

معالجة الصحافة السعودية اليومية للشأن الاقتصادي  
دراسة تحليل المضمون

**Handling the Economic Issues by Saudi Daily Press:  
A Content Analysis Study**

إعداد

محمد شحدة علي الحروب

إشراف

الأستاذة الدكتورة حميدة مهدي سميسم

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على شهادة الماجستير في الإعلام

كلية الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

كانون ثاني 2012

## تفويض

أنا محمد شحدة علي الحروب أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقيا أو إلكترونيا للمكتبات، أو المنظمات، أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم: محمد شحدة علي الحروب

التاريخ: 17 / 01 / 2012 م

التوقيع: 

## قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها:

"معالجة الصحافة السعودية اليومية للشأن الاقتصادي: دراسة تحليل مضمون"

وأجيزت بتاريخ: 15 / 01 / 2012 م

أعضاء لجنة المناقشة:

الأستاذة الدكتورة حميدة مهدي سميسم رئيساً ومشرفاً جامعة الشرق الأوسط .....  
الدكتور كامل خورشيد مراك عضواً جامعة الشرق الأوسط .....  
الدكتور إبراهيم أحمد أبو عرقوب عضواً خارجياً الجامعة الأردنية .....

## الشكر والتقدير

بسم الله والصلاة والسلام على رسول الله. بهذه المناسبة التي من الله عليّ بها بنعمة العلم والمعرفة فلا يسعني إلا أن أتقدم بالشكر والتقدير إلى أساتذتي الكرام الذين أرشدوني وزودوني بما أصبو إليه من العلم والمعرفة لبلوغ هذه الدرجة، وأخص بالشكر الأستاذة الدكتورة حميدة سميّس على الجهود التي قامت بها في متابعتي حتى المراحل الأخيرة من استكمال هذه الرسالة.

كما أتقدم بالشكر والتقدير إلى القائمين على مكتبة جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية في المملكة العربية السعودية على إتاحة المجال لي لاستخدام جميع مصادر المكتبة وتوفير المراجع والدراسات التي ساعدتني لأتم هذا العمل.

كما لا يسعني إلا أن أشكر كلاً من الأستاذ مساعد الزيان، رئيس القسم الاقتصادي في صحيفة الشرق الأوسط - السعودية، والأستاذ أحمد حنتوش، نائب رئيس القسم الاقتصادي في صحيفة اليوم، والأستاذ ماجد إبراهيم، الصحفي الاقتصادي في صحيفة الجزيرة، وإلى جميع من أسهم معي برأي أو استشارة في تحقيق هذه الرسالة.

الباحث

محمد شحدة علي الحروب

## الإهداء

أهدي هذا العمل إلى والداي العزيزين اللذين رافقني دعاؤهم المستمر، كما أهديه إلى زوجتي الغالية وأبنائي الأعزاء قاسم وإبراهيم اللذين تحملوا انشغالي عنهم الساعات الطوال، وإلى أخي بشير وجميع أخواتي.

الباحث

محمد شحدة علي الحروب

## قائمة المحتويات

### الفصل الأول

1	.....	مقدمة الدراسة
4	.....	مشكلة الدراسة
4	.....	أهداف الدراسة
4	.....	أهمية الدراسة
5	.....	أسئلة الدراسة
6	.....	حدود الدراسة
6	.....	مصطلحات الدراسة

### الفصل الثاني

.....	أولاً: النظريات التي استندت إليها الدراسة	10
10	.....	1. نظرية ترتيب الأولويات
13	.....	2. نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام
15	.....	3. نظرية المسؤولية الاجتماعية
17	.....	ثانياً: الصحافة المتخصصة
17	.....	1. نشأة الصحافة المتخصصة
17	.....	2. مفهوم الصحافة المتخصصة
19	.....	3. أزمة مضمون الصحافة المتخصصة
22	.....	ثالثاً: الصحافة الاقتصادية
22	.....	1. وظائف الصحافة الاقتصادية
23	.....	2. أداء الصحفي الاقتصادي
.....	رابعاً: الصحافة السعودية	26
.....	لمحة تاريخية:	
26	.....	1. الصحافة في منطقة الحجاز ما قبل العهد السعودي
29	.....	2. الصحافة بعد تأسيس المملكة العربية السعودية

32	.....	3. السياسة الإعلامية للمملكة العربية السعودية
34	.....	4. واقع الصحافة السعودية
35	.....	5. الخصائص الديمغرافية للصحفيين في المملكة العربية السعودية
38	.....	خامسا: عوامل ظهور الصحافة الاقتصادية السعودية وتطورها
42	.....	سادسا: الصحافة الاقتصادية اليومية في المملكة العربية السعودية
42	.....	1. صحيفة الرياض
43	.....	2. صحيفة عكاظ
44	.....	3. صحيفة اليوم
45	.....	المبحث الثاني: الدراسات السابقة
54	.....	أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة

### الفصل الثالث

#### منهجية الدراسة ( الطريقة والإجراءات )

55	.....	منهج البحث
55	.....	مجتمع الدراسة
56	.....	عينة الدراسة
58	.....	أدوات الدراسة
58	.....	تحديد فئات تحليل المضمون
59	.....	فئات الشكل
68	.....	فئات المحتوى
73	.....	وحدة التحليل
73	.....	الصدق
73	.....	الثبات

### الفصل الرابع

75	.....	النتائج والمناقشة
75	.....	نتائج التحليل
75	.....	أولا: الشكل التحريري
78	.....	ثانيا: القطاع

80	.....	ثالثا: القضايا الاقتصادية
84	.....	رابعا: المجال
85	.....	خامسا: المصدر
87	.....	سادسا: جغرافية المادة
88	.....	سابعا: شرح المصطلح
89	.....	ثامنا: الموضوعية
90	.....	تاسعا: مصداقية المضمون
.....	.....	عاشرا: استخدام الصور بالنسبة للشكل التحريري
92		
93	.....	الحادي عشر: وجود الجداول والرسوم البيانية وملاءمتها للمادة التحريرية
94	.....	الثاني عشر: الصياغة والتنظيم

### الفصل الخامس

مناقشة النتائج		
96	.....	مناقشة النتائج ضمن أهداف الدراسة وأسئلتها
98	.....	مناقشة النتائج ضمن النظريات التي اعتمدت عليها الدراسة
101	.....	التوصيات
103	.....	قائمة المراجع
110	.....	الملاحق



## صفحة قائمة الجداول

الصفحة	محتوى الجدول	رقم الفصل - رقم الجدول
75	الأشكال التحريرية في صحف عينة الدراسة	الفصل الرابع - جدول رقم (1)
78	القطاع في صحف عينة الدراسة	الفصل الرابع - جدول رقم (2)
80	القضايا الاقتصادية	الفصل الرابع - جدول رقم (3)
82	القضايا الاقتصادية موزعة على صحف عينة الدراسة	الفصل الرابع - جدول رقم (4)
84	المجالات الاقتصادية	الفصل الرابع - جدول رقم (5)
85	المصادر التي اعتمدت عليها صحف العينة	الفصل الرابع - جدول رقم (6)
87	جغرافية المادة في صحف العينة	الفصل الرابع - جدول رقم (7)
88	شرح المصطلح في مضمون المواد التحريرية في صحف العينة	الفصل الرابع - جدول رقم (8)
89	الموضوعية في مضمون المواد التحريرية في صحف العينة	الفصل الرابع - جدول رقم (9)
90	مصادقية مضمون المادة التحريرية في صحف عينة الدراسة	الفصل الرابع - جدول رقم (10)
92	استخدام الصور بالنسبة إلى الشكل التحريري	الفصل الرابع - الجدول رقم (11)
93	وجود الرسوم البيانية	الفصل الرابع - الجدول رقم (12)
94	الصياغة والتنظيم	الفصل الرابع - الجدول رقم (13)

## المخلص

### معالجة الصحافة السعودية اليومية للشأن الاقتصادي

#### دراسة تحليل المضمون

#### Handling the Economic Issues by Saudi Daily Press:

#### A Content Analysis Study

إعداد

محمد شحدة علي الحروب

إشراف

الأستاذة الدكتورة حميدة مهدي سميسم

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على شهادة الماجستير في الإعلام

كلية الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف إلى التغطيات الصحفية والأحداث الاقتصادية وقضاياها في الصحف اليومية الصادرة في المملكة العربية السعودية، وإعطاء صورة واضحة عن طبيعة تلك التغطيات وحجمها وطرق معالجتها للشأن الاقتصادي. بالإضافة إلى معرفة قدرتها على القيام بدورها الأساسي المتمثل في توفير المعلومات يقدم الحلول ويساعد القارئ على استيعاب المستجدات والأحداث في المجالات والأنشطة الاقتصادية كافة، والتعرف إلى سمات المضمون الاقتصادي في الصفحات الاقتصادية وخصائصه.

استندت الدراسة في وصفها للظاهرة موضوع البحث وتفسيرها إلى ثلاث نظريات هي: نظرية ترتيب الأولويات، ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، ونظرية المسؤولية الاجتماعية، استخدمت هذه النظريات كإطار علمي يمكن في ضوئه تفسير النتائج ضمن سياقها الطبيعي. وقد اتبعت الدراسة من أجل تحقيق أهدافها والإجابة عن أسئلتها المنهج الوصفي، مستخدمة أسلوب

تحليل المضمون بشقيه الكمي والكيفي، جرى التحليل على عينات من الصحف السعودية اليومية ممثلة في كل من صحيفة عكاظ وصحيفة الرياض وصحيفة اليوم.

وقد توصلت النتائج إلى أن الصفحات الاقتصادية في الصحف السعودية اليومية أولت الجانب الإخباري الأهمية الكبرى، ولم تهتم بنفس الدرجة بالتفسير والتحليل، كما بينت النتائج أن الصحف قد تنشر موادا دون الإشارة إلى مصدر المادة التحريرية، ويعد هذا سببا من أسباب أزمة المضمون. كما أظهرت نتائج الدراسة أن مؤسسات القطاع الخاص ترتب مضمون الصفحات الاقتصادية في الصحافة السعودية اليومية وفق ما تتمتع به من تأثير قوي على محتوى المضمون، كما بينت الدراسة أن العلاقة بين النظام الاقتصادي والمؤسسات الصحفية تتسم بالتعاون إلا أنها تفتقد إلى التوازن. ومن الاستنتاجات التي توصلت إليها الدراسة أيضا ضعف الصحافة الاقتصادية في الصحف اليومية مما يحول بينها وبين القيام بدها ومسئولياتها تجاه المجتمع.

## **Abstract**

### **Handling the Economic Issues by Saudi Daily Press:**

#### **A Content Analysis Study**

Prepared by

Mohammed Shehdeh Al Hroub

Supervised by

Prof. Hamida Mahdi Sumisem

Middle East University

The purpose of this study is to identify press coverage for business and economic issues in Saudi Arabia daily newspapers, and giving a clear description of its nature and scope as well as the ways by which it deals with the economy. The study also investigates newspapers ability to perform their key role manifested in providing information in a way that explains, clarifies and present solutions as well as help readers to understand developments and new events in all areas of economic activities, in addition to identifying characteristics of the economic content on business pages.

In its description and explanation of the phenomenon, the study was based on three theories: Agenda Setting, Mass Media Dependency, and Social Responsibility theories. The above three theories were used as a scientific framework to explain the results in their natural context. The descriptive method was followed in the study to answer to its questions and achieve its goals using quantitative and qualitative content analysis style.

Results has shown that business pages in Saudi Arabia daily newspapers gave high importance to the newsworthy aspect of events which has a great importance, whereas newspapers did not deal with explanation and analysis with the same

importance. Results also showed that newspapers may run stories and articles without referring to the source of the material. This is considered one of the content crisis reasons.

Results also revealed that private sector organizations arrange KSA's business pages content according to the strength of their influence on the content. The study has shown that the relation between the economic system and press organizations is cooperative, though it lacks equilibrium. One of the main conclusions arrived at through the study is the weakness of the economic press in the daily press which hinders it from playing its role and responsibilities towards society.

## الفصل الأول

### مقدمة الدراسة

تعد وسائل الإعلام من القوى المؤثرة في السلوك البشري، فهي تؤدي دورا محوريا في الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية...الخ، وقد تعدى دورها من نقل الخبر إلى التأثير في المشهد، بل في كثير من الأحيان صنع الحدث، فهي إما أن تكون أداة للبناء والتطوير، وإما أن تكون معولا للهدم والتدمير.

بعد أن أصبحت المجتمعات أكثر تعقيدا، وبعد أن كثرت مجالات الحياة وتشعبت ميادينها وتطورت مجالاتها، أصبحت وسائل الإعلام مطالبة بالعديد من الأدوار فإن كانت منفذا للإعلام فهي أيضا منفذ للتحكم في المعرفة، ففي هذا المجتمع الذي يتسم بالتعقيد أصبح الكائن البشري أكثر اعتمادا على وسائل الإعلام لفهم مجريات الأمور في مجتمعه ولتحديد ذاته في المجتمع الذي يعيش فيه، وأصبح التخصص أمراً حتمياً حتى يتم التطور والنماء، هذا النماء الذي لا يتم إلا من خلال المعرفة الدقيقة لحديثيات المواضيع وجزئياتها، وانطلاقاً من هنا نشأت الحاجة إلى وجود إعلام متخصص وصحافة متخصصة في جميع الميادين لتلبية متطلبات الأفراد.

أجمع الباحثون بأن سبب تخلف القطاعات الاقتصادية المهمة في الدول النامية يرجع إلى عدم كفاية خدمات الاتصال في هذه الدول (حجاب، 2009: ص 274)، والصحافة الاقتصادية وإن كانت تقع تحت مظلة الاتصال الواسعة إلا أنها تعمل على تشجيع أو إبطاء الكثير من المشروعات من خلال تناول الصحفي الإيجابي أو السلبي لما يتم التخطيط أو الإعداد له (الهيبي، 2011: ص 52).

للصحافة الاقتصادية دور كبير في دفع عجلة التنمية من خلال دعم قضايا التنمية الشاملة وموازرتها، والتأثير بشكل إيجابي في اتجاهات الأفراد والمؤسسات نحو التنمية وحث الجماهير على المشاركة في إدارة مجتمعها والمساهمة في النشاط الاقتصادي، وكشف المعوقات التي تعترض مشاريع التنمية والنقد الموضوعي الجاد لأساليب تطبيق خطط التنمية بعيداً عن محاولات التشهير. (الهاجري، 2010)

لذلك فالعلاقة بين المعلومة الاقتصادية والقرار الاقتصادي وثيقة جداً، هذا ما أكدته تقرير البنك الدولي الصادر في 2002 حيث ورد فيه أن الصحافة الاقتصادية يجب أن تركز على كوادر مؤهلة تتمتع بالكفاءة والمهنية العالية، ومن الضروري وجود محددات ومعايير تتسم بها لما للمعلومة من أثر على القرارات الاقتصادية. ولتتمكن وسائل الإعلام من تعزيز الأداء الاقتصادي يجب أن تتمتع بثلاثة متطلبات: أن تكون مستقلة، وتقدم معلومات ذات مستوى جيد، وتصل إلى أكبر شريحة من الجمهور. (The World Bank Report, 2002, p 1)

ازداد الاهتمام بالصحافة الاقتصادية في المملكة العربية السعودية مع مطلع القرن الواحد والعشرين نظراً للطفرة الاقتصادية التي تمر بها البلاد والنشاط الاقتصادي الكبير الذي أهل الاقتصاد السعودي لأن يكون من ضمن أكبر اقتصاديات العالم إذ يحتل المرتبة 19 عالمياً والأول على مستوى منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا كما ورد على موقع وزارة الاقتصاد والتخطيط السعودية ([www.mep.gov.sa](http://www.mep.gov.sa)).

إن ما شهدته المملكة العربية السعودية من تطورات اقتصادية وقيام مشاريع التنمية الاقتصادية وتخصيص الدولة الأموال لمشروعات وعلاقة وتحسين بيئة الاستثمار كان له تأثيره على الممارسات الإعلامية التي استلزمت تطوير أساليب التغطية الصحفية وتفاعلها مع هذا الحراك الاقتصادي من خلال صفحات اقتصادية متخصصة. كما أن "المواضيع الاقتصادية لم

تعد مقصورة على رجال الأعمال أو الاقتصاديين، بل أصبح الناس العاديون يتابعون مختلف القضايا الاقتصادية لما لذلك من انعكاس مباشر على حياتهم اليومية وبعد أن استثمر العديد من أصحاب المدخرات الصغيرة أموالهم في سوق الأسهم والسندات أو غيرها من الأصول".(الحياة، 2010: ص17)

لاحظ الباحث من خلال رصده للمقالات والتعليقات في الصحف السعودية أثناء الدراسة الاستطلاعية الأولية أن انتقادات كثيرة وجهت إلى الصحافة الاقتصادية السعودية، حيث اتهمت بالسطحية في تعاملها مع القضايا الاقتصادية، وإبراز قضايا معينة على حساب أخرى، كما وجه الاتهام للصحفيين الاقتصاديين لتقصيرهم في تغطية القضايا الاقتصادية المختلفة، هذا واتهم الإعلام الاقتصادي بتأدية دور سلبي في الخسائر المالية التي مني بها سوق الأسهم السعودي والتي أدت إلى خسائر بمليارات الريالات (الاقتصادية 2010: ص 17).

كما لاحظ الباحث الاهتمام الكبير للغرف التجارية في إقامة الندوات والمؤتمرات حول الإعلام الاقتصادي، واهتمام القطاع المصرفي وعلى رأسه مؤسسة النقد العربي السعودي (البنك المركزي) بموضوع الصحافة الاقتصادية إذ عملت على عقد دورات للإعلاميين السعوديين "لتمكين الصحفيين والإعلاميين العاملين في كل وسائل الإعلام المحلية من الإلمام بمفهوم الصناعة المصرفية والمالية وطريقة عمل المؤسسات المكونة لها" (الاقتصادية، 2010: ص11).



## مشكلة الدراسة

تتجسد مشكلة الدراسة في محاولة التعرف إلى التغطية الصحفية للقضايا الاقتصادية في الصحف اليومية الصادرة في المملكة العربية السعودية ومعرفة قدرتها على القيام بدورها الأساسي المتمثل في توفير المعلومة بما يقدم الحلول ويساعد القارئ على استيعاب المستجدات والأحداث في المجالات والأنشطة الاقتصادية كافة ، والتعرف إلى سمات المضمون الاقتصادي في الصفحات الاقتصادية وخصائصه ، وهل تعكس حركة الاقتصاد أم أن هنالك أجندة ترتب أولويات ما ينشر في الصفحات الاقتصادية.

## أهداف الدراسة

1. تهدف الدراسة إلى التعرف إلى طبيعة التغطية الصحفية للقضايا الاقتصادية في الصحف السعودية اليومية وتحديد سمات المضمون الاقتصادي في الصفحات الاقتصادية وخصائصه.
2. حجم التغطيات الصحفية بالنسبة لمختلف القضايا الاقتصادية.
3. العلاقة بين الشركات المعلنة والتغطيات الصحفية.
4. طرق معالجتها لمختلف القضايا الاقتصادية.

## أهمية الدراسة

تأتي هذه الدراسة لتكمل جزءاً لم يتم تناوله من واقع الدراسات السابقة التي تركزت في معظمها حول القائم بالاتصال أو الجمهور، بينما كانت الدراسات التي تحدثت عن مضمون المادة التحريرية الاقتصادية - حسب اطلاع الباحث - قليلة، لذلك تتميز هذه الدراسة بكونها

إسهاما جديدا في رسم صورة علمية لواقع الصحافة الاقتصادية في الصحف اليومية السعودية، بحيث تعطي المهتمين صورة واضحة عن طبيعتها وحجم التغطيات وطرق معالجتها للشأن الاقتصادي، أي يمكن أن تسهم في تعويض النقص الذي أشارت إليه الدراسات السابقة عن غياب الدراسات والبحوث العلمية التي تهتم في مضمون الصفحات الاقتصادية في الصحافة اليومية السعودية.

وهناك أهمية عملية تكمن في أن تقف الصحافة الاقتصادية السعودية - من خلال هذه الدراسة - على تقييم موضوعي لدورها وطبيعة تعاطيها مع الشأن الاقتصادي، مما يسهم في تقويم سياساتها التحريرية وممارساتها الصحفية بشكل عام، إضافة إلى أن هذه الدراسة تتيح مقارنة علمية لثلاث من الصحف السعودية التي تعد من أبرز وأكثر الصحف انتشارا في المملكة العربية السعودية، هذه المفاضلة العلمية تساعد في تعرف هذه الصحف على نقاط القوة والضعف في تعاطيها مع الشأن الاقتصادي.

### أسئلة الدراسة

1. ما حجم التغطية الإعلامية للشؤون الاقتصادية في الصحف اليومية السعودية؟
2. ما نوع القضايا الاقتصادية التي تتناولها الصحافة الاقتصادية في الصحف اليومية السعودية؟
3. ما مصادر الأخبار والمعلومات في الصحافة الاقتصادية السعودية؟
4. هل يوجد تداخل بين التحرير والإعلان في الصحافة الاقتصادية السعودية؟

## حدود الدراسة

### الحدود المكانية

تمثل ثلاث صحف سعودية يومية موزعة على المناطق الجغرافية الثلاث: الغربية والوسطى والشرقية وتم الاختبار على أساس سعة الانتشار:

- صحيفة عكاظ وتمثل المنطقة الغربية.
- صحيفة الرياض وتمثل المنطقة الوسطى.
- صحيفة اليوم وتمثل المنطقة الشرقية.

### الحدود الزمنية

أجريت هذه الدراسة في الفترة الزمنية الممتدة من 1 أيلول 2010 إلى 30 آذار 2011، تم اختيار هذه المدة لأنها المدة التي يمكن من خلالها الحصول على 24 عدداً من كل صحيفة، إذ تعد عينة ممثلة لمجتمع الدراسة.

## مصطلحات الدراسة

1. الصحافة المتخصصة: عرفها المعجم الإعلامي بأنها "صحافة تتخصص في معالجة

موضوعات بعينها" (حجاب، 2004: ص 324)

تعريف آخر: "هي الصحافة التي تعنى بجانب واحد من اهتمامات القراء في التطلع نحو

المعرفة والاستزادة". (شفيق، 2006: ص 31)

ويعرف الباحث الصحافة المتخصصة إجرائيا على أنها رسالة ما تتخذ أشكالا مختلفة بهدف التعبير عن موضوع في مجال من المجالات، تعتمد على معلومات وحقائق وأفكار متخصصة التي يتم عرضها بموضوعية، توجه إلى جمهور عام أو خاص.

2. **الصحفي المتخصص:** هو الصحفي الذي يقوم بالكتابة أو تحرير الموضوعات الصحفية التي تستهدف جمهورا متخصصا أو تلبي احتياجات خاصة للقارئ العام، سواء كانت الموضوعات تصدر في صفحة متخصصة في صحيفة عامة أو صحيفة أو مجلة متخصصة. (إبراهيم، 2001: ص 14)

3. **الصحافة الاقتصادية:** هي الصحافة التي تعنى أساسا بمعالجة الأحداث والظواهر والتطورات في الحياة الاقتصادية بجوانبها المختلفة، والهادفة إلى التأثير في مسارات التطور والتغيير في الحياة الاقتصادية. (خضور، 2005: ص 91)

4. **الصفحات الاقتصادية:** يعني الباحث بالصفحات الاقتصادية في هذا البحث، الصفحات التي يطلق عليها هذا المسمى والتي تقدم من خلال صحيفة يومية عامة تتضمن كل ما له علاقة بالاقتصاد من خلال مجموعة الفنون الصحفية المتبعة في صياغة المادة الصحفية.

5. **الشأن الاقتصادي:** عرفته دراسة سابقة على أنه "كافة الأنشطة والأعمال ذات العلاقة بالاقتصاد والمال سواء كان ضمن النشاط الاسمي أو الحقيقي، وفي المجالات المختلفة من صناعة، عقار، نقل، تكنولوجيا، اتصال، بنوك، مصارف ... الخ، شاملا نشاط

القطاع الخاص والحكومي، والأنشطة ذات الطابع الاقتصادي التي تقوم بها المؤسسات الخيرية والمنظمات المدنية والمؤتمرات والندوات والتشريعات والقوانين وما يتصل بها من فرض رسوم وضرائب، سواء كان النشاط محليا أو إقليميا أو عالميا". (أبو جامع، 2009)

6. **الموضوعية:** " هي القيمة التحريرية في التعامل مع الخبر والحدث بالوقوف بمسافة واحدة، وعدم التحريف أو التشويه، أو التزويق أو الإساءة في استخدام المعلومة بعيدا عن الذهنيات المسبقة للحدث، وكذلك الابتعاد عن التقطيع للصورة المنتقاة من الحدث، أو التحريف والتشويه للنص والخبر. والخروج به بعيدا عن سياق الحدث." (حجاب، 2010: ص 15)

7. **مصادقية المضمون:** عرفت عزة عبدالعزيز مصادقية الصحافة، "بأنها نوع من المعالجة المهنية الثقافية والأخلاقية للمادة الصحفية، بحيث يتوافر فيها كل أبعاد الموضوع، والاتجاهات المطروحة حوله، وبطريقة متوازنة تستند على شواهد وأدلة، ودقة، في عرض الموضوعات، وفصلها عن الآراء الشخصية، التي ينبغي أن تعلن بوضوح وصراحة، وتتجرد من الأهواء والمصالح الخاصة، وبحيث تتسق مع الآراء الأخرى التي تطرحها الجريدة، أو الكاتب في وقت آخر أو موضع آخر، وذلك في إطار من التعمق والشمولية، يراعي علاقة الخاص بالعام، وربط الجزء بالكل، شرط أن تعكس هذه المادة الصحفية أولويات الاهتمام عند الجمهور." (نقلا عن حجاب، 2010: ص

## الفصل الثاني

### الإطار النظري و الدراسات السابقة

يتضمن هذا الفصل مبحثين، الأول ويشمل:

1. النظريات المستخدمة وهي:

- نظرية ترتيب الأولويات.

- ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

- ونظرية المسؤولية الاجتماعية.

2. الصحافة المتخصصة: نشأتها، ومفهومها، ومقوماتها، وأزمة مضمونها،

3. الصحافة الاقتصادية: وظائفها وأداء الصحفي الاقتصادي.

4. تاريخ الصحافة السعودية، واقعها والسياسة الإعلامية التي تحكمها، والخصائص

الديمغرافية للصحفيين السعوديين.

5. الصحافة الاقتصادية اليومية في المملكة العربية السعودية : العوامل التي أدت إلى

ظهور هذه الصحافة في المملكة والصحف اليومية عينة الدراسة.

