

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد لمين دباغين. سطيف2

قسم علوم الإعلام والاتصال

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

الرقم التسلسلي:

رقم التسجيل:



أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: إشهار وعلاقات عامة

بعنوان:

المعالجة الإعلامية للأزمة المالية بالجزائر دراسة تحليلية مقارنة بين صحيفتي 'النصر' و'الشروق' خلال سنة 2016

إعداد الطالبة:

كتفي سميرة

لجنة المناقشة:

الصفة	مؤسسة الانتساب	الرتبة	اسم ولقب الأستاذ
رئيسا	محمد لمين دباغين سطيف2	أستاذ التعليم العالي	أ.د. سامية عواج
مشرفا ومقررا	محمد لمين دباغين سطيف2	أستاذ محاضر "أ"	د. نصر الدين غراف
عضوا مناقشا	صالح بونيدر قسنطينة3	أستاذ محاضر "أ"	د. مراد ميلود
عضوا مناقشا	محمد لمين دباغين سطيف2	أستاذ التعليم العالي	أ.د. اليامين بودهان
عضوا مناقشا	صالح بونيدر قسنطينة3	أستاذ محاضر "أ"	د. نصر الدين بوزيان

السنة الجامعية: 2020 / 2021 م

People's democratic republic of Algeria
Ministry of higher education and scientific research
University of Mohamed Lamine Debaghine -Setif2
Faculty of Human and Social Sciences
Department of Media and Communication Sciences



Thesis submitted to obtain a PHD degree lmd in the Department of Media and
Communication Sciences - Publicity and public relations specialty

Media treatment of Algeria's financial crisis

An analytical study compared to the newspapers Al-Nasr and Al-Shorouk during 2016

Elaborated by the student :

- Ketfi Samira

The discussion jury members :

Jury members	Degree	University	Chaarecteristic
Prof. Samia Aouadj	Professor	University Setif 2	President
Dr. Nasreddine Gheraf	Doctor	University Setif 2	Supervisor and Reporter
Dr.Mourad miloud	Doctor	University constantine 3	Examiner
Prof.Yamine boudhane	Professor	University Setif 2	Examiner
Dr. Nasreddine bouziane	Doctor	University constantine 3	Examiner

Academic year : 2020/2021

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

سورة التوبة

قال الله تعالى: {وَإِذْ تَأْفَنَ رَبُّكَ لَبَنُ يُؤْمَلُ لَوْنُ لَبْنٍ شُرْطُومٌ لِأَيِّدِنَا لَوْنُ لَبْنٍ كَفَرْتُمْ إِنَّ عَذَابِي لَشَدِيدٌ} سورة إبراهيم الآية 07

صدق الله العظيم

قبل كل شيء أشكر الله عز وجل الذي وفقني لإنجاز هذا العمل المتواضع والذي أرجوا أن يكون عملاً نافعاً.

كما أتقدم بالشكر والعرفان للأستاذ المشرف، الدكتور "غراف نصر الدين" الذي لم يتوان في الإشراف على هذا العمل، ولم يبخل عليّ بطيب نصائحه السديدة ومعلوماته القيمة، شكراً جزيلاً دكتور. وأشكر أيضاً البروفيسور "عواج سامية" التي قدمت لي العديد من النصائح والتوجيهات المنهجية فيما يخص هذه الدراسة وفقها الله ولها مني جزيل الشكر والعرفان.

كما لا أنسى توجيهه وافر الإحترام والتقدير للأساتذة الذين أشرفوا على تحكيم استمارة تحليل المحتوى كل باسمه.

وأوجه خالص امتناني ووافر شكري لأعضاء لجنة المناقشة، نظير الجهد الذي يبذله لقراءة وتثمين هذا العمل.

كتفي سميرة

إِهْدَاء

إلى من علمني الصبر والاجتهاد للوصول إلى النجاح، إلى من شجعني على الدراسة والبحث،

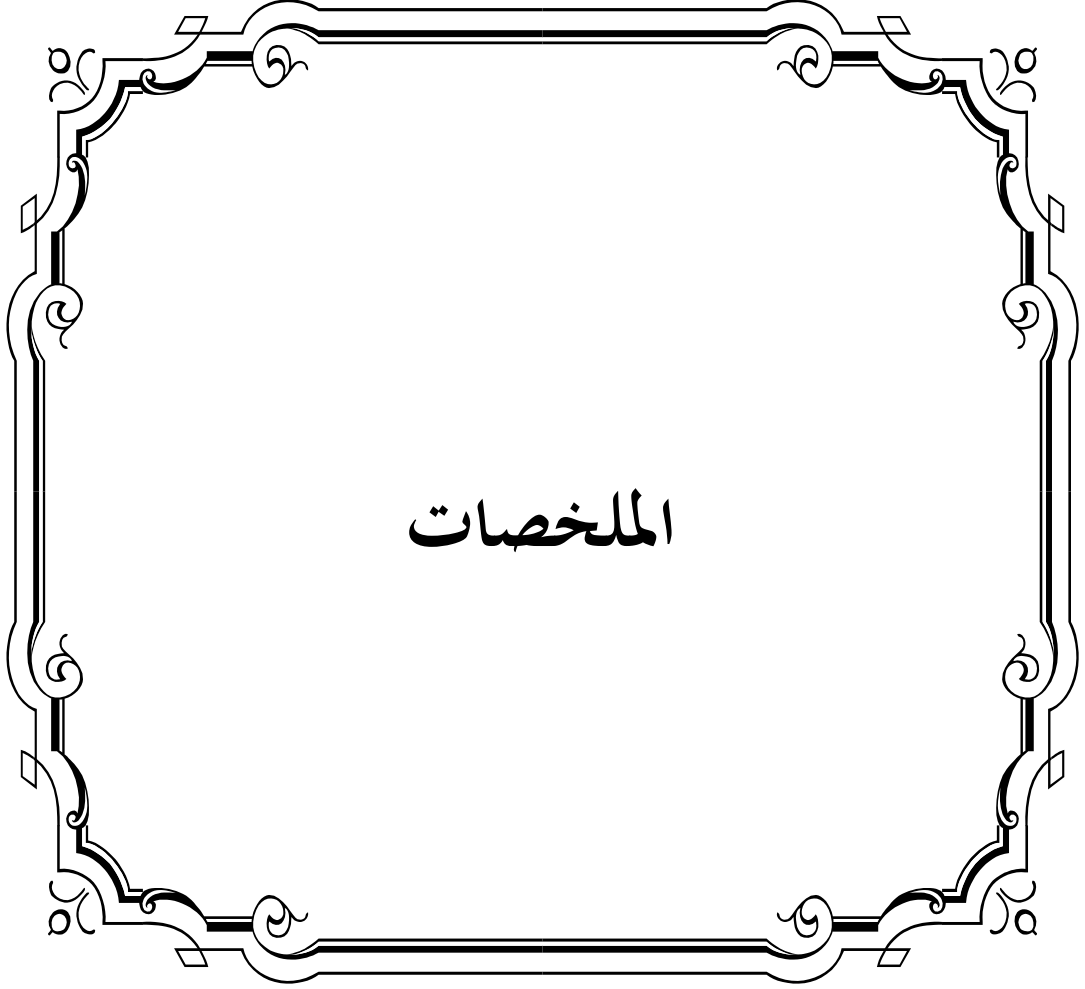
إلى والديّ الكريمين أطلال الله في عمرهما وحفظهما لي.

