة بالتنمية ووضعها في سياقات وأطر إعلامية تؤكد معنى تنموي معين أو تنفيهِ، وبالتالي تؤثر على أحكام المتلقي نحو مختلف القضايا التنموية التي يتعرض لها، فكما سبق الذكر لهذه النظرية عدة آليات و أنواع تظهر خلال معالجة الخطاب الإعلامي وكذا التنموي، وقد ظهرت أهمها خلال تحليل الخطاب التنموي لجريدتي الشروق اون لاين والخبر اون لاين خلال الفترة المدروسة، وعليه يمكن مناقشة النتائج المتحصل عليها على ضوء هذه النظرية كالتالي:

- 1- عالجت كل من الجريدتين الإلكترونيتين محل عينة الدراسة الخطاب التنموي بإطار إعلامي محدد بقضية واحدة، وهو الإطار الذي تتميز المعالجة عن طريقه بإيقاعها السريع في بعض الأحيان وبجذبها للانتباه و يمكنها تحقيق عنصر العمق والموضوعية باستخدامها في تغطية المحتوى الإخباري الجاد، و كذا توجيه تركيز المتلقي نحو قضية محددة غير مجردة.
- 2- تقر نظرية الأطر الإعلامية بأنه من اجل التأثير على متلقي الرسالة يجب ان نقوم بفهم المنبهات التي تثير ادراكه، والتي قد تكون متضمنة في مدركاته وخبراته الشخصية، و خلال تحليل النتائج تبين أن هذه المنبهات تمثلت في المدركات العاطفية وكذا العقلية والتي تمت إثارتها عن طريق الأساليب العقلية والعاطفية الموظفة في الاقناع.
- 3- حسب نظرية الأطر الإعلامية فإن الآليات المعتمدة في تأطير الخطاب الإعلامي تساهم في فهم ملامح الأطر التي يتم من خلالها معالجة القضايا والاحداث والشخصيات، و بعد تحليل النتائج المتحصل عليها اتضح توظيف عدد من الآليات ذات التأثير الواضح، والتي تعتبر الاستعانة بها

ضرورة لآبد منها من اجل ضمان توصيل مقاصد المرسل نحو المتلقي مثل آلية النتائج الاقتصادية والتي ظهرت بنسبة كبيرة جدا بين الجريدتين محل عينة الدراسة، وتعنى هذه الآلية بربط محتوى الخطاب الإعلامي بالعائد المالي والفائدة الاقتصادية التي سيحققها المشروع أو الحدث أو القضية المعالجة على المواطن وبالتالي تحقيق أكبر نسبة من الإقناع والتوجيه، بينما حاولت كل من الجريدتين في خطوة لتوجيه وتركيز اهتمام الرأي العام والمواطن نحو جانب معين من الخطاب التنموي، عالجت هذا الأخير بآلية الانتقاء والابرار والتي تسعى إلى توضيح جانب معين من القضية وتفضيلها على جانب آخر في محاولة لتركيز انتباه المتلقي على هذا الجانب.

4- إضافة إلى آلية إعادة التأطير والتي برزت بشكل واضح لدى جريدة الخبر اون لاين والتي سعت من خلالها إلى التركيز على خطاب تنموي مهم وقريب من المواطن، وذلك من خلال إعادة تعديل أو صياغة للخبر بطريقة تجذب المتلقي، كما سبق الذكر في مثال خبر الاستفادة من السكنات والذي أعادت تأطيره كعابيير وشروط للاستفادة من السكن، الامر الذي يجذب المواطن كربة منه في معرفة ما يجب توفره للحصول على استفادة من السكن، وبالتالي تحقيق مقروئية (تصفحا اكثر) للجريدة وكذا نشر الخطاب التنموي المقصود بصورة أوسع، إضافة إلى آليات أخرى برزت بشكل ملحوظ خاطبت من خلالها الجريدتين محل عينة الدراسة وجدان المتلقي و روح المسؤولية لديه.

5- إن اتجاه المعالجة يعبر عن الموقف الرسمي لها تجاه الخطاب التنموي، وعليه ظهر من خلال النتائج وعلى ضوء نظرية الأطر أن جريدة (الشروق اون لاين) تدعم مساعي الحكومة في القطاع التنموي، وهذا ما يظهر من خلال الاتجاه السائد للمعالجة والذي كان مؤيدا بنسبة كبيرة، و هو ما يؤكد على إطار الدعم الذي تُشيد به نظرية الأطر و يركز هذا النوع على المساعي والسياسات الرسمية المتبعة من طرف السلطات و المبدولة في سبيل التطوير، فوسائل الاعلام تفرض رؤية خاصة بها باعتبارها طرفا مباشرا في تحديد وبرمجة وتحقيق الغاية التي تسعى السياسات العامة إلى تحقيقها. أما جريدة الخبر اون لاين فانتهجت الحياد كاتجاه للمعالجة ما يشير إلى رغبة القائم بالاتصال هنا إلى تأدية وظيفة إخبارية، إضافة الى ميزة ترك المجال للمتلقي في تقييم و تلقي الخطاب التنموي بكل حرية.

6- إن الغاية من تأطير الخطاب الإعلامي بدرجة رئيسية هو إرساء وترسيخ وإضفاء عديد القيم التي يسعى إليها القائم بالاتصال، طبعا تبعا للخط الافتتاحي والسياسة التحريرية وكذا ما يسمح به القانون، الأمر الذي تشدد عليه من خلال معالجة قيم تكسب الخطاب الإعلامي معنى أكثر اقناعا، ولعل أهم هذا القيم كان القرب من المواطن، والتي تعتبر ركيزة أساسية في تحديد وترتيب الاجندة

التي يعالج من خلالها القائم بالاتصال الخطاب التنموي، فنظرية الأطر تعتبر امتدادا لنظرية ترتيب الأولويات وعليه فإن ما يحوز على انتباه المتلقي والمواطن هو بالدرجة الأولى المرجع الأساسي في انتقاء وترتيب وإبراز القضايا التنموية.

المطلب الثالث: مناقشة النتائج على ضوء الدراسات السابقة

إن تخصيص خطوة بالدراسات السابقة هو حجر أساس في تصويب وتوجيه الباحث الحالي، لتجنب صعوبات أو أخطاء الدراسة السابقة، وكذا الاستفادة من خطوات إنجازها في سير الدراسة الحالية، ثم المقارنة بينها، فإن اختلفت فالدراسة الحالية أنت بالجديد وإن تشابهت فهي ذات نتائج دقيقة، لذا فإن توظيف الدراسات السابقة ليس فقط ذكرا للعناوين بل كان توظيفه استعدته الضرورة البحثية، وعليه ستقوم الباحثة بالتطرق لأوجه التشابه والاختلاف بين نتائج دراستنا الحالية والدراسات السابقة المستعملة:

1- تشير نتائج دراستنا إلى ان الوظيفة التي سعت إلى تحقيقها كل من جريدتي الشروق أون لاين والخبر أون لاين من خلال معالجة الخطاب التنموي هي الوظيفة الإعلامية الإخبارية، وذلك من خلال اعتماد النوع الصحفي (التقرير) بدرجة أكبر من الأنواع الأخرى، وهي ذات النتيجة التي توصلت إليها الباحثة بومزبر ليندا في دراستها (الخطاب الإعلامي الجزائري نحو القضايا الاجتماعية- دراسة تحليلية مقارنة لموقعي الشروق أون لاين والنهار أون لاين)، كما توصلت دراستنا في كون المصادر المعتمدة في استقاء المعلومات لم تمتاز بالتنوع.

2- توصلت دراستنا بعد عملية تحليل النتائج إلى أن كل من جريدتي الخبر أون لاين والشروق أون لاين تخصصان ركنا خاصا لقطاعات متعددة أهمها الاقتصاد، مما يؤكد اهتمامهما بهذا القطاع الذي يمثل ركيزة تنموية أساسية، وهي نتيجة تلاقت فيها دراستنا مع الدراسة السابقة لعلال ايمان في دراستها المنشورة في كتاب بعنوان القضايا الاقتصادية في الصحافة المكتوبة الجزائرية، والتي تؤكد من خلالها على ان صحيفة الخبر تحتوي على صفحة كاملة مخصصة للشأن الاقتصادي وتنشر بشكل يومي، ما يشير إلى اهتمام الصحيفة بالاقتصاد وانه ضمن أولوياتها.

3- أشارت نتائج دراستنا الحالية إلى أن القائم بالاتصال يعمد إلى معالجة الخطاب التنموي تبعا لمؤشر القرب من المواطن، الأمر الذي فسرناه بنظرية الأطر وما تؤكد من وجوب العودة إلى اجندة المتلقي في انتقاء واختيار الخطاب الإعلامي الواجب معالجته، وهي النتيجة التي تتشابه مع نتيجة دراسة **Alberto E. López-Carrión** و **Myriam Martí-Sánchez** بعنوان:

Analysis of the coverage and discourse of the Sustainable Development Goals and the 2030 Agenda in the Spanish digital press (2015-2022)، والتي

تؤكد على توافق الخطاب الإعلامي للصحف محل عينة الدراسة مع احتياجات الجمهور، حيث يعالج قضايا حساسة تجذب الجمهور وتثير اهتماماته مثل قضية القضاء على الفقر وتوفير فرص العمل، وهذا ما يفسر أن القائمين على الاتصال في الصحف عينة الدراسة يعالجون المواضيع على أساس اجندة الجمهور.

ثانيا: نقاط الاختلاف

1- إن اتجاه المعالجة السائد لدى معالجة جريدتي الشروق اون لاين والخبر وان لاين للخطاب التنموي والمتحصل عليه في دراستنا الحالية هو الاتجاه المحايد يليه المؤيد، وهي نتيجة عكس التي تحصلت عليها دراسة قنشوية عبد الرحمان، معالجة الصحافة الجزائرية لقضايا التنمية العمرانية، تحليل مضمون الشروق اليومي 2017، والذي أشار في نتائجه أن النتائج أظهرت أن الشروق اليومي تُعارض السياسة المتبعة عموما من طرف الدولة الجزائرية في مسائل التنمية العمرانية، الاختلاف الذي يبرز التغير الجذري الحاصل في اتجاه المعالجة السائد لدى الشروق سواء كانت يومية او الكترونية.