المبحث الثاني: يتناول الدراسات السابقة ذات الصلة مع التركيز على أهدافها وأهم نتائجها

ومدى استفادة الدراسة الحالية منها.

## المبحث الأول: الإطار النظري:

أولاً: النظريات التي استندت إليها الدراسة:

### 1. نظرية ترتيب الأولويات Agenda Setting Theory

تُبنى هذه النظرية على فكرة أن هنالك علاقة وثيقة بين الطريقة التي تعرض بها وسائل الإعلام الإخبارية الموضوعات وبين أهمية هذه الموضوعات كما يراها الذين يتابعون الأخبار (ديفلير و روكيتش، 1999: ص 365).

تُعدّ هذه النظرية مهمة من حيث أنها تستكشف "سلطة الصحافة" في المساعدة على تشكيل التفكير العام حول القضايا المختلفة. حيث "تفترض هذه النظرية أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات والقضايا التي تقع في المجتمع، وإنما يختار القارئون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة" (مكاوي والسيد، 2010: ص 288) من خلال عوامل الإبراز المساحية والزمنية والتقنية.

فبالنظر إلى الأحداث العالمية وكثرتها وما يصل للوسيلة من وكالات الأنباء وما تحصل عليه الوسيلة من مراسليها أو من المصادر الرسمية، كل هذا لا تستطيع الوسيلة الإعلامية نقله بالتساوي، فهي محصورة بمجموعة من العوامل التي توجب عليها الاختيار من هذا السيل الكبير من الأخبار، والكيفية التي تختار فيها الوسيلة الإعلامية الأخبار تحكمه العديد من العوامل والمؤثرات، لذلك عنيت الكثير من الدراسات العلمية بموضوع ترتيب أولويات وسائل الإعلام لفهم العوامل المؤثرة في هذا الاختيار، نظراً لما له من آثار على المجتمع وعلى الوسيلة .

هنالك افتراضان رئيسيان يقودان أبحاث ترتيب الأولويات، الأول، أخبار وسائل الإعلام لا تعكس الواقع، ولكنها ترشحها - تفلترها - وتشكلها، أي أن الصحفيين يختارون الأخبار والأحداث التي يريدون تغطيتها ويختارون الكيفية التي يريدون التغطية بها، وثانياً، تركيز وسائل الإعلام مع الوقت على أعداد صغيرة من القضايا يقود الجمهور إلى الاعتقاد إلى أن هذه القضايا هي القضايا الأهم، أي كلما غطيت القضايا بشكل أكبر، كان اعتقاد الجمهور أنها القضايا الأهم، وهذا الافتراض الثاني هو أساس نظرية ترتيب الأولويات. (Wanta, 1997, p 2).

بهذا تكون نظرية ترتيب الأولويات هي نوع من التعلم الاجتماعي، بحيث تتشكل لدى الأفراد معرفة حول القضايا الأهم في المجتمع من خلال حجم التغطيات للقضايا التي تظهرها وسائل الإعلام. لذلك كلما كانت التغطيات أكبر للقضية في وسائل الإعلام، كان حجم الاهتمام أكبر لدى الأفراد، وكلما كان تعلم الأفراد أكثر حول هذه القضية، أي أن الأفراد يتعلمون الاهتمام بالقضايا من خلال حجم التغطيات لهذه القضايا في وسائل الإعلام. (Wanta, 1997: ص 2 - 4).

دراسات كثيرة شكلت الفهم العام للدارسين نحو قدرة تغطيات أخبار وسائل الإعلام في ترتيب أولويات الجمهور، والاقتصاد اخذ حيزا كبيرا في المدى الذي يمكن أن تؤثر فيه تغطيات أخبار وسائل الإعلام، فالنقد الذي يوجه إلى كتاب الأخبار الاقتصادية والمخاوف من التأثير الذي يمكن أن تحدثه قصصهم وتقاريرهم على الواقع الاقتصادي مبني على ثلاث افتراضات: أولاً، الصورة التي تنقلها وسائل الإعلام عن الاقتصاد مبنية على أفكار سلبية، ثانياً، التغطية الإخبارية الاقتصادية قادرة على تشكيل الرأي العام حول الرفاه الاقتصادي للجمهور، ثالثاً،



الأخبار الاقتصادية السلبية ربما تكون قادرة لوحدها في النهاية في أن تترك أثرا على الساحة الاقتصادية والسياسية (Mc Combs et al. 1997, p 97).

عندما وضعت هذه الافتراضات للاختبار العلمي، ظهرت نتائج متفاوتة حول الاتجاه والدرجة التي تؤثر بها الأخبار الاقتصادية، هنالك أربعة متغيرات مهمة ترتبط فيما بينها وهذه المتغيرات هي: تغطية الوسائل الإعلامية للأخبار الاقتصادية، إدراك العامة لسلامة الوضع الاقتصادي، الوضع الحقيقي للاقتصاد، شعبية الرئاسة أو من في السلطة، هذه المتغيرات الأربعة شملتها الدراسات التجريبية في تناولها للاقتصاد، والسياسة، وإدراك الناس، والإعلام. لقد وجدت الدراسات أن وسائل الإعلام بشكل عام والأخبار الاقتصادية بشكل خاص كان لها الأثر الكبير على المتغيرات الثلاثة الأخرى، لكن أوضحت أيضا أن المتغيرات الثلاثة كان لها أثر على وسائل الإعلام والأخبار الاقتصادية، فالعلاقة هي علاقة تأثير متبادل. (Mc Combs et al, 1997: ص 98)

يكمّن تلخيص نتائج الدراسات التجريبية التي ألفت الضوء على العلاقات المتداخلة بين هذه المتغيرات ببعض النقاط: هنالك العديد من الدراسات التي اهتمت بأسباب وتأثير العلاقة بين تغطية الأخبار الاقتصادية والاقتصاد. مركزة على السؤال الذي يقول من يرتب أولويات وسائل الإعلام؟ بعض الباحثين توصل إلى فشل الأخبار الاقتصادية في عكس صورة الاقتصاد الحقيقي، على سبيل المثال في تقرير لمعهد الاقتصاد التطبيقي - الأمريكي - الذي صدر عام 1984، جاء في هذا التقرير أنه من تموز عام 1983 إلى تشرين ثان من نفس العام كانت 95% من الإحصاءات الاقتصادية إيجابية، بينما كان 85% مما بثته وسائل الإعلام من تقارير معمقة حول الاقتصاد سلبية، غياب الانسجام بين واقع الاقتصاد والأخبار الاقتصادية قاد إلى اتهام محتوى الأخبار الاقتصادية بضعف ارتباطها بالواقع، حتى وصل بعضهم إلى القول بأن الإعلام منحاز،

وقام باحثون آخرون بدراسة اتجاه آخر وهو التأثير السلبي للإنباء السيئة على الأداء الاقتصادي، حيث كان من الملاحظ أن استخدام الإعلام للغة التحذير والتركيز على المقارنات مع ما حدث من انهيار اقتصادي للبورصة عام 1929، أدى إلى أزمة في البورصة عام 1987، هذا يوضح القدرة التي تتمتع بها وسائل الإعلام في التأثير على البيئة الاقتصادية. (Mc Combs et al، 1997: ص 99 - 104)

ذهبت دراسات أخرى إلى النظر بأن وسائل الإعلام تتأثر بتطلعات الجمهور، أي أن ما يبث هو انعكاس لرأي الجمهور، فالجمهور هو الذي يرتب أولويات وسائل الإعلام، بينما ترى دراسات أخرى إلى أن طبيعة الأخبار وحجمها تتأثر وقت الانتخابات الرئاسية في الولايات المتحدة، وأن شخصية الرئيس وتوجهاته الاقتصادية تنعكس على نوعية التغطيات الإخبارية (Fogarty, 2004, p 21).

ونتيجة لكل الدراسات التي اتخذت من نظرية ترتيب الأولويات إطاراً لها، استخلص الباحث أن وسائل الإعلام وما تبثه من أخبار اقتصادية عنصر متفاعل مع البيئة فهو يؤثر ويتأثر، ولكن تبقى نسبة هذا التأثير والتأثر هي ما تقرره القوى الفاعلة في المجتمع، ولمعرفة الدور والتأثير الذي تلعبه الصحافة الاقتصادية السعودية على إبراز قضايا اقتصادية معينة أو إهمالها لبعض القضايا والقوى الفاعلة في هذا التأثير على المحتوى الاقتصادي، فإن الدراسة استعانت بهذه النظرية.

## 2. ثانياً: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Dependency Theory

تتعلق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من النظر إلى الجماهير على أنها عنصر فعال، وهي تبحث في كيفية ارتباط أجزاء من النظم الاجتماعية صغيرة أو كبيرة كل منها

بالآخر، ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقة. ومن المفترض أن يكون نظام وسائل الإعلام جزءاً مهماً من النسيج الاجتماعي، وهذا النظام له علاقة بالأفراد والجماعات والمنظمات والنظم الاجتماعية الأخرى، وقد تتسم هذه العلاقات بالتعاون أو بالصراع، وقد يكون ديناميكية متغيرة أو ساكنة، وقد تكون مباشرة وقوية أو غير مباشرة ضعيفة. (مكاوي والسيد، 2010: ص 314)

علاقة وسائل الإعلام بالنظام الاقتصادي:

هنالك اعتماد متبادل بين النظام الاقتصادي ووسائل الإعلام، حيث يعتمد كل منهما على

موارد الآخر لتحقيق أهدافه ويتضح ذلك من خلال النقاط التالية:

يعتمد النظام الاقتصادي على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية:

1. ترويج وتدعيم القيم الخاصة بالمشروعات الرأسمالية.
  2. تأسيس وصيانة العلاقة بين المنتج أو البائع والمستهلك أو المشتري، لإبلاغ المستهلك عن المنتجات المتاحة.
  3. التحكم وكسب الصراعات الداخلية مثل التي تحدث بين الإدارة والاتحادات، أو الصراع مع المنظمات الخارجية، أو أي موقف يكون تهديداً للمؤسسات الاقتصادية.
- وتعتمد وسائل الإعلام على النظام الاقتصادي في تحقيق الأهداف التالية (مكاوي والسيد، 2010: ص 318):

1. الربح من عائد الإعلانات، تتطلب الصناعة المكلفة للإعلام أن تعتمد المؤسسات الإعلامية كثيراً على الإعلان في تغطية تكاليف وظيفتها الإعلامية دون أن تخل - نظرياً - بالرسالة والدور الذي تقوم به المؤسسة الإعلامية تجاه المجتمع، لكن المعادلة في الحفاظ على علاقات جيدة مع المعلنين والجمهور صعبة، فعدم توفر معلنين يعني

معاناة المؤسسة الإعلامية في تمويل أعمالها، وطغيان سلطة المعلنين على الوسيلة الإعلامية يضعف المضمون مما يؤدي إلى نفور الجمهور عن الوسيلة الإعلامية، وهذا يؤدي إلى عدم إقبال المعلنين على الوسيلة الإعلامية، فالمعلن يهمل انتشار الوسيلة التي يضع فيها إعلانها، لذلك على الوسيلة الإعلامية أن تقيم علاقات متوازنة بين المعلنين وبين جمهورها. (حجاب، 2010: ص 73 - 74)

ولا تقتصر أهمية الإعلان للمؤسسة الإعلامية في كونه يمثل مصدراً مالياً لها فحسب، فمن جانب آخر يعدّ الإعلان مصدراً من مصادر الأخبار، فقد يقدم الإعلان مضموناً جيداً لموضوعات خبرية، أو يفتح الباب للصحفي للحصول على المعلومة الخبرية.

2. التطوير التكنولوجي لتقليل النفقات والتنافس بفعالية من خلال امتلاك منتجات أكثر تقدماً.

3. التوسع في المشروعات الإعلامية للوصول إلى جماهير أكبر وتحقيق عائد أعلى، ويتطلب ذلك الحصول على خدمات البنوك والتمويل والتعامل مع التجارة الخارجية.

من هذه النقاط يلاحظ الاعتماد المتبادل بين النظام الاقتصادي ووسائل الإعلام، إذ يعتمد كل منها على موارد الآخر في تحقيق أهدافه.

اختار الباحث نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في بحثه، لمحاولة التعرف على الكيفية التي ترتبط بها المؤسسات الاقتصادية بالمؤسسات الإعلامية في المملكة العربية السعودية، وتفسير سلوك كل من المؤسستين تجاه الأخرى، ومدى اعتماد كل منهما على الآخر.

### 3. نظرية المسؤولية الاجتماعية Social Responsibility Theory

تتطلق هذه النظرية من حيث إيجاد توازن بين مفهومي الحرية والمسؤولية، إذ تبنى نظرية المسؤولية الاجتماعية على أساس أن الصحافة تتمتع بامتيازات، لذا فإنها مجبرة على أن تكون مسؤولة نحو المجتمع (أبو أصبع، 1999: ص257)، وترى النظرية أن العمل الإعلامي لا بد أن يخضع إلى سياسة واضحة ومحددة وتكون خطته في ضوء ذلك مدروسة وهادفة تتسجم مع التوجه الذي ترسمه البلدان المعنية لهذه النظرية (الفار، 2006: ص341)

وهناك ست وظائف للاتصال الجماهيري في هذه النظرية:

1. خدمة النظام السياسي بتوفير المعلومات والمناقشات والمناظرات حول المسائل العامة.
  2. تنوير المجتمع كي يستطيع أن يحكم بنفسه.
  3. حراسة حقوق الأفراد وذلك بأن تعمل وسائل الاتصال كقريب عمومي على الحكومة.
  4. خدمة النظام الاقتصادي عن طريق الإعلانات.
  5. توفير الترفيه.
  6. المحافظة تمويلاً على اكتفائها الذاتي وذلك لكي تتحرر من ضغوط المصالح الخاصة.
- رأت لجنة حرية الصحافة الأمريكية التي تشكلت عام 1942 تحت رئاسة هتشنز Huchins رئيس جامعة شيكاغو الذي كان الهدف من تشكيلها التحقيق في هل أخفقت أو نجحت الصحافة الأمريكية في أداء دورها الاجتماعي، وتحديد أين موقع الحرية التي ينبغي على الصحافة التوقف عندها، وما تأثير الضغوط الحكومية أو الاعلان التجاري على حرية العمل الصحافي (القرني، 2006: ص 7)، رأت اللجنة بأن هنالك خمسة متطلبات أساسية هي عبارة عن معايير لقياس أداء وسائل الإعلام: (أبو إصبع، 1999: ص 257)

أولاً: أن تقوم وسائل الإعلام بتزويد المجتمع بالأحداث الصادقة والشاملة في سياق يجعل لها معنى، وهذا يعني أن تكون وسائل الإعلام دقيقة ولا تكذب، وأن تفرق بين الحقيقة والرأي. ثانياً: أن تقوم وسائل الإعلام بالعمل منبراً لتبادل الملاحظات والنقد، وهذا يعني بأن عليها السماح بالتعبير عن وجهات النظر المتعارضة مع رأيها، وعرض جميع وجهات النظر سواء اتفقت مع الناشر أو خالفته.

ثالثاً: أن تبرز صورة ممثلة لعناصر المجتمع بحيث تصور الجماعات المختلفة بموضوعية.

رابعاً: أن تكون مسؤولة عن تقديم وتوضيح أهداف وقيم المجتمع.

خامساً: مسؤولة عن تزويد الجمهور بالمعلومات، وأن للجمهور الحق بالوصول إلى المعلومات وله الحق في أن يعلم.

استعانت الدراسة بهذه النظرية للتعرف إلى مدى المسؤولية الاجتماعية التي تراعيها

الصحافة الاقتصادية السعودية في نقلها للشأن الاقتصادي، "حيث يمكن وبشكل علمي رصد إلى

أي مدى تغلغت أخلاقيات الدعاية في الإعلام - الاقتصادي السعودي - وكيفية حدوث هذا

التغلغل والآثار المترتبة عليه إذا وجدت. وهل تقوم الصحافة - الاقتصادية السعودية - بوظائفها

وهل تراعي القيم الإخبارية والمهنية " في نقل الشأن الاقتصادي (حسام الدين، 2003: ص 19).

## ثانيا: الصحافة المتخصصة:

### 4. نشأة الصحافة المتخصصة:

عرف العالم الغربي الصحافة المتخصصة في فترة مبكرة منذ عصر النهضة الأوروبية، فظهرت في فرنسا أول مجلة متخصصة عام 1665م عرفت باسم "العلماء"، إلا أن القرن التاسع عشر يعد المرحلة الحقيقية للصحافة المتخصصة بأشكالها وأهدافها، فظهرت الملاحق المتخصصة في الصحف الغربية ثم تلاها ظهور صحف متخصصة بذاتها (الهيئي، 2010 : ص 10 - 12).

عرف العالم العربي الصحافة كتطور منطقي وطبيعي. فبعد غزو نابليون لمصر وإحضاره للمطابع ازدهرت حركة الطباعة ونمت الصحافة، ثم جاء محمد علي باشا الذي أراد تأسيس دولة حديثة فأولى اهتماما بالتعليم من خلال إرسال البعثات العلمية إلى أوروبا والتي أدت إلى انتقال الأفكار الأوروبية وانتشار التعليم، كما قام بإصدار "الجريدة العسكرية" عام 1833م كوسيلة للربط بين الجيش والنظم العسكرية، وكان هذا إيذانا ببزوغ عهد الصحافة المتخصصة، ومع أن الصحافة المتخصصة بدأت في مصر عسكرية إلا أنها اتجهت بعد ذلك إلى المجال الاقتصادي بصور جريدة "الحوادث التجارية والإعلانات الملكية" عام 1847م التي اهتمت بكافة أوجه النشاط الاقتصادي آنذاك (عبدالمرضى، 2010: ص 17 - 20).

### 5. مفهوم الصحافة المتخصصة:

تبرز الصحافة المتخصصة كإحدى سمات الإعلام الحديث في عصر المعلومات والمعرفة، وعصر تمكين المواطنين من حقوقهم الاتصالية عملا بمبدأ ديمقراطية الاتصال

ونظرية تفتيت الجمهور بما يلبي احتياجات الجمهور ويشبع رغباتهم الاتصالية إلى أقصى درجة مراعين عوامل الكم والكثافة والتنوع واختلاف الأمزجة والخصائص ومناخ العولمة الذي يسود في مختلف الأصعدة في أنحاء الكرة الأرضية (الحديدي واللبنان، 2009: ص 135)، يعتقد بعض الباحثين أن الصحافة المتخصصة هي الصحافة التي تعنى بجانب واحد من اهتمامات القراء في اكتساب المعرفة والاستزادة منها، وهي تركز على قطاع محدد من القراء، ومن منطلق ذلك يمكن تعريف الصحافة المتخصصة بأنها الصحيفة أو المجلة أو الدورية التي تغطي أكبر قدر من اهتماماتها لفرع واحد من فروع التخصصات التي يهتم بها نوع معين من القراء، بحيث يكون معظم نشاطها في جميع الأخبار والتحليلات وكتابة المقالات والتحقيقات التي تدور حول هذا الفرع، أو هي تلك الصحافة التي تكون على شكل صفحات جرائد أو في صفحات مستقلة تعالج قضايا وموضوعات خاصة بمهنة معينة أو قطاع من القطاعات أو علم من العلوم أو فن من الفنون تقدم لجمهور عام من القراء (الهييتي، 2010: ص 14 - 15)، والتعريف الثاني هو التعريف الذي يتناسب مع طبيعة هذه الدراسة لأنها تقوم على تحليل صحافة متخصصة في مجال معين ولكن تتجه إلى جمهور عام.

## 6. أزمة مضمون الصحافة المتخصصة:

قضية تقديم المعلومات أصبحت حالياً معيار التفوق لدى كل وسيلة إعلامية، وفي ظل ظاهرة توافر المعلومات وكثرتها، يفرض على الصحافة المتخصصة تحدياً خاصاً وهو ضرورة توفير المعلومات المتخصصة للقارئ بصورة متعمقة، مع الأخذ بأهمية شرح وتفسير الأحداث المتخصصة وتبسيط المصطلحات. أن تقديم مادة صحفية متخصصة غير متطورة تفنقذ إلى الابتكار والإبداع، كذلك الخلط بين التحرير والإعلان، والخبر والرأي، أدى إلى سيطرة موجة



من التسطیح على الصحافة المتخصصة والتشابه الشكلي والموضوعي لكثير من الصحف التي تقدم نفس المضمون المتخصص، فأصبح المضمون إما تخصصاً جامداً بلا جاذبية أو ذو جاذبية ولكن بلا قدرة على التخصص. (عبد المرزي، 2010: ص 248)

هنالك العديد من الأسباب التي تكمن وراء هذه الأزمة، يقسم الباحث هذه الأسباب إلى أسباب خارجية من خارج الصحيفة مثل الحريات والقوانين المنظمة لمهنة الصحافة وقوانين المطبوعات والنشر، كل هذا أثر في العمل الصحفي وبالتأكيد تأثر الصحافة المتخصصة أكبر حيث من المفترض بالصحافة المتخصصة التعمق في القضايا المختلفة التي ربما تجد حواجز تعيقها من عمل ذلك، كما أن هيمنة أصحاب المصالح وخصوصاً المؤسسات المعلنة التي تقدم خدمة مالية للصحف من خلال الإعلان أدى في كثير من الأحيان إلى اختراق هذه المؤسسات للخط الافتتاحي للصحيفة واستولت على نسبة معتبرة من المساحة التحريرية، واستعمل الإعلان كأداة لتطويع المؤسسات الصحفية لخدمة مصالح هذه المؤسسات.

وأسباب داخلية تتعلق بالصحيفة التي من أهمها اعتماد الصحيفة على المصادر الثانوية للخبر والاعتماد على المصادر المجهولة (أبو زيد، 2011: ص 121)، "وعدم وجود كوادر صحفية مؤهلة ومدربة بشكل جيد، بحيث تكون لديهم رؤية متعمقة لما يقدمونه، وسيطرة نمط التقليد والنقل على ما يقدمه الصحفيون للمادة المتخصصة، وذلك بسبب انعدام الرؤية الفكرية لأهمية الصحافة المتخصصة في المجتمع لدى القائمين بالاتصال أنفسهم وعدم احترام الصحفيين لأهمية وقيمة التخصص، وبالتالي نقل لديهم الرغبة في متابعة كل ما هو جديد في مجال تخصصهم فنقل القدرة على الإبداع والتجديد والتطوير" (عبد المرزي، 2010: ص 245).

فشل الكثير من الصحف في أداء وظيفتها لا تجعل المواطنين مشاركين فعالين في المجتمع، ذلك أن المضمون جاء على حساب المعلومات الضرورية التي تساعد في اتخاذ

القرارات التي تجعلهم يعيشون حياة لها معنى، تناقص مصداقية الصحف اقترن بتناقص احترام الجمهور للصحفيين وتناقص عدد القراء وهو ما شكل خطراً على المؤسسات الصحفية، ولتستعيد المؤسسات الصحفية ثقة الجمهور بها ويستعيد الصحفي الاحترام، لابد للمؤسسات الصحفية من إنتاج منظومة من القيم والمعايير المهنية والأخلاقية، وتطبيق أرفع المعايير المهنية لتحسين المضمون وزيادة المصداقية (صالح، 2005، ص 14 - 30)،

ومن خلال الدراسة التي قامت بها ماجدة عبدالمرضى في عرض قضية أزمة المضمون في الصحافة المتخصصة على مجموعة من الخبراء، جاءت مقترحاتهم لمواجهة الأزمة والنهوض بالمضمون المتخصص كما يلي: جاء في مقدمة الاقتراحات قضية توفير المعلومات المتخصصة للقارئ وبصورة معمقة، ثم أهمية شرح وتفسير الأحداث المتخصصة وتبسيط المصطلحات، ثم أكد الخبراء على أهمية التدريب المستمر للصحفيين العاملين في مجال الصحافة المتخصصة من قبل المؤسسات المعنية بذلك لأنهم في الأساس هم المسؤولون عن أزمة المضامين في الصحافة المتخصصة (عبدالمرضى، 2010: ص 248 - 249)، بالإضافة إلى ذلك يرى الباحث أن الحريات والحماية القانونية ورفع مستوى الأمان الوظيفي للصحفيين وتعاون المؤسسات المجتمعية الأخرى ووعيتها بالدور الذي تقوم به المؤسسات الصحفية وتسهيل مهمتها هي أيضا عوامل مهمة في تحسين المضمون الإعلامي المقدم.

### ثالثاً: الصحافة الاقتصادية:

التطور والنمو الاقتصادي هو الهم والسؤال الأصعب التي تسعى الدول والشعوب لمعرفة جوابه، حاول المفكر والاقتصادي الغربي "آدم سميث" الإجابة عن هذا السؤال من خلال حديثه عن العوامل التي تؤدي إلى رفاه الأمم، فتوصل إلى أنه إذا اجتمع قانون ضرائب جيد، وإدارة حكيمة، والعدالة، والأمن، فإن الشعوب سوف تصل إلى ما تصبو إليه من رفاه اقتصادي، لو كان الأمر بهذه السهولة - كما يقول كوين وليسون Coyne & Leeson - لاستطاعت الكثير من الأمم تحقيق الرفاه والتطور الاقتصادي المنشود ( Coyne & Leeson, 2004: p 21). هنالك العديد من التفسيرات التي تفسر فشل الاقتصاديات على النمو، مثل قلة الاستثمار في رأس المال، أو المساعدات الخارجية، أو الموقع الجغرافي، أو الثقافة ... الخ، كل هذه تفسيرات محتملة لفشل الاقتصاد، لكن مع عدم إغفال أهمية هذه العوامل، أصبح ينظر للإعلام في الآونة الأخيرة في أن له دوراً كبيراً في تطوير المؤسسات التي تساعد الاقتصاد على الازدهار (Coyne & Leeson ، 2004: ص 22).

### 3. وظائف الصحافة الاقتصادية:

من أهم وظائف الصحافة الاقتصادية نشر الوعي والثقافة الاقتصادية في المجتمع، كالتعريف بالقوانين والتشريعات والإجراءات حتى يستطيع الفرد أن يعرف حقوقه وواجباته، كما أن الوظيفة الإستراتيجية للصحافة الاقتصادية - خصوصاً في الدول النامية - تكمن في دورها بدفع عجلة التنمية الشاملة إلى الأمام وفي ربط رجال الأعمال والاقتصاد والمؤسسات بعضها ببعض وبالجمهور، فالوعي الاقتصادي والثقافة الاقتصادية هما ركيزتان لنجاح العملية الاقتصادية والتنمية المستدامة في المجتمع، لهذا كله فإن من وظائف الإعلام الاقتصادي،

التغطية الشاملة والواقفية والدقيقة للأحداث الاقتصادية محليا وإقليميا ودوليا، وطرح الأفكار والتحليلات والتفسيرات المبنية على أسس ومعلومات سليمة، كما أن من دورها أيضا، كشف التجاوزات والأخطاء والمعوقات التي تعترض سبيل نجاح التنمية والتطوير من خلال تقديم رسالة إعلامية اقتصادية مبنية على المهنية والحرفية والاستقصاء والنقد العلمي (قيراط، 2007).