إلى من تقاسم معي الحياة، إلى من سار معي في متاهات البحث العلمي المتواصل، زوجي العزيز.

إلى فلذّة كبدي وقطعة من روحي ولدي يوسف ربي احفظه لي.

إلى كل من يقرأ هذه الأطروحة

أهديكم عملي المتواضع بكل تواضع.



ملخص الدراسة:

سعت هذه الدراسة لمعرفة الأهمية التي أولتها كل من صحيفة (النصر، والشروق اليومي) لموضوع الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016، وذلك من خلال تحديد حجم المساحة المخصصة لهذه المعالجة، وموقع نشر المادة الخيرية المتعلقة بمعالجة موضوع الدراسة، بالإضافة إلى معرفة أهم المواضيع المنشورة حول هذا الموضوع، واستخراج أهم أطر المعالجة الإعلامية للأزمة المالية في هذه الصحف.

وتندرج هذه الدراسة ضمن البحوث والدراسات الوصفية التحليلية المقارنة في حقل علوم الإعلام والاتصال، حيث اعتمدت الباحثة على منهج المسح الإعلامي الذي يندرج ضمن الدراسات الوصفية، بالإضافة إلى الاعتماد على أسلوب المقارنة المنهجية، وقد تم اخضاع مختلف فئات التحليل المدرجة ضمن استمارة تحليل المحتوى الخاصة بهذه الدراسة إلى أسلوب المقارنة من أجل الوصول إلى النتائج المرجوة.

تمثل مجتمع الدراسة في الصحف المكتوبة اليومية الوطنية بين العمومية والخاصة، حيث شملت عينة هذه الدراسة تحليل مجموعة من المواد الخيرية في كل من صحيفة النصر، وصحيفة الشروق اليومي، في الفترة الممتدة من 2016/01/01 إلى غاية 2016/12/31 بالاعتماد على أداة أساسية هي: "أداة تحليل المحتوى".

ومن أهم ما أبرزته هذه الدراسة أن موضوع الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016 لاق إهتماما لدى الصحافة الوطنية من حيث مساحة تغطية هذا الموضوع، حيث نجد أن الصحافة العمومية والخاصة اهتمت بذكر حيثياته وتطورات كحدث مهم ومتداول من خلال تخصيص مساحة لا بأس بها سواء تعلق الأمر بمساحة العناوين أو النصوص، فقد شغلت حيزا داخل صفحات جريدة النصر والشروق اليومي، خصصت صحف الدراسة مواقع جد مهمة لمعالجة هذا الموضوع، حيث كان توزيعها في أغلب الصفحات الداخلية بالإضافة إلى الصفحة الأولى المانشيت والصفحة الثانية والصفحة الأخيرة لكن بدرجة أقل من الصفحات الداخلية، ما يثبت إهتمام هذه الصحف بإعطاء أولوية للموضوع المعالج ضمن صفحاتها على مدار سنة كاملة من المعالجة والتغطية الإعلامية، كما أظهرت نتائج الدراسة التحليلية المقارنة، أن تناول المواضيع المرتبطة أساسا بموضوع الأزمة المالية شكل نوع من عدم التوازن في عرض معطيات الأزمة، حيث نجد تداخل الموضوع الرئيس مع مواضيع أخرى ثانوية كانت في أغلب الأحيان خارجة عن نص الأزمة لأنها تعالج مواضيع أخرى تزامن ظهورها ووقوعها في ظرف الأزمة المالية لسنة 2016.

فيما يخص إتجاه معالجة الصحف، فنجد إتجاه الصحف العمومية الممثلة في صحيفة النصر، كان واضحا حسب ما تمليه بيئة العمل في القطاع الإعلامي العمومي، حيث انتهجت هذه الصحيفة الإتجاه الإيجابي المؤيد للمعطيات المنشورة حول الأزمة ولأغلب السياسات الرامية لوضع حلول للخروج منها، وعلى العكس منه نجده في الصحافة الخاصة ممثلة في صحيفة الشروق اليومي التي كانت معارضة في الكثير من الاحيان لمعطيات الأزمة، من خلال استخدام عبارات سلبية تشخص من خلالها وضعية الجزائر الاقتصادية والاجتماعية في ظل الأزمة، كونها صحيفة خاصة تركز على الرأي أكثر من الإخبار.

الكلمات المفتاحية: إعلام الأزمات، المعالجة الإعلامية، الأزمة المالية.

Abstract :

This study pursue to find out the importance of the newspaper (**Al Nasr, Al Shorouk Daily**) to the topic of the financial crisis in Algeria for 2016, by determining the size of the area allocated to this treatment, the location of the publication of the article related to the treatment of the study's subject, in addition to knowing the most important topics published on this subject, and extracting the most important frameworks for the media treatment of the financial crisis in these newspapers.