النتائج العامة للدراسة:

- حازت التنمية الاقتصادية على الاهتمام الأكبر لدى الجريدتين، من خلال نسبتها المرتفعة بين القضايا التنموية الأخرى، وهو ذات الأمر الذي يؤكد تخصيص كل من الشروق اون لاين والخبر وان لاين لهذا القطاع ركنا خاصا به.
- تعتمد جريدتي الشروق وان لاين والخبر اون لاين على الشخصيات الرسمية خلال معالجة الخطاب التنموي، هادفة بذلك إلى جذب اهتمام المتلقي والذي بدوره سيشعر بالأمان لوجود مثل هذه الشخصيات الرسمية في المحتويات التي تهتمه.
- استغلت كل من الجريدتين النزعة العقلية للمتلقي وذلك من خلال توظيف أساليب عقلية اقناعية، تمثلت في الإحصاءات والأدلة
- إن اتجاه المعالجة يعبر عن الموقف الرسمي لها تجاه الخطاب التنموي، وعليه ظهر من خلال النتائج وعلى ضوء نظرية الأطر أن جريدة (الشروق اون لاين) تدعم مساعي الحكومة في القطاع التنموي، وهذا ما يظهر من خلال الاتجاه السائد للمعالجة والذي كان مؤيدا بنسبة كبيرة، و هو ما يؤكد على إطار الدعم الذي تُشيد به نظرية الأطر و يركز هذا النوع على المساعي والسياسات الرسمية المتبعة من طرف السلطات و المبذولة في سبيل التطوير، فوسائل الاعلام تفرض رؤية خاصة بها باعتبارها طرفا مباشرا في تحديد وبرمجة وتحقيق الغاية التي تسعى

السياسات العامة إلى تحقيقها. أما جريدة الخبر اون لاين فانتهجت الحياد كاتجاه للمعالجة ما يشير إلى رغبة القائم بالاتصال هنا إلى تأدية وظيفة إخبارية، إضافة إلى ميزة ترك المجال للمتلقي في تقييم و تلقي الخطاب التنموي بكل حرية.

- عالجت كل من الجريدتين الإلكترونيتين محل عينة الدراسة الخطاب التنموي بإطار إعلامي محدد بقضية واحدة، وهو الإطار الذي تتميز المعالجة عن طريقه بإيقاعها السريع في بعض الأحيان وبجذبها للانتباه و يمكنها تحقيق عنصر العمق والموضوعية باستخدامها في تغطية المحتوى الإخباري الجاد، وكذا توجيه تركيز المتلقي نحو قضية محددة غير مجردة.
- أشارت نتائج دراستنا الحالية إلى أن القائم بالاتصال يعمد إلى معالجة الخطاب التنموي تبعا لمؤشر القرب من المواطن، الأمر الذي فسرناه بنظرية الأطر وما تؤكد من وجوب العودة إلى اجندة المتلقي في انتقاء واختيار الخطاب الإعلامي الواجب معالجته.

خلاصة الفصل الرابع :

يخلص الفصل إلى أن الصحافة الإلكترونية الجزائرية، رغم ما توفره من إمكانيات رقمية وتفاعل مباشر مع الجمهور، ما تزال بحاجة إلى تطوير في الجوانب المهنية والتحريرية، بما يضمن تقديم محتوى إعلامي يخدم أهداف التنمية ويعزز من مصداقية هذه المنصات لدى المتلقي. كما كشفت نتائج التحليل عن تفاوت واضح في أساليب التغطية بين الجريدتين، من حيث الاهتمام بالقضايا التنموية، ومستوى العمق في المعالجة.

الخاتمة:

ختاما لما سبق طرحه وتحليله من بيانات ومعلومات، يمكن التأكيد على الدور الإيجابي الذي تقوم به الصحافة الالكترونية تجاه الخطاب التنموي، وذلك من خلال معالجته بأساليب ترسخه في اذهان المتلقي، ويظهر ان الخطاب التنموي بدأ يشق طريقه في الصحف الالكترونية، رغم جملة التحديات التي تواجهه كضعف الموارد، النقص في مصادر المعلومة وعدم التنويع فيها، ضغط السبق الإخباري نظرا لما يميز البيئة الرقمية من آنية وتحديث مستمر، إلا ان الصحف الالكترونية قامت بدمج الجانب التنموي ضمن

اهتماماتها عن طريق تخصيص أبواب أو أركان خاصة ببعض المجالات التنموية كما أظهرت النتائج أن جريدتي الشروق وإن لآين والخبر أون لآين تخصصان ركنا كاملا للاقتصاد وقضاياه المهمة.

ويُعد هذا الأمر مؤشرا إيجابيا يبشر بالوعي الذي أصبحت تتميز به الصحف الإلكترونية الجزائرية، فبعد تزايد اهتمامها بالتنمية والخطاب التنموي، ساهمت وبشكل كبير في تدعيم مساعي السلطات التنموية وكذا المساعدة على رفع الوعي لدى الأفراد تجاه المشاريع التنموية، مما يؤكد رغبتها في زيادة التطور وتنمية المجتمع، إضافة إلى ذلك بينت دراستنا اهتمام الصحافة الإلكترونية الجزائرية بالمواطن وما يرغب به ويحتاج إليه، من خلال معالجة قضايا تنموية ذات صلة قريبة من المواطن، وتدخّل ضمن اهتماماته ومتطلباته وما يسعى إلى الحصول عليه مشاريع السكن، التعليم، وغيرها من المجالات التنموية التي تخدم الفرد.

إن استغلال الصحافة الجزائرية لما توفره شبكات الإنترنت في معالجة الخطاب التنموي في الصحف الإلكترونية يفتح آفاقا كبيرة أمام مستقبل الصحافة الإلكترونية، فالخطاب التنموي يستقطب فئات واسعة من المجتمع إضافة إلى مزايا الفضاء الرقمي الذي يستقطب بدوره الأفراد من خلال الآنية، التفاعلية، سرعة الحصول على المعلومة، التحديث المستمر، إمكانية إبداء الرأي والتفاعل مع ما يشد انتباه المتصفح، خدمات إضافية توفرها الساحة الرقمية، كلها مزايا تزيد من شعبية وفعالية الصحف الإلكترونية في أن تكون المصدر الأول للمعلومة بالنسبة للمواطن.

ومما سبق يمكن القول أن الصحف الإلكترونية في الجزائر بدأت تأخذ موقعا متماميا في المساهمة في القضايا التنموية، من خلال معالجة موضوعات ترتبط ارتباطا وثيقا بحياة المواطن، كالتعليم، والصحة، والاقتصاد المحلي، غير أن هذا الحضور لا يزال يغلب عليه الطابع الإخباري، أكثر من التحليل والتفسير أو فرض الرقابة، ورغم ذلك تُظهر التجربة الرقمية الجزائرية ملامح إيجابية يُمكن الاعتماد عليها لتطوير خطاب إعلامي تنموي أكثر فاعلية وشمولاً.

توصيات الدراسة:

إن كل بحث علمي هو امتداد لما قبله و بداية لما بعده، ولكل بحث علمي صعوبات تواجهه منهجيا أو ميدانيا، لذا فيمكن لكل باحث أن يحاول إرشاد أو توجيه الباحثين من بعده وحتى المؤسسات إلى بعض النقاط الواجب أخذها بعين الاعتبار لتحسين الطريق أمام الباحث، خاصة في مجال الإعلام والاتصال و نخص بالذكر الإعلام الإلكتروني التنموي، وعليه ارتأت الباحثة هنا تقديم بعض التوصيات والمقترحات لكل من الباحثين والمؤسسات الإعلامية كالتالي:

أولا: توصيات أكاديمية

- في توصية مني على كل باحث المحاولة في التعمق اكثر في تحليل الخطاب التنموي الجزائري في جميع الأصعدة، بجميع الأدوات المنهجية المتاحة، واجراء بحوث ميدانية تتعرف من خلالها على اثر هذا الخطاب على الوعي الجماهيري.
- اجراء دراسات تحليلية وكذا ميدانية مقارنة بين نوعي الوسيلة الإعلامية، التقليدية والرقمية لرصد طبيعة المعالجة بينهما.
- التركيز على تحليل جمهور الخطاب التنموي وليس فقط الخطاب التنموي كمادة إعلامية.
- التنوع في أدوات تحليل الخطاب التنموي، وأخص بالذكر أداة تحليل الخطاب التي تُدر بالكثير من النتائج النوعية ذات الفائدة الكبيرة.
- التنوع في الخلفيات النظرية المفسرة للخطاب التنموي.

ثانيا: توصيات موجهة للقائم بالاتصال على مستوى الصحف الالكترونية

- دعوة الصحف الالكترونية الى التنوع في طبيعة المعالجة الإعلامية للخطاب التنموي، أي التغطية التفسيرية التحليلية وغيرها دون حصرها في الوظيفة الإخبارية فقط، أي تعزيز توظيف الصحافة الاستقصائية.
- توصية بفتح و إنشاء دورات تكوينية خاصة بقطاع التنمية من شأنها تكوين الصحفيين و تدعيم أقدامهم و تثقيفهم تنمويا بهدف تعزيز و عيهم نحو دورهم كعنصر فعال في عملية التنمية.
- الدعوة إلى التنوع في مصادر المعلومة، كإعطاء الفرصة للمواطن أن يكون مصدرا من خلالها الإعلام التشاركي الذي يسمح للفرد ان يكون طرفا في عملية التنمية.
- التنوع في العناصر التيبوغرافية المستعملة في معالجة الخطاب التنموي وعدم حصرها في الصور فقط، توظيف الكاريكاتير، الاعمدة البيانية، .. الخ.

ثالثا: توصيات إلى الجهات المسؤولة

- توصية بتطوير سياسات إعلامية تشجع الخطاب التنموي المسؤول، من خلال نشر لوائح أو تشريعات داعمة للتغطية الداعمة للتنمية، وتحد من نشر الخطابات التنموية المضللة للمتلقي.
- تشجيع التعاون الإعلامي بين المؤسسات لإنتاج محتوى تنموي هادف مبني على معطيات سليمة.
- إنشاء مرصد أو هيئة مراقبة للخطاب التنموي في الإعلام الالكتروني، من شأنها متابعة ورصد وتحليل طبيعة الخطاب التنموي المتداول، وتقديم تقارير تساعد على تحسين الأداء الاتصالي للإعلام الإلكتروني.

قائمة المراجع

أولاً : الكتب

1. إبراهيم إسماعيل ، مناهج البحوث الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر، 2017، ص53
2. إبراهيم ايسر خليل ، دور الإعلام التنموي في عملية التطوير الاجتماعية، مجلة جامعة الانبار، للعلوم الإنسانية، العدد23، جامعة الانبار، العراق، 2018.
3. أحسن لعروسي هاجر ، الخطاب الإعلامي في التلفزيون بين الأيديولوجية والموضوعية، ط1، ألفا للوثائق، عمان، الأردن، 2020.
4. أديب خضور ، دور الإعلام التربوي في مكافحة المخدرات، ط1، دار الأيام للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 1999.
5. اعراب فاطمة، وآخرون، نظريات الاتصال المعاصرة والمنطلقات المعرفية، ألفا للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2024.
6. بدر الحربي فرحان ، الاسلوبية في النقد العربي الحديث -دراسة في تحليل الخطاب-، ط1، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 2003.
7. بركون كهينة، أوثن جميلة، الصحافة الاقتصادية بين متطلبات التنمية وغياب التخصص، ط1، ألفا للوثائق، عمان، الأردن.
8. بلخيري رضوان، مدخل إلى الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014.
9. بن مرسلي أحمد ، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، كلية الآداب واللغات، جامعة الجزائر، 2010.
10. تمار يوسف ، مناهج وتقنيات البحث في الدراسات الإعلامية- الإتصالية، ديوان المطبوعات الجامعية، ط7، 2017.
11. حسين عواد فاطمة، الاتصال والإعلام التسويقي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.
12. حمدي احمد ، الخطاب الإعلامي العربي- آفاق وتحديات، دار هومة للنشر والتوزيع، ط الجزائر، 2002.
13. حميدان سلمى، الصحافة المتخصصة المكتوبة والإلكترونية، ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2024.
14. حنين سامح فوزي ، المواطنة والإعلام التنموي للأمام دُر، ط1، الهيئة القبطية الإنجيلية للخدمات الاجتماعية، مطبعة سيوبرس، القاهرة، مصر، 2009.