#### 4. أداء الصحفي الاقتصادي:

على الرغم من الجدلية القائمة بين أهمية أن يكون القائم بالاتصال في مجال الصحافة الاقتصادية من أصحاب التخصص العلمي ذي المعرفة بأساسيات وفنيات الكتابة الإعلامية، وبين المتخصص الإعلامي ذو المعرفة والإلمام بأساسيات الاقتصاد، فإن القائم بالاتصال في كلتا الحالتين يجب أن يتمتع بمؤهلات ومهارات مهينة لأداء عمله بالصورة المثلى، فهو الذي يقوم بإنتاج الرسائل الإعلامية في ضوء الإستراتيجية العامة التي تحددها القوى المالكة والموجهة، وثمة شرطان أساسيان يتعذر وجود الكادر الصحفي المتخصص من دونهما وهما:

(1) التأهيل الإعلامي وهناك ثلاثة مستويات من التأهيل الإعلامي تبدأ من التأهيل الصحفي العام، الذي يقوم على إعطاء الكادر الصحفي أساسيات الإعلام العام، والأدبيات والنظريات والتقنيات ... الخ، ثم التأهيل الصحفي المتخصص، من خلال تأهيل صحفي معمق في أحد المجالات، ثم التأهيل الصحفي الضيق، وهو تأهيل صحفي أكثر تخصصا وهدفه مواكبة الاستجابة المناسبة للتحديات التي أوجدها تطور المجتمع والفرد والإعلام - بشكل عام - كعلم وممارسة (بدران، 2010: ص 29).

(2) التأهيل العلمي في مجال التخصص، وهو زيادة المعرفة العلمية في مجال التخصص. وللحصول على كادر صحفي متخصص يمكن تحقيقه من خلال طريقتين، وهي إما بوجود إعلامي متخصص أو مختص إعلامي (بدران، 2010: ص 30).

من خلال المقابلات التي أجراها الباحث مع، مساعد الزباني، مسئول القسم الاقتصادي في صحيفة الشرق الأوسط في السعودية، وأحمد حنتوش، نائب رئيس القسم الاقتصادي في صحيفة اليوم، وماجد إبراهيم الصحفي الاقتصادي في صحيفة الجزيرة، لخص الباحث وجهة نظرهم في مجموعة من النقاط حول المؤهلات والمهارات المطلوبة التي يفضل أن يتمتع بها الصحفي الاقتصادي للوصول إلى صحفي اقتصادي مثالي، وكلما تمتع الصحفي بأكبر قدر من هذه النقاط، كان أكثر قدرة على التعامل مع الأخبار الاقتصادية وتفسيرها وتحليلها ونقلها بكل موضوعية ودقة، وهذه النقاط هي:

- الإلمام بأساسيات الاقتصاد ومعرفة المصطلحات والمفاهيم الاقتصادية بدقة والقدرة على قراءة الأرقام الاقتصادية ومعرفة مدلولاتها.
- الاطلاع على خطط التنمية والدراسة بمختلف جوانبها
- الاستعانة بأصحاب الاختصاص فيما يتعلق بالشؤون الاقتصادية المعقدة وذات التخصص الدقيق التي تحتاج إلى فهم أعمق والإحاطة بجميع جوانبها للخروج بموضوع صحفي دقيق ذو مصداقية علمية.
- أن يمتلك ذخيرة معرفية جيدة في الشؤون السياسية بسبب الارتباط الوثيق بين السياسة والاقتصاد.

- تمتعه بمهارة كتابة جميع الفنون التحريرية، كالخبر والتقارير والتحقيق والتحليل يجعل من عمله متكاملًا يغطي القضايا الاقتصادية بجميع جوانبها.
- القدرة على تبسيط المعلومات والبيانات والإحصاءات وتوصيلها للجمهور على اختلاف مستوياته الثقافية بصورة واضحة وسهلة.
- أن يكون قادرًا على بناء علاقات جيدة مع المسؤولين وأصحاب القرار والمختصين والباحثين والمحليين الاقتصاديين.
- إتقان اللغة الانجليزية، إذ إن الكثير من المؤتمرات ذات الطابع الدولي تستخدم اللغة الانجليزية.
- التمتع بالنزاهة، والمعايير الأخلاقية لمهنة الإعلام وعدم تغليب المنفعة الشخصية.

## رابعاً: الصحافة السعودية

### لمحة تاريخية:

#### 6. الصحافة في منطقة الحجاز ما قبل العهد السعودي:

عرفت منطقة الحجاز الصحافة منذ وقت مبكر في العهدين العثماني والهاشمي، ولكن تاريخ الصحافة السعودية يعود إلى عام 1924م وهو عام دخول الملك عبد العزيز مكة المكرمة.

#### أ. الصحافة في عهد الأتراك

على الرغم من أن منطقة الحجاز عرفت الطباعة في زمن العثمانيين قبل بداية القرن العشرين عام 1883م من خلال جلب مطبعة لطباعة التقرير الدوري لولاية الحجاز الذي ظهر منه خمسة أعداد بشكل غير منتظم، إلا أن بداية الصحافة كانت في زمن الأتراك عام 1908م مع سماح الحكومة التركية للولايات بإصدار صحيفة رسمية تنطق باسمها، فقد ظهرت في فترة حكم الأتراك من عام 1908 إلى عام 1916 - وهو العام الذي خرج فيه الأتراك من منطقة الحجاز على يد الشريف حسين بن علي - ست صحف هي:

1. الحجاز: وهي جريدة أدبية علمية صدرت عام 1908 باللغتين العربية والتركية وكانت تنطق بلسان ممثل الحكومة التركية في الحجاز، واستمرت بالصدور حتى خروج الأتراك.

2. صفا الحجاز: وهي جريدة يومية سياسية تجارية أصدرها باللغة العربية شاب مصري اسمه أحمد رأفت الاسكندراني عام 1909، لكنها توقفت عن الصدور بعد عددين.

3. شمس الحقيقة: جريدة عربية تركية اللغة، صدرت في عام 1909 كانت لسان جمعية

الاتحاد والترقي بمكة لكنها لم تستمر إلا بضعة أشهر.

4. الإصلاح: جريدة سياسية أسبوعية تصدر باللغة العربية أصدرها أديب هراوي وهو

لبناني، صدرت لتكون لسان العرب كرد على جريدة شمس الحقيقة، لكنها توقفت بعد

بضعة أشهر من صدورها.

5. الرقيب: صدرت في المدينة المنورة عام 1909.

6. المدينة المنورة: صدرت في المدينة المنورة وهي غير المدينة التي صدرت فيما بعد.

اتسمت الصحف في هذه الفترة بتواضعها وعدم صمودها، مما يؤكد الاعتقاد بأن أسباب عدم

استمرارها في الصدور يرجع لأسباب مادية، إضافة إلى قلة الإمكانيات الطباعية وإمكانات

التوزيع، هذا بالإضافة إلى أن عدداً من كان يجيد القراءة والكتابة كان قليلاً. (البدري، 2008:

ص 9 - 11).

الذي يبدو من النهج التحريري لصحافة العهد التركي أنها كانت تتطرق باسم أحزاب

سياسية خارجية، وعلى صلة بها، فتوقفت مع توقف الدعم لها، إلا أن صدور تلك الصحف ظل

مؤشراً على تمتع منطقة الحجاز بقدر نسبي من الثقافة بالمقارنة مع جيرانها، كما كان لها آثار

إيجابية في إيقاظ الحركة الأدبية والفكرية والصحفية في البلاد، حيث ولدت إحساساً بضرورة

مناقشة القضايا الاجتماعية والسياسية. (الشبيلي، 2000: ص 103 - 104).



## ب. الصحافة في عهد الهاشميين:

مع استقلال الهاشميين بحكم جزء من الحجاز في الفترة الممتدة من 1916م إلى 1924م، انتقلت الصحافة إلى تحسن نسبي في الموارد والإمكانات، وكانت المرحلة أكثر نضجا واستقرارا واستقلالاً، فصدرت خلال تلك الأعوام أربع صحف ومجلة واحدة وهذه الصحف هي:

1. القبلة: وهي الجريدة الرسمية الناطقة باسم الشريف حسين بن علي، صدرت مرتين في الأسبوع، وركزت على الأمور الاجتماعية والدينية، وقد استمرت في الصدور حتى مجيء الحكم السعودي عام 1924.

2. المدينة المنورة: استمرت في الظهور مع بقاء الأتراك في المدينة المنورة.

3. الفلاح: جريدة سياسية نصف أسبوعية، كانت تصدر في بداية الأمر في سوريا قبل الاحتلال الفرنسي لسوريا، ثم انتقلت إلى مكة بعد الاحتلال.

4. مجلة مدرسة جرول الزراعية: مجلة زراعية، تجارية، صناعية، شهرية، تولى تحريرها طلاب المدرسة الزراعية بجرول بمكة المكرمة، صدر العدد الأول منها عام 1920 ولم يصدر منها إلا بضعة أعداد.

5. بريد الحجاز: وكانت أسبوعية سياسية ناطق بلسان الحكومة صدر منها 22 عدد وتوقفت

مع

6. دخول الملك عبدالعزيز آل سعود إلى جدة عام 1925.

عاشت الصحف في العهد الهاشمي أطول من سابقاتها في العهد التركي، ونجحت أكثر في تحقيق أهدافها، وكانت أفضل في مستواها الصحفي، ومع ذلك كانت انعكاساً للظروف السياسية والاجتماعية والثقافية المحيطة بها، وأسهم المهاجرون العرب بقسط وافر في صدورها وتدريب خلال هذه الفترة جيل جديد من الصحفيين المحليين. (الشبيلي، 2000: 104 - 105).

## 2. الصحافة بعد تأسيس المملكة العربية السعودية:

يتعارف على تقسيم تاريخ الصحافة السعودية إلى مرحلتين: مرحلة تسمى مجازاً "صحافة الأفراد"، والمرحلة الأخرى الحاضرة وتسمى "صحافة المؤسسات". سيتعرض الباحث لهما بإيجاز شديد لإعطاء خلفية تاريخية عنهما.

### أ. مرحلة صحافة الأفراد:

بدأت هذه المرحلة من عام 1924م وحتى عام 1964م، كان عدد الصحف التي صدرت في هذه المرحلة أربعين مطبوعة، غلبت على معظمها الملكية الفردية، وتتقسم هذه المرحلة إلى ثلاث مراحل فرعية؛ تتسم كل مرحلة منها بميزات تميزها عن المرحلة الأخرى وهذه المراحل هي:

#### 1. المرحلة الأولى: تمتد من عام 1924 إلى عام 1951، وتمتاز هذه المرحلة بميل

الصحف إلى الطابع المقالي، وعدم التركيز على الأخبار، وكانت إمكانات الطباعة والتوزيع خلالها محدودة.

#### 2. المرحلة الثانية: تمتد من عام 1952 إلى عام 1959، وامتازت هذه المرحلة بازدهار

في الصحف من حيث العدد والتنافس في المحتوى، إذ أُتيح لها قدر كبير من حرية المناقشة وإبداء الرأي، وتعرف هذه المرحلة باسم مرحلة "الأفراد قبل الدمج".

#### 3. المرحلة الثالثة: تمتد من عام 1959 إلى عام 1964، وهي المرحلة التي صدر فيها

تنظيم بأن تدمج الصحف التي تصدر في مدينة واحدة في صحيفة واحدة، وذلك من أجل تقويتها مادياً وبشريا، وعدم التنافس على الإمكانيات التي كانت محدودة في ذلك الوقت.

(البدر، 2005: ص 15 - 16)

أبرز ملامح هذه المرحلة تتمحور بصدورها في منطقة الحجاز وذلك لأسباب تاريخية وثقافية واقتصادية ، وعلى الرغم من إمكاناتها وقدراتها المالية والصحفية المحدودة وقلة مساحة الرأي فيها إلا أنها سجلت تفوقا نسبيا في معالجة القضايا والمشكلات الاجتماعية والوطنية، كما أنها استقطبت كبار الأدباء والمثقفين السعوديين واستعانت بالعمالة العربية مما جعلها تتأثر بالصحافة العربية في الدول المجاورة وخاصة المصرية، وأدى غياب الصحفيين المتخصصين وتولي الأدباء الإشراف عليها صبغها بطابع أدبي، بالإضافة إلى تلقيها معونات مباشرة وغير مباشرة من قبل الدولة (الشبيلي، 2000: ص 114 - 116).

#### ب. مرحلة صحافة المؤسسات:

يتفق دارسو الصحافة في المملكة العربية السعودية، على أن صدور نظام المؤسسات الصحفية الأهلية عام 1964م يمثل بداية المرحلة الحاضرة للصحافة السعودية، التي أصبحت تعرف مجازا باسم "صحافة المؤسسات"، وقد أسهمت العديد من العوامل في إجراء التغيير في هيكل الصحافة، هذه العوامل تنقسم بين عوامل في الصحافة نفسها من ضعف الإمكانيات والموارد المالية للصحف والمجلات الصادرة آنذاك نتيجة لقلة الإعلانات والاشتراكات، وعدم قدرتها في الدخول في منافسة فيما بينها لتحسين أوضاع التحرير والطباعة بما يتماشى مع الطموحات الجديدة للدولة، وانفراد أصحاب الامتياز أو القيمين على الصحف بتوجيه سياسة التحرير وجهة شخصية فردية. وعوامل تتصل بالمناخ السياسي العام، الداخلي والخارجي، فالخليان السياسي الذي كان يعم منطقة الجزيرة العربية بخاصة والعالم العربي بعامة إثر المتغيرات التي طرأت في أعقاب ثورة مصر ثم العراق فاليمن، ومحاولات الوحدة بين مصر

وسوريا والاتحاد بين العراق والأردن، وانقلابات سوريا، وما كانت تحمله إذاعات تلك الدول من حملات موجهة إلى المملكة، جعلت حكومة المملكة العربية السعودية تضيق ذرعا من أجهزة الإعلام التي لم تستطع في ذلك الوقت مسايرة الواقع السياسي الداخلي والخارجي (الشبيلي، 2000: ص 127 - 128)، ففي عام 1963 تشكلت في مجلس الوزراء لجنة مكونة من وزير الإعلام ووزير الزراعة ووزير البترول والثروة المعدنية وأصدروا تقريرا إلى مجلس الوزراء كان من أبرز ما جاء فيه أن معظم الصحف يمتلك امتياز إصدارها أشخاص غير مؤهلين للعمل الصحفي الواعي، وأن الصحف ظلت قاصرة، تتخبط في نشر الأنباء وتثير موضوعات تافهة، كما جاء في التقرير أن معظم الصحف تعتمد في إصدارها على الإعانات التي تعطيها إياها الدولة وليس على توزيعها، وإذا ما أوقفت الدولة دعمها فإن العديد من المؤسسات الصحفية سوف تتوقف عن الظهور لذلك أجمعت اللجنة على أنه لا بد من إجراء تقويم شامل لأوضاع الصحافة، لكنها لم تؤيد جمع الصحف في مؤسسة عامة واحدة تملكها الدولة ويسهم فيها المواطنون. (الشبيلي، 2000: ص 128 - 129)

في عام 1964 صدر المرسوم الملكي رقم (62) الذي يشمل نظام الصحف والمطبوعات، واشتمل النظام على 34 مادة، ركزت فيها على أمور الملكية والإدارة مثل: تكوين المؤسسة الصحفية الأهلية، وأعضائها، ورأس مالها، واختصاصات الجمعية العمومية، ومدير المؤسسة، ورؤساء التحرير ومسؤولياتهم، مع إيضاح طريقة اختيارهم وانتهاء تكليفهم، وإنهاء وجود المؤسسات، وتحديد التزامات الأعضاء، وأسلوب انتقال الأسهم بينهم، والإمكانات التحريرية الواجب توافرها لكل إصدار، بمعنى آخر، صارت أمور المؤسسات الصحفية محكومة بنظام المؤسسات الصحفية". (الشبيلي، 2000: ص 130 - 131)

قامت الدولة بدعم هذه المؤسسات بأساليب مباشرة مثل: تقديم القروض، ودفع إعانة مقطوعة للتأسيس، وإعانة سنوية مقابل نشر الإعلانات الحكومية، كما ودعمتها بأساليب غير مباشرة من خلال الاشتراك في الصحف، ونقلها مجاناً بواسطة الخطوط الجوية السعودية، وإعفاء مستلزمات الطباعة والورق من الرسوم الجمركية، ومنح أرض لبناء مقر لها، بالإضافة إلى تحمل وزارة الإعلام أعباء الاشتراك في وكالات الأنباء الأجنبية لبعض الصحف في بداياتها، وأصدرت الدولة توجيهها إلى كل من شركة أرامكو السعودية والخطوط الجوية السعودية بألا تقل نسبة إعلاناتها في الصحف السعودية عن 50% من جملة إعلاناتها (الشيلي، 2000: ص 135 - 143).

### 3. السياسة الإعلامية للمملكة العربية السعودية:

العلاقة بين وسائل الإعلام ومؤسسات المجتمع ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالبيئة التي نشأت بها وبالأطر الفكرية والثقافية والتاريخية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية للمجتمع وقيم المجتمع واعتقاداته، والمملكة العربية السعودية - كما يرى الباحث - دولة لها خصوصيتها الدينية والسياسية والاجتماعية والاقتصادية، والإعلام جزء من هذا المجتمع الذي يتميز بهذه الخصائص ولا يمكن دراسته بمعزل عنها.

تمثل السياسة الإعلامية الفلسفة العامة لوظيفة الإعلام في المجتمع السعودي، لأنها توضح مدى تداخل أنشطة وسائل الإعلام وحدودها ومسؤولياتها وعلاقتها بمؤسسات المجتمع الأخرى، وتشير أهداف السياسة الإعلامية في المملكة العربية السعودية إلى وحدة البناء التنظيمي للمجتمع السعودي وتكامل أجزائه، فالسياسة الإعلامية جزء من سياسة الدولة،

والمؤسسات الإعلامية جزء من بنائها التنظيمي، والشعب جزء مكون ورئيس من مكوناتها، ولأفراد الشعب في المجتمع السعودي مكانة متميزة، فهو من تهدف إليه الدولة ببرامجها ونشاطاتها وخططها التنموية وتحرص على خدمته ورفاهيته وتتوجه إليه وسائل الإعلام للتأثير فيه ايجابيا.

يشارك أفراد المجتمع والمؤسسات الاجتماعية التي منها وسائل الإعلام بالاحتكام عند التنازع إلى "ولاة الأمر" وهم الأمراء والعلماء. ويتولى المجلس الأعلى للإعلام وهو مؤسسة من مؤسسات الدولة إلى متابعة وتنفيذ السياسة الإعلامية، والإشراف على كل ما يقدم في الإذاعتين المسموعة والمرئية، وما تحويه الكتب والصحف والمجلات والأفلام والتسجيلات والنشرات والإعلانات، وكل ما له صلة بالإعلام ووسائل الاتصال بال جماهير. يترأس المجلس وزير الداخلية وعضوية وزير الإعلام بحيث يكون نائبا للرئيس، كما يشمل أيضا عضوية عدد من المسؤولين ورجال الفكر والثقافة، (كريم، 1996: ص 159 - 161).

تتكون السياسة الإعلامية في المملكة العربية السعودية من ثلاثين مادة تشمل الخطوط العريضة التي يلتزم بها الإعلام السعودي لتحقيق الأهداف من خلال التنقيف والتوجيه والإخبار والترفيه، كما تشمل السياسة المبادئ والأهداف التي يركز عليها الإعلام في المملكة ويتطلبها، فأهم متطلبات السياسة الإعلامية في المملكة العربية السعودية الالتزام بالإسلام والمحافظة على عقيدة الأمة، واستبعاد كل من يناقض الشريعة، والعمل على مناهضة التيارات الهدامة، والإرشاد إلى ما فيه الخير، ونشر الثقافة والمعرفة (الربيعان، 2008: ص 509). وأهم أهداف السياسة الإعلامية في المملكة العربية السعودية هي، ترسيخ الإيمان بالله عز وجل في نفوس المواطنين، والنهوض بالمستوى الفكري والحضاري والوجداني للمواطنين، ومعالجة المشكلات الاجتماعية

وغيرها، وتعميق فكرة الطاعة لله ولرسوله ولولي الأمر، والحض على احترام النظام وتنفيذه عن قناعة (كريم، 1996: ص 162).

وبإمعان النظر في السياسة الإعلامية السعودية وتفحص المجالات التي تطرقت إليها والأدوات التي تستخدمها من أجل تحقيق الأهداف يرى الباحث أنها تمثل جزءاً لا يتجزأ من السياسة العامة للدولة كما يرى أنه لا يوجد صراع بين الجمهور والمؤسسات الاجتماعية في المجتمع السعودي، ولا يوجد صراع أيضاً بين المؤسسات السياسية والمؤسسات الاجتماعية والتي منها المؤسسات الإعلامية.

#### 4. واقع الصحافة السعودية:

"هنالك عوامل ترابطية بين طبيعة النظام السياسي وبين طبيعة النظام الإعلامي، فالنظام السياسي يهيئ المناخ ويتيح الفرص لنشوء نظام إعلامي مناسب، ولهذا فالنظام السياسي والاجتماعي هو الذي يعرف الإعلام ويحدد شكله ومضمونه" (القرني، 2006: ص 10). فعند النظر إلى الإطار النظري للبيئة الإعلامية في المملكة العربية السعودية - والصحافة جزء منه - يلاحظ تميزها وخصوصيتها بمنهجها الإعلامي التتموي، الذي من أهم مقاصده تحقيق المصلحة العامة والمحافظة عليها، والحيلولة دون وجود صراع أو تصادم بين المؤسسات الاجتماعية التي من بينها المؤسسات الإعلامية، فالهدف هو التعاون لتحقيق مصلحة المجتمع المتمثلة في التكامل بين كل الناس وكل مؤسسات المجتمع، وحث الناس على المشاركة في التنمية الشاملة للدولة (آل تويم، 2008: ص 8)، لذلك "تتعامل الصحف السعودية اليومية بحرص في معالجاتها للقضايا والموضوعات التي تهم القطاع العام والخاص من منظور نظرتها لدورها كأداة من أدوات التنمية، من هذا المنظور، ساد اعتقاد لدى العاملين في الصحف بأن نقد

أداء القطاع العام أو الخاص قد يضر بهذه القطاعات، وتجاهلت دورها كوسيلة مساعدة في تقييم أداء هذه القطاعات من خلال نقدها الموضوعي لأدائها" (بيت المال والطياش، 2009: ص 19).

تحظى الصحافة السعودية المعاصرة بإمكانات فنية وبشرية متقدمة، لكن درجة معالجة المشكلات الاجتماعية والإدارية فيها، لا تتناسب وما لديها من مرافق وتجهيزات، ويبدو أن هنالك حساسية مفرطة من التطرق لمثل هذه القضايا بالجرأة الملتزمة التي تتطلبها، كما أن عامل الاحتراف المهني والتخصص والإبداع الصحفي، ظل أهم نقطة ضعف في الصحافة السعودية، حيث غياب التعليق السياسي الجيد، والمقالة الصحفية المحترفة، والتغطيات الإخبارية من موقع الحدث، ونقص المكاتب الخارجية، وضعف التوزيع الداخلي والخارجي، يعد من أبرز نواقص النهضة الصحفية السعودية، فالصحافة السعودية تغطي عليها بوجه خاص، أخبار روتينية يعد حدوثها قاعدة لا استثناء، ولا تتوافر فيها شروط الخبر الصحفي (الشبيلي، 2000: ص 144 - 145).

##### 5. الخصائص الديمغرافية للصحفيين في المملكة العربية السعودية:

من خلال اطلاعه على الأدب النظري للدراسات السابقة التي تدرس القائم بالاتصال في الصحف اليومية في المملكة العربية السعودية لخص الباحث مجموعة من الخصائص الديمغرافية للصحفيين السعوديين كما خلصت إليها نتائج تلك الدراسات مع ملاحظة أن الأرقام مقربة إلى أقرب خانة عشرية:



**أعمار الصحفيين:** تتفرد الصحافة السعودية بأن معظم الصحفيين الذين يمارسون العمل الصحفي هم من فئة الشباب التي تقل أعمارهم عن 30 عاماً، إذ بلغت نسبتهم 73%، أما نسبة من تقع أعمارهم فوق 45 عاماً بلغت 4% (المقوشي، 2010: ص 41).

**طبيعة عمل الصحفيين:** تعتمد الصحافة السعودية على نسبة كبيرة من الصحفيين المتعاونين غير المتفرغين بالكامل للعمل الصحفي إذ تبلغ نسبتهم 54% من مجمع الصحفيين، ويرى "المقوشي" أن سبب اعتماد الصحافة في بداياتها على غير المتخصصين بمجال الإعلام يعود إلى أن الجامعات السعودية لم يدخل بها تخصص الإعلام إلا في فترة متأخرة لذلك اعتمدت على أصحاب التخصصات الأخرى، وهذا الأمر أدى إلى ضعف العملية التحريرية داخل الصحف نظراً لغياب المحررين المؤهلين وعدم انتظام المتعاونين في العمل وغياب الجانب الإبداعي لدى نسبة كبيرة منهم فالصحافة بالنسبة لهم تعد وظيفة جانبية تحقق مزيداً من الدخل وعلى الرغم من أن النسبة تتناقص إلا أنها مازالت تشكل نسبة كبيرة. (المقوشي، 2010: ص 46).

**خبرات الصحفيين السعوديين:** بلغت نسبة الصحفيين العاملين في الصحافة السعودية التي تقل خبرتهم عن خمس سنوات 33% وهي مدة قصيرة نسبياً، بينما بلغت النسبة لمن تقع خبرتهم بين خمس و 10 سنوات 26%، في حين بلغت نسبة من تقع خبراتهم من 10 سنوات إلى أقل من 15 سنة 19% من الصحفيين (الجميع، 2010: ص 304).