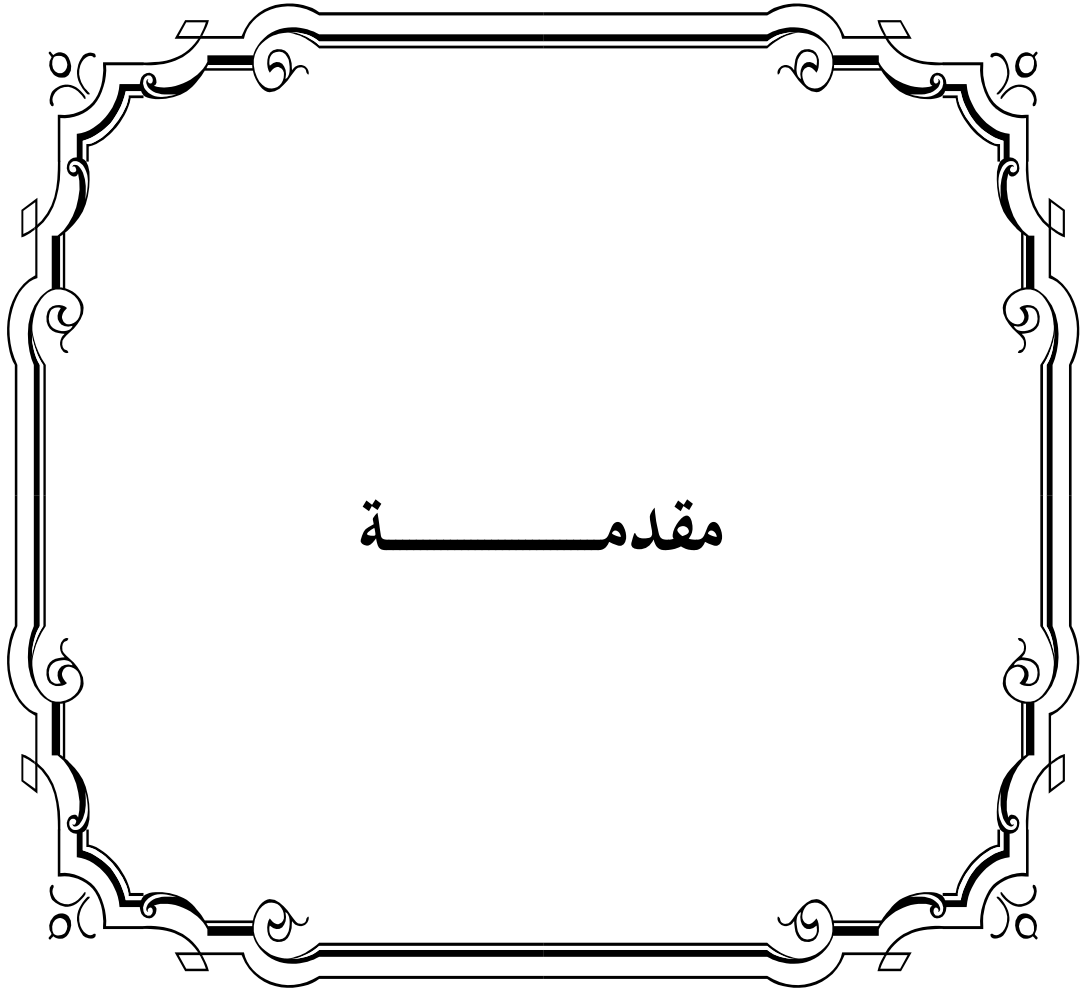
This study falls from research and comparative analytical descriptive studies in the field of media and communication sciences, where the researcher relied on the method of media survey that falls within the descriptive studies, in addition to relying on the method of methodological comparison, the different categories of analysis included in the content analysis form of this study were subjected to the comparison method in order to reach the desired results.

The study population is represented on the national daily written newspapers between the public and the private, and the sample of this study included an analysis of a group of news materials in each of **Al-Nasr newspaper** and **Al-Shorouk Al-Daily newspaper**, from 01/01 to 31/12/2016, depending on an essential tool is: The Content Analysis Tool.

One of the most important results of this study is that the issue of the financial crisis in Algeria for the year 2016 has met the national press in terms of coverage of this topic, where we find that the public and private press has been interested in mentioning its reasons and developments as an important and common event by allocating a good space, whether it is related to the area of titles or texts, It occupied a space within the pages of **Al-Nasr and Al-Shorouk daily newspaper**, The study newspapers devoted very important sites to dealing with this issue, as they were distributed in most of the internal pages in addition to the first page, the second page and the last page, but to a lesser extent than the internal pages, What proves the interest of these newspapers in giving priority to the treated topic within their pages over the course of a full year of treatment and media coverage, as the results of the comparative analysis showed that dealing with issues related mainly to the topic of the financial crisis formed a kind of imbalance in presenting the crisis data, as we find the main topic overlapping Other secondary topics were often outside the text of the crisis because they deal with other topics that coincided with their emergence and occurrence in the financial crisis of 2016.

Concerning the direction of the processing of newspapers, we find the trend of the public newspapers represented in Al-Nasr newspaper, it was clear according to the dictates of the work environment in the public media sector, where did this newspaper take the positive trend in support of the data published about the crisis and most of the policies aimed at developing solutions to get out of it, and on the contrary we find it in the private press represented by a newspaper Al-Shorouk daily, which was opposed in many cases to the data of the crisis, through the use of negative expressions that diagnose the economic and social situation of Algeria in the midst of the crisis, as it is a private newspaper that focuses on opinion more than news.

Key words: Crisis Information, Media Treatment, Financial Crisis.



مقدمة:

تعد وسائل الإعلام أحد أهم أجهزة الاتصال تأثيرا في المجتمعات، كونها تشكل مصدرا هاما لتقديم المعلومة للجمهور المتلقي، من خلال تغطيتها للأحداث والوقائع اليومية التي تشكل نقطة إهتمام مشتركة تعمل على تشكيل الرأي العام، كما أن أهمية هذه الوسائل تنبع من كونها وسائل قادرة على نقل الأحداث ومعالجتها وشرحها وتفسيرها بطريقة مميزة تلخص من خلالها جهد ووقت المتلقي في البحث عن المعلومة.

ومع ظهور تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة زاد إرتباط وسائل الإعلام بالجمهور المتلقي، حيث نجد في بعض الأحيان أن المتتبع لمحتوى ومضامين هذه الوسائل يعتمد على المنصات الإلكترونية ومواقع التواصل الإجتماعي الخاصة بهذه الوسائل لتسريع عملية الإطلاع على محتواها الإخباري دون المرور على مشاهدة قناة تلفزيونية على التلفاز، أو تصفح جريدة ورقية من الأكشاك، فالمتلقي يختصر وقته وجهده بتصفح الإنترنت، والحصول على المعلومة، هنا تنامي دور وسائل الإعلام في التأثير على الأفراد والجماعات من خلال قدرتها على تشكيل إتجاهاتهم وتعديل أو تغيير سلوكياتهم فيما يخص القضايا التي تهمهم وتحظى بتغطية واسعة وإهتمام من طرف وسائل الإعلام.

حيث نقف عند أهمية الدور الذي يقع على عاتق وسائل الإعلام من نقل للأخبار ومعالجتها، فالوسيلة الإعلامية هنا تجد لها مكانا لدى الجمهور المتلقي إذا توفرت رسالتها على معلومات تهمه، أي بناء أجندة وسائل الإعلام وفق ما يبحث عنه الجمهور من معلومات، ويزداد هذا الدور في الوقت الراهن الذي أصبح مرتبطا بشكل كبير بالمعلومة التي يقدمها الإعلام، على اختلاف وسائله، خاصة في ظل الحروب والصراعات والنزاعات القائمة بين الدول نجد تعاضم في قيمة المعلومة الإعلامية، فأى حدث إلا ونجد لها صدى إعلامي كبير، فما ينقله التلفزيون تتحدث عنه الإذاعة، وتكتب عنه الصحافة المكتوبة. وتتفاعل معه مواقع التواصل الإجتماعي، مع تشابه في المعطيات لكن طريقة المعالجة والعرض للمادة الخيرية تختلف من وسيلة لأخرى.

ويتعاضم الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام خاصة وقت الأزمات، حيث تزداد حاجة الجمهور المتلقي للمعلومة، حول حيثيات الأزمة وأهم تطوراتها، وتتبع مسار نموها، والتعرف على مختلف مسبباتها وآثارها، في وقت تزداد فيه درجة الغموض وتنتشر فيه الإشاعة لقللة المعلومات حول الأزمة، ومعطياتها، بالإضافة الى قللة المصادر المخولة التي يقع على عاتقها تقديم معلومات ومعطيات صحيحة حول الأزمة، كما نجد في أغلب الأحيان وجود تعميم من قبل الجهات المختصة بتقديم هذه المعلومات حيث يتم تعميمها أو عدم التصريح بها، أو محاولة تغطيتها بمواضيع وأحداث أخرى لتغيير إتجاه إهتمام الجمهور المتلقي إلى وجهة أخرى بعيدا عن البحث عن تلبية حاجاته وإشباع رغباته حول الأزمة .