15. الحيزان محمد عبد العزيز، البحوث الإعلامية -أسسها -اساليبها -مجالاتها، ط2، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، السعودية، 2004.
16. خضور أديب ، الإعلام والأزمات، دار الأيام للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 1999، الجزائر.
17. الدليمي عبد الرزاق ، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري العملية للنشر والتوزيع، 2016، عمان، الأردن.
18. دليو فضيل ، مدخل إلى منهجية البحث العلمي، منشورات مخبر الاستخدام والتلقي في الجزائر، طبعة إلكترونية مجانية، جامعة الجزائر 3، الجزائر، مارس 2024.
19. دليو فضيل ، مدخل إلى منهجية البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، د.ط، الجزائر، 2014.
20. راسم محمد الجمال، مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، د.ط، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر، 1999.
21. رشتى جيهان أحمد ، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، د. ط، دار الفكر العربي، مارس 1978.
22. روكيتش ساندرابول ، ملفين ل ديظير، نظريات وسائل الإعلام، تر: كمال عبد الرؤوف ، الدار الدولية للنشر والتوزيع، الطبعة العربية الأولى، القاهرة ، مصر، دون سنة.
23. السروجي مصطفى طلعت، و آخرون، التنمية الاجتماعية المثل والواقع، مركز نشر وتوزيع الكتاب الجامعي، جامعة حلوان، مصر، د.ط، 2001.
24. سعيد علوش ، معجم المصطلحات الأدبية المعاصرة، ط1، دار الكتاب اللبناني، بيروت، لبنان، 1985.
25. السويدي محمد، مقدمة في دراسة المجتمع الجزائري تحليل سوسيولوجي لأهم مظاهر التغيير في المجتمع الجزائري المعاصر، ديوان المطبوعات الجامعية، د.ط، 1990، الجزائر.
26. شلبي محمد ثروت، تنمية اجتماعية، برنامج دراسة المجتمع، مركز التعليم المفتوح، جامعة بنها، ، القليوبية، مصر، د.ن.
27. طه سعد علام ، التنمية .. والمجتمع، مكتبة مدبولي، ط1، القاهرة، مصر، 2006.
28. عاطف العبد عدلي ، عاطف العبد نهى ، الإعلام التنموي والتغير الاجتماعي: الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، دار الفكر العربي، ط5، مصر، 2007.
29. عاطف عابدي، المنهج المقارن مع دراسات تطبيقية، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط1، 2006، بيروت، لبنان.
30. عايش حليلة، مداخل البحث في الصحافة المكتوبة والإلكترونية، ط1، ألفا للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2024.

31. عبد الحكيم، خليل مصطفى الصحافة وقضايا التنمية الاجتماعية في الدول النامية، د. ط، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2019.
32. عبد الحميد محمد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، مصر، 2000.
33. عبد الحميد محمد ، نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير، عالم الكتب، ط4، القاهرة، مصر.
34. عبد الحميد محمد ، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، مصر، 425-2004.
35. عبد الغني عماد ، منهجية البحث في علم الاجتماع -الإشكاليات -التقنيات-المقاربات، دار الطليعة للطباعة والنشر، ط1، بيروت، لبنان، يناير 2007.
36. عبد الله مي ، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، ط1، بيروت، لبنان، 2006.
37. عجان عزة ، من هو الصحافي، دراسة، تحليلية نقدية، ب.ن.
38. علال إيمان، القضايا الاقتصادية في الصحافة المكتوبة الجزائرية، دار ومضة للنشر والتوزيع والترجمة، د.ط، جيجل، الجزائر، 2022.
39. عمر الشفيق حسنين ، الصحافة الإلكترونية المفهوم والخصائص والانعكاسات، مركز الامارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، ط1، أبو ظبي، الامارات العربية المتحدة، 2011.
40. عيسى الحسن محمود ، الإعلام والتنمية، دار زهران للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2010.
41. فهمي إبراهيم هيام، أبحاث في لغة الإعلام، دار الفراهيدي للنشر والتوزيع، ط1، بغداد، العراق، 2012.
42. كافي مصطفى يوسف ، الرأي العام ونظريات الاتصال، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان ، الأردن، 2015.
43. كنعان عبد الفتاح علي، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، دار اليازوري العملية للنشر و التوزيع، د"، عمان، الأردن، 2014.
44. كنوش الشرعة عبد الإله نايف، معالجة الخطاب الإعلامي الأردني للأزمة السورية، مجلة كلية الآداب، العدد68، جامعة المنصورة، مصر، يناير 2021.
45. لطاد ليندة وآخرون، منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية، كتاب جماعي، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية، الاقتصادية والسياسية، برلين، ألمانيا، 2019.

46. المجلس الأعلى للغة العربية، القاموس الورقوي للمصطلحات اللسانية، منشورات المجلس الأعلى للغة العربية، الجزائر، 2023.
47. محمد أحمد نجيب ، الإعلام المحلي في ضوء الإعلام الجديد، مطبعة شمس، جامعة عين شمس، مصر، د.س.
- 48.مشاقبة بسام عبد الرحمان ، نظريات الاتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2015، عمان، الأردن.
- 49.المشاقبة بسام، مناهج البحث الاعلامي وتحليل الخطاب. دار اسامة للنشر والتوزيع، ط2، عمان، 2014.
50. المشهداني سعد سلمان، منهجية البحث العلمي، دار أسامة للنشر والتوزيع ، ط1، الأردن، عمان.
- 51.مكاوي حسن عماد ، حسن السيد ليلي ، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، أكتوبر 1998، القاهرة، مصر.
52. موريس انجرس، تر: بوزيد صحراوي وآخرون، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط2، دار القصبه للنشر، الجزائر، 2006/2004، ص102 ص106
53. ميغري إريك ، سوسيولوجيا الاتصال والميديا، تر: نصر الدين لعياضي، ط1، مكتبة 392، 2018، المنامة، البحرين.
54. ميلود مراد ، رفاص وليد ، قراءات أكاديمية في الإعلام المتخصص، ط1، ألفا للوثائق، عمان، الأردن، 2020.
55. وادي جليل، الخطاب الاعلامي وإدارة الازمات السياسية والدولية، دار الكتاب الجامعي، ط1، الإمارات العربية المتحدة – الجمهورية اللبنانية، 2017.

ثانيا: المقالات المنشورة في المجالات العلمية

56. أبو الحمام عزام، مراجعة نقدية لنظرية ترتيب الاجندة في البيئة الرقمية للاتصال والإعلام، مجلة لباب للدراسات الاستراتيجية والإعلامية ، العدد07، مركز الجزيرة للدراسات، الدوحة، قطر، أغسطس 2020.
57. برزوان حسان، التنمية السياحية المستدامة، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، العدد27، جامعة زيان عاشور، ورقلة ، الجزائر، 01 اوت 2016.

58. برسولي فوزية، بولحية شهيرة ، التنمية البيئية المستدامة في الجزائر قراءة للتدابير القانونية محليا وإقليميا، مجلة المنار للبحوث والدراسات القانونية والسياسية، العدد 05، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة يحي فارس، المدينة، الجزائر، 2018.
59. برش صونية، دحمانية مليكة، استراتيجيات الاقناع في الخطاب الإعلامي الجزائري -دراسة تداولية-، مجلة المدونة، المجلد 08، العدد 01، كلية الآداب واللغات، جامعة البليدة 2، البليدة، الجزائر، 2021/03/30.
60. برقان محمد، اللغة ووسائل الإعلام الجماهيرية-دراسة لخصائص اللغة الإعلامية-، مجلة الرواق، العدد 01، جامعة غليزان، الجزائر، 2015، ص 109
61. بركون كهينة، دور الصحافة الاقتصادية المكتوبة في نشر الوعي التنموي وتحقيق التنمية الاقتصادية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد الخامس، 2016، جامعة الجزائر 3، الجزائر.
62. بريم عبد القادر، مقومات التنمية في فكر مالك بن نبي، مجلة الحكمة للدراسات الفلسفية، المجلد 11، العدد 02، بن عكنون، الجزائر العاصمة، الجزائر، 2023/10/16.
63. بلوج زينب، التنظيم القانوني للصحافة الإلكترونية في التشريع الجزائري-دراسة تحليلية للقانون 19-23، مجلة صوت القانون، المجلد 10، العدد 02، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2024/06/30.
64. بقدر سامية، بوقناديل محمد، الموارد المالية ودورها في تحقيق التنمية المحلية -دراسة تحليلية للموارد المالية لبلدية صبرة ولاية تلمسان خلال فترة 2010-2019، مجلة التكامل الاقتصادي، المجلد 09، العدد 02، تلمسان، الجزائر، جوان 2021.
65. بلاهدة فريدة، اللغة الخطاب الإعلامي: إشكالية التأثير والتأثر، اللغة الإعلام والمجتمع، المجلد 9، العدد 2-5، الجزائر.
66. بلعيا يمينة، تطور الصحافة الإلكترونية في ظل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2024/2023.
67. بن حمود السناني بخيت، الخطاب الإعلامي بين الأساليب الإقناعية والأدوات البلاغية، مجلة كلية اللغة العربية بايتاي البارود، العدد 36، الإصدار الرابع، جامعة الأزهر، مصر.
68. بنت صالح علي البلوي مريم ، خطاب مواد الرأي في الصحافة السعودية نحو القضايا الاجتماعية -دراسة تحليلية على عينة من الصحف الورقية والإلكترونية، المجلة الدولية لبحوث الإعلام والاتصالات، المجلد 01، العدد 01، في جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الإعلام والاتصال، السعودية، أبريل 2022.