**الدخل الشهري:** بلغت نسبة من تقع دخولهم الشهرية من 5000 ريال (1333 \$) سعودي فأقل 36% من مجموع الصحفيين، بينما من تقع دخولها الشهرية من 5000 (1333 \$) إلى أقل من 10,000 (2666 \$) فقد بلغت نسبتهم 34.7%، أما من تقع دخولهم الشهرية من 10,000 (2666 \$) إلى أقل من 15,000 (3999 \$) فكانت نسبتهم 16.3%. ومقارنة دخول الصحفيين إلى مستوى الدخل في المملكة العربية السعودية يعتبر ما يحصل عليه الصحفي من دخل شهري

قليل (الجمعية، 2010، ص 303)، وهذا سبب من الأسباب التي تجعل البيئة الصحفية في السعودية بيئة طاردة وليست جاذبة.

**الدورات التدريبية في مجال العمل الصحفي:** بلغت نسبة الصحفيين الذين لم يحصلوا على أية دورات تدريبية في المجال الصحفي قبل التحاقهم بعملهم الحالي في الصحافة 68%، بينما بلغت نسبة الذين حصلوا على أكثر من خمس دورات تدريبية 2%، مما يعني اعتماد الصحافة على أفراد غير محترفين في العمل الصحفي بينما بلغت نسبة الذين لم يتلقوا أي تدريب في المجال الصحفي بعد التحاقهم بالعمل 61%، وهذا إشارة إلى أن الصحف لا تهتم في تدريب العاملين (المقوشي، 2010: ص 177).

**نظرة الصحفيين لمدى تأثير عملهم بالجمهور:** بلغت نسبة الذين يرون بإمكانية تأثر الجمهور بالأعمال الصحفية المقدمة من الصحافة 2%، في حين يرى 15% أن هذا التأثير موجود، و83% ممن يرون أن إمكانية التأثير على الجمهور متوسطة أو ضعيفة أو قليلة، وهذه تعدّ نظرة سلبية بشكل عام من جانب العاملين في الصحافة تجاه العمل الصحفي، وتركز على أنهم ينظرون إلى عملهم الصحفي كوظيفة وليس كمهنة (المقوشي، 2010: ص 202).

**الشعور بالمسئولية تجاه العمل الصحفي:** يشعر 10% من الصحفيين بالمسئولية ويتحملونها بشكل كبير تجاه عملهم الصحفي، وأن هذا العمل حفزهم على ذلك نظرا لارتباطه بقضايا المجتمع والجمهور، وهذه نسبة قليلة لا تعكس أهمية الصحافة بالنسبة للمجتمع، وترى نسبة 39% من الصحفيين أنهم لا يشعرون بأدنى مسئولية تجاه العمل الصحفي على اعتبار أنها مجرد وظيفة. هذا يعد توجهاً لا يتناسب مع مكانة الصحافة ومسئوليتها تجاه المجتمع، كما لا يمكن إغفال أن نسبة المتعاونين الكبيرة تعتبر الصحافة مجرد وظيفة لزيادة الدخل (المقوشي، 2010: ص 212).

## خامسا: عوامل ظهور الصحافة الاقتصادية السعودية وتطورها:

هنالك مجموعة من العوامل التي ساعدت في ظهور وتطور الصحافة الاقتصادية في

المملكة العربية السعودية ومن أهمها ما يلي:

### 1. خطط التنمية الوطنية:

انطلقت مسيرة التخطيط في المملكة العربية السعودية عام 1970م، وذلك من خلال وضع خطط تهدف إلى اتخاذ الحكومة القرارات المناسبة فيما يتعلق بتوزيع الموارد وتوجيهها لإحداث التنمية في جميع المجالات، كما نصت خطة التنمية الخامسة وما تلتها من خطط على ضرورة نشر المعلومات من أجل تشجيع القطاع الخاص على الاستثمار المحلي، كما أكدت على أهمية توعية المواطنين وحثهم على المساهمة في عملية التنمية. مع استمرار المملكة للنهج التنموي، فقد أعدت الخطة التنموية التاسعة التي بدأت من عام 2010م وتستمر إلى 2014م، والتي تركز على خمسة محاور رئيسية وتتمثل في: مواصلة جهود تحسين مستوى المعيشة ونوعية الحياة للمواطنين، وتنمية القوى البشرية الوطنية وزيادة توظيفها، والتطوير الهيكلي للاقتصاد السعودي، والتنمية المتوازنة بين المناطق، وتعزيز تنافسية الاقتصاد الوطني والمنتجات السعودية في السوق المحلي والأسواق الخارجية. إضافة إلى المحاور الرئيسية المشار إليها أعلاه، اهتمت الخطة بالعديد من القضايا الأخرى مثل التوسيع المستمر في التجهيزات الأساسية وصيانتها، وإسراع وتيرة الإصلاح الاقتصادي والمؤسسي وبرنامج التخصيص، وتعزيز التطوير التقني والمعلوماتي، إضافة إلى رفع الكفاءة الاقتصادية والإنتاجية في القطاعين الحكومي والخاص، وتنمية الموارد الطبيعية، وخاصة الموارد المائية، وحماية البيئة وتطوير أنظمتها (موقع وزارة الاقتصاد والتخطيط السعودية، [www.mep.gov.sa](http://www.mep.gov.sa)).

ونظرا للطبيعة الاقتصادية لهذه المعلومات فالصفحات الاقتصادية معنية بالتصدي لهذه المهمة المتمثلة في نقل وتحليل وتفسير الخطط التنموي بما يعزز من فهم الجمهور لها وتشجيعهم على المشاركة الفاعلة لتحقيق الأهداف التنموية.

## 2. البترول:

فرضت المواضيع المتعلقة بقطاع النفط نفسها على الصحافة السعودية لمساهمتها الكبيرة في الاقتصاد السعودي، إذ يعد قطاع استخراج النفط الخام والغاز الطبيعي (الهيدروكربونات) أكبر قطاع اقتصادي في المملكة العربية السعودية وهو يشكل 27% من الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي في عام 2008م، حسب تقرير مؤسسة سامبا المصرفية ([www.samba.com](http://www.samba.com))، وبلغت صادرات المملكة من المواد النفطية ما نسبته 89% من الصادرات، بينما كانت نسبة المواد غير النفطية تشكل 11% من صادرات المملكة مما يعطي سيطرة لقطاع النفط في الاقتصاد السعودي وذلك بكونه أهم مصادر الدخل للقطاع العام. ([www.mep.gov.sa](http://www.mep.gov.sa))

## 3. الشركات المساهمة:

على الرغم أن الشركات المساهمة السعودية بدأت أنشطتها في فترة مبكرة، إلا أن السوق المالية السعودية ظلت غير رسمية حتى أوائل الثمانينات الميلادية عندما باشرت الحكومة النظر في إيجاد سوق منظم للتداول وإيجاد الأنظمة اللازمة لذلك، إذ تم في عام 1984م تشكيل لجنة وزارية من وزارة المالية والاقتصاد الوطني ووزارة التجارة ومؤسسة النقد العربي السعودي بهدف تنظيم وتطوير السوق، وكانت مؤسسة النقد العربي السعودي الجهة الحكومية المعنية بتنظيم السوق حتى تم تأسيس هيئة السوق المالية عام 2003م (موقع هيئة السوق المالية،

(www.tadawul.com.sa). يعد نشر أسعار الأسهم وتعريف أفراد الجمهور بكل التحركات اليومية التي تحدث في السوق ونشاط الشركات المساهمة من أبرز المواضيع التي تصدرت لها الصفحات الاقتصادية في الصحف اليومية السعودية.

#### 4. الخدمات الإخبارية التي تقدمها وكالات الأنباء:

تعد وكالات الأنباء عاملاً من العوامل التي ساعدت على ظهور وتطور الصحافة المتخصصة، مع افتتاح وكالة الأنباء العالمية رويترز مكتباً لها في جدة بعد أن حصلت على اشتراكات في العديد من البنوك التجارية ازدادت الأخبار الاقتصادية التي أصبحت الوكالة تزود بها عملاءها وخصوصاً ما يتعلق بالاقتصاد الوطني. وبما أن الوكالة تعبر من المزودين بالأخبار لمعظم الصحف السعودية في مختلف المجالات أصبحت المواضيع الاقتصادية أكثر من ناحية الكم والنوع. (آل تويم، 2008، ص 285 - 286)

#### 5. الغرف التجارية والصناعية:

تعبّر نشأة الغرف التجارية والصناعية وتطورها عن تطور النشاط الاقتصادي والتجاري في المملكة العربية السعودية، وقد سهل نظام الغرف إمكانية إقامة المعارض والأسواق ومراكز التدريب، كما أتاح الفرصة للمشاركة في المؤتمرات واستقبال الوفود التجارية والصناعية، وللقيام بأعمالها والوصول إلى أكبر شريحة من جمهورها أصدرت هذه الغرف مجلات ونشرات تخدم التجارة والصناعة، فكل غرفة تصدر مجلة باسمها، إضافة إلى النشرات الدورية التي تصدرها (موقع الغرفة التجارية الصناعية بالرياض (www.riyahdchamber.com) .

## 6. الجمعيات المهنية:

شهدت المملكة العربية السعودية ظهور عدد من الجمعيات العلمية والمهنية التي تجمع أصحاب التخصص الواحد، وتعنى بالنشاطات والأبحاث والتقدم العلمي والثقافي وإقامة المعارض المتخصصة وعقد الندوات، وقد استفادت هذه الجمعيات من الصحافة الاقتصادية من أجل التعريف بها وبأنشطتها، فتبنت بعض الموضوعات والقضايا الاقتصادية التي تحولت فيما بعد إلى صفحات اقتصادية متخصصة تتولى الجمعية تحريرها.

## 7. المتغيرات الدولية:

شهدت نهاية القرن العشرين تحولات كبيرة في المجالين السياسي والاقتصادي الإقليمي والدولي، من خلال التحولات الجذرية في الأنظمة الاقتصادية التي شهدتها أوروبا الشرقية وانهيار النظام الاشتراكي ومحاولات التحول إلى الاقتصاد الحر، هذا بالإضافة إلى العديد من القضايا التي أثرت في تلك الفترة التي من أهمها الخصخصة، وتعزيز بيئات الاستثمار، وتطور القطاع الخاص، وتراجع سيطرة القطاع العام، هذا كله استدعى الحصول على المعلومات وشجع التحليلات الاقتصادية.

## سادسا: الصحافة الاقتصادية اليومية في المملكة العربية السعودية:

لم تعرف المملكة العربية السعودية الصحافة الاقتصادية اليومية المتخصصة إلا في وقت متأخر، حين أصدرت الشركة السعودية للأبحاث والنشر صحيفة الاقتصادية عام 1992، لكنها عرفت في وقت أبكر الزوايا والملاحق الاقتصادية المتخصصة التي أصدرتها الصحف اليومية. سيتعرض الباحث للصحافة الاقتصادية اليومية في المملكة من خلال الحديث عن الصحف اليومية عينة الدراسة:

### 4. صحفية الرياض:

تصدر عن مؤسسة اليمامة الصحفية التي تشكلت في الرياض في عام 1963م صدر العدد الأول منها في 11 أيار 1965م، وتعد صحيفة يومية شاملة تهتم بتغطية الأحداث المحلية والعربية والعالمية، يرأس تحريرها تركي بن عبدالله السديري بالإضافة لرئاسته هيئة الصحفيين السعوديين (موقع جريدة الرياض، [www.alriyadh.com/info](http://www.alriyadh.com/info))، منذ الأعداد الأولى لصحيفة الرياض كان للاقتصاد حضوره، وقد جاء في عدد من الأشكال، ففي البداية جاءت مرحلة الزوايا والصفحات الاقتصادية، وتعد صفحة "عالم الاقتصاد" التي كانت تصدر يوم الاثنين أول الصفحات المتخصصة في الإعلام الاقتصادي في صحيفة الرياض، غلب على الصفحة طابع المقالات الطويلة المترجمة من عدد من الصحف والمجلات العالمية لذلك ساد عليها طابع الأخبار الاقتصادية الدولية أكثر من طابعها المحلي. تحول اسم الصفحة ليصبح "عالم المال والاقتصاد" في عام 1966م وكانت صفحة واحدة في الأسبوع، ثم بعد ذلك خرجت زاوية نصف صفحة بعنوان "الزاوية الاقتصادية" لم تستمر طويلا، ثم استمر تغيير اسم الصفحة إلى أن وصلت إلى النضج شبه الكامل مع انتقال الصحيفة إلى مبناها الجديد في عام 1993م، حيث

بدأت الصحيفة في تصنيف منطقي للمادة الاقتصادية وأدخلت التحرير في مرحلة لاحقة ضمن المعالجة التحريرية، وبداية نشر جداول الأسهم وفقا لأسعارها وتداولها كمادة يومية رئيسية في الصفحة الاقتصادية. في عام 1995م اكتمل النضج الصحفي في الإعلام الاقتصادي مع إنشاء القسم الاقتصادي، ويعد اليوم من أهم الأقسام في الجريدة حيث يصدر ملحق يومي عنه وعلى مدار الأسبوع متوسط عدد صفحاته 12 صفحة يوميا ويطلق عليه اسم "الرياض الاقتصادي" (آل تويم، 2008: ص 232 - 247).

## 5. صحيفة عكاظ:

صحيفة يومية تعنى بشئون الفكر، صدرت في الطائف (شكلا، وبشكل أسبوعي مؤقتا) في عام 1960م إلا أنها كانت تدار وتطبع وتوزع من جدة، صاحب امتيازها أحمد عبدالغفور عطار الذي تولى إدارتها في بداية صدورها. استمرت في الصدور على هذا النحو إلى أن صدر نظام المؤسسات حيث أعيد إصدارها بالاسم نفسه تحت ملكية مؤسسة عكاظ للصحافة والنشر سنة 1964م، صدرت في ثماني صفحات من الحجم العادي ورأس تحريرها محمد عارف لفترة وجيزة ثم تولى تحريرها عبدالله عمر خياط الذي نهض بها وجعلها تتسابق على الصدارة في الميدان الصحفي ثم جاء هاشم عبده هاشم، (البدر، 2005: ص 34 - 53).

كباقي الصحف اليومية السعودية مرت الصحافة الاقتصادية في عكاظ بمرحلة الزوايا، ويقصد بها المساحات التحريرية التي تقل عن صفحة واحدة، واستمرت الزوايا تحت مسميات متعددة مثل: مال واقتصاد، والمال والاقتصاد، وزاوية بترولية اقتصادية ...، إلى أن جاءت مرحلة الصفحات الاقتصادية، وملحق الاقتصاد الذي يصدر من ضمن الصحيفة في صفحتين أو

ثلاث أو أربع صفحات (آل تويم، 2008: ص 248 - 258)



## 6. صحيفة اليوم:

تصدر عن دار اليوم للصحافة والطباعة والنشر في المنطقة الشرقية وبالتحديد من مدينة الدمام، يرأس تحريرها محمد عبدالله الوعيل، بدأت الصحيفة مسيرتها الصحفية مع صدور نظام المؤسسات الصحفية، ليصدر العدد الأول في عام 1965م في ثماني صفحات وبشكل أسبوعي، ثم تحولت إلى نصف أسبوعية في عام 1966م، ثم ثلاث مرات في الأسبوع في عام 1971م، ومن ثم تحولت إلى صحيفة تصدر يوميا من عام 1978م، وهي تصدر الآن في عدد صفحات يتجاوز 40 صفحة وتصدر معها ملاحق يومية وأسبوعية، من أهمها ملحق الاقتصاد وهو ملحق اقتصادي يومي يصدر منفردا - عدا يوم الجمعة يصدر من ضمن الصحيفة - يقع في ثماني صفحات إلى 12 صفحة، وملحق الميدان وهو ملحق رياضي يومي (موقع صحيفة اليوم، [www.alyaum.com](http://www.alyaum.com)).

كان الاقتصاد حاضرا في صحيفة اليوم منذ البدايات الأولى للصحيفة، إلا أنه بدأ متواضعا كباقي الصحف السعودية حيث بدأ بالزوايا الاقتصادية، ثم تحولت إلى صفحتين أسبوعيا، ارتفعت إلى أربع صفحات عام 1999م، ثم في عام 2001م في ملحق منفصل عن الصحيفة تحت مسمى "اليوم الاقتصادي"، حيث يصدر الملحق في ثماني صفحات في المعدل يرتفع إلى 12 صفحة اعتمادا على حجم الإعلانات في الملحق والأحداث الاقتصادية المهمة، من أبرز الصفحات التي يفردها الملحق الاقتصادي صفحة أسواق المال و صفحة البترول، كما أن الملحق يحوي الأخبار التي تصل إلى الصحيفة من وكالات الأنباء وأقسام العلاقات العامة في المؤسسات العامة والخاصة.

## المبحث الثاني

### الدراسات السابقة:

تعد الدراسات السابقة في البحث العلمي عنصراً مهماً في البحث حيث أنها تشكل تراثاً مهماً في تكوين البحث وبنائه، ومصدراً لا يبد للباحث من الاطلاع عليه، فالدراسات السابقة هي تراكم علمي يستفيد منه الباحث في الوصول إلى نتائج جديدة تساعده في تحليل وفهم النتائج التي يحصل عليها.

استفاد الباحث من الأطر النظرية للدراسات السابقة ومعالجاتها المنهجية وأدواتها البحثية في تكوين خلفية نظرية حول القضايا الاقتصادية، التي بدورها أفادت الباحث في فهم وتفسير بعض الحقائق التي توصلت إليها الدراسة، وتأتي الدراسات السابقة التي توصل إليها الباحث على النحو التالي:

1. آل تويم ، ( 2000 ). دراسة بعنوان: "العوامل المؤثرة في ترتيب أولويات القضايا

#### الاقتصادية في الصحف السعودية: دراسة تحليلية ميدانية"

تناولت هذه الدراسة بالبحث العلاقات المتداخلة بين عناصر النظام الاجتماعي "القطاع العام والخاص والجمهور والصحف"، من خلال ترتيب كل مفردة - في ضوء نظامها الشامل وعلاقتها بأجزاء ذلك النظام - لأولويات القضايا الاقتصادية.

اتبع الباحث منهج الدراسات المسحية الذي يقيس حجم تغطية القضايا الاقتصادية في الصحف المدروسة "الرياض وعكاظ والاقتصادية" لمقارنتها بمدى أهمية تلك القضايا عند كل من "القطاعين العام، والخاص، والجمهور"، ورصد تأثير العوامل المحتملة.

وأسفرت نتائج تحليل المضمون عن ست عشرة قضية اقتصادية، منحت كل قضية ترتيباً

خاصا عند كل مكون من مكونات البناء الاجتماعي في فترتين زمنييتين استمرت ستة أشهر، وبينت المقارنة بين ترتيب كل طرف أن "القطاع العام" و"الجمهور" لم يؤثر في الصحف ولم يرتب أولوياتها، وأظهرت في المقابل أن "القطاع الخاص" هو الطرف المؤثر في عملية ترتيب الأولويات، وتدل هذه النتيجة على أن تدفق المعلومات بين مفردات البناء التنظيمي للمجتمع السعودي غير متناسق والترابط بين أجزائه غير متوازن.

أوصت الدراسة بمراجعة الإستراتيجية الإعلامية التي تتبعها الصحف في تناول القضايا الاقتصادية، ومنح الجمهور مساحات تحريرية كافية يعبر فيها عن قضاياها الاقتصادية التي يواجهها، ودعا كبار موظفي القطاع العام إلى تجاوز مرحلة الحساسية الشديدة التي أدت إلى حجب المعلومات عن الصحفيين ورفع القيود الإدارية التي تعوق تدفق المعلومات بانسياب وحرية.

2. دراسة Brian J. Fogarty (2004) بعنوان: " Determining Economic News

### "Coverage

حيث هدفت هذه الدراسة إلى معرفة ما إذا كانت طبيعة وسائل الإعلام تؤثر على نوع المعلومات الاقتصادية التي يتم تغطيتها في الأخبار، وكذلك ما إذا كان الإعلام يرسم شكل وأسلوب التغطية الإخبارية لشؤون الاقتصاد أم لا.

تمركزت مشكلة الدراسة في الأسئلة التالية:

○ إلى أي مدى يعبر الصحفيون عن الحقيقة في تغطياتهم الاقتصادية؟

○ إلى أي درجة يقوم الصحفيون بنقل المعلومات مباشرة؟

○ إلى أي درجة تفقد المعايير والإجراءات الصحفية في إنتاج الأخبار والتي تختلف عن

المواقع؟

وكانت نتائج الدراسة كالتالي:

- وجدت الدراسة أن كمية ونوعية الأخبار الاقتصادية تزداد في فترة الانتخابات.
- وجدت الدراسة أن وسائل الإعلام تبالغ في نقل الأخبار الاقتصادية السلبية والايجابية.
- وجدت الدراسة أن وسائل الإعلام تسهم في وضع أجندة لنوعية الأخبار الاقتصادية التي تصل المواطنين.

3. دراسة Al Subaihi, Mohammed Bin Sulaiman (2007 / 2008)، بعنوان

**“The Functional Relation between the Communicator and the Public: A Descriptive Study in the Light of the Variables of Modern Communications Environment in the Kingdom of Saudi Arabia”**

تناولت هذه الدراسة بالبحث طبيعة العلاقة الوظيفية بين القائم بالاتصال والجمهور في وسائل الإعلام السعودية، لتحديد مدى سعي القائم بالاتصال إلى إقامة علاقة وظيفية مع الجمهور وذلك بهدف توفير أداء أفضل لوسائل الإعلام تتماشى مع معايير الأداء المهني من جهة، وتلبية احتياجات الجمهور من جهة أخرى، في ضوء التطورات التي شهدتها بيئة الاتصالات الحديثة في المملكة العربية السعودية.

استندت الدراسة في وصفها وتفسيرها للظاهرة موضع البحث إلى النظرية الوظيفية البنوية كإطار علمي يزود الباحث بسياق معرفي يمكنه من تفسير النتائج ضمن سياقها الطبيعي، مزجت الدراسة من خلال معالجتها للموضوع بين المنهج الكمي والنوعي، والتي أدت إلى بلورة المفاهيم النظرية المرتبطة بالدراسة من جهة، والمعلومات الميدانية من جهة أخرى، وقد

شملت الدراسة في شقها الميداني 16 وسيلة إعلامية، سحبت منها 438 عينة، وأراء الجمهور السعودي في مدينة الرياض وتمثلت في 1020 عينة، واستخدمت الاستبانة في ذلك.

توصلت الدراسة إلى عدة استنتاجات أهمها: حدد القائمون بالاتصال مهمات وسائل الإعلام بست وظائف جاءت على التوالي: رفع مستوى الوعي العام وتعزيز القيم الاجتماعية وتشارك المعلومات، الإعلام، التثقيف، التفسير والتقييم، التسويق، والترفيه. وقد كان رأيهم بأنهم نجحوا في تحقيق خمس وظائف وهي على التوالي: الإعلام، رفع الوعي العام وتعزيز القيم وتشارك المعلومات، التعليم، التفسير والتقييم، الترفيه، الإعلان. بينما حدد الجمهور وظائف وسائل الإعلام في ست وظائف هي على التوالي: الأخبار، التنشئة الاجتماعية وتعزيز التنمية، الإعلام، الترفيه والخدمات، التواصل، النقد والتقييم، بينما كان رأي الجمهور في أن الصناعة الإعلامية نجحت في تحقيق أربع وظائف فقط والتي هي على التوالي: الإخبار، الالتماس المعلومات، الخدمات الترفيهية والتواصل الاجتماعي وتعزيز التنمية، والتقييم، وقد كان رأيهم أن وسائل الإعلام نجحت في تحقيق ذلك بنسبة 61.4%. كما أظهرت الدراسة أن العلاقة الوظيفية بين القائم بالاتصال في وسائل الإعلام المحلية والجمهور كانت ضعيفة وغير متناسقة، كما أن القائم بالاتصال في معظم الحالات لا يسعى إلى تلبية متطلبات الجمهور واحتياجاتهم وفقاً لشروط الموضوعية، والعمل على الاستفادة من بيئة الاتصالات الحديثة بما في ذلك قدرات الاتصال بالجمهور بشكل فعال، وهذا يعني أن هنالك خللاً وظيفياً في الأداء الإعلامي بين اثنين من أهم العناصر في عملية الاتصال.

4. قيراط ( 2009 ). دراسة منشورة بعنوان: "الصحافة الاقتصادية الإماراتية بين الضغوط

#### المهنية والتنظيمية وتحديات التنمية المستدامة"

هدفت الدراسة التعرف إلى واقع الصحافة الاقتصادية في دولة الإمارات العربية المتحدة كما يراها المحررون الاقتصاديون، وإلى أي مدى استطاعت من مواكبة الطفرة الاقتصادية التي عرفتها البلاد في السنوات الأخيرة، وما المشكلات التي تواجهها الصحافة الاقتصادية الإماراتية والتعرف على بيئة العمل والاستقرار الوظيفي.

استخدمت الدراسة منهج المسح حيث استخدمت استبانته من عشرين سؤالاً تمحورت حول رأي الصحفيين الاقتصاديين في الصحافة الاقتصادية الإماراتية حول مصادر المعلومات، بيئة العمل، رأيهم في الإعلانات ... كما شملت على وظائف الصحافة الاقتصادية والمشكلات التي تعانيها. أجريت هذه الدراسة على عينة من الصحف اليومية الإماراتية شملت صحيفة البيان، والاتحاد، والإمارات اليوم.

خلصت الدراسة إلى أن الصحافة الاقتصادية الإماراتية تتمتع بإمكانات وبموارد إعلانية ومساحات كبيرة. كما خلصت إلى أن أكبر تحد يواجهها هو المحرر الاقتصادي المؤهل والمتخصص والمحترف الذي تتوفر فيه المهارات والمؤهلات اللازمة والضرورية لتقديم إعلام اقتصادي يقوم على الاستقصاء والنقد والتقييم والدراسات والتحقيقات والتحليلات لمواكبة الحركة الاقتصادية. طالبت الدراسة العمل على تغيير الذهنيات والخروج من دروب الروتين وتبرير الموجود.

5- أبو جامع ، ( 2009 ). دراسة بعنوان: "معالجة الصحافة الأردنية اليومية للشأن الاقتصادي - دراسة تحليلية"

تناولت الدراسة بالبحث موضوع الصحافة الاقتصادية في الصحف اليومية الأردنية وكيفية تعاملها مع مختلف القضايا الاقتصادية ومدى قدرة القارئ العادي على فهم ما تتناوله الصحافة الاقتصادية في الصحف اليومية. كانت مشكلة الدراسة في التعرف على قدرة الصحافة الاقتصادية اليومية الأردنية على القيام بدورها الأساسي المتمثل في توفير المعلومة والخبر والتعليق والتقرير والتحقيق والمقال بما يفسر ويوضح ويوجد حلولاً ويساعد القارئ العادي وليس المتخصص على استيعاب المستجدات والأحداث في كافة المجالات والنشاطات الاقتصادية.