هنا تظهر أهمية إعلام الأزمات، من خلال العمل الإعلامي الإستثنائي الذي تقوم به وسائل الإعلام المختلفة، من صحافة مكتوبة، أو تلفزيون، أو إذاعة، حيث تطرح كل وسيلة خصوصيتها في هذا الإطار، في محاولة منها لكسب أكبر قدر من المتلقين والمطلعين على مضمون هذه الوسائل وقت الأزمة، ونظرا لخصوصية العمل الإعلامي وقت الأزمة وما يكتنفه من ضغوطات قد تحول دون التغطية الجيدة والموضوعية للأزمات، فإن المضمون الإعلامي في هذه الفترات

الدرجة يبقى أهم نقطة يركز عليها الجمهور المتلقي، لذا نجد أن من بين وسائل الإعلام الأكثر حضورا لتغطية ومعالجة الأزمات، هي الصحافة المكتوبة، أولى وسائل الإعلام ظهورا وانتشارا، الوسيلة التي لازالت تحافظ على مكانتها وجمهورها رغم التطور الكبير الذي شهده قطاع الإعلام من وسائل تكنولوجيا حديثة، لكن المعلومة التي تنشرها الصحف هامة جدا بالنسبة للجمهور وأكثر مصداقية من تلك التي يتم تداولها عبر منصات الإعلام البديل، كما تشكل هذه الوسيلة الإعلامية رمزا من رموز السيادة في بلدان العالم، حيث نجد أن أغلب الدول لازالت تتحكم في سير وعمل هذه الوسيلة باعتبارها أحد أجهزة الدولة، التي تحافظ على الإستقرار والأمن في البلاد.

كما أن الصحافة المكتوبة تغطي مساحة لا بأس بها بين وسائل الإعلام الأخرى من إذاعة وتلفزيون، إذا تحدثنا عن مساحة التوزيع الجغرافي، ومساحة القراء، ففي الجزائر نجدها تغطي تقريبا التراب الوطني، وتتمتع بنسبة مقروئية عالية، حسب ما أشارته إليه بعض الدراسات المتعلقة بالصحافة المكتوبة في الجزائر.

وتتميز بيئة عمل الصحافة المكتوبة وقت الأزمات بأنها بيئة لها خصوصيتها التي تطبعها سواء كانت تابعة للقطاع العام أم الخاص، فهي تنشط وفق قواعد ونظم وثوابت نستشفها من خلال المعالجة والتغطية الصحفية الدورية للمواضيع، ومن بين المواضيع التي حظيت بتغطية واسعة في الآونة الأخيرة ثورات الربيع العربي والأزمات الاقتصادية التي تمرّ بها البلدان العربية. هنا تبرز لنا أهمية الوسيلة الإعلامية -صحافة مكتوبة- تزامنا مع تغطيتها للأزمات، ومن بينها الأزمة المالية التي تشهدها الجزائر في ظل تراجع أسعار النفط وما صحبه من تداعيات على الميزانية العامة للدولة مما فرض اللجوء الى بعض الحلول الأولية لإحتواء الأزمة.

ومع تواصل هذا الإنخفاض في الأسعار، تأثر صندوق ضبط الإيرادات خلال سنة 2015 وسنة 2016 وتأزم الوضع المالي لميزانية الدولة، مما دعى إلى البحث عن بدائل لتوفير السيولة المالية خارج قطاع المحروقات، والعمل على ضبط معطيات الأزمة واحتوائها قبل تفاقمها، هي معطيات لاقت اهتماما لدى وسائل الإعلام خاصة الصحافة المكتوبة، حيث تعد الأزمات مادة خصبة للصحف نظرا لأهمية هذا الموضوع الذي يغطي مساحة في صفحات الصحف اليومية العمومية والخاصة.

حيث يترتب على الصحافة المكتوبة كونها وسيلة إعلامية ذات انتشار واسع، تغطية هذه الأزمة من جميع الجوانب وتتبع مراحل تطورها، ورصد أهم معطياتها للجمهور المتلقي، ما يضع هذه الوسيلة أمام ضوابط وشروط تنظم العمل الإعلامي في ظل الأزمة، ما يطلق عليه هنا بإعلام الأزمات، الذي يعد أحد المداخل البحثية الحديثة التي تدرس طبيعة العلاقة بين وسائل الإعلام (التقليدية والحديثة) مع الأزمة، كما تدرس طبيعة عمل هذه الوسائل أثناء الأزمات، وكيف عالجتها إعلاميا.

ولكن رغم ذلك نجد بعض العقبات والصعوبات التي تواجه القائم بالاتصال في الوسيلة الإعلامية- صحافة مكتوبة- من بينها طبيعة عمل هذه الوسيلة وسياستها التحريرية، التي تؤثر بطريقة أو بأخرى على صياغة الرسالة الإعلامية الخاصة بالأزمة، حيث يتعرض المضمون الخاص بالأزمة للعديد من التعريفات البديلة، انطلاقا من محاولة جعل بعض الأطر الإعلامية أكثر بروزا في النص الإعلامي، في ظل وجود وجهات النظر المتصارعة، وصولا إلى ما يشكل

كون الحدث أزمة تستحق التقديم أم لا، فضلا عن تعرض هذا المضمون فيما بعد للعديد من المعوقات الأيديولوجية والسياسية التي سبق وأشرنا أنها تؤثر في بيئة العمل في وسائل الإعلام.

وقد جاءت هذه الدراسة الموسومة بـ: المعالجة الإعلامية للأزمة المالية بالجزائر، دراسة تحليلية مقارنة بين صحيفتي 'النصر' والشروق اليومي' خلال سنة 2016، لتسلط الضوء على واقع معالجة الصحافة العمومية والصحافة الخاصة لموضوع الأزمة المالية لسنة 2016، مع تبيان أوجه التوافق والإختلاف في المعالجة من ناحية الشكل والمضمون، وقد اشتملت هذه الدراسة على أربع فصول:

الفصل الأول: خصص هذا الفصل للإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة، تم فيه تحديد إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، وتوضيح أهمية دراسة هذا الموضوع وأهدافه، وتحديد المفاهيم، وعرض الدراسات السابقة وكيفية الإستفادة منها في الدراسة، مع تبيان الإطار المنهجي المستخدم في الدراسة بدءا من تحديد نوع الدراسة والمنهج المستخدم، والأداة التي تم الإعتماد عليها لجمع البيانات، وتوضيح نوع العينة ومستويات إختيارها، بالإضافة إلى عرض مفصل للإجراءات المنهجية التي تم إتباعها لتحليل مضمون هذه العينة، وتبيان الإطار النظري للدراسة والمتمثل أساسا في كل من نظرية ترتيب الأولويات (الأجندة)، ونظرية الأطر الإعلامية، مع توضيح كيفية الإعتماد على هاتين النظريتين في هذه الدراسة.