69. بورقة سمية، مساهمة الإعلام الجديد في التنمية الثقافية الجزائرية في الفضاء الرقمي- رؤية استشرافية-، مجلة هيرودوت للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 06، العدد02، 2022، عنابة، الجزائر.
70. بوسعدة عمر إبراهيم، آليات تلقي الخطاب الاتصالي في الاعلام الجديد (التفاعلية واللاتزامنية) – دراسة نظرية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد02، العدد02، قسم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية، جامعة الملك خالد، المملكة العربية السعودية، يونيو 2018.
71. بوفلاحة كريمة، العملية الاتصالية وتحولاتها في ظل الصحافة الإلكترونية، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد11، العدد02، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، 2024.
72. بن عيشة عبد الكريم، الإشكالية المنهجية في بحوث الرسالة الاتصالية: بين توظيف تحليل المحتوى وتحليل الخطاب، مجلة المواقف للبحوث والدراسات في المجتمع والتاريخ، المجلد 19، العدد01، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، الجزائر، 01 جوان 2023.
73. الترسالي محمد، اقتصاديات منطقتي الساقية الحمراء ووادي الذهب بعيون إسبانية، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد09، برلين، ألمانيا، جوان 2019، ص105.
74. جاب الله رمزي، الصحافة الإلكترونية واثرها على مقروئية الصحافة الورقية، مجلة الآداب والعلوم الإنسانية، العدد9، جامعة الحاج لخضر، باتنة، ديسمبر 2012، الجزائر.
75. جورديخ مليكة، بوعجيمي جمال، جماليات توظيف اللون في الصحافة المكتوبة- نماذج من الصحف الملونة-، مجلة جماليات، المجلد 07، العدد01، 2020، جامعة مستغانم، مستغانم، الجزائر.
76. حاتم علاونة، عامر فايز، تغطية الصحافة الفلسطينية اليومية لثورة 25 يناير المصرية، مجلة دراسات للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 41، العدد1، كلية الإعلام، جامعة اليرموك، إربد، الأردن، 2014 .
77. الحاج سي فضيل، و آخرون، إشكالية التنمية المقومات والمعوقات، المجلة الجزائرية للاقتصاد والإدارة، العدد09، جانفي 2017.
78. حاجي رشيدة، بوترة، بلال الفكر التنموي في الخطاب الإعلامي الرسمي: دراسة سوسيولوجية تحليلية لعينة من اللقاءات الإعلامية الدورية لرئيس الجمهورية مع الصحافة الوطنية بالتلفزيون الجزائري، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، المجلد 12، العدد2، الوادي، الجزائر، 2024.
79. حمزة خلف، أبو رمان دور المواقع الإخبارية الإلكترونية في تعزيز الهوية الوطنية لدى طلبة الجامعة الأردنية (2011-2015) ، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 08، العدد09، الأردن، 2024.

80. حميد الطائي مصطفى، عبده محمد داوود حافظ ، أهمية اللغة في الخطاب الإعلامي العربي دراسة تحليلية على عينة من الإعلاميين بدولة الإمارات، مجلة جامعة سيها للعلوم الإنسانية، المجلد 20، العدد02، جامعة سيها، الامارات العربية المتحدة، 2021.
81. خالد صلاح الدين علي، الإعلام واللغة الإخبارية: في إطار نظرية الأطر الخيرية، مجلة البحوث الإعلامية، العدد55، ج1، أكتوبر 2020، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، القاهرة، مصر.
82. خشة أحسن، اللغة الإعلامية من منظور قيمي، مجلة الدراسات الإسلامية، العدد الثالث، جامعة عمار تليجي، الاغواط، سبتمبر 2013.
83. خليفة حسين حسن خليفة، آليات الخطاب الإعلامي للصحف الإلكترونية المصرية في معالجة أزمة تيران وصنافير بين مصر والسعودية: دراسة كيفية نقدية، مجلة البحوث الإعلامية، العدد55، الجزء06، القاهرة، مصر، أكتوبر 2020.
84. خليل الرفاعي محمد، صبيبة فلك، تحرير الصحافة الإلكترونية، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، 2020 .
85. دحماني علي، أنواع التنمية واهميتها بالنسبة للمجتمعات خاصة المتخلفة، مجلة دراسات اقتصادية، العدد17، مركز البصيرة للبحوث والاستشارات والخدمات التعليمية، الجزائر، 01 أكتوبر 2010.
86. رمضان عبد المجيد، الصحافة الإلكترونية في الجزائر وهاجس المضمون والقانون، مجلة القانون والعلوم البيئية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجلفة، الجلفة، الجزائر، 2021، المجلد00، العدد01.
87. الزعلابي عبد الرحمان فوزي، الخطاب التنموي للصحف المصرية في إطار استراتيجية التنمية المستدامة 2030، مجلة البحوث الإعلامية، الجزء الثالث، العدد 54، القاهرة، مصر يوليو 2020.
88. زغدار عبد الحق، صوالحي ليلي، مساهمة التخطيط الاستراتيجي في تحقيق التنمية المحلية بالجزائر، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، المجلد6، العدد11، جامعة باتنة 1، الجزائر. زموري زينب، ماهية التنمية الثقافية-دراسة تحليلية-، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد14، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، مارس 2014.
89. ساندي عطية علي أسعد، الخط الإعلامي: إحدى استراتيجيات التضييل الإعلامي في الخطاب الصحفي الإلكتروني الفرنسي الأزمة السورية نموذجا، دراسة نُشرت باللغة الإنجليزية في مجلة جامعة البعث، المجلد 44، العدد17، جامعة تشرين، اللاذقية، سوريا، 2022، ص94

90. سعيد أمين، عبد الرحيم أسامة، حجازي هند، تقنيات النصوص الفائقة بالمواقع الإخبارية) دراسة تحليلية)، مجلة بحوث التربية النوعية، العدد41، جامعة المنصورة، مصر، يناير 2016.
91. سيد عبد الرحمان محمد نجلاء وآخرون، الإعلام التنموي ودوره في خدمة المجتمع المصري وتنميته (الواقع والمأمول)، مجلة معهد الدراسات والبحوث البيئية، المجلد 1 ، العدد 1، جامعة مدينة السادات، مصر، 31 مارس 2020.
92. شاوش جمال شعبان، الممارسة الصحفية في المشهد الإعلامي الرقمي بين هيمنة التقنية وتحول الهويات المهنية، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد12، العدد01، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2020.
93. شاوش سارة، شاوش نسيم، الخطاب الإعلامي ومستقبل اللغة العربية- الواقع والمأمول- مجلة القارئ للدراسات الأدبية والنقدية واللغوية، المجلد05، العدد01، جامعة قسنطينة1، الجزائر، 2020/03/30.
94. شليحي الطاهر، تواتي عامر، أبعاد واهداف التنمية المستدامة آفاق 2030، مجلة البحوث والدراسات التجارية، العدد الأول، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجلفة، الجلفة، الجزائر، مارس 2017.
95. صفوان حسيني، دور الإعلام في رسم السياسات و اتخاذ القرار، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد21، السداسي الأول، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 03، 2011.
96. طه احمد رجاء، تحقيق اهداف التنمية المستدامة من خلال ممارسة التدريب المهني وإدارة الموارد البشرية، مجلة كلية التربية، المجلد40، العدد11، الجزء4، مصر، نوفمبر 2024.
97. طه هاشم مريم، آل فرهاد عبد الصمد علي، الإعلام الرقمي و دوره التنموي من وجهة نظر طلبة جامعة البصرة، مجلة دراسات البصرة، ملحق العدد 49، كانون الأول، 2023، البصرة، العراق.
98. طواليبة محمد، الإعلام والتنمية العلاقة بين تنمية وسائل الإعلام والإعلام التنموي، مجلة دراسات في التنمية والمجتمع، العدد05، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، جوان 2016.
99. عبد الجواد عياد احمد محمد آية، توظيف الإعلام التنموي الرقمي في المساهمة الفعالة لتحقيق اهداف التنمية المستدامة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، المجلد 04، الجزء03، مصر، أكتوبر 2021.

100. عبد الله الطيب عبد النبي، الإعلام والتنمية مشكلات وقضايا، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ط1ن مصر، 2014.
101. عبد الله سي موسى، الصحافة الإلكترونية في الجزائر- دراسة في تصميم المواقع والتفاعلية، مجلة الساورة للدراسات الإنسانية والاجتماعية، المجلد01، العدد01، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة طاهري محمد، بشار، الجزائر، ديسمبر 2015.
102. عبد الواحد امين رضا، الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، د.ط، القاهرة، مصر، 2007.
103. عبد مولاة وليد، التخطيط الاستراتيجي للتنمية، جسر التنمية، العدد114، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، يونيو 2012.
104. عبود كشكول محسن، لغة الخطاب الإعلامي العربي و التحول الديمقراطي الجديد- دراسة تحليلية لمقالات جريدة القدس العربي-،مجلة الجامعة العراقية، المجلد 47، العدد 1، مايو/أيار 2020، مركز البحوث والدراسات الإسلامية، العراق.
105. عدلي محمد أيمن، دور استخدام الخطاب الإعلامي لترسيخ مفهوم الهوية الوطنية وتعزيزه في رفع الوعي المجتمعي : دراسة وصفية، المجلة العربية لبحوث الاتصال والاعلام الرقمي، العدد 03، كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات، الجيزة، مصر، يناير، 2023.
106. عزي عبد الرحمان ، دعوة إلى فهم المصطلحات الحديثة في الإعلام والاتصال ، ط1، الدار المتوسطة للنشر، 2011، تونس.
107. عزي عبد الرحمان، وسائل الاتصال والمجتمع الريفي في العالم العربي: أزمة المنطلق وتمدن الرسالة، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 6،7، الجزائر/ 1992.
108. العصيمي خلود، أدوات التحرير الإلكتروني في الصحافة الإلكترونية السعودية دراسة مسحية على القائم بالاتصال، المجلة العربية للإعلام وثقافة الطفل، العدد 7، جامعة الملك سعود، السعودية، 2019/03/26.
109. علواش كهينة، دور الإعلام المحلي التنموي في تعزيز العملية التنموية بالمجتمع - قراءة في الأبعاد التنموية للإذاعات المحلية-، مجلة الحكمة للدراسات الفلسفية، المجلد11، العدد01، الجزائر، 2023.
110. علي بسيوني محمد إبراهيم ، الأطر الإخبارية لجائحة كورونا في الصحافة العربية-دراسة تحليلية، مجلة البحوث الإعلامية، العدد55، الجزء الرابع، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، أكتوبر 2020، مصر.