استندت الدراسة إلى النظرية البنائية الوظيفية، واعتمدت المنهج الوصفي مستخدمة أسلوب تحليل المضمون ومسح القراء. توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج حول التغطية الكمية والكيفية للصحف الأردنية في الشأن الاقتصادي، ورأي القراء في هذه التغطية، وتمثلت أهم الصعوبات حسب النتائج في ندرة الصحفيين الاقتصاديين المتخصصين وندرة قواعد البيانات الأساسية والمساحة.

اقترحت الباحثة مجموعة من التوصيات من أهمها ضرورة إعادة ترتيب أجندة الصحف بما يتعلق بما تقدمه للقارئ من هذه المواد الاقتصادية سواء من حيث الكم أو الكيف، وأن لا يكون المحدد في ذلك إمكانات الصحف إنما التوازن في المصالح، مما يتطلب إعادة هيكلة الاستثمار وإدارة المؤسسة الإعلامية وإعادة هيكلة التوظيف للصحفيين والمحررين المختصين.

6 - الجمعية، أحمد محمد (2010). دراسة بعنوان: "الممارسة المهنية الصحفية والعوامل المؤثرة فيها: دراسة ميدانية على عينة من الصحف والصحفيين في المملكة العربية السعودية"

تبرز أهمية هذه الدراسة في كونها تصف واقع الممارسة المهنية وتحليلها داخل بيئة العمل الصحفي بمدخلاته وعملياته ومخرجاته، بما يسهم في تحديد السياسات والقواعد والإجراءات المهنية التي يلتزم بها الصحفيون، إلى جانب تحديد العوامل المؤثرة على واقع هذه الممارسة من منظور تكاملي يجمع بين العوامل المهنية وغير المهنية، ومدى تأثير كل عامل من هذه العوامل على واقع الممارسة المهنية.

في الإطار التطبيقي قسّم الباحث دراسته الميدانية إلى ثلاثة مستويات، هي: وصف واقع الممارسة المهنية في صحف (الرياض) و(عكاظ) و(الوطن)؛ من خلال أدوات الملاحظة بالمشاركة، والمقابلة المقننة، وتحليل الوثائق. والمستوى الثاني، دراسة العوامل المؤثرة على الممارسة المهنية للصحفيين في الصحف السعودية؛ باستخدام أداة الاستبانة. والمستوى الثالث، رؤية قيادات العمل الصحفي لمستقبل الممارسة المهنية في الصحف السعودية في ضوء العوامل المؤثرة فيها.

وخلصت ملاحظة الباحث أن أساليب الممارسة المهنية في الصحف السعودية تعتمد على خمسة أساليب رئيسية، هي: أسلوب المجاملة، وأسلوب الوصف، وأسلوب النقد، وأسلوب المقارنة، وأسلوب التسويق والترويج للأفكار والمواقف والخدمات، مع ملاحظة أن هذه الأساليب متفاوتة في التطبيق بين صحفي وآخر، وقسم وآخر داخل كل صحيفة.

أظهرت نتائج الدراسة أن محيط الممارسة المهنية في الصحف السعودية مستقر مهنيًا وتقنيًا، بينما لا يزال يخضع تنظيمياً ووظيفياً إلى رؤى واجتهادات فردية. وجاءت نتائج الدراسة



الميدانية مشيرة إلى أن الممارسة المهنية في الصحف السعودية جيدة إجمالاً، إلا أن درجة التزام الصحفيين بأخلاقيات الممارسة يعد منخفضاً مقارنة بالمعرفة والمهارات، وهو ما يعده الباحث مصدر قلق على مستقبل الممارسة المهنية في الصحف السعودية، ويعزز هذا القلق ما أجمع عليه قادة العمل الصحفي من وجود انخفاض ملحوظ في مستوى القيم والسلوكيات الأخلاقية للممارسة المهنية. وقدّرت نتائج الدراسة حجم تأثير العوامل المهنية من داخل الصحف السعودية على الممارسة الصحفية بأنها متوسطة التأثير، مما يعني أن الصحفي السعودي لديه القدرة على التكيف مع هذه العوامل، ومسايرة الضغوط التي تواجهه، دون الشعور بالاستقلالية الكاملة في ممارساته، وأشارت هذه النتائج إلى أن الصحفي يتأثر بجملة عوامل مهنية. كما أظهرت نتائج الدراسة أن للعوامل غير المهنية مجتمعة تأثيراً "محدوداً" على الممارسة المهنية لأفراد عينة الدراسة؛ كما أظهرت نتائج "اختبار بيرسون" أن الصحفيين يتأثرون في ممارساتهم بالعوامل التي تكون من خارج الصحيفة أكثر من تأثرهم بالعوامل التي تكون من داخل الصحيفة.

وبعد استعراض النتائج الإجمالية للدراسة، عرض الباحث أهم المؤشرات الإيجابية للممارسة المهنية الصحفية، تمثلت في وضوح الرؤية الفكرية للصحفيين، وتطوراً ملحوظاً في ممارساتهم، واستشعاراً للمسئولية القانونية والمجتمعية، واستخدام التقنية. كما كشفت الدراسة عن جملة من المؤشرات السلبية للممارسة أهمها، التجاوزات الأخلاقية للمهنة، ويتضح ذلك في عدد من المظاهر، منها: نشر معلومات غير دقيقة، أو لم يأذن المصدر بنشرها، والنقل عن المواقع الإلكترونية دون الإشارة إليها، وإلحاح الصحفي على مسئولية التحرير لنشر المواد الصحفية التي تحقق مصالحه الخاصة، واستخدام جهاز التسجيل أثناء الاتصال بمصادر المعلومات دون أن يشعروا بذلك، وتوظيف العمل الصحفي في البحث عن مصادر دخل إضافية. ومن

المؤشرات السلبية للممارسة أيضاً: تدني مهارة الكتابة الصحفية لدى معظم الصحفيين، وتقيد هامش الحرية أمامهم.

ودعت التوصيات العملية للدراسة إلى مبادرة الصحف السعودية لإيجاد هياكل تنظيمية مدونة، ومعلنة، ومحددة، وواضحة العلاقة بين مكوناتها في حدود الإشراف والسلطة والمسئولية، وتوصيف وظائف العاملين في التحرير، ومراجعة مرتبات الصحفيين المتفرغين، والتأكيد على تلمس احتياجات الجمهور ميدانياً؛ كما أوصت الدراسة إلى صياغة ميثاق شرف أخلاقية، واعتماد لوائح وتعليمات مفسرة للسلوك الأخلاقي في كل صحيفة، وتقديم دورات في الصياغة الصحفية على رأس العمل، وإعداد دليل الأسلوب (Style Book)، وإنشاء إدارة خاصة بالجودة والاعتماد المهني في الصحف السعودية.

7 - المقوشي، ( 2010). دراسة منشورة بعنوان: "العلاقة بين الرضا الوظيفي والأداء المهني للصحفيين".

هدفت هذه الدراسة التعرف إلى مستوى الرضا الوظيفي للقائمين بالاتصال في الصحافة السعودية ومدى العلاقة بين مستوى رضاهم عن أدائهم ومستوى إجادتهم للفنون الصحفية، ومن ضمن الأسئلة التي حاولت الدراسة الإجابة عنها التي ترتبط بموضوع الدراسة الحالية، أثر الرضا الوظيفي للصحفيين العاملين في المؤسسات الصحفية السعودية على مستوى إجادتهم للفنون الصحفية، بالإضافة لذلك حاولت الدراسة الإجابة عن مستوى الرضا الوظيفي والتعرف على العوامل المؤثرة في الرضا الوظيفي، وأوجه الاختلاف بين المؤسسات الصحفية السعودية فيما يتعلق بالرضا الوظيفي إن وجدت.

من أهم النتائج التي خلصت إليها الدراسة التي ترتبط بموضوع الدراسة الحالية ما يلي:

وجدت الدراسة أن الرضا الوظيفي بالنسبة للصحفيين والعمل الصحفي ليس ترفاً وإنما هو أيضاً أساسياً ومرتببب بجوهر العمل الصحفي، فقد كان هنالك ارتباطات ذات دلالة إحصائية مهمة بين معظم محاور الرضا الوظيفي وإجادة الفنون الصحفية، من التحقيق والتقريب والخبر والمقال والإخراج والتصوير. وأشارت نتائج الدراسة في عمومها إلى تمتع الصحفيين بدرجة متوسطة من الرضا الوظيفي وان تفاوت هذا الرضا جاء لبعض العوامل المدروسة، وجدت الدراسة أن غالبية من يقوم بالعمل الصحفي هم من المتعاونين وقد اختلف الصحفيون المتفرغون عن المتعاونين في محورين من محاور الرضا وهما : المسئولية تجاه العمل والأمن الوظيفي، بحيث تفوق المتفرغون على المتعاونين في الأول، وتفوق المتعاونون على المتفرغين في الثاني وهذه نتيجة يفسرها الواقع، فالمتعاون ينظر إلى العمل الصحفي بأنه عمل إضافي، ولم تجد الدراسة فروقاً بارزة بين المؤسسات الصحفية في اغلب محاور الرضا الوظيفي.

### أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- من خلال مراجعة الدراسات السابقة وجد الباحث أنها خلصت إلى مجموعة من النقاط:
1. أجمعت الدراسات السابقة أن الصحفي الاقتصادي يلعب دوراً مهماً في تحديد نوع وشكل المعلومات الاقتصادية التي تطرحها الصحف.
  2. أجمعت الدراسات السابقة أن للإعلام دوراً مهماً في ترتيب أولويات الأخبار الاقتصادية.
  3. استخدمت الدراسات السابقة في معظمها أسلوب تحليل المضمون.
  4. بينت الدراسات السابقة أن لمصدر الأخبار دوراً في إبراز القضايا الاقتصادية وفي حجم التغطيات.
  5. بينت نتائج وتوصيات الدراسات السابقة إلى ضرورة تمتع الصحفي الاقتصادي بالكفاءة والمهنية العالية.
  6. بينت الدراسات السابقة بأن هنالك علاقة ارتباطية قوية بين الإعلام والاقتصاد.

## الفصل الثالث

### منهجية الدراسة ( الطريقة والإجراءات ):

#### منهج البحث

استخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي، بعدّه المنهج الأنسب للدراسة، إذ "يهتم المنهج الوصفي بدراسة الحقائق حول الظاهرة والأحداث، والأوضاع القائمة وذلك بجمع البيانات والمعلومات وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص دلالاتها أو إصدار تعميمات بشأنها" ، ويقوم المنهج على قاعدتين هما: التجريد التي هي تمييز الظاهرة كما وكيفا بغرض إظهارها أو تحديدها بصورة أوضح، وقاعدة التعميم التي هي إصدار الحكم على الظاهرة في إطار الفئة أو العينة التي تمت دراستها. (عمر، 2008: ص 179).

جمعت هذه الدراسة منهجين من المناهج الإعلامية من حيث أسلوب جمع المعلومات وهما الأسلوب الكيفي والأسلوب الكمي، يهدف المنهج الوصفي إلى وصف واقع المشكلات والظواهر كما هي، أو تحديد الصورة التي يجب أن تكون عليها هذه الظواهر في ظل معايير محددة، ووصفها كيفياً بتوضيح خصائص الصورة، أو تعبيراً كمياً من خلال الأرقام. (عمر، 2008: ص 210).

#### مجتمع الدراسة

طبق الباحث دراسته على مجتمع الدراسة المكون من الصفحات الاقتصادية في صحف:

عكاظ والرياض واليوم خلال مدة الدراسة من 1 سبتمبر 2010 إلى 30 مارس 2011.

نظرا لعدد الصحف الكبير - نسبيا - الذي يصدر أو يطبع في المملكة العربية السعودية أختار الباحث ثلاث صحف يومية تمثل كل واحدة منها منطقة جغرافية من المناطق الجغرافية التي تتمركز بها أكبر الكثافات السكانية، وبها نشاط اقتصادي كبير، كما اختيرت الصحيفة لتوزيعها الكبير في منطقتها، إذ تعد هذه الصحف الثلاث ممثلة للصحافة اليومية السعودية، والصحف هي: صحيفة عكاظ وتمثل المنطقة الغربية وتصدر من مدينة جدة، صحيفة الرياض وتمثل المنطقة الوسطى وتصدر من مدينة الرياض، وصحيفة اليوم وتمثل المنطقة الشرقية وتصدر من مدينة الدمام.

### عينة الدراسة

هناك إجماع على أن محتوى الإعلام عادة ما يكون من الضخامة والانتساع بحيث يصعب دراسته بشكل دقيق بالسرعة المطلوبة، دون أن يستخدم نظام العينات، اتبعت الدراسة أسلوب العينة العشوائية المنتظمة، وذلك طوال فترة الدراسة، إذ تم اختيار الأسبوع الصناعي، وتم اختيار يوم من أيام الأسبوع الصناعي بطريقة عشوائية ثم تم اختيار اليوم الذي يليه من الأسبوع المقبل وهكذا، وبالمحصلة حصل الباحث على 24 عددا من كل صحيفة، وهي تعد عينة ممثلة لمجتمع الدراسة وكافية.

استرشد الكثير من الباحثين بالدراسة التي قام بها ستمبل Stemple لتحديد حجم العينة، إذ قام بمقارنة نتائج خمس عينات في الأحجام التالية 6، 12، 18، 24، 48 عددا من صحيفة وقارن نتائجها بمتوسط موضوع واحد في جريدة واحدة على مدار العام لتحديد الحجم الأمثل

للعينة، ووجد ستمبل أن العينات الخمس متفقة النتائج مع متوسط العام - السنة - وأن زيادة العينة عن 12 عددا لا تقدم تفاوتاً ملموساً في النتائج (نقلاً عن عبدالحميد، 2010: ص 99).

على الرغم من أن محمداً عبدالحميد لا يجد تحديداً جامعاً للحجم الأمثل للعينة، إلا أنه يرى أن تحديد حجم العينة في بحوث تحليل المحتوى يتوقف على بعض العوامل منها(عبدالحميد، 2010: ص 100):

1. درجة تجانس الإصدارات محل الدراسة، فكلما كانت الإصدارات متجانسة إلى حد بعيد مثل دورية الصدور واتجاهات السياسة التحريرية ...، فإن اختبار عينة صغيرة يكون مقبولاً.

2. دورية الصدور، فكلما كانت الدورية متباعدة كان ذلك أدعى إلى اختيار عينة كبيرة الحجم، لأن تباعد دورية الصدور مع حجم عينة صغيرة ينتج عنه أخطاء تقلل من مستوى صدق النتائج.

3. عدد الصفحات، فالتوسع في هذا العامل يتيح الفرصة لمزيد من التغطية للأحداث، وهذا بالتالي يزيد الثقة في استخدام عينة اصغر.

4. تكرار النشر للوقائع والأحداث، فالتكرار يعطي مزيداً من الثقة لتمثيل العينات الأصغر.

اعتماداً على النقاط السابقة ودراسة ستمبل، بالإضافة إلى ارتياح لجنة مناقشة خطة البحث، المكونة من مجموعة من الأساتذة المتخصصين في مجال الإعلام، إلى أن عينة البحث كافية، يرى الباحث أن العينة المسحوبة من الصحف اليومية مدار البحث تعطي نتائج دقيقة وصادقة.

## أدوات الدراسة

تحليل المضمون هو إحدى الأدوات البحثية المستخدمة في عملية جمع المعلومات في الدراسات والبحوث الإعلامية، وغيرها من الدراسات الاجتماعية التي تهتم برصد وتوصيف وتحليل المضامين المختلفة، فهو عملية تتضمن مجموعة من الخطوات المتتالية والمتكاملة تعنى بالوصف الشامل والدقيق لمختلف الرسائل الإعلامية، ويعرف تحليل المضمون بأنه أسلوب للرصد والتوصيف الكمي للمضامين أو للمحتوى الظاهر للاتصال، وبهذا المعنى فإن تحليل المضمون يجب أن يتضمن أبعاداً كمية في مجال رصد الظاهرة البحثية وعناصرها المختلفة حتى يمكن مقارنتها ببعضها واستخلاص المؤشرات بطريقة موضوعية، وهو أيضاً يهتم بتحليل المحتوى الظاهر، دون الخروج بتأويلات أو تحميل العبارات معاني ودلالات لم تكن واضحة في النص الأصلي (اللبان وعبدالمقصود، 2008: ص 92 - 93).

استخدم الباحث المنهج الوصفي، معتمداً على أسلوب تحليل المضمون، لأنه المنهج الأكثر تعبيراً عما ترمي إليه هذه الدراسة في التعرف على الشأن الاقتصادي في الصحف اليومية السعودية، من خلال الأسلوب الكمي والكيفي لمعرفة ماذا قيل وكيف قيل.

### تحديد فئات تحليل المضمون:

"الفئات هي التصنيفات التي يضعها الباحث استناداً إلى طبيعة الموضوع ومشكلة البحث، كوسيلة يعتمد عليها في حساب تكرارات المعاني ... أما المؤشرات فهي المفهوم أو التعريف الذي تعنيه كل فئة، والإطار الذي يحدد استخدامها في القياس، ويبين للباحث حدود هذا الاستخدام" (عمر، 2008: ص 238). وهناك فئتان رئيسيتان في تحليل المضمون، الأولى فئات



المحتوى والتي تتضمن رصد وتحليل مضمون النص الإعلامي، والثانية فئات الشكل، التي تعنى بطريقة تقديم هذا المضمون للقارئ.

### فئات الشكل:

**فئات الشكل التحريري التحريري:** "التحرير هو الفن الذي يقوم الصحفي من خلاله بالتعبير عما يدور أو يجري في المجتمع من وقائع وأحداث من خلال أشكال فنية تتبع قواعد وأسس معينة لا بد من أن يعيها الصحفي جيداً، أو هو فن تحويل الوقائع والأحداث، كما شاهدها وعاينها الصحفي أو استقاها من مصادر مختلفة، إلى كلمات مقروءة في قوالب فنية تتخذ أشكالاً متعددة، تحقق في النهاية وظائف الصحافة المختلفة من معرفة وتنقيف وتوجيه وتسلية وترفيه" (إبراهيم، 2005: ص 5). من خلال الدراسة الاستطلاعية التي قام بها الباحث على عدد من الصحف حصل على ستة أشكال تحريرية استخدمتها الملاحق والصفحات الاقتصادية في الصحف اليومية السعودية، هدفت الدراسة من وضع فئة الشكل التحريري ضمن استمارة التحليل للتعرف على الشكل التفضيلي الذي استخدمته الصفحات الاقتصادية في الصحف السعودية مدار البحث وهذه الأشكال هي: الخبر، المقال، التقرير الصحفي، التحقيق الصحفي، الحديث الصحفي، وبرد القراء.

1. الخبر: يتبنى الباحث تعريف (إبراهيم، 2005: ص 13) للخبر بأنه تقديم معلومة مفيدة وجديدة عن واقعة أو حدث أو موضوع معين يهم أكبر عدد من القراء، وترى الجريدة أو المسئول عن التحرير نشره، وذلك ضمن أسلوب صياغة واضح وسليم يفهمه جميع القراء.

2. المقال: يعرفه الباحث إجرائيا بأنه شكل من أشكال التحرير الصحفي يعرض أو يحلل الكاتب فكرة معينة يستقيها من بيئته ويعبر عنها بلغة واضحة وأسلوب يعكس شخصيته.
3. التقرير الصحفي: خبر مطول، يقدم المزيد من التفاصيل الجانبية عن الحدث، ويبين الظروف التي أدت إلى وقوع هذا الحدث والأشخاص الذين لعبوا دورا في هذا الحدث.
4. التحقيق الصحفي: يتبنى الباحث تعريف (إبراهيم، 2005: ص 103) "هو فن الشرح والتفسير والبحث عن الأسباب والعوامل الاجتماعية أو الاقتصادية أو السياسية أو الفكرية التي تكمن وراء الخبر أو القضية أو المشكلة أو الفكرة أو الظاهرة التي يدور حولها التحقيق".
5. الحديث الصحفي: يتبنى الباحث تعريف (إبراهيم، 2005: ص 56) "هو فن التحاور أو الالتقاء بمصدر من المصادر بهدف الحصول على معلومات جديدة حول واقعة معينة، أو بهدف معرفة وجهات النظر أو الآراء حول هذه الواقعة، أو بهدف إلقاء الضوء على شخصية معينة".
6. بريد القراء: ما تحصل عليه الصحيفة من معلومات وأفكار وتعليقات وآراء من قراء الصحيفة وهي لا تمثل بالضرورة رأي الجريدة إنما تمثل رأي صاحبها.

**ثانيا: فئة وجود الصورة:** تمثل الصورة عنصرا طباعيا مهما يضيف كثيرا من المعاني للمادة التحريرية المقدمة ويكسبها درجة من المصداقية، ويساعد القارئ على فهم الموضوع وتثبيته في ذهنه، بالإضافة إلى ما تؤديه من إبراز المادة التحريرية وإبراز مدى اهتمام الصحيفة بالقضية الاقتصادية التي تعرضها. وتم تصنيف فئة الصورة إلى:

1. وجود صورة

2. عدم وجود صورة

**ثالثاً: فئة وجود رسوم بيانية:** يعرف الباحث الرسوم البيانية إجرائياً على أنها تمثيل بصري لبيانات رقمية توضح العلاقة الكمية أو النسبية بين وحدات هذه البيانات واتجاهها بهدف تحقيق السرعة والدقة وسهولة الفهم دون الدخول في تفاصيل دقيقة ومعلومات تفصيلية يصعب استيعابها. من المعلوم أن المادة الاقتصادية في كثير من الأحيان تحتوي على أرقام وإحصاءات ونتائج ممثلة رقمياً يصعب على القارئ مجاراتها من خلال الصياغة الكتابية، لذلك تعد الرسوم البيانية الأداة التي تساعد الكاتب على تبسيط الأرقام للقارئ ووضعها في رسم يسهل معه التعامل معها، وهذا يعبر أيضاً عن القدرات الصحفية التي يتمتع بها الصحفي كما أنها أيضاً، تشير إلى الطابع التحليلي للمادة الصحفية، وعليه فقد تم تصنيف وجود رسوم بيانية الى:

1. وجود رسوم بيانية

2. عدم وجود رسوم بيانية

**رابعاً: فئة حجم المادة الصحفية:** المقصود بها مساحة المادة المنشورة في الصحيفة بالسنتيمتر

المربع، يشمل ذلك العنوان والأشكال والصور المرافقة للمادة

**خامساً: فئة القطاع:** ويعرف الباحث القطاع إجرائياً على أنه الجهة التي تنتمي إليها المؤسسة التي تتحدث عنها المادة الصحفية، من المتعارف عليه أن هنالك ثلاث قطاعات رئيسية وهي القطاع الحكومي والقطاع العام والقطاع الخاص، ونظراً لأن القطاعات الثلاثة تشترك في كثير من الأحيان في أنشطة اقتصادية مختلفة فإن الباحث حدد ست فئات في مجال القطاع وهي:

1. القطاع الحكومي: وهي المؤسسات التابعة للدولة، وما يترتب على ذلك من أنشطة

اقتصادية قائمة على أساس ملكية الدولة لرأس المال والمنتجات.

2. القطاع الخاص: هي المؤسسات ذات الملكية الخاص سواء كانت لأفراد أو جماعات.

3. القطاع العام: "استراتيجية ذاتية تعكس السياسات السائدة في الدولة، وتنتج بأسلوب

التوجيه والرقابة إلى ترشيد اقتصادياتها، وتتخذ شكل المرفق العام ذي الشخصية

المعنوية مستهدفة تحقيق مصلحة عامة دون الاقتصار على الربحية" (موقع دارة الملك

عبدالعزیز، [www.darah.org.sa](http://www.darah.org.sa)). وقد عرفها الباحث إجرائياً بأنها مؤسسة حكومية

أو مؤسسة تشرف عليها الدولة أو تضع التنظيمات لها، تتمتع بالشخصية المعنوية ولها

ذمة مالية عامة مستقلة، تتولى إدارة مرفق من المرافق العامة، وتقع خارج نطاق

التنظيم الوزاري للدولة.

4. القطاع الحكومي والخاص: وهي الأنشطة الاقتصادية التي يشترك بها القطاعان

الحكومي والخاص.

5. القطاعان الحكومي والعام: الأنشطة الاقتصادية التي يشترك بها القطاعان الحكومي

والعام.

6. القطاعان العام والخاص: الأنشطة الاقتصادية التي يشترك بها القطاعان العام والخاص.

سادسا: فئة القضايا الاقتصادية: وهو الموضوع الاقتصادي الذي تطرقت إليه الصحافة

بالتناول والتحليل والنقاش. اعتمد الباحث التصنيفات التي استخدمها "آل تويم" في أطروحته، التي

استعان من خلالها بنخبة من خبراء الاقتصاد في دمج القضايا العديدة التي ظهرت للباحث أثناء

الدراسة التي زادت عن 60 قضية، وجاءت خلاصة الدمج بالتوصل إلى 16 قضية اقتصادية

تقع تحتها مجموعة من القضايا الفرعية، وهذه القضايا هي (آل تويم، 2000: ص 431 - (436):

1. تحسين مستوى الأداء الاقتصادي: ويندرج تحتها: الإصلاح الاقتصادي من الجودة الشاملة ومراقبتها، وتبسيط الإجراءات الإدارية، وتوصيف الوظائف، وتوزيع الثروة، والهوة بين الغني والفقير، ثم الناتج المحلي الإجمالي، والأزمات الاقتصادية والانكماش الاقتصادي، والتخطيط الاستراتيجي من خطط تنمية وتخطيط المدن والعمران، والمنافسة التجارية وزيادة حصة المؤسسة في السوق.
2. ارتفاع الأسعار وانخفاض مستوى الدخل: ويندرج تحتها: ارتفاع الأسعار بما فيها العقارات وانخفاض مستوى الدخل.
3. السياسات المالية: ويندرج تحتها: التعرفة الجمركية الموحدة، و الدعم الحكومي للقطاع الخاص ماديا ومعنويا، والرسوم الجمركية والضرائب والزكاة، والرقابة المالية، والميزانية العامة للدولة - النفقات والإيرادات العامة للدولة - ويندرج تحتها ترشيد الإنفاق وتنويع مصادر الدخل وتنمية الإيرادات بما فيها الأوقاف.
4. أسواق المال والسياسات النقدية: ويندرج تحتها: أسعار العملات، وأسعار الصرف، وصناديق الاستثمار، والبنوك، وبطاقات الائتمان، وحجم السيولة النقدية والتدفق النقدي، والتأمين.
5. التقسيط والتمويل.
6. الأمن الاقتصادي: ويندرج تحتها: الأمن الصحي - اقتصاديات الصحة - واقتصاديات التصنيع، والأمن المائي، والأمن الغذائي وحماية المستهلك.