الفصل الثاني: جاء تحت عنوان "الصحافة المكتوبة وأسس المعالجة الإعلامية للأزمات"، تم التطرق فيه إلى مدخل مفاهيمي حول الصحافة المكتوبة كمبحث أول، الذي شمل كل من مفهوم الصحافة المكتوبة أهميتها كوسيلة إعلامية، خصائص الصحافة المكتوبة وتصنيفاتها، أهم الوظائف التي تقوم بها هذه الوسيلة الإعلامية، كما تعرضت هذه الدراسة لأهم مضامين الصحف اليومية ومصادرها، بالإضافة إلى الحديث عن لغة الصحافة المكتوبة والأشكال الصحفية الخاصة بها.

أما المبحث الثاني من هذا الفصل فقد تضمن الحديث عن أسس المعالجة الإعلامية للأزمات، وشملت كل من أهمية البعد الإعلامي في الأزمات، التطور التاريخي لمبحث إعلام الأزمات، أهم مظاهر المعالجة الإعلامية للأزمات، ومحتوى الرسالة الإعلامية للأزمات، كما تطرق هذا المبحث إلى دور الإعلام قبل، أثناء وبعد حدوث الأزمة، وأهم الأسس التي يقوم عليها التناول الإعلامي للأزمات، مع ذكر لبعض معوقات الأداء الإعلامي أثناء تغطية الأزمات.

الفصل الثالث: تم إدراجه تحت عنوان "تداعيات الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016 أسبابها ونتائجها، وتضمن مبحثين، المبحث الأول الأزمة بين الخصائص والأبعاد، وتعرضت هذه الدراسة من خلال هذا الفصل للحديث عن العلاقة بين مفهوم الأزمة وبعض المصطلحات الأخرى، كما تم تحديد أهم خصائص الأزمة، وأبعادها، مع ذكر لمراحل تطورها من خلال نموذج المراحل الأربعة لدورة حياة الأزمة.

المبحث الثاني من هذا الفصل جاء تحت عنوان: " ماهية الأزمة المالية وتداعياتها على الاقتصاد الجزائري، وتم فيه عرض خلفية تاريخية للازمات المالية، وتبيان أهم أنواع الأزمات المالية، وأسباب حدوثها بالإضافة إلى الحديث عن تداعيات الأزمة المالية لسنة 2016 على الجانب الإقتصادي والاجتماعي في الجزائر، وفي الأخير الوقوف عند أهم الإجراءات المتخذة من طرف الحكومة الجزائرية لمواجهة الأزمة المالية الراهنة.

الفصل الرابع: وتم من خلاله عرض نتائج الدراسة التحليلية المقارنة، التحليل الكمي والكمي لكل من فئات الشكل وفئات المضمون، وفي الأخير عرض ومناقشة نتائج التحليل النهائية سواء في ضوء التساؤلات أو في ضوء نظريتي الأجندة وتحليل الأطر الإعلامية، والخروج بمجموعة من التوصيات.

الفصل الأول:

الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

أولاً: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

ثانياً: أهمية الموضوع، وأهدافه

ثالثاً: تحديد مفاهيم الدراسة

رابعاً: الدراسات السابقة وحدود الاستفادة منها

خامساً: الخلفية النظرية للدراسة

1- نظرية ترتيب الأولويات (الاجندة)

2- نظرية تحليل الأطر الإعلامية

سادساً: الإجراءات المنهجية للدراسة

1- نوع الدراسة

2- منهج الدراسة

3- أداة جمع البيانات

4- مجتمع وعينة الدراسة

5- إجراءات الصدق وتقدير مستوى الثبات

أولاً: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

شهد العصر الحالي تطوراً كبيراً في مجال تكنولوجيايات الإعلام والاتصال، حيث أصبح فيه الفرد يعتمد اعتماداً كبيراً على وسائل الاتصال الجماهيري في الحصول على المعلومات والأخبار المتعلقة بالأحداث اليومية عبر العالم، في وقت بلغ فيه الإعلام أوجه من الأهمية والخطورة لما له من دور بارز في صناعة وتحريك الرأي العام، في ظل ما يحدث اليوم من معطيات ومستجدات على الساحة الوطنية والدولية، فمع ازدياد حجم المعلومات ومصادرها خاصة تلك المتعلقة بالصراعات والنزاعات والأزمات التي تعيشها المجتمعات العربية في الفترة الحالية، زادت أهمية وسائل الإعلام كونها وسيلة محورية هامة يركز عليها الجمهور لاشباع حاجاته من المعلومات والأخبار التي تنشرها حول هذه الأزمات، مما اوجد نوع من المعرفة والوعي والإدراك لدى الفرد المتلقي، فالإعلام من خلال وسائله المتعددة من صحافة وتلفزيون وغيرها هو واسطة تغيير، حيث اسهم في الكثير من الدول العربية في تغيير أوضاعهم المعيشية والعمل على إيصال مطالبهم للطبقة الحاكمة.

ويشير العديد من المختصين في قطاع الاعلام إلى زيادة اعتماد الجمهور المتلقي على معطيات الوسيلة الإعلامية خاصة وقت الأزمات، فهي تمثل له مصدراً يقدم معلومات آنية حول الأزمة، في هذا الإطار يقول **H. Laswell** إن إحدى المهام الأساسية لوسائل الإعلام هو تغطية السلبيات والإيجابيات، والتهديدات والفرص،¹ وأكد **S. Lwis** أن إغفال الإيجابيات والفرص في تغطية الأحداث يرسم صورة غير دقيقة وناقصة عن الواقع، قد تصل بالمتلقي للإستنفار واللامبالاة ويعتقد الكثير من العلماء أن الصحافة البناءة هي أداة لزيادة مشاركة الجمهور مع الحفاظ على الوظائف الأساسية للصحافة،² في وقت أصبحت معظم وسائل الإعلام بالفعل تصب تركيزها على الأحداث المثيرة على اعتبار هذه النوعية من المضامين تثير فضول القارئ وتشد إنتباهه، حيث أن تغطية الأزمات هي المكون الرئيسي للصحافة، كما أن التغطيات التقليدية الروتينية الإعلامية للأخبار في ظل وجود الأزمات تكون غير مناسبة، فهي تتطلب تحركاً مختلفاً يبدأ من التحقق من المعلومات وتناولاً جديداً يهتم بنشر الإيجابيات وليس فقط السلبيات والحث على العمل الإيجابي والفعال، حيث يقول الدكتور محمد شومان³: "إن معظم وسائل الإعلام مازالت غير قادرة على تقديم نموذج إعلامي مهني يهدف إلى الخدمة العامة، فهناك بعض المنصات التي تتجنب الحديث عن أية سلبيات اعتقاداً أن المرحلة الحالية لا تحتل أية انتقادات والبعض الآخر يهتم فقط بالسلبيات".