111. عمارة هدى، البيئة والتنمية المستدامة تجربة الجزائر، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، العدد12، جامعة البليدة 2، لونيبي علي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، البليدة، الجزائر، 31 ديسمبر2017.
112. فراحتية كمال، التنمية المستدامة، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، العدد11، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2018.
113. فريجات نسيبة، سبتي رشيدة، الإعلام وتعزيز قضايا التنمية المستدامة، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد3، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الوادي، ديسمبر 2013.
114. فلاق علي ، التنمية السياحية واثرها على التنمية الاقتصادية المتكاملة في الوطن العربي، العدد06، الجزء الأول، مجلة البحوث والدراسات العملية، جامعة يحي فارس، المدينة، الجزائر، 2012.
115. فليح محمد حسن ، الصحافة الإلكترونية خصائصها وانواعها، المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية العدد25، لبنان، 2024.
116. قدة حمزة، طريف عطاء الله، تقييم جودة محتوى الصحافة الإلكترونية الجزائرية: دراسة تحليلية لموقعي (البلاد، النهار)، مجلة الإعلام والمجتمع، المجلد05، العدد02، الوادي، الجزائر، ديسمبر 2021.
117. قيراط محمد، نظرية التأطير FRAMING THEORY والتعاطي مع التطرف والإرهاب، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، وقائع الورشة الدولية، اتحاد الإذاعات العربية، 7-8 أبريل، 2015، تونس .
118. كشرود فاطمة الزهراء، آليات تفعيل الخطاب التنموي في الصحافة المكتوبة الجزائرية "دراسة وصفية تحليلية على مجموعة من صفحات صحيفة الخبر اليومي، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، المجلد03، العدد04، مستغانم، الجزائر، سبتمبر 2020.
119. كمال كريمة ، نظريات الإعلام، كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة جنوب الوادي 2021/2022.
120. كنانة محمد فوزي ، ضيف الله وفاء، الإعلام التنموي والتخطيط الإعلامي : آليات ضرورية لتحديث المجتمع، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد5، العدد2، أم البواقي، الجزائر، ديسمبر 2018.

121. لبصير فطيمة، الإعلام التنموي ودوره في تفعيل التنمية المحلية، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد ب، العدد47، قسنطينة، الجزائر، 2017.
122. لطرش فيروز، البيئة والتنمية المستدامة: دراسة نظرية في المفهوم والمحتوى، مجلة أبعد، المجلد10، العدد 01، جامعة وهران2، وهران، الجزائر، 2023.
123. محمد سيد احمد اميرة محمد، تحليل الخطاب الإعلامي:مدخل نظري، المجلد 08، العدد03، كلية الآداب، جامعة الامام عبد الرحمان بن فيصل، الدمام، السعودية، 2019،مجلة علوم الانسان والمجتمع.
124. محمد عدنان حسين، حسن بشير، تحليل الخطاب الإعلامي الأمريكي تجاه العراق وأفغانستان (اثناء رئاسة ترامب و بايدن)، مجلة أبحاث ميسان ، المجلد 20، العدد 39، جامعة ميسان، كلية التربية، العمارة، العراق، 2024.
125. محمد علي عبد الخالق عبير، تحليل مقومات التنمية الاقتصادية في الدول العربية في ضوء الأهداف الإنمائية للألفية الثالثة، المجلة العلمية للدراسات الاقتصادية والعلوم السياسية، المجلد7، العدد13، جامعة الإسكندرية، مصر، 2022.
126. مصطفى محمود سعد نها ، المقال الافتتاحي في صحيفة (نوائى وقت- صوت العصر) تطبيقا على اعداد من عام 2022- دراسة موضوعية فنية، المجلة العلمية لكلية الآداب، العدد 85، يناير 2023، جامعة الازهر، القاهرة، مصر.
127. مصمودي دليلة، الفضائيات العربية بين اللغة الإعلامية والاستعمال اللغوي، مجلة علوم اللغة العربية وآدابها، المجلد 1، العدد1، كليبو الآداب واللغات، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، الجزائر، 2009/03/01.
128. ميراد أمال، مهام سلطة ضبط الصحافة الإلكترونية من خلال قانون الإعلام رقم 23-19 المؤرخ في 02 ديسمبر 2023 والمتعلق بالصحافة المكتوبة والصحافة الإلكترونية-دراسة وصفية تحليلية لقانون الاعلام 2023م، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 13، العدد01، الجزائر، 2025/05/10.
129. نشادي عبد القادر، التنمية الريفية مفهومها ومقاربتها السيميولوجية، مجلة المداد، المجلد 13، العدد01، جامعة زيان عاشور، ورقلة، الجزائر، 2023/07/04.
130. نصيرة تامي، التموقع المنهجي لنظرية التأطير الإعلامي في الدراسات الإعلامية قراءة في الأبعاد والاستخدامات، مجلة معارف، المجلد 17، العدد1، جوان 2022، الجزائر.

131. نهاد سالم حبيب الحسيني ، دور الصحافة الإلكترونية في تزويد الجمهور بالمعلومات خلال الازمات – ازمة جدرى القردة انموذجا-، مجلة القانون والعلوم البيئية، المجلد 03 العدد04، العراق، 2024/12/30.
132. نور الدين ناصر، نور الدين جفال، وسائل الاعلام والتنمية الثقافية: ارهاصات الواقع ورهانات المستقبل، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد14، العدد02، جامعة العربي التبسي، تبسة، الجزائر، ديسمبر 2021.
133. هادف أمال، سعيدي سليمة، التفاعلية في الصحف الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي-دراسة تحليلية لجريدة الشروق أون لاين، الخبر أون لاين، النهار أون لاين، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 07، العدد03، جامعة أم البواقي، الجزائر، 2020/06/14.
134. هبة أحمد رزق الخولي، المعالجة التنموية للمشروعات التنموية في مصر، مجلة القراءة والمعرفة، 2021، دمياط، مصر.
135. الهدى تايب شمس، سلطاني السبتي، بلاغة الإقناع في الخطاب الإعلامي: البرنامج التلفزيوني في دائرة الضوء أنموذجا، مجلة (لغة-كلام)، المجلد 10، العدد01، جامعة غليزان، الجزائر، 2019/08/13.
136. ولد جاب الله سعاد، يوقرة رضوان، الخطاب الإعلامي في البيئة الإعلامية الجديدة- مظاهر تأثير تكنولوجيا الاتصال على البنى التحريرية لأنواع الصحفية، المجلة العلمية للتكنولوجيا وعلوم الإعاقة، المجلد03، العدد03، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، سبتمبر 2021:

ثالثا: رسائل الماجستير و أطروحات الدكتوراه

137. طالبى رياض، التنمية الريفية المستدامة في إطار سياسات استخدام الموارد الطبيعية المتجددة- دراسة مقارنة بين الجزائر، تونس، المغرب، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص الاقتصاد الدولي والتنمية المستدامة، مدرسة الدكتوراه إدارة الأعمال والتنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف الجزائر، 2010/2011.
138. احمد عطري محمد حسني، لغة الخطاب الإعلامي لقناة الجزيرة 2011/1/1 - 2011/3/3 (خطاب الثورة المصرية أنموذجا)، رسالة مقدمة لاستكمال متطلبات درجة الدكتوراه في الدراسات اللغوية، جامعة العلوم الإسلامية العالمية، عمان، المملكة الأردنية الهاشمية، 2012.

139. أحمد محمد الرحبين محمود ، اتجاهات الخطاب الإسلامي في المواقع الإلكترونية
الإخبارية: تحليل مضمون موقع البوصلة الإخباري، دراسة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام،
كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2012، ص20.
140. أوكيل حميدة، دور الموارد المالية في تحقيق التنمية الاقتصادية-دراسة حالة الجزائر-،
أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص اقتصاديات المالية والبنوك، قسم علوم اقتصادية،
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أمجد بوقرة، بومرداس، الجزائر،
2016/2015 .
141. بالنور يوسف، الخطاب التنموي في الجزائر: دراسة في الأبعاد المجتمعية لمشاريع
التنمية في مرحلة التعددية السياسية – في ضوء برامج الأحزاب-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة
الدكتوراه في علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع التنمية، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم
الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2018/2017.
142. بحري خولة، الصحافة المكتوبة الجزائرية بين الاثارة و المسؤولية الاجتماعية –
دراسة تحليلية لجرائد : الخبر- الشروق اليومي-النهار الجديد في الفترة من: 2012 إلى
2016، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الاعلام والاتصال ، تخصص
صحافة مكتوبة و ملتيميديا، قسم علوم الإعلام، كلية علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3،
2020-2019.
143. برنيس نعيمة، استخدامات الوسائط المتعددة في الصحافة الإلكترونية الجزائرية دراسة
تحليلية وميدانية، مذكرة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة
مكتوبة، قسم الصحافة المكتوبة، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي بصري، جامعة صالح
بويندير- قسنطينة 3-، قسنطينة، الجزائر، 2018/2017.
144. بن سخرية امينة، واقع الصحافة الإلكترونية في الجزائر-دراسة ميدانية على جمهور
الصحفيين-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال،
تخصص صحافة مطبوعة والإلكترونية، قسم علوم الاعلام والاتصال و علم المكتبات، كلية العلوم
الإنسانية والاجتماعية، جامعة الحاجة لخضر باتنة 1، باتنة، الجزائر، 2022/2021.
145. بن فطوم خديجة، استراتيجيات الخطاب الإعلاني التلفزيوني لدى شركات الهاتف النقال
في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص دراسات أدبية ولغوية، شعبة اللغة
والادب العربي، قسم اللغة والادب العربي، معهد الآداب واللغات، المركز الجامعي أكلي محند
اولحاج، البويرة، الجزائر، 2012/2011.

146. بوثلجي إلهام، الصحافة الإلكترونية و ترتيب أولويات الرأي العام-دراسة تحليلية ميدانية لعينة من الصحف الإلكترونية الجزائرية" الشروق وان لاین، المساء، LIBERTÉ، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه عولم في علوم الإعلام والاتصال، قسم الإعلام، كلية علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2021/2020.
147. بورقعة سمية، الصحافة الإلكترونية في الجزائر- دراسة تحليلية ميدانية للتفاعلية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية (الشروق اون لاین، الخبر اون لاین،- النهار اون لاین، نموذجاً، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الاعلام والاتصال، تخصص إعلام واتصال، قسم الاتصال و العلاقات العامة، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي بصري، جامعة قسنطينة3 قسنطينة، الجزائر، 2015/2014.
148. بوعافية العيد ، دور وسائل الإعلام في تنمية المشاركة السياسية في الجزائر دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة برج بوعريريج ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع الاتصال، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة محمد البشير الابراهيمي، برج بوعريريج، الجزائر، 2023/2022.
149. بومزير ليندة، الخطاب الإعلامي الجزائري نحو القضايا الاجتماعية" دراسة تحليلية مقارنة لموقعي الشروق أون لاین والنهار أون لاین، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث، قسم السمعي البصري، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة قسنطينة 3، 2023/2022
150. تمار يوسف ، نظرية Agenda Setting -دراسة نقدية على ضوء الحقائق الاجتماعية والثقافية والإعلامية للمجتمع الجزائري، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الاعلام والاتصال، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2005-2004، الجزائر.
151. جعيجع حبيب الله، تقييم أداء سياسات تمويل التنمية الريفية في الجزائر، أطروحة دكتوراه مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة دكتوراه الطور الثالث، تخصص إدارة بنكية، شعبة عولم تسيير، ميدان علوم اقتصادية والتسيير وعلوم تجارية، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة البشير الابراهيمي، برج بوعريريج، الجزائر، 2023/2022
152. دليو فضيل ، مدخل إلى منهجية البحث العلمي، منشورات مخبر الاستخدام والتلقي في الجزائر، طبعة إلكترونية مجانية، جامعة الجزائر 3، الجزائر، مارس 2024.