7. **الإعلام الاقتصادي والمعلومات:** ويندرج تحتها: الإعلام الاقتصادي، والخدمات الإعلامية لمؤسسات القطاع الخاص ورجال الأعمال، والشفافية في عرض المعلومات ونشرها، والانترنت والحاسب الآلي، والتسويق والإعلان والمعارض التجارية، والاتصالات، والقنوات الفضائية، والعلاقات العامة والمسئولية الاجتماعية.
8. **البتروكيمياويات والطاقة:** ويندرج تحتها: الصناعات البتروكيمياوية، والغاز، الكهرباء، والبيئة.
9. **الممارسات التجارية غير المشروعة:** ويندرج تحتها: الاحتكار، والاحتيايل وغسيل الأموال، والبيع على الأرصفة، والتخفيضات الوهمية التي لا وجود لها، والتستر، والربا، الشيكات التي لا رصيد لها والشيكات المزورة، والغش التجاري والعلامات المقلدة، وتزوير العملة وتهريبها، وقرصنة البرامج.
10. **السعودة والتوظيف:** ويندرج تحتها: الموارد البشرية وتميئها، والبطالة، والتوظيف، والسعودة، وسوق العمل، والعمل المهني، والتعيينات والوظيفية، وحقوق الموظفين.
11. **العلاقات الاقتصادية الدولية:** ويندرج تحتها: التعاون والتكامل الاقتصادي، والاستثمار الأجنبي، والسوق الأوروبية المشتركة، السوق العربية المشتركة، الشراكة الإستراتيجية والتكتلات الاقتصادية، العولمة الاقتصادية، نقل التقنية، تحرير التجارة، صندوق النقد الدولي والبنك الدولي، مستقبل الاقتصاد السعودي في ظل التغيرات الدولية، منظمة التجارة العالمية، التصدير ومعوقاته، الإغراق، الاستيراد
12. **الأموال المهاجرة:** ويندرج تحتها: الاستثمار الخارجي، وتحويل الأموال للخارج، وتوطين الأموال المهاجرة، وهجرة رؤوس الأموال.

13. **الأنظمة والمحاسبة:** ويندرج تحتها: الأنظمة التي تحكم النشاطات التجارية،

والتحكيم التجاري، الخلافات العمالية، السجلات التجارية، أنظمة الشركات، المحاسبة.

14. **التخصيص والشركات المساهمة:** ويندرج تحتها: الاستثمار في قطاعات الإنتاج

والخدمات، التخصيص، شراكة القطاع الخاص مع الدولة، مساهمة القطاع الخاص في

الاقتصاد الوطني، الشركات المساهمة، عقود مشروعات ومناقصات وفرص استثمارية،

السياحة والفنادق الوحدات السكنية المفروشة، الأسواق المركزية، سيدات الأعمال،

تحويل شركات الأفراد إلى شركات مساهمة، إعادة الهيكلة، الاندماج والاستحواذ،

التحالفات التجارية.

15. **النقل والمواصلات.**

16. **الجمعيات المهنية:** مثل الغرف التجارية وجمعية المحاسبين وغيرها

سابعاً: **فئة المجال:** هو نوع النشاط الاقتصادي الذي تناولته المادة الصحفية، وبعد الاطلاع الذي

أجراه الباحث على العينة المبدئية توصل إلى 20 نشاطاً اقتصادياً تناولته الصحف السعودية

وهذه النشاطات هي:

1. الصناعي

2. الإسكان والعقار

3. التعدين والطاقة والبتروك

4. المالي والبنوك

5. الزراعي

6. التجاري

7. تكنولوجيا المعلومات
8. معارض
9. التأمين
10. النقل والمواصلات
11. الخدمات: كل ما يتعلق بالخدمات العامة ولا يقع تحت أي بند من البنود الأخرى.
12. البورصة
13. السياحي
14. الطبي
15. السعودية والتوظيف: المقصود بالسعودة هو قصر العمل على السعوديين، بالإضافة إلى الإحلال التدريجي للعمالة السعودية محل الوافدة وصولاً إلى الاستخدام الكامل والأمثل للعمالة السعودية.
16. الاتصالات
17. التعليم والتدريب
18. الاستثمار
19. البتروكيماويات: الصناعات القائمة على البترول ومشتقاته
20. البيئة
21. أخرى: أي نشاط اقتصادي لا يوجد له بند فيما سبق



**ثامنا: فئة المصدر:** وهي المصادر التي اعتمدها الصحيفة في الحصول على المادة الصحفية، وهذا لا يشمل المصدر الذي تنسب إليه مادة المضمون، وعادة ما تذكر الصحف اسم الكاتب أو معد المادة التحريرية في بداية الخبر أو نهايته، وتشمل فئة المصدر ما يلي:

1. الصحفي
2. وكالة الأنباء السعودية (واس): أحد قطاعات وزارة الثقافة والإعلام السعودية، تقوم بجمع وتوزيع الأخبار المحلية والعالمية داخل المملكة وخارجها.
3. وكالات الأنباء العربية: وكالات الأنباء التابعة للدول العربية
4. وكالات الأنباء الأجنبية: ويقصد بها المؤسسات التي تعمل من خلال شبكة من المندوبين والمراسلين المنتشرين في العالم، وتمتد وسائل الإعلام بالأنباء التي تحصل عليها من جميع المصادر، ولا تتبع لأي دولة عربية.
5. جمهور القراء
6. لم يذكر المصدر: في حال عدم ذكر المصدر الذي حصلت منه الصحيفة على المادة التحريرية.
7. مصادر أخرى: في حال لم ينطبق على أي فئة من الفئات السابقة

**تاسعا: فئة جغرافية المادة:** وهي المنطقة الجغرافية أو المكان التي لها علاقة بالحدث الاقتصادي، والهدف من هذا التصنيف هو التعرف على الأهمية التي توليها الصحف عينة الدراسة إلى الأنشطة الاقتصادية تبعا للمنطقة الجغرافية، إذ إن الاقتصاد المحلي والإقليمي والعالمي مرتبط ارتباطا وثيقا وأن ما يحدث من أنشطة اقتصادية خارجية لها تأثير بشكل أو بآخر على الاقتصاد المحلي. وتبعاً لذلك فقد تم تحديد الفئة الجغرافية بما يلي:

1. محلي: وهي الأنشطة الاقتصادية المرتبطة بالشأن المحلي للمملكة العربية السعودية.
2. خليجي: الأنشطة الاقتصادية المرتبطة بوحدة أو أكثر من الدول التابعة لمجلس التعاون الخليجي (يتكون مجلس التعاون الخليجي من ست دول هي: السعودية، عُمان، الإمارات العربية المتحدة، قطر، البحرين، والكويت).
3. عربي: الأنشطة الاقتصادية المرتبطة بأي من الدول العربية التي لا تقع ضمن دول مجلس التعاون الخليجي.
4. دولي: الأنشطة الاقتصادية المرتبطة بأي دولة عالمية أو ذات طابع دولي
5. غير محدد: في حال لم ينطبق على أي من النقاط السابقة

#### فئات المحتوى:

"يهدف تحليل المحتوى في التعرف على الخصائص الدلالية في الرسالة، ويجب عن السؤال ماذا...؟ إذ يتم الاستدلال على نوايا القائم بالاتصال وتأثير الاتصال". (عبدالحميد، س ذ: ص 231) وقد تم تحديد الفئات الخاصة بالمحتوى بما يلي:

أولاً: فئة شرح المصطلح: تتوجه الصحافة الاقتصادية في الصحف اليومية بمحتواها إلى طبقات الجمهور المتعددة، وعليه فإن ثقافة ومعرفة هذا الجمهور تتفاوت في قدرته على فهم المصطلحات الاقتصادية، فالمصطلح الاقتصادي وإن بدى للصحفي كمسئمة إلا أنه مطالب بشرح وتبسيط هذا المصطلح حتى يستطيع المواطن العادي غير المتخصص من فهم وإدراك ما يرمي إليه هذا المصطلح. وقد تم تحديد فئات شرح المصطلح بما يلي:

1. لم يرد مصطلح اقتصادي.

2. شرح بشكل كامل، بمعنى أن جميع المصطلحات الاقتصادية الواردة قد تم شرحها.
3. شرح بشكل متوسط، أن بعض المصطلحات قد تم شرحها وبعضها الآخر لم يتم شرحه.
4. شرح بمعدل ضعيف، أي أن معظم المصطلحات الواردة في المادة لم يتم شرحها.

ثانياً: فئة الموضوعية: "هي القيمة التحريرية في التعامل مع الخبر والحدث بالوقوف بمسافة واحدة، وعدم التحريف والتشويه، أو التزويق، أو الإساءة في استخدام المعلومة بعيداً عن الذنبيات المسبقة للحدث، ...، والتحريف والتشويه للنص والخبر. والخروج به بعيداً عن سياق الحدث." (حجاب، 2010: ص 15)

على الرغم من أن الموضوعية شيء نسبي، إلا أنها تركز على مجموعة من المعايير والمستلزمات لذا قام الباحث بوضع مقياس مكون من بعض النقاط التي تعد أساسية لضمان موضوعية النص وهذه النقاط هي:

**التجرد:** وهو مفهوم يشير إلى تبني الصحفي اتجاهها محايداً، ويتحقق التجرد من خلال التزام الحياد، بمعنى ألا يشعر القارئ بوجود المحرر في الخبر أو الكشف عن اتجاهاته ومواقفه، ويتحقق التجرد أيضاً من خلال التوازن، بمعنى إعطاء الأطراف المختلفة فرصاً متساوية للتعبير عن وجهات نظرها في الحدث موضوع التغطية.

**الارتكاز على الحقائق:** ويستند هذا المفهوم على مفهومين فرعيين وهما: الصدق، بمعنى أن تكون المعلومات المتضمنة في الخبر صادقة ومعبرة عن الواقع بأمانة ودقة، والصلة بين الخبر واهتمامات الجمهور، واختيار الأخبار الأكثر ارتباطاً بالجمهور.

**موقف الصحفي:** يحق للصحفي أن يعبر عن رأيه في المادة التي ينشرها ولكن عليه مراعاة الامتناع عن إطلاق الأحكام إلا إذا اعتمدت على أساس معلوماتي واضح في المادة الإخبارية

نفسها، وان يكون هنالك فاصل بين الرأي وبين الخير بحيث يستطيع القارئ العادي معرفة ما هو خير وما هو رأي الصحفي.

**مصادر المعلومة:** أن تكون المعلومة مبنية على مصدر واضح ذي مصداقية.

**العدالة:** أن لا تكون الرسالة تعبيراً عن فئة أو جهة دون أخرى، كما تقتضي العدالة توخي الحكمة في عرض الأخبار والصور والابتعاد على التهويل والمبالغة والإثارة.

**ثالثاً: فئة مصداقية المضمون:** وهي توفر مؤشرات دالة على صدق المضمون وأهم المؤشرات هي:

- وضوح الرسالة، بمعنى وضوح لغة التعبير وعدم الغموض أو الإشارات التي يمكن أن تفهم بأشكال مختلفة
- اليسر والسهولة في تناول الحقائق
- نشر الحقائق بكل أبعادها السلبية والإيجابية
- الدقة في تناول الخبر

**رابعاً: ملائمة الصور للمادة التحريرية:** تصنف الصور من حيث المضمون على أساس أنها صورة خبرية تعطي القارئ متمات للخبر أو توضيحاً للخبر ولجعل المقياس واضحاً لملاءمة الصور للمادة اعتمد الباحث الأسس التالية:

1. ارتباط الصور بالموضوع

2. إضافة معلومات إلى الموضوع

3. تقديم متعة للمشاهد

#### 4. اتجاهها نحو بؤرة الخبر

**خامسا: ملاءمة الرسوم البيانية والجداول للمادة التحريرية:** هي تمثيل بصري لبيانات رقمية توضح العلاقة الكمية أو النسبية بين وحدات هذه البيانات واتجاهها بهدف تحقيق السرعة والدقة وسهولة الفهم دون الدخول في تفاصيل دقيقة ومعلومات تفصيلية يصعب استيعابها، المعايير التي يجب تطبيقها على الرسوم البيانية التي اعتمدها الباحث هي:

1. أن تحقق الرسوم البيانية هدفا معينا
2. أن يوضع للرسم البياني عنوانا
3. أن يكون للرسم البياني مفتاح يوضح الرموز والألوان
4. أن يكون بسيطا وواضحا
5. أن تكون البيانات منظمة

**سادسا: فئة الصياغة والتنظيم:** وضوح الرسالة وسهولة قراءتها ووضوح معانيها شروط أساسية للكتابة الصحفية، وتزداد أهميتها كلما ازدادت أعداد الجماهير وتنوعت فئاتهم، "إن لغة الرسالة الإعلامية قد تكون مصدرا من مصادر التشويش التي تؤثر سلبا في الرسالة وتقلل من احتمال وصولها وفهمها بشكل صحيح" (الربيعان، 2008: ص 14)، لذلك يجب على الصحفي أن يكون متمكنا من فن الصياغة الصحفية، أي أن يكون قادرا على التعبير عن الواقعة أو الحدث بأقل عدد من الكلمات وفي نفس الوقت دون أن يهمل أي عنصر من عناصر الخبر (إبراهيم، 2005: ص 42). اعتمدت الدراسة في تقييم النصوص الصحفية على ثلاثة عوامل فنية وخمسة عوامل لغوية، استفاد الباحث في وضعها من استمارة محكمة لدراسة سابقة قام بها

"الربيعان" لمعرفة مدى التزام النصوص مدار البحث بقواعد التحرير الصحفي اللغوية والفنية (الربيعان، 2008: ص 615).

#### - العوامل الفنية:

1. **عنوان الخبر أو المادة التحريرية:** العنوان هو المدخل الحقيقي للخبر وللمقدمة بالذات، ولا بد أن يتناسب العنوان مع المقدمة وهذا لا يعني أن العنوان يكون تكراراً لما جاء في المقدمة، ولكي يكون العنوان جيداً لا بد من يشمل في الغالب على مجموعة من النقاط وهي: أن يتضمن العنوان أهم حقيقة في الخبر، وأن يعبر عن أكثر الأحداث إثارة، وأن يبتعد عن التهويل أو التضخيم أو تقليل من أهمية الخبر، وأن يكون مفيداً يدل على معنى الخبر في أقل عدد من الكلمات، وأن يجيب عن أحد الأسئلة الستة المعروفة أو بعضها، وأن يثير انتباه القارئ أو اهتمامه بحيث يدفعه إلى قراءة الخبر (أبو زيد، 2011: ص 164).

2. **صياغة مقدمة الخبر:** تحتل المقدمة أهمية كبيرة في البناء الفني للخبر الصحفي، فهي تشترك مع العنوان في جذب القارئ إلى الخبر وتدفعه إلى متابعته حتى النهاية، والمقدمة الجيدة تمتاز بعدة مواصفات أهمها: أن تشمل على أهم النقاط الرئيسية للقصة الخبرية، وأن تكتب في جملة واحدة أو جمل قصيرة ليست بالكثيرة، وأن تكون إجابة واضحة عن الستة أسئلة: من، ماذا، متى، أين، كيف، ولماذا، وأن تكون القصة الخبرية واضحة بحيث تتميز عن غيرها كي يستطيع القارئ أن يكتفي بها (أبو زيد، 2011: ص 159).

3. سهولة وسلاسة اللغة: الابتعاد عن لغة الأدب من حيث استخدام المحسنات اللفظية والترادفات والصور البيانية أو الاستشهاد بالأمثلة أو بالأشعار، واستخدام لغة الصحافة المبسطة المفهومة لدى العامة. (أبو زيد، 2011: ص 183)

#### - العوامل اللغوية:

ويقصد بها اللغة التي تكتب بها المادة التحريرية، وهناك عدة نقاط لابد من توفرها في اللغة التي تكتب بها هذه المادة وهي: عدم استخدام مفردات صعبة وغريبة، عدم استخدام الفعل المبني للمجهول والالتزام بالفعل المبني للمعلوم قدر الإمكان، وعدم استخدام جمل طويلة، عدم استخدام فقرات طويلة، وعدم استخدام تراكيب معقدة (الربيعان، 2008: ص 616).

#### وحدة التحليل:

لأغراض تحليل المحتوى استخدمت الدراسة وحدة الفكرة.

#### الصدق:

يقصد به قدرة أداة البحث على جمع المعلومات اللازمة للوفاء بمشكلة البحث والإجابة عن التساؤلات. (اللبان والمقصود، 2009: 99). قام الباحث باستخدام عدة مجالات لتحقيق عامل الصدق تتمثل في: التأكد من أن استمارة التحليل تضم مجموعة من المحاور الموضوعية المتكاملة المعبرة عن أهداف الدراسة، وقد عرف فئات تحليل المضمون تعريفاً دقيقاً روعي فيه فض التداخل فيما بينها، واستفاد من الدراسات السابقة التي استخدمت هذه الأدوات وبعد ذلك تم

عرضها على المشرف وعلى محكمين من أساتذة الإعلام الذين عبروا عن استيفائها لأهداف الدراسة وتعبيرها عن مشكلة البحث وقدرتها على جمع المعلومات اللازمة.

### الثبات:

ويقصد به تحقيق درجة عالية من الاتفاق والدقة في مجال تحليل المضمون من خلال عملية استخراج مادة المحتوى ووضعها تحت فئات القضايا الرئيسية والفرعية الموجودة في استمارة تحليل المضمون. (اللبان والمقصود، 2009: ص 100). ومن أجل التأكد من ثبات التحليل في هذه الدراسة قام الباحث بطلب من باحثين آخرين أن يصنفا المواد في فئات تحليل المضمون الواردة في الاستمارة بعد اطلاعها على التعريفات الإجرائية لفئات التحليل وتعريفهما بالأسلوب المستخدم في التحليل وفقا لأهداف ومشكلة البحث. وتم إجراء الثبات من خلال استخدام معامل هولستي، وكانت نسبة الاتفاق 88% وهي درجة عالية من الثبات، وبناء عليه فإن أداة القياس المستخدمة قابلة للتطبيق.



## الفصل الرابع

### النتائج والمناقشة

#### نتائج التحليل

من أجل تحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن أسئلتها، تم تحليل مضمون الصحف عينة الدراسة وفق فئات التحليل المحددة في استمارة التحليل، إذ بلغ عدد المواد التي جرى عليها التحليل 2341 مادة تحريرية موزعة على صحف عينة الدراسة كما يلي: 991 مادة تحريرية من صحيفة اليوم، 906 مادة تحريرية من صحيفة الرياض، 444 مادة تحريرية من صحيفة عكاظ، وجاءت نتائج التحليل كما يلي:

أولاً: الشكل التحريري:

جدول رقم (1) الأشكال التحريرية في صحف عينة الدراسة

المرتبة	الشكل التحريري	اليوم		عكاظ		الرياض		المجموع	
		العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
1	الخبر	553	%55.8	252	%56.8	471	%52.0	1276	%54.5
2	المقال	52	%5.2	27	%6.1	98	%10.8	177	%7.6
3	التقرير الصحفي	319	%35.2	143	%32.2	302	%33.3	764	%32.6
4	التحقيق الصحفي	16	%1.6	11	%2.5	25	%2.8	52	%2.2
5	الحديث الصحفي	9	%0.9	3	%0.7	10	%1.1	22	%0.9
6	بريد القراء	42	%4.2	8	%1.8	0	%0.0	50	%2.1
	المجموع والنسبة لكل صحيفة	991	%100.0	444	%100.0	906	%100.0	2341	%100.0

يشير الجدول رقم (1) إلى أن الخبر الصحفي أكثر القوالب الصحفية استعمالاً لدى الصحف عينة الدراسة حيث يمثل 54.5% من مجموع المواد التحريرية، وقد جاء الخبر بنسبة متقاربة بين الصحف الثلاث، ولعل السبب في كثرة استعمال الخبر يعود إلى أنه المادة الأولى للأشكال التحريرية الأخرى، إضافة إلى أنه أكثر المواد التحريرية التي تبثها وكالات الأنباء، وهو أيضاً أكثر الأشكال التحريرية التي تصل إلى الصحف من قبل مكاتب العلاقات العامة التابعة للقطاع الحكومي والعام والخاص، ويرى الباحث أن اهتمام صحف العينة بالقوالب الخبرية نتيجة طبيعية للوظيفة الإخبارية للصحافة (أبو إصبع، 1999: ص 101)، وهذه النتيجة تتفق مع ما جاءت به نتائج دراسة "آل تويم" التي أجريت في عام 2000 إذ احتل الخبر المرتبة الأولى بين الأشكال

التحريرية الأخرى بنسبة 44.8%، وهي نسبة متقاربة بين الدراستين إلى حد ما، ولعل الفارق بين هذه الدراسة ودراسة "آل تويم" يعود إلى أن "آل تويم" اعتمد في دراسته المساحة بينما اعتمدت هذه الدراسة التكرار، وهذا يقود إلى أن الصحافة الاقتصادية في الصحف اليومية السعودية لم تتحول عن طبيعتها الإخبارية.

جاء في المرتبة الثانية التقرير الصحفي بنسبة 32.6% وهي نتيجة طبيعية أن يحتل التقرير الصحفي درجة متقدمة ذلك أن طبيعة الصحافة الاقتصادية تفرض تقديم مزيد من التفاصيل الجانبية بجانب نقل الحدث.

وأظهرت نتائج التحليل أن التحقيق الصحفي وعلى الرغم من أهميته الكبيرة في مجال الصحافة الاقتصادية إلا أنه حاز على نسبة 2.2%، وجاءت النسبة متقاربة بين الصحف الثلاث إلا أن صحيفة الرياض كانت الأكثر اهتماماً بالتحقيق الصحفي بنسبة 2.8%، تلتها عكاظ بنسبة 2.5%، فاليوم بنسبة 1.6%، وهذه النتيجة تشير إلى عدم اهتمام الصحف السعودية عينة

الدراسة بالتحقيقات الاقتصادية. يرى الباحث أن هذه النتيجة تعود لندرة الصحفي الاقتصادي المتخصص في الصحافة اليومية السعودية، إذ يعد التحقيق الصحفي من أصعب الفنون الصحفية ويتطلب مقدرة وكفاءة عالية من المحرر، ويفترض بالمحرر أن يكون قد تمارس في العمل الصحفي لمدة كبيرة، بحيث يكون قد عرف كيف يجري اللقاءات الصحفية، وكيف يفسر أو يعلق على ما يقال من آراء، وكيف يوازن بينها (إبراهيم، 2005: ص 101)، وقد أظهرت الخصائص الديمغرافية للصحفيين السعوديين أن معظمهم لا يمتلك خبرة صحفية كبيرة، لذلك فعدم اهتمام الصحافة الاقتصادية اليومية ربما يعود بدرجة أولى إلى قلة الخبرة التي يمتلكها الصحفيون الاقتصاديون. كما أن التحقيقات تأخذ مصادر واسعة وعدم تعاون مسؤولي القطاع الحكومي والعام والخاص مع الصحفي في إعطاء المعلومات والامتناع في كثير من الأحيان عن إجراء المقابلات، أثر سلباً على نسبة وجود التحقيقات في الصفحات الاقتصادية (الزياني، مقابلة شخصية، 25 ديسمبر 2011 )

أما بالنسبة للمقال فقد حاز على نسبة 7.6% من نسبة الأشكال التحريرية، وقد تفاوتت الصحف في اهتمامها بالمقال، فصحيفة الرياض كانت الأكثر استخداماً للمقال الاقتصادي بنسبة 10.8% تلتها صحيفة عكاظ بنسبة 6.1%، ثم اليوم بنسبة 5.2%. أما الحديث الصحفي فنجد أنه حاز على 0.9% من مجمل الأشكال التحريرية المستخدمة وربما تتفق هذه النتيجة مع رأي "الزياني" بأن المسؤولين يمتنعون في كثير من الأحيان عن إجراء اللقاءات مع الصحفيين. أما بريد القراء فنجد أن نسبته كانت 2.1% من إجمالي ما ورد من أشكال تحريرية للمواد الاقتصادية في الصحف السعودية، إذ نلاحظ أن أبرز الاختلافات كانت فيه والتي بلغت نسبته في صحيفة اليوم 4.2% مقابل 1.8% لصحيفة عكاظ، 0% لصحيفة الرياض.

كما أن مربع كاي بلغ 3422.919 بدرجات حرية 5 ومستوى دلالة  $0.05 \geq \alpha$ ، وهذا يشير إلى أن هناك اختلافاً دالاً إحصائياً في الشكل التحريري في المواد الصحفية الاقتصادية الواردة في الصحف السعودية. وتشير المقارنة بين استعمال الأشكال التحريرية إلى افتقار صف العينة للتوازن في استعمال هذه الأشكال، فعلى الرغم - مثلاً - من أهمية التحقيقات الصحفية وحاجة القراء لمعرفة تفاصيل القضايا الاقتصادية من خلالها إلا أن الصحف عينة الدراسة لم تمنحها اهتماماً كافياً.

### ثانياً: القطاع:

جدول رقم (2) القطاع في صحف عينة الدراسة

الرتبة	القطاع	اليوم		عكاظ		الرياض		المجموع	
		العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
1	القطاع الحكومي	149	%15.0	102	%23.0	129	%14.2	380	%16.2
2	القطاع الخاص	610	%61.6	275	%61.9	515	%56.8	1400	%59.8
3	القطاع العام	144	%14.5	26	%5.9	149	%16.4	319	%13.6
4	الحكومي والخاص	71	%7.2	34	%7.7	77	%8.5	182	%7.8
5	الحكومي والعام	15	%1.5	3	%0.7	6	%0.7	24	%1.0
6	الخاص والعام	2	%0.2	4	%0.9	30	%3.3	36	%1.5
	المجموع والنسبة لكل صحيفة	991	%100.0	444	%100.0	906	%100.0	2341	%100.0

من الجدول رقم (2) يتضح بأن المادة الاقتصادية الواردة في الصحف السعودية تناولت

أكثر من قطاع لكن بنسب متفاوتة، إذ سيطر القطاع الخاص على مجمل المواد التحريرية في

الصفحات الاقتصادية بنسبة 59.8%، تلاه القطاع الحكومي بنسبة 16.2%، فالقطاع العام بنسبة

13.6%، أما القطاعان الحكومي والخاص فقد حازا ما نسبته 7.8% من إجمالي المواد التحريرية الاقتصادية، في حين نجد أن 1% من المواد التحريرية الاقتصادية غطت القطاع الحكومي والعام، وان 1.5% اهتمت في القطاع الخاص والعام. كما أن مربع كاي بلغ 3403.102 بدرجات حرية 5 ومستوى دلالة  $0.05 \geq \alpha$ ، وهذا يشير إلى أن هناك اختلافاً دالاً إحصائياً في القطاع الذي تغطية الأخبار الاقتصادية الواردة في الصحف السعودية.