كما يلعب الإعلام دوراً كبيراً في معالجة الأزمات بشكل موضوعي من خلال تقديم المعلومات قبل حدوث الأزمة تمهيداً لها ومحاولة حث المسؤولين لإتخاذ الإجراءات اللازمة تحسباً لوقوعها، وفي حال وقوعها تتخذ وسائل الإعلام ردود فعل عاجلة في محاولة لإحتواء ومعالجة الأزمة وشرحها وتفسيرها وتزويد الجمهور بجميع المعلومات الصحيحة والدقيقة بعيداً عن التهويل والتخويف.

¹ - Lasswell, Harold : The structure and function of communication in society in bryson, L, ed the communication of ideas, Ny :harper& brothers. 07.

² - Lewis, Seth :From journalism to information : the transformation of the knight foundation& news innovation mass communication and society,2012, 15(3),309-334 <http://dx.doi.org/10.1080/1520543620011.6116>

³ - محمد شومان: الإعلام الخاص في مصر، موقع الأهرام اون لاين، فيفري 2015، تم الإطلاع عليه بتاريخ: 2018/08/12.

وحسب الدكتور عبد الرزاق محمد الديلمي¹ فإن إعلام الأزمات يراد به تفعيل دور وسائل الإعلام في التحذير من الأزمات المتوقع حدوثها واحتواء الآثار السلبية للأزمات التي وقعت مع المحافظة على توفير البيانات والمعلومات للجمهور بالقدر الكافي ومراعاة وضع أسس التغطية الإعلامية للأزمات المندلعة بحيث لا تسبب ذعرا وهلعاً وردود فعل سلبية لدى المواطنين هذا من جانب، أما الجانب الآخر لإعلام الأزمات فيتمثل في الإنطلاق من إستراتيجية إعلامية واضحة المعالم تعتمد على التخطيط الإعلامي والتنسيق بين المؤسسات الإعلامية لتوحيد الخطاب الإعلامي وإنتاج رسائل إعلامية واتصالية متوافقة في إطارها العام من أجل التصدي لأي شائعات تجد في هذه الأزمات تربة خصبة لإنتشارها.

ولعل ما تعيشه المجتمعات المعاصرة اليوم من صراعات وأزمات، خير دليل على الدور المحوري الذي تلعبه وسائل الإعلام في مثل هذه الأحداث، حيث تشكل مصدر معلومة هامة ونجد من بين هذه الأزمات الأزمة الهيكلية التي يعاني منها الإقتصاد الجزائري² في ظل تراجع مداخيل صادرات النفط بحوالي النصف تقريبا منذ منتصف عام 2014، بعد طفرت عرفتها الأسعار منذ مطلع الألفية الثانية واستمرت لأكثر من عقد من الزمن، انخفض فيها سعر برميل النفط من 110 دولار في جوان 2014 ليصل إلى حوالي 30 دولار مطلع العام 2016، بلغة النسب المئوية فقد هبطت اسعار النفط بمعدل تجاوز 72%، حيث طرح هذا التراجع المحسوس لأسعار النفط عدة تخوفات على القدرة المالية للجزائر التي يعتمد اقتصادها على المحروقات، مما أدى إلى تآكل مستمر في احتياطي الصرف، وتراجع قيمة الدينار الجزائري وذلك لوجود هشاشة مالية بسبب الارتباط المزمّن بالمحروقات، ما أدى إلى خسائر كبيرة في ارصدة المالية العامة، حيث تضاعف عجز المالية العامة تقريبا ليصل إلى 16% من اجمالي الناتج المحلي سنة 2015، واتساع هذا العجز سنة 2016.³

أدى التراجع المستمر في مداخيل الدولة وضعف مردودية صندوق ضبط الإيرادات، الى دخول الاقتصاد الجزائري مرحلة أزمة مالية فقدت فيها الخزينة الجزائرية ما يقارب نصف مداخيلها، الأمر الذي أدى الى حالة الترقب والمتابعة المستمرة لمعطيات الإقتصاد الجزائري في ظل الأزمة المالية، للعديد من الأطراف ذات الإهتمام المشترك بهذا الموضوع (أجهزة الدولة، الخبراء الإقتصاديين، وسائل الإعلام، المجتمع)، وهو وضع تكون فيه كل الأنظار متجهة لمتابعة هذا الحدث والبحث عن معلومات حوله بصفة أنية ومستمرة، ومن بينها وسائل الإعلام التي شكلت أداة لتقديم المعلومة وقت الأزمة من خلال تغطيتها ومعالجتها عبر كل من التلفزيون والإذاعة والصحافة المكتوبة.

وفي هذا الإطار لا يمكن اغفال الصراع الاعلامي القائم بين الصحافة المكتوبة العمومية وبين نظيرتها الصحافة الخاصة بالجزائر، حيث تحاول كل واحدة منهما حجز مكان لها لدى الجمهور المتلقي تزامنا مع عرض

¹ - عبد الرزاق محمد الديلمي: الإعلام وإدارة الأزمات، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2012، ص 193.

² - أنظر في ذلك: عبد المجيد قدرى: الإقتصاد الجزائري بين الإصلاحات والإرتهان للنفط، دار هومة للنشر والتوزيع، 2016، ص 386.

³ - أنظر في ذلك: ضياء مجيد الموسوي: الاقتصاد الجزائري في مواجهة تهوي أسعار الطاقة 2014، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2015، ص 23-24.

ومعالجة الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016، ومحاولة فرض أجندتها الاعلامية التي تتوافق حتما والسياسية التحريرية للصحيفة محل التغطية الاعلامية للازمة، في وقت ارتفع فيه عدد العناوين الصحفية من عمومية وخاصة في ظل التعددية الاعلامية التي فسحت المجال أمام هذا القطاع، ما يدعو الى البحث عن دور الاعلام الموضوعي الذي تلعبه الصحافة المكتوبة في الجزائر وقت الأزمات، في إطار صياغة الواقع وبناء الاحداث وفق بناء اعلامي قائم على وضع استراتيجية اعلامية تركز على عناصر التشخيص، والاثارة، والترقب، والإحالة الى التواريخ.