153. زريقي سعاد، سيمائية الخطاب اللساني الإعلامي -دراسة تحليلية سيميولوجية للعمود الصحفي "نقطة نظام" بجريدة الخبر خلال فترة الانتخابات الرئاسية (جانفي-أفريل 2014)، أطروحة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، تخصص سيميولوجيا الاتصال، قسم الاتصال، كلية الاعلام، جامعة الجزائر 2016، 2017/3، الجزائر.
154. سبتي فايزة، المعالجة الإعلامية للقضايا البيئية في القنوات الفضائية الجزائرية -دراسة تحليلية مقارنة بين برنامجي Green Mag وبينتنا لفتاتي الشروق tv والجزائرية الثالثة للفترة الممتدة بين 2014-2016، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال بيئي، قسم علوم الاعلام، كلية علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، سنة 2021-2022، الجزائر
155. سعيد ربيعة، واقع الصحافة الإلكترونية في التشريع الجزائري - دراسة مسحية تحليلية لقوانين الصحافة الإلكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، قسم الإعلام، كلية علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2014/2015
156. شايب الدراع وليد، قضايا الهوية الثقافية في المحتوى الرقمي العربي-دراسة تحليلية على عينة من الصفحات الإلكترونية الإخبارية على فيسبوك، أطروحة نهاية الدراسة لنيل شهادة الدكتوراه LMD، في علوم الاعلام والاتصال، تخصص صحافة مكتوبة، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة محمد خيضر، 2022/2023، بسكرة، الجزائر.
157. الشريف عبد الله فراج، مقومات التنمية الاقتصادية في ظل احكام الشريعة الإسلامية" دراسة مقارنة"، رسالة مقدمة لنيل شهادة درجة التخصص الأول (ماجستير) في الاقتصاد الإسلامي، فرع الفقه والأصول، شعبة الاقتصاد، الدراسات العليا الشرعية، كلية الشريعة والدراسات الإسلامية، جامعة ام القرى، مكة المكرمة، السعودية، 1982/1983.
158. الصعوب عبد الرحمان هناء، العلاقة بين التخطيط الإعلامي والسياسات التنموية في الوزارات الأردنية، رسالة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، كانون الأول.
159. عباد لويبة كريمة، دور التلفزيون الجزائري في التنمية الاقتصادية دراسة وصفية تحليلية لحصة المؤشر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والإعلام، جامعة الجزائر، 2003/2004.

160. عسري فتيحة، واقع الصحافة الإلكترونية في الجزائر مقاصد المضمون وإشكالية المقروئية، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علم الاجتماع والاتصال، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة وهران 2، وهران، الجزائر، 2019/2018.
161. عطية العجلة محمد سعد ، الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو قضية الاستيطان (الإسرائيلي) في الضفة الغربية دراسة تحليلية-، أطروحة مقدمة لنيل درجة الماجستير، تخصص الصحافة، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2015.
162. عمار رابح، الصحافة الإلكترونية وتحديات الفضاء الإلكتروني- دراسة ميدانية للصحافة الإلكترونية الجزائرية-، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية، جامعة احمد بن بلة وهران 1، وهران، الجزائر، 2017/2016.
163. فلاك فريدة ، وسائل الإعلام الجديدة وتشكيل صورة الإسلام والمسلمين- دراسة تحليلية لعينة من مقاطع الفيديو لموقع فيميو، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، شعبة علوم الاعلام والاتصال، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2020/2019.
164. قجالي أمنة، التفاعلية في الصحافة الإلكترونية دراسة في استخدامات واشباكات النخبة الأكاديمية الجزائرية دراسة تحليلية ميدانية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علوم الاعلام والاتصال، تخصص صحافة، قسم علوم الاعلام والاتصال وعلم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الحاج لخضر باتنة 1.
165. قدادرة شوقي، بن خليفة إسماعيل، الإعلام وابعاده التنموية في المجتمع الجزائري في ظل تكنولوجيا الاتصال الحديثة، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، المجلد 9، العدد 1، الوادي، الجزائر، 2021/04/15.
166. قنشوبة عبد الرحمان، معالجة الصحافة الجزائرية لقضايا التنمية العمرانية، تحليل مضمون الشروق اليومي 2017، مجلة دراسات وابحث، المحلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 11، العدد 4، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، 2019.
167. كتفي سميرة، المعالجة الإعلامية للأزمة المالية بالجزائر-دراسة تحليلية مقارنة بين صحيفتي النصر والشروق خلال سنة 2016-، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الاعلام والاتصال ، تخصص اشهار وعلاقات عامة، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف 2، الجزائر، الموسم الجامعي 2021/2020.

168. مباركى كنزة، الوسائط المتعددة والتفاعلية فى الصحافة الإلكترونية الجزائرية موقع (

الجزائر سكوب) و (TSAعربي) خلال سنة 2019 نموذجاً-دراسة وصفية تحليلية، أطروحة
مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم فى علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة مكتوبة وملتيميديا،
قسم علوم الإعلام، كلية علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2024/2023.

169. مسيلي ياسين، واقع الاتصال فى المؤسسة الإنتاجية الجزائرية والخدمية-دراسة

ميدانية مقارنة-،مؤسسى صايدال ويريد قسنطينة أنموذجاً، أطروحة مقدمة لنيل شهادة
الدكتوراه علوم، تخصص اتصال وعلاقات عامة، شعبة علوم الاعلام والاتصال، كلية علوم
الاعلام والاتصال والسمعي بصري، جامعة قسنطينة 3 صالح بوبنيدر، 2024/2023.

170. موسلي فريد، دور العملية الاتصالية فى إتخاذ القرارات داخل الاسرة الجزائرية-

دراسة ميدانية بمدينة معسكر-، أطروحة لنيل شهادة دكتورها الطور الثالث، فرع علوم
اجتماعية، تخصص علم اجتماع الاتصال، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية،
جامعة مصطفى اسطبولي، معسكر، الجزائر، 2024/2023.

171. ميراد أمال، التشريعات الإعلامية للصحافة الإلكترونية فى الجزائر- دراسة وصفية

تحليلية للوثائق والنصوص القانونية المنظمة للصحافة الإلكترونية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة
الدكتوراه الطور الثالث فى علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة مكتوبة، قسم علوم
الإعلام، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2018/2017.

رابعاً: الملتقيات العلمية

172. احمد طالب عبد الله عبده، الحمزي عبد الله هدى أحمد، لغة الخطاب الإعلامى المعاصر-

الواقع والمأمول،(وقائع المؤتمر العلمي السنوي الخامس لقسم معلم الصفوف الأولى، كلية التربية
الأساسية، الجامعة المستنصرية الموسوم ب (البيئة المدرسية بين الواقع والطموح) 16-17 آذار
2022-)، مجلة كلية التربية الأساسية، جامعة المستنصرية، بغداد، العراق.

173. احمد لعمي، أمال رحمان، إشكالية التنمية المستدامة فى الأقطار العربية: رؤية

إسلامية، مداخلة مقدمة ضمن ملتقى دولى حول: مقومات تحقيق التنمية المستدامة فى
الاقتصاد الإسلامى، جامعة قالمة، قالمة، الجزائر، يومي 03 و04 ديسمبر 2021.

174. حمادي، خالد، الخطاب الإعلامى فى عصر الميديا الجديدة – المفاهيم والإشكالات،

ورقة بحثية منشورة من الملتقى الوطنى الموسوم ب:الميديا الجديدة بين إشكالية التنظير وقوة
التغيير، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة جيلالي اليايس،
سيدي بلعباس، الجزائر، 2021.

خامسا: المواقع الإلكترونية

175. حاسي مليكة، سليمان شريفة، الصحافة الإلكترونية في الجزائر واقع وتحديات دراسة

نظرية، مداخلة للمشاركة في ملتقى دولي حول: الإعلام المحلي في الجزائر التحديات المعاصرة

ورهانات المستقبل، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الشهيد حمه

لخضر، الوادي، 2019/10/16 . نُشر على: <https://dspace.univ->

eloued.dz/handle/123456789/4467

176. حسونة، نسرين. نظريات الإعلام والاتصال. 2015.

<https://www.alukah.net/culture/0/82373/pdf-الاتصال-والإعلام-نظريات-الاتصال>

177. Abayneh Tilahun: **The Practice of development Journalism in the Ethiopian media landscape, A Thesis submitted to The Graduate School of Journalism and Communication**, Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Master of Arts in Journalism and Communication, Addis Ababa University, Addis Ababa, Ethiopia June ,2017.
178. Alberto E. López-Carrión ‘Myriam Martí-Sánchez, **Analysis of the coverage and discourse of the Sustainable Development Goals and the 2030 Agenda in the Spanish digital press**, (2015-2022) ‘Latina Journal of Social Communication. Spain.03/08/2023.
179. Bello Sani: **Discourse on the Social Responsibility of Journalists and Societal Development**, Jalingo Journal of Social And Management Sciences Volume 1, issue 2 April , 2019, Department of Mass Communication ‘Kaduna State University, Kaduna, Nigeria.
180. Entman, R.B. (1991). **framing US coverage of international news: Contrasts in narratives of the KAL and Iran air incidents**. journal of communication .
181. Robert M Entam, **Framing Bias: Media in the distribution of power**, journal of communication

خامسا : المراجع الأجنبية

الملاحق

الملحق "أ": يمثل الملحق "ب" استمارة التحليل المعروضة على هيئة الدكتوراة المحكمين.

والجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشهيد حمه لخضر-الوادي-

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم الإعلام

تخصص: صحافة مطبوعة وإلكترونية

إشراف أ.د: إسماعيل زياد

إعداد الطالبة: صالحى حدة

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته وبعد:

نظرا لما تتمتعون به من خبرة وعلم وسمعة اكااديمية مشرفة، فيسرني منكم التفضل بإبداء رأيكم السديد ومقترحاتكم بشأن محاور وموضوعات أداة استمارة تحليل المضمون من حيث مدى ارتباط العبارات بالمحور الرئيسي، ومناسبتها لموضوع الدراسة، وسلامة صياغتها اللغوية، أو أي ملاحظات وإضافات أو تعديلات اخرى، ولكم مني جزيل الشكر وعظيم الامتنان.