تعود الهيمنة التي يتمتع بها القطاع الخاص في حجم المواد التحريرية التي أبرزتها الصفحات الاقتصادية إلى أنه المصدر الرئيس الذي اعتمد عليه الصحفيون في استقاء المعلومات حول القضايا الاقتصادية التي كتبوا عنها، بالإضافة إلى أنه أحد الأطراف القوية في البناء التنظيمي لمؤسسات المجتمع السعودي، إذ اكتسبت مؤسسات القطاع الخاص قوتها من خلال الوظيفة التي تقوم بها في عملية التنمية، وخاصة أن خطط التنمية السعودية تركز على زيادة مساهمة القطاع الخاص في الاقتصاد السعودي، وتوفير البيئة المناسبة لنموه ودعمه لقيادة الاقتصاد الوطني، من خلال فتح الآفاق الاستثمارية أمامه لتوظيف موارده، والاستفادة من الفرص الاستثمارية الواعدة، وتقديم المزيد من التسهيلات لتشجيع الاستثمارات الخاصة (وزارة الاقتصاد التخطيط، [www.mep.gov.sa](http://www.mep.gov.sa))، وقد أدت مساهمة القطاع الخاص في التنمية الاقتصادية في المجتمع السعودي أن تفاعلت المؤسسات الإعلامية مع مؤسسات القطاع الخاص واستجابت لقضاياها وتبنت أولوياتها، وأبرزتها في صفحاتها الاقتصادية.

كما استمدت مؤسسات القطاع الخاص قوتها من حاجة المؤسسات الإعلامية لها في تمويل أنشطتها الإعلامية من خلال الإنفاق الإعلاني الذي تبذله مؤسسات القطاع الخاص، فهو مصدر دخل الصحف الرئيس الذي يغطي تكاليف إصدارها، ومن أجل ذلك تتنافس الصحف فيما بينها للحصول على الإعلان من هذه المؤسسات، هذا التنافس جعل الصحف تقدم خدمات

تحريرية مجانية وفي بعض الأحيان تنازلات على مستوى التحرير لكسب ود المؤسسات المعلنة. ويرى "أحمد حنتوش"، نائب رئيس القسم الاقتصادي في صحيفة اليوم إن مجاملة المعلن حق طبيعي وشرعي للصحف إذ أنها صحف تجارية، والإعلان يشكل العصب الرئيس لدخلها، لكنه أكد على أهمية أن تراعي الصحف المهنية في التعامل مع الإعلان، لذلك خصصت العديد من الصحف زوايا أو صفحات تحت مسميات مختلفة مثل "أجندة الأعمال" أو "خدمات إعلانية" أو غيرها من المسميات، تهدف من ذلك لإرضاء المعلن من جهة والحفاظ على مصداقية الصحفية من جهة أخرى (حنتوش، مقابلة عبر الهاتف، 28 ديسمبر 2011).

### ثالثاً: القضايا الاقتصادية:

#### جدول رقم (3) القضايا الاقتصادية

الدالة	درجات الحرية	مربع كاي	النسبة المئوية	التكرار	مجال التغطية
0.001	15	2117.286	8.9%	208	1. تحسين مستوى الأداء الاقتصادي
			4.1%	95	2. ارتفاع الأسعار وانخفاض مستوى الدخل
			3.2%	76	3. السياسات المالية
			8.4%	197	4. أسواق المال والسياسات النقدية
			2.1%	50	5. التقسيط والتمويل
			4.1%	95	6. الأمن الاقتصادي
			27.6%	645	7. الإعلام الاقتصادي والمعلومات
			5.4%	127	8. البترول والتعدين والطاقة
			2.9%	67	9. الممارسات التجارية غير المشروعة
			3.8%	89	10. السعادة والتوظيف
			5.8%	135	11. العلاقات الاقتصادية الدولية
			1.1%	25	12. الأموال المهاجرة
			5.7%	133	13. الأنظمة والمحاماة
			6.5%	151	14. التخصيص والشركات المساهمة
			2.4%	56	15. النقل والمواصلات
			8.2%	192	16. الجمعيات المهنية
			100.0	2341	المجموع

تفاوتت نسبة المواد التحريرية التي خصصتها الصحف لعرض القضايا الاقتصادية، فكما يشير الجدول رقم (3) أن قضية "الإعلام الاقتصادي والمعلومات" أكبر القضايا الاقتصادية نسبة إذ بلغت 27.6% من مجموع نسب المواد التحريرية التي عرضتها الصفحات الاقتصادية، وتعرض الصحف عادة تحت هذه القضية؛ الإعلام الاقتصادي، والخدمات الإعلامية لمؤسسات القطاع الخاص ورجال الأعمال، والشفافية في عرض المعلومات ونشرها، والانترنت والحاسب الآلي، والتسويق والإعلان والمعارض التجارية، والاتصالات، والقنوات الفضائية، والعلاقات العامة والمسئولية الاجتماعية. وجاءت قضية "أسواق المال والسياسات النقدية" في المرتبة الثانية من اهتمام الصحف بنسبة 8.4%، تلتها في المرتبة الثالثة الجمعيات المهنية بنسبة 8.2%، وجاءت كل من قضايا "البتروال والتعدين والطاقة" و"السعودة والتوظيف" على الرغم من أهميتهما النسبية في درجة متأخرة من اهتمام الصحف بنسبة 5.4% و3.8%، وكانت أقل القضايا اهتماماً من قبل الصحف "الأموال المهاجرة" بنسبة 1.1%. وقد بلغ مربع كاي 2117.286 بدرجة حرية 15 ومستوى دلالة  $0.05 \geq \alpha$ ، وهذا يشير إلى أن هناك اختلافاً دالاً إحصائياً في القضايا الاقتصادية في تغطية الأخبار الاقتصادية الواردة في الصحف السعودية.

جدول رقم (4) القضايا الاقتصادية موزعة على صحف عينة الدراسة

الرتبة	القضايا الاقتصادية	اليوم		عكاظ		الرياض		المجموع	
		النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد
1	تحسين مستوى الاداء الاقتصادي	%4.7	47	%10.8	48	%12.5	113	%8.9	208
2	ارتفاع الاسعار وانخفاض مستوى الدخل	%3.2	32	%7.4	33	%3.3	30	%4.1	95
3	السياسات المالية	%3.1	31	%4.5	20	%2.8	25	%3.2	76
4	اسواق المال والسياسات النقدية	%11.4	113	%8.6	38	%5.1	46	%8.4	197
5	التقسيط والتمويل	%1.3	13	%2.5	11	%2.9	26	%2.1	50
6	الامن الاقتصادي	%2.4	24	%4.5	20	%5.6	51	%4.1	95
7	الاعلام الاقتصادي والمعلومات	%30.9	306	%28.2	125	%23.6	214	%27.6	645
8	البتروك والتعدين والطاقة	%8.5	84	%1.6	7	%4.0	36	%5.4	127
9	الممارسات التجارية غير المشروعة	%1.3	13	%5.2	23	%3.4	31	%2.9	67
10	السعودة والتوظيف	%3.4	34	%5.0	22	%3.6	33	%3.8	89
11	العلاقات الاقتصادية الدولية	%6.2	61	%4.5	20	%6.0	54	%5.8	135
12	الاموال المهاجرة	%2.0	20	%1.1	5	%0.0	0	%1.1	25
13	الانظمة والمحاماة	%5.0	50	%7.7	34	%5.4	49	%5.7	133
14	التخصيص والشركات المساهمة	%4.7	47	%2.0	9	%10.5	95	%6.5	151
15	النقل والمواصلات	%2.3	23	%2.3	10	%2.5	23	%2.4	56
16	الجمعيات المهنية	%9.4	93	%4.3	19	%8.8	80	%8.2	192
	المجموع والنسبة لكل صحيفة	%100.0	991	%100.0	444	%100.0	906	%100.0	2341

من الجدول رقم (4) يتضح أن قيمة مربع كاي بلغت (229.120) للاختلاف في نسبة

توزيع الأخبار الاقتصادية في الصحف السعودية تبعا لمتغير الموضوعات الاقتصادية، بمستوى



دلالة 0.001، إذ نجد أن صحيفة اليوم كان اهتمامها أقل في شأن تحسين مستوى الأداء الاقتصادي، مقارنة بالصحف الأخرى. في حين نجد أن صحيفة عكاظ اهتمت بنسبة أعلى في ارتفاع الأسعار وانخفاض مستوى الدخل. أما التخصيص والشركات المساهمة فقد كان اهتمام صحيفة الرياض أكبر من بقية الصحف، أما البترول والتعدين والطاقة فقد كان اهتمام صحيفة اليوم به أكبر من بقية الصحف.

عند النظر إلى نتائج التحليل في الجدول رقم (4) يرى الباحث أن الصحف عينة الدراسة اهتمت بالقضايا التي يكون مركزها المنطقة التي تصدر منها الصحيفة، فمدينة جدة التي تصدر منها صحيفة عكاظ تعدّ المركز التجاري الأبرز في المملكة، لذلك كان اهتمام صحيفة عكاظ بالقضايا ذات الطابع التجاري أكبر من باقي الصحف، بينما القضايا التي ترتبط بصنع القرار كان اهتمام صحيفة الرياض بها أكبر إذ إن الصحيفة تصدر من العاصمة، في حين أن اهتمام صحيفة اليوم كان أفضل ما يكون بالمقارنة مع الصحف الأخرى في قطاع البترول والتعدين والطاقة ذلك أن صحيفة اليوم تصدر من المنطقة الشرقية التي تقع بها منابع النفط وشركة أرامكو السعودية بالإضافة إلى الصناعات البتروكيمياوية المزدهرة في تلك المنطقة، ويرى "حنتوش" أن اهتمام صحيفة اليوم بهذا القطاع يعود إلى أن المنطقة الشرقية التي تصدر منها الصحيفة تعدّ عاصمة النفط العالمية، وبها أكثر من 65 ألف موظف في شركة أرامكو بالإضافة إلى ما يقرب من 45 ألف موظف في شركة سابك التي تتصدر قطاع الصناعات البتروكيمياوية، هذه الأعداد الكبيرة من المهتمين بهذا القطاع والمتواجد معظمها في المنطقة الشرقية يحتم على الصحيفة مراعاة اهتمام الجمهور (حنتوش، مقابلة)، ويرى الباحث أن الصحف السعودية هي صحف مناطقية في الدرجة الأولى وتولي اهتمام أكبر للطبيعة الاقتصادية في منطقة صدورها.

## رابعاً: المجال

جدول رقم (5) المجالات الاقتصادية

المجال	التكرار	النسبة المئوية	مربع كاي	درجات الحرية	الدلالة
6. التجاري	356	15.2%	1337.660	20	0.001
4. المالي والبنوك	295	12.6%			
12. البورصة	185	7.9%			
16. الاتصالات	176	7.5%			
2. الاسكان والعقاري	157	6.7%			
18. الاستثمار	138	5.9%			
11. الخدمات	129	5.5%			
7. تكنولوجيا المعلومات	100	4.3%			
3. التعدين والطاقة والبترو	99	4.2%			
15. السعودية والتوظيف	98	4.2%			
13. السياحي	90	3.8%			
5. الزراعي	86	3.7%			
17. التعليم والتدريب	81	3.5%			
1. الصناعي	77	3.3%			
8. معارض	70	3.0%			
10. النقل والمواصلات	55	2.3%			
19. البتروكيماويات	49	2.1%			
21. اخرى	44	1.9%			
14. الطبي	26	1.1%			
20. البيئة	17	0.7%			
9. التأمين	13	0.6%			
المجموع	2341	100.0%			

من الجدول رقم (5) يتضح بأن القطاعات التي تناولتها الصحافة السعودية في الشأن

الاقتصادي تباينت إذ نجد أن معظم هذه الأخبار تركزت حول القطاع التجاري والذي بلغت نسبة

المواد التحريرية التي غطته 15.2%. وأن 12.6% غطت القطاع المالي والبنوك، أما البورصة فقد حظيت بما نسبته 7.9% ، في حين أن قطاع البترول والطاقة والبتروكيماويات جاءت بنسبة منخفضة إذ حاز كل منها على التوالي، 4.2% و 2.1%، وقد جاء كل من قطاع البيئة والتأمين في أسفل القائمة بنسبة 0.7% للبيئة و 0.6% للتأمين.

#### خامساً: المصدر

جدول رقم (6) المصادر التي اعتمدت عليها صحف العينة

المرتبة	المصادر	اليوم		عكاظ		الرياض		المجموع	
		النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد
1	الصحفي	21.4%	212	58.8%	261	56.1%	508	41.9%	981
2	وكالة الأنباء السعودية	3.4%	34	4.1%	18	1.8%	16	2.9%	68
3	وكالات الأنباء العربية	2.2%	22	0.0%	0	0.0%	0	0.9%	22
4	وكالات الأنباء الأجنبية	14.0%	139	6.1%	27	4.2%	38	8.7%	204
5	جمهور القراء	4.7%	47	1.8%	8	0.0%	0	2.3%	55
6	لم يذكر المصدر	51.8%	513	29.1%	129	38.0%	344	42.1%	986
7	مصادر أخرى	2.4%	24	0.2%	1	0.0%	0	1.1%	25
	المجموع والنسبة لكل صحيفة	100.0%	991	100.0%	444	100.0%	906	100.0%	2341

من الجدول رقم (6) يتبين بأن 41.9% من المواد التحريرية الاقتصادية كان مصدرها الصحفي، وان 2.9% من المواد كان مصدرها وكالات الأنباء العربية، وان 0.9% من المواد كان مصدرها وكالات الأنباء الأجنبية، وان 8.7% كان مرجعها جمهور القراء، في حين نجد أن 42.1% من المواد التحريرية لم يذكر لها مصدر، وإن 1.1% كانت لها مصادر أخرى غير

تلك المحددة سابقا. مما سبق نستنتج أن معظم الأخبار إما مصدرها الصحفي، أو مصدرها لم يكن محددًا.

تتقسم المصادر الإخبارية التي تعتمد عليها الصحف - غالبا - في الحصول على المعلومة إلى قسمين: الأول، المصادر الداخلية وهي المصادر من داخل الصحيفة مثل المراسلين والمندوبين والمحريين وكتاب الزوايا الثابتة. والقسم الثاني مصادر خارجية وهي المصادر من خارج الصحيفة مثل وكالات الأنباء ومكاتب العلاقات العامة في مؤسسات القطاع الحكومي والعام والخاص. وعند النظر إلى المصادر الإخبارية التي اعتمدت عليها صحف عينة الدراسة تبين للباحث أن الصحف اعتمدت كثيرا على هذين النوعين من المصادر، إضافة إلى أنها قد تنشر مواد دون الإشارة إلى مصدر المادة التحريرية؛ فقد نشرت الصحف ما نسبته 42.1% من المواد التحريرية دون الإشارة إلى مصدر المادة، ويتعلق هذا الأمر - كما يرى الباحث - بنقطتين: الأولى أن كثيرا من المواد التي تأتي من مؤسسات القطاع الحكومي والعام والخاص والتي تحتوي على قرارات مهمة تتعلق بالاقتصاد، توزع من قبل مكاتب العلاقات العامة في هذه المؤسسات حيث تعطى لكل الصحف في نفس الوقت حتى لا يكون هنالك أفضلية لصحيفة على أخرى في نقل الخبر الصحفي وخصوصا مؤسسات القطاع الحكومي التي تنظر إلى الصحف من نفس المسافة، ونظرا لأهمية الخبر فإن الصحيفة تقوم بنشر الخبر دون ذكر اسم مصدره، والسبب الثاني أن جزءاً كبيراً من هذه الأخبار تتعلق بالخدمات التحريرية التي تقدمها الصحف للمعلنين.

## سادسا: جغرافية المادة:

جدول رقم (7) جغرافية المادة في صحف العينة

الرتبة	جغرافية المادة	اليوم		عكاظ		الرياض		المجموع	
		النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد
1	محلي	55.9%	554	87.6%	389	76.5%	693	69.9%	1636
2	خليجي	11.8%	117	1.8%	8	2.2%	20	6.2%	145
3	عربي	6.9%	68	4.3%	19	3.6%	33	5.1%	120
4	دولي	20.2%	200	5.0%	22	10.6%	96	13.6%	318
5	أخرى	5.2%	52	1.4%	6	7.1%	64	5.2%	122
	المجموع والنسبة لكل صحيفة	100.0%	991	100.0%	444	100.0%	906	100.0%	2341

الجدول رقم (7) يبين أن جغرافية المادة الإعلامية في الصحافة السعودية تميل إلى المحلية بشكل كبير مقارنة بالمناطق الأخرى إذ كانت نسبتها 69.9%، وأن 6.2% من الأخبار غطت النطاق الخليجي، وان 5.1% من الأخبار الاقتصادية كان على المستوى العربي، كما نجد أن الشأن الاقتصادي الدولي غطى ما نسبته 13.6% من الأخبار الاقتصادية في الصحافة السعودية. وان 5.2% من الأخبار كانت غير محدد. وهذا يقود الباحث إلى الاستنتاج أن أغلبية الأخبار الواردة في الصحافة السعودية والمتعلقة بالشأن الاقتصادي ركزت بالدرجة الأولى على الشأن المحلي ومن ثم جاء التركيز بعده على الشأن الدولي.

كما يتضح أن قيمة مربع كاي بلغت (231.86) للاختلاف في نسبة توزيع الجغرافي للأخبار الاقتصادية باختلاف الصحف، بمستوى دلالة 0.001، وهذا يشير إلى أن الأخبار في الاقتصادية في الصحف السعودية لم تتوزع بشكل متشابه ضمن مختلف الصحف، إذ نجد أن

الأخبار المحلية حظيت على نسبة اهتمام أكبر من صحيفة عكاظ مقارنة بالصحف الأخرى في حين نجد أن الأخبار الخليجية والدولية ركزت عليها صحيفة اليوم بشكل أكبر مقارنة مع بقية الصحف.

### سابعاً: شرح المصطلح:

جدول رقم (8) شرح المصطلح في مضمون المواد التحريرية في صحف العينة

الدلالة	درجات الحرية	مربع كاي	النسبة المئوية	التكرار	شرح المصطلح
0.001	3	3843.490	80.3%	1880	لم يرد مصطلح
			4.0%	93	شرح بشكل كامل
			10.7%	250	شرح بشكل متوسط
			5.0%	118	شرح بمعدل ضعيف
			100.0%	2341	المجموع

يلاحظ من الجدول رقم (8) أن شرح المصطلحات الاقتصادية تباين، إذ أن 80.3% من المواد التحريرية التي تم تحليلها لم يرد فيها مصطلح ليتم شرحه، وأن 4% من المصطلحات التي وردت تم شرحها بشكل كامل، كما أن 10.7% من المصطلحات الاقتصادية تم شرحها بمستوى متوسط. وان 5% من المصطلحات الاقتصادية تم شرحها بمعدل ضعيف. وهذه النتيجة تقود الباحث إلى الاستنتاج بأن معظم المواد التحريرية الاقتصادية الواردة في الصحف السعودية التي تحوي مصطلحات اقتصادية تراوح شرح المصطلحات فيها إلى المستوى المتوسط. كما أن مربع كاي بلغ 3843.490 بدرجات حرية 3 ومستوى دلالة  $0.05 \geq \alpha$ ، وهذا يشير إلى أن هناك اختلافاً دالاً إحصائياً في مستوى شرح المصطلحات الواردة في المواد التحريرية.

بالنظر إلى النتائج الظاهرة في الجدول السابق يلاحظ بأن نسبة 80.3% من المواد التحريرية الاقتصادية لم يرد بها مصطلحات اقتصادية وهذه دلالة أن الطبيعة الخبرية البسيطة هي المسيطرة على مضمون الصفحات الاقتصادية في الصحف عينة الدراسة، كما أن الميل الضعيف إلى شرح المصطلحات الاقتصادية يؤشر أن الصحفي الاقتصادي تنقصه الخبرة الصحفية وفنيات الكتابة الصحفية الموجهة إلى جمهور الصحف اليومية.

### ثامناً: الموضوعية:

جدول رقم (9) الموضوعية في مضمون المواد التحريرية في صحف العينة

الدلالة	درجات الحرية	مربع كاي	النسبة المئوية	التكرار	درجة الموضوعية
0.000	4	394.987	14.8%	347	ضعيف جدا
			33.1%	776	ضعيف
			26.1%	612	متوسط
			13.4%	314	مرتفع
			12.5%	292	مرتفع جدا
			100.0%	2341	المجموع

يلاحظ من الجدول رقم (9) أن تقييم درجة الموضوعية للصحف السعودية متباينة حيث أن 14.8% من المواد التحريرية الاقتصادية كان درجة موضوعيتها ضعيفة جداً، بينما 33.1% من المواد التي تم تقييمها كانت درجة موضوعيتها ضعيفة، كذلك نجد بأن 26.1% من المواد التي وردت في الصحف السعودية تم تقييمها بأنها متوسطة الدرجة من الموضوعية، في حين نجد أن درجة الموضوعية المرتفعة تحققت بنسبة 13.4% من المواد الاقتصادية الواردة بالصحف السعودية، بينما لوحظ أن درجة الموضوعية المرتفعة جداً بلغت 12.5%.

وهذه النتيجة تقودنا إلى الاستنتاج بأن معظم الإخبار الاقتصادية الواردة في الصحف السعودية تراوحت درجة موضوعيتها بين الضعيف والمتوسط. كما أن مربع كاي بلغ 394.987 بدرجات حرية 4 ومستوى دلالة  $0.05 \geq \alpha$ ، وهذا يشير إلى أن هناك اختلافاً دالاً إحصائياً في مستوى درجة موضوعية المادة التحريرية الواردة في الصحف السعودية.

تشير نتائج الجدول رقم (9) أن الموضوعية في مضمون الصفحات الاقتصادية في الصحف اليومية عينة الدراسة تتجه إلى مستويات منخفضة، ويعود ذلك كما يرى الباحث إلى عدة أسباب، من أهمها عدم إدراك الصحفي إلى الدور الذي يقوم به تجاه المجتمع والمسئولية الملقاة على عاتقه، كما أن ميل الصحفيين والمؤسسات الصحفية إلى التركيز على الجوانب الإيجابية وعدم النقد خشية المساءلة قد يؤدي إلى حجب معلومات ضرورية تهم القارئ، هذا بالإضافة إلى سعي جماعات التأثير إلى توجيه الصحفيين لتحقيق مصالحها الخاصة أدى إلى عدم التوازن والحياد في نقل الأحداث، كما أن امتناع المؤسسات الحكومية والعامّة في كثير من الأحيان من إعطاء المعلومات الضرورية للصحفي أو الموافقة على إجراء المقابلات أدى إلى غياب التوازن في أخذ الآراء المختلفة حول موضوع التغطية.



## تاسعا: مصداقية المضمون:

جدول رقم (10) مصداقية مضمون المادة التحريرية في صحف عينة الدراسة

الدلالة	درجات الحرية	مربع كاي	النسبة المئوية	التكرار	مصداقية المضمون
0.000	4	394.987	19.2%	449	ضعيف جدا
			36.1%	846	ضعيف
			28.4%	665	متوسط
			11.5%	269	مرتفع
			4.8%	112	مرتفع جدا
			100.0%	2341	المجموع

من الجدول رقم (10) يتضح بان المادة التحريرية الاقتصادية الواردة في الصحف عينة

الدراسة تراوحت درجة مصداقية مضمونها بين المتوسط بنسبة 28.4% والضعيف بنسبة 36.1%، أما المواد التي حازت على نسبة مرتفعة أو مرتفعة جدا فقد كانت قليلة نسبيا حيث كانت النتائج 11.5% للمصداقية المرتفعة، في حين لم تحصل المواد التي مصداقية مضمونها مرتفع جدا على اكثر من 4.8%.

عدم المصداقية للإعلام يبرز عندما تتوافر للمضمون مؤشرات دالة على عدم الصدق، مثل تغليب احدى وجهات النظر على الأخرى، أو تبني وجهة نظر معينة لصالح جهة معينة، أو غلبة الطابع الشخصي عليها، وعدم الحرص على دقة المعلومات، أو إغفال ذكر المصادر وعدم تعددها، وتعتمد إخفاء بيانات أو حقائق، وغموض الأفكار وتأكيداتها من خلال تغليب الباطل، وحجب الأخبار أو عناصر مهمة منها (حجاب، 2010: ص 351).

وقد جاء في الدراسة التي أجراها "الجمعية" أن هنالك مجموعة من المؤشرات السلبية للممارسة الصحفية في الصحف السعودية أهمها، التجاوزات الأخلاقية للمهنة، ويتضح ذلك في عدد من المظاهر، منها: نشر معلومات غير دقيقة، أو لم يأذن المصدر بنشرها، والنقل عن

المواقع الإلكترونية دون الإشارة إليها، وإلحاح الصحفي على مسئولى التحرير لنشر المواد الصحفية التي تحقق مصالحه الخاصة، واستخدام جهاز التسجيل أثناء الاتصال بمصادر المعلومات دون أن يشعروا بذلك، وتوظيف العمل الصحفي في البحث عن مصادر دخل إضافية. ومن المؤشرات السلبية للممارسة أيضاً: تدني مهارة الكتابة الصحفية لدى معظم الصحفيين، وتقييد هامش الحرية أمامهم (الجمعية، 2010: ص 316). يرى الباحث أن دراسة "الجمعية" تفسر النتيجة التي حصلت عليها الدراسة الحالية في انخفاض مصداقية مضمون المادة الاقتصادية في الصحف عينة الدراسة.