سعت هذه الدراسة للبحث في كيفية معالجة الصحافة المكتوبة لموضوع الازمة المالية بالجزائر لسنة 2016، والبحث أيضا في الأجندة الإعلامية لكل من صحيفة النصر "العمومية" و صحيفة الشروق اليومي "الخاصة"، من خلال تحليل عينة من مادتها الخبرية في الفترة الممتدة من 01 جانفي 2016 إلى غاية 31 ديسمبر 2016، ومعرفة المعطيات التي طرحتها مادتها الإعلامية حول موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016، بالإضافة إلى تحديد أهم الأطر الإعلامية التي قدم بها موضوع الدراسة ارتكازا على معطيات نظرية تحليل الإطار الإعلامي، واستخلاص أهم أوجه التوافق والإختلاف بين الصحف محل الدراسة على مستوى كل فئة من فئات تحليل المحتوى التي تم ضبطها في إستمارة التحليل، لمعرفة كيف تمت صياغة هذا الموضوع شكلا ومضمونا، وقد تمحورت اشكالية هذه الدراسة في سؤال رئيسي جاء على النحو الآتي:

كيف عالجت كل من صحيفة النصر والشروق اليومي موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016؟

وللإجابة على السؤال الرئيسي تم وضع مجموعة من الأسئلة فرعية جاءت على النحو الآتي:

أولا: تساؤلات خاصة بفئات الشكل (كيف قيل؟)

1- ماهو حجم المساحة المخصصة لمعالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر في كل من صحيفة النصر والشروق اليومي خلال سنة 2016؟

2- ماهو موقع المضمون محل التحليل في كل من صحيفة النصر والشروق اليومي؟

3- ما هي الأنواع الصحفية المستخدمة في معالجة الأزمة المالية بالجزائر في كل من صحيفة النصر والشروق اليومي خلال سنة 2016؟

4- ماهي عناصر الدعم والإبراز المصاحبة للمادة الخبرية لمعالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر في كل من صحيفة النصر والشروق اليومي خلال سنة 2016؟

5- ماهي أهم المصادر التي اعتمدت عليها كل من صحيفتي النصر والشروق اليومي في عرض موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016؟

ثانيا: تساؤلات خاصة بفئات المضمون (ماذا قيل؟)

- 1- ماهي مجموعة المواضيع التي عالجتها الصحف محل الدراسة والمتعلقة بموضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016 ؟
- 2- ماهو نوع اللغة المستخدمة في عرض المواضيع المتعلقة بالأزمة المالية بالجزائر ضمن الصحف محل الدراسة خلال سنة 2016؟
- 3- ما هي الأطر الإعلامية التي وظفتها الصحف محل الدراسة لتأطير الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016؟
- 4- ماهي وظيفة المضمون محل التحليل في الصحف محل الدراسة؟
- 5- ماهي الفئات الفاعلة في معالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر في الصحف محل الدراسة؟
- 6- ماهو إتجاه معالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016 في الصحف محل الدراسة؟

ثانيا: أهمية الموضوع، وأهدافه

أ- أهمية الموضوع:

تأتي أهمية هذه الدراسة لكونها يمكن الإستفادة منها في مجالين مختلفين من المعرفة:

1- الأهمية العلمية (النظرية):

- تكمن أهمية هذه الدراسة في كونها تعالج أحد أهم المواضيع المطروحة في الآونة الأخيرة والتي حظيت بإهتمام العديد من المختصين في المجال الإعلامي وكذا المجال الإقتصادي - معالجة الصحافة المكتوبة للأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016-، مما يعطي لهذه الدراسة طابع الجودة.
- تنطوي هذه الدراسة على أهمية الصحافة المكتوبة ودورها وقت الأزمات، التي تعتبر بمثابة حدث إقتصادي هام ركزت عليه وسائل الإعلام خاصة الصحافة المكتوبة "العمومية والخاصة"، ما جعل من هذه الدراسة ذات أهمية في علوم الإعلام والاتصال كونها تطرح أهمية البعد الإعلامي في الأزمات ودوره قبل، وأثناء وبعد حدوث الأزمة.
- كما تستمد هذه الدراسة أهميتها من كونها تقدم رؤية لكيفية توظيف الأطر الإعلامية بطريقة تخدم السياسة التحريرية للصحف (العمومية/الخاصة) المختلفة على اختلاف أنماط ملكيتها وطبيعتها صدورها.

2- الأهمية العملية (التطبيقية):

- تمثل التغطية الإعلامية للأزمة حالة استثنائية في العمل الإعلامي، حيث تستهلك كل وسيلة إعلامية كل طاقاتها وتحشد كل جهودها لمتابعة حدث الأزمة. وهو ما يبرز طبيعة العمل الإعلامي في مثل هذه الظروف.

- كما تكمن أهمية هذه الدراسة في تشخيص الوضع الإقتصادي الراهن في الجزائر وكيف ساهم المطبوع الورقي العمومي والخاص في طرح البدائل الاقتصادية وكذا الوقوف عند أهم الآثار التي خلفتها الأزمة المالية الحالية.

ب- أهداف دراسة الموضوع

تهدف هذه الدراسة أساسا لتحقيق جملة من الأهداف جاءت على النحو الآتي:

1- دراسة المادة الخيرية لكل من صحيفتي النصر والشروق اليومي التي طرح من خلالها موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016، والتعرف على أهم المفاهيم والمعاني التي قدمتها هذه المادة الخيرية.

2- تحديد أهم المواضيع المنشورة حول موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016 في الصحف محل الدراسة.

3- معرفة حجم المساحة المخصصة لنشر الموضوعات حول الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016.

4- معرفة موقع نشر المادة الخيرية المتعلقة بموضوع الدراسة في الصحف محل التحليل.

5- معرفة عناصر الدعم والإبراز المصاحبة للمادة الخيرية المتعلقة بموضوع الدراسة.

6- تحديد الأنواع الصحفية المستخدمة في عرض ومعالجة المواضيع المتعلقة بالأزمة المالية بالجزائر في الصحف محل الدراسة.

7- معرفة أهم المصادر التي اعتمدت عليها الصحف محل الدراسة في معالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016.

8- استخراج الأطر الإعلامية المستخدمة في بناء وعرض وصياغة المواضيع الخاصة بالأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016، التي طرحتها الصحف محل الدراسة وتبيان اتجاه المعالجة الإعلامية للموضوع، الذي يحمل العديد من القراءة التي ترتبط بالسياسة التحريرية للصحيفة.

وعليه إن تعدد وتنوع الأجندات الإعلامية وكذا الخط الإفتتاحي للمؤسسات الإعلامية المكتوبة واختلافها باختلاف الجهات المالكة لها، واختلاف طرحها للمواضيع والقضايا والأحداث والأزمات، سواء كانت تابعة للقطاع العمومي أو الخاص يدعوا إلى قراءة وتحليل هذا الإختلاف، والتنوع، الذي يطرح بدوره اشكالات عديدة سنحاول الإجابة عنها من خلال هذه الدراسة.

ثالثا: تحديد مفاهيم الدراسة

من المعلوم بأن عملية التفكير تشتمل على استخدام اللغة، وهذه اللغة التي هي قناة مهمة للاتصال تتألف من رموز ومجموعة من القواعد تسمح بإنشاء تركيبات متعددة من هذه الرموز، ومن أكثر هذه الرموز أهمية في اللغة هو "المفهوم"¹.