بداية أقدم اليكم استمارة التحليل هذه التي تم تصميمها اعتمادا على وحدتي الكلمة والموضوع وذلك للتعرف على: " الخطاب التنموي في الصحافة الإلكترونية " استكمالا متطلبات أطروحة نيل شهادة دكتوراه الطور الثالث، الموسومة ب: الخطاب التنموي في الصحافة الإلكترونية -دراسة تحليلية مقارنة بين موقعي الشروق أون لاين والخبر أون لاين- خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2023 إلى غاية 31 ديسمبر 2023-، اعتمادا على نظرية الأطر الإعلامية و بعد طرح التساؤل الرئيس التالي:

- كيف تمت معالجة الخطاب التنموي في كل من موقعي الشروق أون لاين والخبر أون لاين؟

إضافة إلى الأسئلة الفرعية التالية:

- اسئلة فرعية خاصة بفئات الشكل:

1. ما لأنواع الصحفية المستعملة في معالجة الخطاب التنموي في الصحف الإلكترونية محل عينة الدراسة؟
 2. ما اللغة المستخدمة في معالجة قضايا التنمية في الخطاب الاعلامي في الصحف الالكترونية محل عينة الدراسة؟
 3. ما الأنواع التيبوغرافية و الجرافيكية المستعملة في معالجة الخطاب التنموي في الصحف الالكترونية محل عينة الدراسة؟
 4. ما العناصر التفاعلية التواصلية المتاحة على الصحف الالكترونية محل عينة الدراسة؟
 5. ما العناصر التفاعلية المعلوماتية المتوفرة في الصحف الالكترونية حل عينة الدراسة ؟
- اسئلة فرعية خاصة بفئات المضمون:

1. ما القضايا التنموية المتضمنة في الخطاب التنموي المُعالج في الصحف الالكترونية محل عينة الدراسة؟
2. ما الشخصيات الفاعلة في الخطاب التنموي المعالج في الصحف الالكترونية محل عينة الدراسة؟
3. ما الأساليب الاقناعية المستخدمة في معالجة الخطاب التنموي في الصحف الالكترونية محل عينة الدراسة؟
4. ما القيم المستهدفة من خلال معالجة الخطاب التنموي في الصحف الإلكترونية محل عينة الدراسة؟
5. ما الأطر الخبرية المعتمدة في معالجة الخطاب التنموي في الصحف الالكترونية محل عينة الدراسة؟
6. ما آليات التأطير التي عالجتها الصحف الإلكترونية محل عينة الدراسة الخطاب التنموي
7. ما المصادر المعتمدة في معالجة الخطاب التنموي في الصحف الإلكترونية محل عينة الدراسة؟
8. ما تأطير اتجاه الصحف الالكترونية محل الدراسة نحو الخطاب التنموي المعالج في الصحف الالكترونية محل عينة الدراسة ؟

اسم ولقب الدكتور المُحَكَّم ودرجته العلمية:

استمارة تحليل المضمون

أولاً: فئات الشكل (كيف قيل؟)

- 6- فئة الأنواع الصحفية: (1.1)، (1.2)، (1.3)، (1.4)، (1.5)، (1.6)، (1.7).
- 7- فئة اللغات المستعملة: (1.2)، (2.2)، (2.3)، (2.4).
- 8- فئة العناصر الجرافيكية المستعملة: (3.1)، (3.2)، (3.3)، (3.4).
- 9- فئة العناصر التفاعلية المتوفرة: (1.4)، (2.4)، (4.3).
- 10- فئة العناصر المعلوماتية: (5.1)، (2.5)، (3.5)، (4.5)، (5.5).

ثانياً: فئات المضمون (ماذا قيل؟)

- 9- فئة القضايا التنموية: (1.1)، (2.1)، (3.1)، (1.4)، (5.1).
- 10- فئة الشخصيات الفاعلة: (1.2)، (2.2).
- 11- فئة الأساليب الإقناعية:
- (1.3) : (1.1.3)، (2.1.3)، (3.1.3).
- (2.3) : (1.2.3)، (2.2.3)، (3.2.3)، (4.2.3)، (5.2.3).
- 12- فئة تأطير اتجاه المعالجة الإعلامية: (1.4)، (2.4)، (3.4).
- 13- فئة آليات التأطير: (1.5)، (2.5)، (3.5)، (4.5).
- 14- فئة المصادر:
- (1.6) : (1.1.6)، (2.1.6)، (3.1.6)، (4.1.6)، (5.1.6)، (6.1.6).
- (2.6) : (1.2.6)، (2.2.6).
- 15- فئة الأطر المُحددة للخبر: (1.7)، (2.7).
- 16- فئة القيم الخبرية: (1.8)، (2.8)، (3.8)، (4.8)، (5.8)، (6.8).

فك الترميز:

أولاً: فئات الشكل (كيف قيل؟)

- 1- فئة الأنواع الصحفية: (1.1)، (1.2)، (1.3)، (1.4)، (1.5)، (1.6)، (1.7): و تشير الأرقام إلى : الخبر، التقرير، المقال، التحقيق، الربورتاج، التعليق، البورتريه. بنفس هذا الترتيب.
- 2- فئة اللغات المستعملة: (1. 2)، (2.2)، (2.3)، (2.4): اللغة العربية، اللغة الفرنسية، اللغة الإنجليزية، مزيج بين اللغة العربية و أخرى اجنبية.
- 3- فئة العناصر الجرافيكية المستعملة: (3.1)، (3.2)، (3.3)، (3.4): العناوين، الصور، حجم الخط، الألوان.
- 4- فئة العناصر التفاعلية المتوفرة: (1. 4)، (2. 4)، (4.3): تاريخ النشر، عدد القراءات، عدد التعليقات و المشاركة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- 5- فئة العناصر المعلوماتية: (5.1)، (2. 5)، (3. 5)، (4. 5)، (5. 5): إسم المؤلف، الأرشيف، محركات البحث، التحديث، الركن الخاص.

ثانياً: فئات المضمون (ماذا قيل؟)

- 1- فئة القضايا التنموية: (1.1)، (2. 1)، (3. 1)، (1.4)، (5. 1): تنمية اجتماعية، تنمية اقتصادية، تنمية ثقافية، تنمية سياحية، تنمية بيئية.
- 2- فئة الشخصيات الفاعلة: (1. 2)، (2. 2): شخصيات رسمية، شخصيات غير رسمية.
- 3- فئة الأساليب الاقناعية :
 - (1. 3) : (1. 1. 3)، (2. 1. 3)، (3. 1. 3): الأساليب العقلية: أدلة علمية واحصاءات، قوانين وتشريعات، تصريحات رسمية.
 - (2. 3) : (1. 2. 3)، (2. 2. 3)، (3. 2. 3)، (4. 2. 3)، (5. 2. 3): الأساليب العاطفية: تخويف، ترغيب، الإثارة والتشويق، التعاطف، الاستعارات والمحسنات العاطفية.
- 4- فئة تأطير اتجاه المعالجة: (1. 4)، (2. 4)، (3. 4): تأطير مؤيد، تأطير معارض، تأطير محايد.
- 5- فئة آليات التأطير: (1. 5)، (2. 5)، (3. 5)، (4. 5): آلية الانتقاء، والإبراز، آلية الاستبعاد، إعادة التأطير.

6- فئة المصادر:

- (1. 6) : (1 . 1 . 6)، (2. 1. 6)، (3 . 1 . 6)، (4 . 1 . 6)، (5. 1 . 6)، (6 . 1. 6): مصادر رسمية: البيانات الحكومية الرسمية، المنظمات الدولية، الخبراء والمحللون، وكالات الأنباء، مواقع وصحف أخرى.
- (2 . 6) : (1. 2 . 6)، (2 . 2 . 6): مصادر غير رسمية: المجتمع المحلي، منظمات المجتمع المدني.

7- فئة الأطر المُحدِدة للخبر: (1. 7)، (2. 7) : إطار عام ومجرد، إطار محدد بقضية واحدة.

8-فئة القيم الخبرية: (1. 8)، (2 . 8)، (3 . 8)، (4 . 8)، (5 . 8)، (6 . 8):قيمة المصادقية، قيمة التنمية، قيمة الجودة والحدثة، قيمة الانتشار، قيمة القرب من المواطن، قيمة الوطنية.

دليل التعريفات الإجرائية :

المحور الأول: معلومات عامة

- 1- عينة الدراسة: جريدتي الشروق أون لاين والخبر أون لاين.
- 2- المدة الزمنية: وهي المدة التي سنقوم بتحليل مفرداتها تمتد من 01 جانفي 2024 إلى غاية 31 ديسمبر 2024.

المحور الثاني: فئات الشكل (كيف قيل؟)

- 1- فئة الأنواع الصحفية: ونقصد بها القوالب الصحفية المستعملة، وهي الخبر، التقرير، المقال، التحقيق، الربورتاج، التعليق.
- 2- فئة اللغة المستعملة: وهي اللغة التي يتم بها تحرير المادة الإعلامية وقد تكون: اللغة العربية، لغة فرنسية، لغة انجليزية، مزيج بين اللغتين العربية وأجنبية.
- 3- فئة العناصر التيبوغرافية المستعملة: ونقصد بها الصور (خبرية، موضوعية، شخصية)، أنواع العناوين، حجم الخط المستعمل، الألوان المعتمدة.
- 4- فئة العناصر التفاعلية المتوفرة: ونقصد بها الخدمات التفاعلية التي يوفرها كل من الموقعين للجمهور، وهي : تاريخ النشر، عدد القراءات او المشاهدات، عدد التعليقات، المشاركة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

5- فئة العناصر المعلوماتية: و نقصد بها كل الخدمات التي توفر معلومات للمتصفح، ولدينا: اسم المؤلف، الأرشيف، محركات البحث، التحديث، ركن خاص بمجال معين مثل الاقتصاد أو الرياضة.

✚ المحور الثالث: فئات المضمون (ماذا قيل؟)

1- فئة القضايا التنموية: ونقصد بها كل المواضيع التنموية المُعالجة في الموقعين، وقد تم تصنيفها إلى: تنمية اجتماعية، تنمية اجتماعية، تنمية ثقافية، تنمية سياحية، تنمية بيئية.

2- فئة الشخصيات الفاعلة: ونقصد بها الفاعلون والمسؤولون في الخطاب التنموي، وقد صنفناها إلى: - شخصيات رسمية: رئيس الجمهورية، الوزراء، رؤساء الأحزاب، نواب المجالس، رؤساء بلديات، مؤسسات حكومية، موظفون.

- شخصيات غير رسمية: مواطنون، تجار، رجال اعمال، فئة النساء.

3- فئة الأساليب الإقناعية والعاطفية

4-1- الأساليب الإقناعية: ونقصد بها كل الأطر المستعملة في المعالجة والتي غرضها مخاطبة عقل المتلقي واقناعه، ولدينا: أدلة علمية واحصاءات، قوانين وتشريعات، تصريحات رسمية

4-2- الاساليب العاطفية : ونقصد بها الأساليب التي تستهدف عاطفة المتلقي للتأثير عليه، وقد تكون: - تخويف، ترغيب، الإثارة والتشويق، التعاطف، الاستعارات والمحسنات العاطفي

4- فئة تأطير اتجاه المعالجة الإعلامية: ونقصد بها اتجاه الخبر المعالج، مؤيد أو معارض، أو محايد.