#### عاشرا: استخدام الصور بالنسبة للشكل التحريري:

الجدول رقم (11) استخدام الصور بالنسبة إلى الشكل التحريري

	الشكل التحريري						الصورة
	بريد القراء	الحديث الصحفي	التحقيق الصحفي	التقرير الصحفي	المقال	الخبر	
1344	47	22	49	470	166	590	Count نعم
57.4%	94.0%	100.0%	94.2%	61.5%	93.8%	46.2%	% within edit
997	3	0	3	294	11	686	Count لا
42.6%	6.0%	.0%	5.8%	38.5%	6.2%	53.8%	% within edit
2341	50	22	52	764	177	1276	Count المجموع
100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	% within edit
				0.000	الدلالة	238.724	مربع كاي

تمثل الصور عنصرا طباعيا مهما يضيف كثير من المعاني للمادة التحريرية، ويكسبها درجة من المصداقية، ويساعد القارئ على فهم الموضوع وثبितه في ذهنه، ونشر الصور يعكس اهتمام الصحيفة بالقضية الاقتصادية التي تعرضها. من الجدول (11) يتضح أن قيمة مربع كاي بلغت (238.724) للاختلاف في نسبة توزيع المواد التحريرية الاقتصادية على مختلف الأشكال التحريرية تبعاً لمتغير وجود الصورة، حيث نجد أن الحديث الصحفي بلغت نسبة وجود الصور فيه 100%، وأن التحقيق الصحفي حاز على نسبة مرتفعة من الصور الذي بلغت نسبته 94.2%، كما أن بريد القراء حاز على نسبة مرتفعة من الصور 94%، كذلك فإن المقال حاز على نسبة 93.8% من وجود الصور.

وتشير هذه النتائج إلى الاهتمام الذي توليه الصحف السعودية في استخدام الصور كوسيلة توضيحية تساعد القارئ على فهم الموضوع الاقتصادي وثبितه في ذهنه. كما أن متوسط ملاءمة الصور للموضوع الاقتصادي تراوحت بين المتوسط والمرتفع.

#### الحادي عشر: وجود الجداول والرسوم البيانية وملاءمتها للمادة التحريرية:

الجدول رقم (12) وجود الرسوم البيانية

الدلالة	درجات الحرية	مربع كاي	النسبة المئوية	التكرار	
0.001	1	1818.013	5.9%	139	وجود رسوم بيانية
			94.1%	2202	عدم وجود رسوم بيانية
			100.0%	2341	المجموع

يلاحظ من الجدول رقم (12) أن 5.9% من الأخبار الاقتصادية شملت على رسوم بيانية، في

حين نجد أن 94.1% من إجمالي الأخبار التي تم تحليلها لم تشمل على رسوم بيانية.

يرى الباحث أن النسبة الضعيفة في وجود جداول ورسوم بيانية تعود إلى ضعف

استخدام التحقيق الصحفي، كما تعود إلى طغيان الأسلوب الخبري في الصحف عينة الدراسة

أكثر من الأسلوب التحليلي والتفسيري.

أما بالنسبة إلى ملاءمة الرسوم البيانية للمادة التحريرية فقد كانت أكثر ما يكون في

التقارير الخاصة بأسعار العملات والأسهم وتحركات أسواق المال.

## الثاني عشر: الصياغة والتنظيم:

الجدول رقم (13) الصياغة والتنظيم

الصياغة التنظيم	التكرار	النسبة المئوية	مربع كاي	درجات الحرية	الدلالة
ضعيف جدا	12	0.5%	1808.169	4	0.00
ضعيف	609	26.0%			
متوسط	868	37.1%			
مرتفع	578	24.7%			
مرتفع جدا	274	11.7%			
المجموع	2341	100.0%			

يبين الجدول رقم (13) أن 37.1% من المواد الصحفية الاقتصادية التي تم تحليلها هي

متوسطة الصياغة والتنظيم، وأن 26% من المواد الصحفية الاقتصادية التي تم تحليلها هي

ضعيفة الصياغة والتنظيم، وأن 24.7% من المواد التي أُجري عليها التحليل مستواها مرتفع،

في حين أن 11.7% فقط مما تم تحليله مستوى الصياغة والتنظيم فيها مرتفع جداً. وأن 0.5% مما تم تحليله يقع ضمن المستوى الضعيف جداً.

تشير نتائج الجدول رقم (13) إلى أن الصياغة والتنظيم في المواد التحريرية الاقتصادية في صحف عينة الدراسة تراوحت بين الضعيف إلى المرتفع، وهذه النتيجة جيدة نسبياً، ربما يرجع ذلك إلى أن المادة التحريرية تمر على أكثر من جهة قبل نشرها، فهي تمر على غرفة الأخبار (الديسك) الذي يعدل في المادة حتى تصبح ذات مستوى مقبول للنشر، ويرى "ماجد إبراهيم" الصحفي الاقتصادي في جريدة الجزيرة أن "الديسك" يقوم بدور كبير في المعالجة الفنية للمادة الصحفية (إبراهيم، مقابلة شخصية، 13 ديسمبر 2011). هذا بالإضافة إلى دور المصحح اللغوي الذي يقوم بتحسين الصياغة اللغوية للمادة. وقد كان من أهم الإيجابيات التي ظهرت للباحث في مجال الصياغة والتنظيم، القدرة الجيدة نسبياً على صياغة عنوان الخبر واستيفائه للشروط التي حددتها الدراسة مسبقاً، وسهولة اللغة المستخدمة والتي يستطيع القارئ العادي فهمها بسهولة، واستخدام تراكيب بسيطة غير معقدة، وقلة استخدام التركيب الصعبة أو الغريبة. أما أهم السلبات التي ظهرت للباحث فهي، استخدام الفعل المبني للمجهول والميل إلى استخدام الجمل الطويلة نسبياً، وعدم التوازن في طول الفقرات. أما بالنسبة إلى مقدمة الخبر فقد جاءت ذات مستوى متوسط نسبياً.

## الفصل الخامس

### مناقشة النتائج:

سيقوم الباحث بمناقشة النتائج من محورين: الأول ضمن أهداف الدراسة وأسئلتها، والثاني ضمن النظريات التي اعتمدت عليها الدراسة:

### مناقشة النتائج ضمن أهداف الدراسة وأسئلتها:

أظهرت نتائج الدراسة سيطرة القطاع الخاص على مجمل المواد التحريرية في الصفحات الاقتصادية في الصحافة اليومية السعودية، ويعود ذلك إلى القوة النسبية التي يتمتع بها هذا القطاع، وقد اكتسب هذا القطاع هذه القوة من خلال إدراكه إلى أهمية بناء علاقات جيدة مع المؤسسات الصحفية لتسويق أفكاره ومنتجاته وإدراكه إلى حاجة المؤسسات الصحفية له لتمويل أنشطتها من خلال ما يقدمه لها من دعم مالي عن طريق الإعلانات. كما أن للخطط التنموية المتعاقبة دوراً بارزاً في إعطاء هذا القطاع هذه القوة من خلال دعمه وتوفير البيئة المناسبة لنموه وإفساح المجال له لأخذ دور بارز في الاقتصاد الوطني، مما أدى إلى تفاعل المؤسسات الإعلامية مع مؤسسات القطاع الخاص واستجابتها لقضاياها وتبني أولوياتها، وإبرازها في صفحاتها الاقتصادية.

تفاوتت نسبة المواد التحريرية التي خصصتها الصحف لعرض القضايا الاقتصادية، إذ اهتمت الصحف أكثر ما يكون في القضايا التي يكون مركزها المنطقة التي تصدر منها الصحيفة، وهذا مؤشر بأن الصحف اليومية هي صحف مناطقية تهتم بالقضايا التي تحصل في منطقتها بالدرجة الأولى.

اعتمدت الصحف في الحصول على المادة التحريرية على نوعين من المصادر: الأول، المصادر الداخلية وهي المصادر من داخل الصحيفة مثل المراسلين والمندوبين والمحربين وكتاب الزوايا الثابتة. والقسم الثاني مصادر خارجية وهي المصادر من خارج الصحيفة مثل وكالات الأنباء ومكاتب العلاقات العامة في مؤسسات القطاع الحكومي والعام والخاص، كما بينت النتائج أن الصحف قد تنشر مواد دون الإشارة إلى مصدر المادة التحريرية، وهذا يتعلق بنقطتين: الأولى الحصول على هذه المادة من مكاتب العلاقات العامة، والثانية تتعلق بالخدمات التحريرية التي تقدمها الصحف للمعلنين. اعتماد الصحافة الاقتصادية على هذا النوع من المصادر يعد سبباً من أسباب أزمة المضمون التي تعاني منها الصحافة الاقتصادية ويفقدها الكثير من المصداقية التي يجب أن تتمتع بها لتمارس دورها في المجتمع.

كشفت الدراسة أن هنالك تأثيراً من جانب المؤسسات المعلننة في الصحف، يتمثل هذا التأثير في زيادة اهتمام الصحيفة بالأنشطة التي تمارسها المؤسسات المعلننة من خلال تقديم مواد تحريرية لهذه المؤسسات ومن خلال الإحجام عن بث مواد تتعرض لها بالنقد.

أظهرت نتائج الدراسة إلى أن الصحافة الاقتصادية في الصحف اليومية السعودية ذات طابع إخباري في معالجتها للشأن الاقتصادي، ولم تولِ التحليل والتفسير أهمية كبيرة، برز ذلك من خلال الاستخدام الضعيف للتحقيق الصحفي والمقابلة الصحفية، وقد عزت الدراسة تراجع استخدام التحقيق إلى ندرة الصحفي الاقتصادي الذي يتمتع بالخبرة والقدرة على التعامل مع المواضيع الاقتصادية، بالإضافة إلى عدم تعاون مؤسسات المجمع الأخرى مع الصحفي في إعطاء المعلومات الضرورية أو إجراء المقابلات في كثير من الأحيان. وعلى الرغم من أن مؤسسات المجتمع السعودي لا يوجد بينها صراع كما بين ذلك الجانب النظري إلا أن الدراسة بينت أنه لا يوجد تعاون أيضاً بين هذه المؤسسات والمؤسسات الصحفية.

### مناقشة النتائج ضمن النظريات التي اعتمدت عليها الدراسة:

أظهرت نتائج الدراسة إلى الحضور القوي الذي تتمتع به مؤسسات القطاع الخاص في مضمون الصفحات الاقتصادية، والتأثير الذي تمارسه على مضمون المواد الاقتصادية من خلال المواد التحريرية التي تقدمها الصحف لهذه المؤسسات خدمة لها مقابل الإعلان، لذلك ترى هذه الدراسة أن مؤسسات القطاع الخاص تؤدي دورا كبيرا في ترتيب أولويات الصفحات الاقتصادية في الصحف اليومية السعودية. كما أظهرت الدراسة اهتمام الصفحات الاقتصادية بالقضايا المحلية وخصوصا الأنشطة الاقتصادية التي تحدث في منطقة صدور الصحيفة وهذا مؤشر إلى احتمالين: الأول، الصحف ربما تهتم بقضايا الجمهور وهذا بالتالي يقود إلى أنه ربما يكون للجمهور دور في ترتيب أولويات الصفحات الاقتصادية، والاحتمال الثاني، الصحف ربما تهتم بهذه القضايا نظرا لتأثير المؤسسات الموجودة في هذه المنطقة، وعند النظر للمساحات الصغيرة التي أعطتها الصحف لبريد القراء واعتمادها القليل على جمهور القراء كمصدر من مصادر الأخبار وكذلك عدم تركيز الصفحات الاقتصادية على بعض القضايا التي تهتم المواطنين مثل العودة والتوظيف والبيئة والنقل والمواصلات والقضايا الطبية فإن الباحث يرجح الاحتمال الأول وهي، مؤسسات القطاع الخاص هي التي ترتب أولويات الصحف بالدرجة الأولى.

هنالك اعتماد متبادل بين النظام الاقتصادي والمؤسسات الصحفية، حيث يعتمد كل منهما على موارد الآخر لتحقيق أهدافه، وقد أظهرت نتائج هذه الدراسة اعتماد النظام الاقتصادي والمؤسسات الصحفية كل منهما على الآخر، كما أظهرت أن العلاقة بينهما تتسم بالتعاون، فمن ناحية يحتاج النظام الاقتصادي الصحف لترويج وتدعيم القيم الخاصة بمشروعاته وتأسيس وصيانة العلاقة بين المنتج والمستهلك، وكسب المواقف التي ربما يكون فيها تهديد للمؤسسات



الاقتصادية. اعتمدت الصحف على النظام الاقتصادي في تحقيق الربح الذي تحصل عليه من خلال الإعلانات التي تضعها مؤسسات النظام الاقتصادي في الصحف التي تعد العصب الرئيس لتمويل أنشطة المؤسسات الصحفية. وعلى الرغم من التعاون بينهما إلا أن العلاقة ليست متوازنة حيث تميل لأن تكون مؤسسات النظام الاقتصادي هي المؤثر على المؤسسات الصحفية، ذلك أن العديد من المؤسسات الصحفية تقدم تنازلات على مستوى التحرير لإرضاء المؤسسات الاقتصادية محاولة منها لكسب ود المعلن، خصوصا في وجود عدد كبير من الصحف التي تتنافس فيما بينها للحصول على الإعلان.

انطلاقا من نظرية المسؤولية الاجتماعية التي ترى قيام المؤسسات الصحفية بدورها يحتاج مجموعة من المتطلبات الأساسية التي هي عبارة عن معايير لقياس أداء وسائل الإعلام والتي من أهمها: تزويد المجتمع بالأحداث الصادقة والشاملة، والسماح بالتعبير عن وجهات النظر المتعارضة، وعرض جميع وجهات النظر المختلفة بموضوعية، وأن تكون مسئولة عن تقديم وتوضيح أهداف وقيم المجتمع وتزويده بالمعلومات.

بينت الدراسة أن الموضوعية في مضمون الصفحات الاقتصادية في الصحف اليومية جاءت بنسبة منخفضة نظرا إلى مجموعة من الأسباب أهمها عدم إدراك الصحفي الدور الذي يقوم به تجاه المجتمع والمسؤولية الملقاة على عاتقه، وميل الصحفيين والمؤسسات الصحفية للتركيز على الجوانب الايجابية وعدم النقد خشية المساءلة مما قد يؤدي إلى حجب معلومات ضرورية تهم القارئ، هذا بالإضافة إلى سعي جماعات التأثير إلى توجيه الصحفيين لتحقيق مصالحها الخاصة كل هذا أدى إلى عدم التوازن والحياد في نقل الأحداث، كما أن امتناع المؤسسات الحكومية والعامية في كثير من الأحيان من إعطاء المعلومات الضرورية للصحفي أو

الموافقة على إجراء المقابلات أدى إلى غياب التوازن في أخذ الآراء المختلفة حول موضوع التغطية، هذا بالإضافة إلى المؤشرات السلبية للممارسة الصحفية في الصحف السعودية التي من أهمها، التجاوزات الأخلاقية للمهنة، ويتضح ذلك في عدد من المظاهر، منها: نشر معلومات غير دقيقة، والنقل عن المواقع الإلكترونية دون الإشارة إليها، وإلحاح الصحفي على مسؤولي التحرير لنشر المواد الصحفية التي تحقق مصالحه الخاصة، واستخدام جهاز التسجيل أثناء الاتصال بمصادر المعلومات دون أن يشعروا بذلك، وتوظيف العمل الصحفي في البحث عن مصادر دخل إضافية. استنادا إلى هذا ترى الدراسة أن المؤسسات الصحفية ممثلة في الصفحات الاقتصادية لا تقوم بدورها في المجتمع ضمن المسؤولية التي تقع على عاتقها، وهو تعبير عن ضعف في أداء وظيفتها تجاه المجتمع.

## التوصيات:

تتطلب المهنة الإعلامية في الصحافة بشكل عام والصحافة الاقتصادية بشكل خاص

وجود صحفيين يتمتعون بقدر عالٍ من الاحترافية، ولتحقيق ذلك توصي هذه الدراسة بما يلي:

1. الاهتمام بالصحفي الاقتصادي من خلال حرص المؤسسات الصحفية على توظيف

الكفاءات واستقطاب العناصر الجيدة من أصحاب القدرات الإبداعية، وإتاحة فرص

التدريب المستمر لهم لتطوير قدراتهم، والمحافظة على العناصر الجيدة داخل الصحيفة

من خلال زيادة الأمن الوظيفي، ورفع مستوى الأجور حتى تصبح الصحافة الاقتصادية

بيئة جاذبة للصحفيين المحترفين الذين ينظرون للصحافة على أساس أنها مهنة لها

أسسها ولها دورها، وليس مجرد وظيفة لزيادة الدخل.

2. كما توصي الدراسة بإيجاد توازن بين وظائف الصحافة التي قوامها، الإعلام والتثقيف

والتفسير والتنمية والتوعية والإعلان والترفيه، من خلال وضع سياسات تحريرية

واضحة، ومن خلال عدم التداخل بين الإعلان من ناحية والتحرير من ناحية أخرى

ورفع مستوى وعي الصحفي بالدور الذي تقوم به الصحافة تجاه هذا المجتمع حتى لا

يصبح في نهاية المطاف مندوب إعلانات.

3. ولما كانت الدراسة قد كشفت عن أزمة مصداقية تعاني منها الصحافة الاقتصادية في

الصحف السعودية اليومية، فإن معالجة هذه الأزمة تأتي من خلال التوجيه بضرورة

رفع المعايير الأخلاقية لمهنة الصحافة وذلك من خلال صياغة مواثيق شرف، واعتماد

لوائح وتعليمات مفسرة للسلوك الأخلاقي في كل صحيفة وسن عقوبات رادعة للحد من

التجاوزات الأخلاقية.

4. أظهرت الدراسة تبايناً في استخدام الأشكال التحريرية واتجاهها لمصلحة الخبر، والصحافة الاقتصادية ذات طابع تفسيري تحليلي لذلك توصي الدراسة بإعطاء التحقيق والمقابلات اهتماماً أكبر.
5. توصي الدراسة بضرورة الاهتمام بآراء القراء وإتاحة الفرصة لهم للتعبير عن قضاياهم من خلال إعطائهم مساحات أكبر داخل الصفحات الاقتصادية.
6. كما وتوصي الدراسة بضرورة اهتمام الباحثين بالصحافة الاقتصادية وذلك للعدد القليل من الدراسات إلى بحث هذا النوع من الصحافة المتخصصة.

## قائمة المراجع

### أولاً: المراجع العربية:

1. إبراهيم، إسماعيل (2001). **الصحفي المتخصص**. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
2. إبراهيم، إسماعيل (2005). **فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق**. ط 4 ، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
3. أبو إصبع، صالح خليل (1999). **الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة**. ط 3 ، عمان: أرام للدراسات والنشر والتوزيع.
4. أبو جامع، منى عيد (2009). **معالجة الصحافة الأردنية اليومية للشأن الاقتصادي: دراسة تحليلية**. (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الاردن.
5. أبو زيد، فاروق (2011). **فن الخبر الصحفي**. ط 5 ، القاهرة: عالم الكتب.
6. آل تويم، عبدالله بن محمد (2000). **العوامل المؤثرة في ترتيب أولويات القضايا الاقتصادية في الصحف السعودية: دراسة تحليلية ميدانية**. (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، المملكة العربية السعودية.
7. آل تويم، عبدالله بن محمد (2008). **العوامل المؤثرة في ترتيب أولويات القضايا الاقتصادية في الصحف السعودية**. الرياض: جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
8. البدر، حمود بن عبدالعزيز (2005). **صحافة الأفراد.. أم صحافة المؤسسات؟ دراسة تحليلية للعوامل المؤثرة بالأداء الصحفي في المملكة العربي السعودية 1924 - 2005**. الرياض: دار المفردات للنشر والتوزيع.

9. بدران، عبدالله (2010). الإعلام البترولي في الوطن العربي. دمشق: دار المكتبي للطباعة والنشر والتوزيع.
10. بيت المال، حمزة والطياش، فهد (2003). "قراءة الصحافة السعودية اليومية"، ندوة الاعلام السعودي: سمات الواقع واتجاهات المستقبل، مارس، الرياض، المملكة العربية السعودية.
11. التميمي، عامر، "تحديات أمام الإعلام الاقتصادي"، الحياة، العدد 17422، 16 ديسمبر 2010، ص 17.
12. الجمعية، أحمد بن محمد (2010). الممارسة المهنية الصحفية والعوامل المؤثرة فيها: دراسة ميدانية على عينة من الصحف والصحفيين في المملكة العربية السعودية. (أطروحة دكتوراة غير منشورة)، جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية، الرياض، المملكة العربية السعودية.
13. حافظ، طلعت زكي، "جهود مصرفية للارتقاء بالإعلام الاقتصادي في السعودية"، الاقتصادية، العدد 6240، 11 نوفمبر 2010، ص 11.
14. حجاب، محمد منير (2009). الإعلام والتنمية الشاملة. ط 5 ، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
15. حجاب، محمد منير(2004). المعجم الإعلامي. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
16. حجاب، محمد منير(2010). الإعلام والموضوعية في القرن الحادي والعشرين: رؤية موضوعية. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

17. الحديدي، منى، واللبنان، شريف درويش (2009). فنون الاتصال والإعلام المتخصص. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
18. حسام الدين، محمد (2003). المسؤولية الاجتماعية للصحافة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
19. خضور، أديب (2005). الإعلام المتخصص. ط 2، دمشق: أديب الخضور.
20. ديفلير، ملفين وساندرا روكيتش (1999). نظريات وسائل الإعلام. (ترجمة كمال عبدالرؤوف)، ط 3، القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع.
21. الربيعان، صالح بن عبدالعزيز (2008). مقروئية الصحف السعودية: دراسة تحليلية في قدرة القراء على قراءة النصوص الصحفية وفهمها والعوامل المؤثرة في ذلك. (أطروحة دكتوراه)، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، المملكة العربية السعودية.
22. الشبيلي، عبدالرحمن الصالح (2000). الإعلام في المملكة العربية السعودية: دراسة وثائقية وصفية تحليلية. الرياض: صدر مع إعلان الرياض عاصمة الثقافة العربية عام 2000.
23. شفيق، حسنين (2005). الصحافة المتخصصة المطبوعة والإلكترونية. القاهرة: رحمة برس للطباعة والنشر.
24. صالح، سليمان (2005). أخلاقيات الإعلام. الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.

25. عبدالحميد، محمد (2010). تحليل المحتوى في بحوث الإعلام: من التحليل الكمي إلى التحليل في الدراسات الكيفية وتحليل محتوى المواقع الإعلامية. القاهرة: عالم الكتب.
26. عبدالمرضي، ماجدة (2010). الصحافة المتخصصة: إشكاليات الواقع.. وآفاق المستقبل. القاهرة: دار العالم العربي.
27. عمر، السيد احمد مصطفى (2008). البحث الإعلامي. ط 3 ، حولي: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
28. الفار، محمد جمال (2006). المعجم الإعلامي: أول معجم شامل بكل المصطلحات الإعلامية المتداولة في العالم وتعريفاتها. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
29. القرني، علي بن شويل (2006). معالجة الصحافة السعودية للقضايا المحلية: دراسة تحليل مضمون في علاقة الصحافة بالسلطة. جامعة الملك سعود، الرياض، المملكة العربية السعودية
30. قيراط، محمد (2009). "الصحافة الاقتصادية الإماراتية بين الضغوط المهنية والتنظيمية وتحديات التنمية المستدامة". مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية (6)، العدد 1، الشارقة.
31. كريم، بدر بن احمد (1996). بحوث إعلامية. الرياض.
32. اللبان، شريف درويش وعبد المقصود، هشام عطية (2008). مقدمة في مناهج البحث الإعلامي. القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع.



33. المبارك، نبيل عبدالله، "كي يكون لإعلامنا دور رقابي مهني للأداء العام والخاص"، الاقتصادية، العدد 6215، 17 أكتوبر 2010، ص 13.
34. المقوشي، عبدالعزيز بن علي (2010). "العلاقة بين الرضا الوظيفي والأداء المهني للصحفيين" (بحث منشور). دراسات في تحليل المضمون الصحفي. السلسلة الاعلامية؛ 2، الرياض: دار الراية الشرقية للنشر والتوزيع.
35. المقوشي، عبدالعزيز بن علي (2010). دراسات في تحليل المضمون الصحفي. السلسلة الإعلامية؛ 2، الرياض: دار الراية الشرقية للنشر والتوزيع.
36. مكاوي، حسن، السيد، ليلي (2010). الاتصال ونظرياته المعاصرة. ط 9 ، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
37. الهاجري، قبول (2010)، "الإعلام وكفاءة التغيير في الاقتصاد"، ملتقى الإعلام الاقتصادي الثالث: دور الإعلام الاقتصادي في معالجة قضايا التنمية"، للفترة من 20 – 21 نيسان، الرياض، المملكة العربية السعودية.
38. الهيتي، عبدالرزاق علي (2010). الصحافة المتخصصة. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

## ثانيا: المراجع الأجنبية:

1. Fogarty, Brian J. (2004). "**Determining Economic News Coverage**". University of North Carolina at Chapel Hill.
2. Mc Combs, Maxwell et al. (1997). "**Communication and Democracy: Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda-setting Theory**". New Jersey.
3. Subaihi, Mohammed Bin Sulaiman (2007/2008) "**The Functional Relationship between the Communicator and the Public: A Descriptive Study in the Light of the variables of Modern Communications Environment in the Kingdom of Saudi Arabia**". Al-Imam Muhammad ibn Saud Islamic University. Riyadh, Kingdom of Saudi Arabia.
4. The World Bank (2002). "**The Right to Tell: The Role of Mass Media in Economic Development**". Washington, D. C. (On Line), available: <http://www-wds.worldbank.org>
5. Wanta, Wayne (1997). "**The Public and the National Agenda: How People Learn about Important Issues**". New Jersey.

## ثالثا: المقابلات

1. إبراهيم، ماجد. صحفي اقتصادي، صحيفة الجزيرة، مقابلة شخصية، الرياض، 13 ديسمبر 2011.
2. حنتوش، أحمد. نائب رئيس القسم الاقتصادي، صحيفة اليوم، مقابلة عبر الهاتف، الدمام، 28 ديسمبر 2011.
3. الزباني، مساعد. مسئول القسم الاقتصادي، صحيفة الشرق الاوسط السعودية، مقابلة شخصية، الرياض، 25 ديسمبر 2011.

رابعاً: المواقع الإلكترونية:

1. [www.mep.gov.sa](http://www.mep.gov.sa)
2. [www.darah.org.sa](http://www.darah.org.sa)
3. [www.samba.com](http://www.samba.com)
4. [www.riyahdchamber.com](http://www.riyahdchamber.com)
5. [www.tadawul.com.sa](http://www.tadawul.com.sa)
6. [www.alriyadh.com/info](http://www.alriyadh.com/info)
7. [www.alyaum.com](http://www.alyaum.com)

## قائمة الملحقات

الصفحة	المحتوى	الرقم
112	استمارة تحليل المضمون الكمي والكيفي	الملحق رقم (1)
113	كشف بأسماء محكمي استمارة تحليل المضمون	الملحق رقم (2)



## الملحق رقم (2)

كشف بأسماء محكمي استمارة تحليل المضمون

1. الدكتور كامل خورشيد مراد

جامعة الشرق الاوسط

2. الدكتور رائد أحمد البياتي

جامعة الشرق الاوسط