5- فئة آليات التأطير: و هي الأساليب المستخدمة في تأطير الجمهور والتأثير عليه، وذلك بعد وضع الخطاب التنموي في الأطر سابقة الذكر ، وتصنف إلى: آلية الانتقاء، والإبراز، آلية الاستبعاد، إ عادة التأطير.

6- فئة المصادر: و هي كل المصادر التي يعتمدها القائمون على معالجة الخطاب التنموي في الصحف الالكترونية محل عينة الدراسة، وقد تكون: البيانات الرسمية والحكومية، المنظمات الدولية، الخبراء والمطلون، المجتمع المحلي، منظمات المجتمع المدني، وكالات الأنباء ، المراسلون، مواقع وصحف أخرى.

7- فئة الأطر المُحددة للخبر: ونقصد بها الإطار الذي يعالج به الخبر وقد يكون:

- إطار عام يعالج التنمية بشكل مجرد و عام.

- إطارا محددا بقضية واحدة.

8- فئة القيم الخبرية: ونقصد بها القيم المتضمنة في الخطاب التنموي المُعالج، وقد تتضمن قيمة المصادقية

التنمية، الجدة والحداثة، قيمة الانتشار، قيمة القرب من المواطن، قيمة الوطنية

✓ أي ملاحظات أخرى يود الدكتور إضافتها :

.....

.....

.....

.....

.....

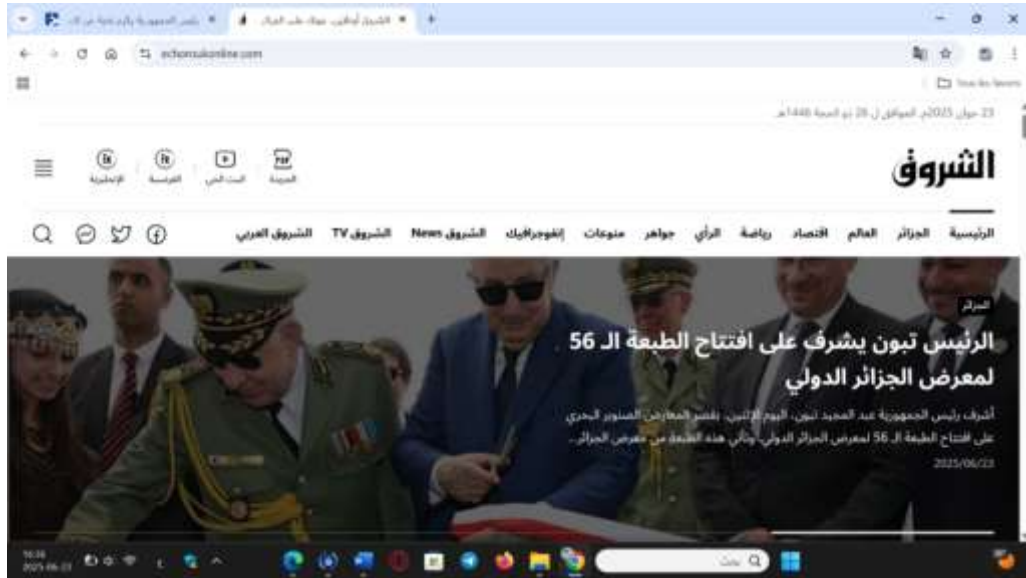
الملحق "ب": قائمة المُحكِّمين

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة
فضيل دليو	أستاذ تعليم عالي	جامعة قسنطينة 3
يوسف تمار	أستاذ تعليم عالي	جامعة الجزائر 3
شين عبد الكريم	أستاذ محاضر "أ"	جامعة الجزائر 3
قيطة فاطمة الزهراء	أستاذ محاضر "أ"	جامعة الوادي
بلحوسين نصيرة	أستاذ محاضر "أ"	جامعة خميس مليانة
صالحي دليلة	أستاذ محاضر "أ"	جامعة الوادي
مليك محمد	أستاذ مساعد "ب"	جامعة العربي بن مهيدي

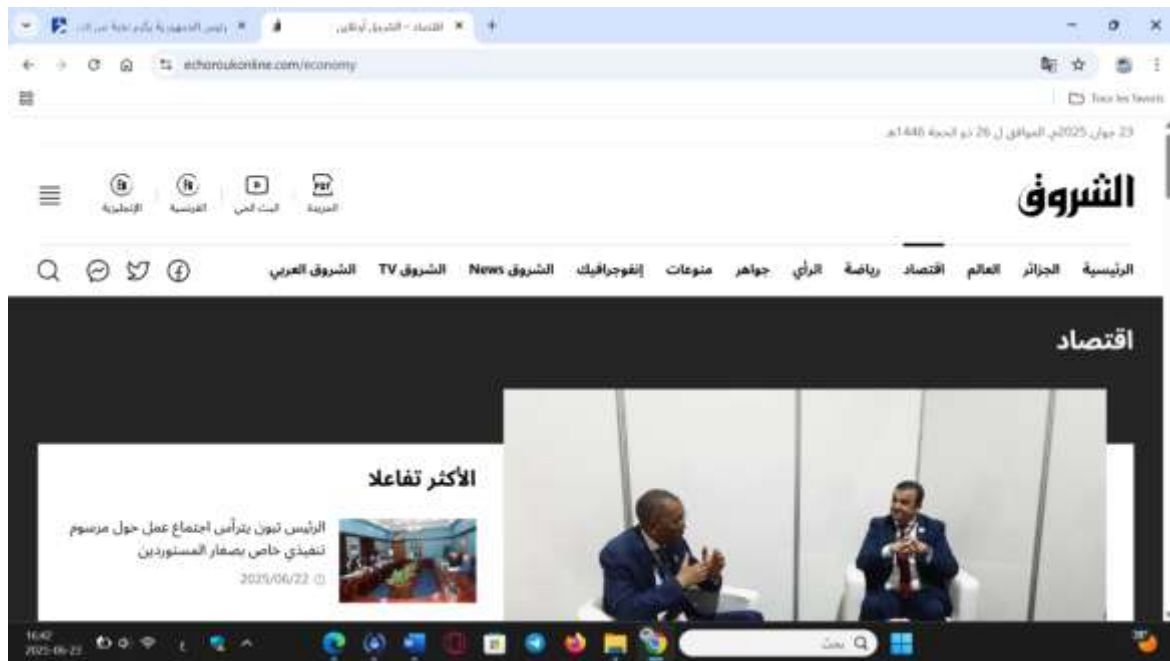
الملحق "ج": صور توضيحية لجريدتي الشروق اون لاين والخبر اون لاين

ملاحق الشروق اون لاين:

الشكل رقم 01: توضح الصورة الصفحة الرئيسية لجريدة الشروق وان لاين.



الشكل رقم 02: توضح الصورة الأركان الخاصة على جريدة الشروق اون لاين، منها ركن الاقتصاد.



الشكل رقم 03: توضح الصورة ادراج اسم المؤلف، وتاريخ النشر، عدد القراءات والتعليقات فوق المادة الصحفية في الشروق اون لاين



الشكل رقم 04: يوضح صورة شخصية مستعملة في الشروق اون لاين

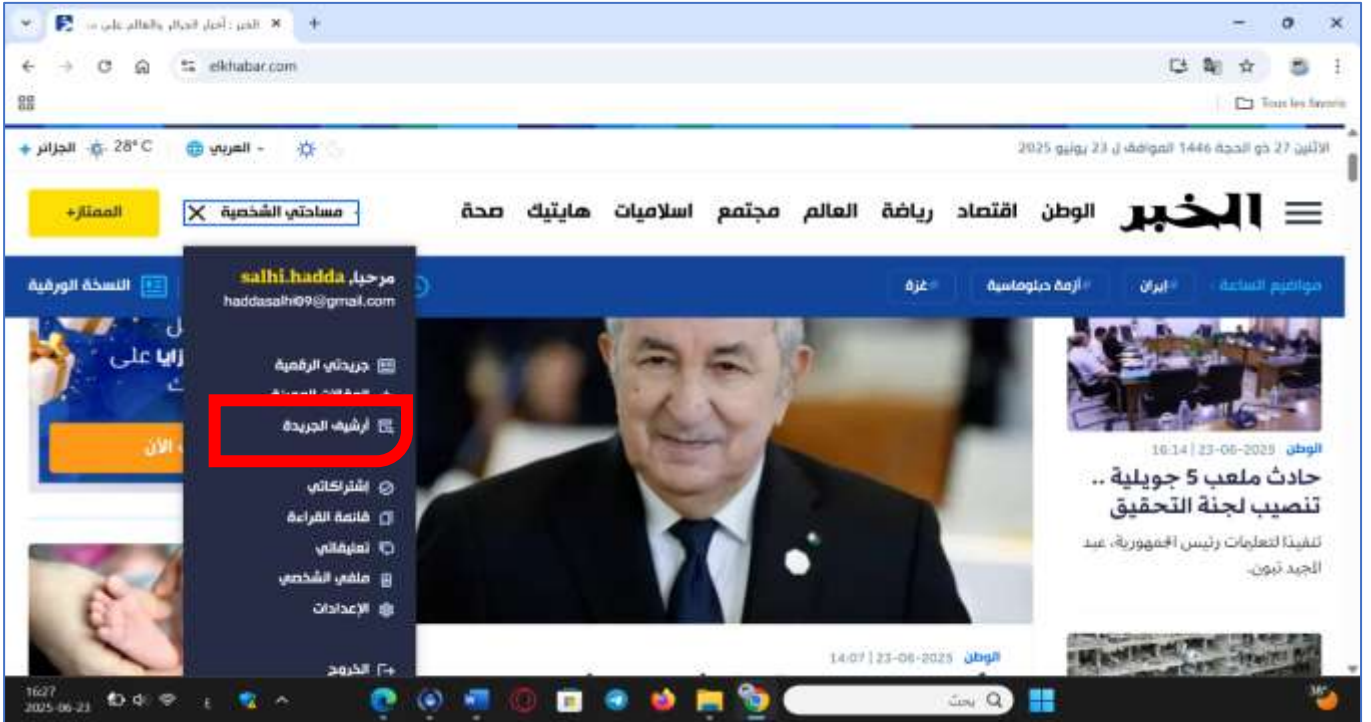


ملاحق الخبر أون لاين:

الشكل رقم 05: توضح الصورة الصفحة الرئيسية للخبر وان لاين



الشكل رقم 06: توضح الصورة موقع أرشيف جريدة الخبر أو لاين.



الشكل رقم 07: توضح الصورة الأركان الخاصة في الخبر اون لاين



الشكل رقم 08: توضح الصورة نوع الصورة الخبرية المستعملة .



الشكل رقم 09 توضح الصورة تاريخ النشر وايقونة مشاركة المقال عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الخبر اون لاين.