ويذهب "صالح إسماعيل" إلى: "أن المفهوم لا يعني فقط مجموعة الصفات والخصائص التي تحدد الموضوع الذي ينطبق عليه اللفظ تحديداً، يكفي لتمييزها عن الموضوعات الأخرى كما يبدو من الناحية المنطقية، وإنما يتعدى ذلك ليشمل المعاني والمشاعر التي يستدعيها اللفظ في أذهان الناس، ولهذه النظرة الواسعة ميزة في رأينا وهي أنها تفسح المجال القول بأن الغالبية العظمى من المفاهيم لا تقبل تعريفاً جامعاً مانعاً بلغة المنطق، وإنما تتسم بمرونة مطلقة لا تحدها حدود ولا تقيدها قيود، فتتسع دلالتها أحياناً وتضيق أحياناً أخرى... والمفهوم في هذه الحالة يشبه البحر الواسع الذي يجوز لكل جيل أن ينهل منه ويبحر فيه بقدر ما تسعفه طاقته"².

انطلاقاً من الأهمية العلمية للمفهوم في تحديد مسار البحث العلمي، والعمل بطرق منهجية تسهل فهم إشكالية الدراسة محل البحث تم تحديد المفهوم اللغوي والإصطلاحي للمفاهيم المتعلقة بهذه الدراسة على النحو الآتي:

➤ المعالجة الإعلامية والمفاهيم المشابهة لها:

1- **المعالجة:** كلمة "المعالجة" في اللغة العربية مشتقة من الفعل "عالج" "traitement" باللغة الفرنسية، فعندما نقول: عالج الأمر، أي أصلحه، "عالج المشكلة"³ عالجها علاجاً ومعالجة: زاوله وداواه.⁴

كما تأتي المعالجة بمعنى الممارسة إذ نقول عالجا: أي مارسا العمل، وعملا به، وزاولاه، وكل شيء زاولته ومارسته فقد عالجه⁵ من خلال هذه المقاربة اللغوية يتبين أن معنى المعالجة هو ممارسة أمر ما، والاشتغال به عن قرب وكثب ومزاولته بالطرق المباشرة.

من الناحية الاصطلاحية للمفهوم لا يختلف كثيراً عن التعاريف اللغوية المذكورة أعلاه، حيث يتضمن هذا المفهوم حالة تجريبية على عينة من العينات تجري لمشاهدة ومقارنة التأثير الذي تحدثه تلك التجارب بتأثيرات العلاجات الأخرى أو عند عدم وجود أي تجارب من أي نوع، والمعالجة قد تكون مادية أو إجراء يجري بطريقة أو أي محفز، ويمكن ضبطها طبقاً لاحتياجات التجربة.⁶

¹ - نوال عمر: مناهج البحث الاجتماعية والإعلامية، مكتبة الأنجلو المصرية، مصر، 1986، ص 30.

² - فضيل دليو، علي غربي: أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية، منشورات جامعة منتوري، قسنطينة، 1999، ص 92.

³ - أحمد العايد وآخرون: المعجم العربي الأساسي، المنظمة العربية للتربية وثقافة العلوم، ص 858.

⁴ - الطاهر أحمد الزاوي: ترتيب القاموس المحيط على طريقة المصباح وأسس البلاغة، ط3، دار الفكر، ص 291.

⁵ - ابن منظور: لسان العرب، تحقيق عبد الله علي الكبير، محمد أحمد حسب الله، هاشم محمد الشاذلي، دار المعارف، ج 4، ص 2404.

⁶ - المعجم الموسوعي لمصطلحات المكتبات والمعلومات، انجليزي-عربي، دار المريخ للنشر، الرياض، السعودية، 1988، ص 1139.

من هنا نلاحظ أن مفهوم المعالجة مرتبط أساسا بالمادة التي يتم معالجتها، فوفقا لها تتم عملية التحليل والتفسير لهذه المادة عن طريق إخضاعها لمعطيات واقعية أو وفق افتراضات معينة يتم وضعها لمعالجة مشكلة معينة وإيجاد حلول لها.

2- الإعلام: يقصد بكلمة "الإعلام" لغة مصدر أعلمه إعلاما- أبلغه إبلاغاً- أخبره إخباراً- أي إيصال أمر معين من المتكلم إلى المستقبل بالرسالة كطرف آخر، وقد وردت الكلمة في لسان العرب بمعنى التبليغ والإبلاغ، أي الإيصال، يقال بلغت القوم بلاغا أي أوصلتهم الشيء المطلوب.¹

يعرف الإعلام على أنه: "نقل المعلومات أو المعرفة العلمية إلى الجماهير العريض عن طريق العمل الاتصالي عبر وسائل الاتصال الجماهيري **mass media**، من صحافة وإذاعة وتلفزيون من حيث هي أدوات اتصال ومن حيث هي أيضا قنوات أو مسالك للاتصال بجانب كونها نظم إعلامية أصلية."²

يشير هذا التعريف إلى أن الإعلام هو عملية فكرية تقوم على جمع المعلومات ونقلها عن طريق استخدام وسيط بين المرسل والمستقبل والتي تم تحديدها بوسائل الاتصال الجماهيري.

يعرف سمير حسين "الإعلام" بأنه: "كافة أوجه النشاطات الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية وبدون تحريف بما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة الشاملة لدى فئات جمهور المتلقين للمادة الإعلامية بكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية الصحيحة، في الوقائع والموضوعات والمشكلات المثارة والمطروحة."³

ربط هذا التعريف مفهوم الإعلام بمجموعة من المعايير التي من المفروض أن يتوفر عليها الخبر الإعلامي من بينها: المصدقية، والموضوعية، الأنية، بالإضافة إلى الإبتعاد عن تزيف الحقائق والمعطيات المتعلقة بالخبر.

الإعلام هو تزويد الناس بالمعلومات الصحيحة والحقائق الثابتة التي تمكنهم من فهم الواقع والمشكلات، وبالتالي فإن رسالة الإعلام هي الإقناع عن طريق المعلومات والحقائق الموثقة، وهو يقوم على الوضوح والصرحة والدقة في الرواية ويلتزم بالصدق والأمانة."⁴

إنطلاقا من المفاهيم التي تم عرضها حول مفهوم الإعلام، يمكن إعتباره عملية جمع المعلومات ونشرها في شكل رسالة اعلامية تتسم بالموضوعية والمصدقية دون تحريف لمعطياتها إلى جمهور واسع عن طريق إستخدام وسائل الاتصال الجماهيري، وتهدف هذه العملية الى خلق المعرفة والوعي والإدراك لدى المتلقي للمادة الإعلامية.

¹ - د. علي عجوة: الأسس العلمية للعلاقات العامة، ط1، القاهرة، مكتبة عالم الكتب، 2000، ص 185.

² - محمد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2003، ص 416.

³ - د. خضور أديب: أدبيات الصحافة، ط2، جامعة دمشق، 1992، ص 56.

⁴ - محمد منير حجاب: الإعلام السياحي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000، ص61.

3- المعالجة الإعلامية: ويقصد بها التكتيك المستخدم في قضية ما أو طرح فكرة ما أو متابعة حدث، وتجمع المعالجة الإعلامية بين مختلف فنون الصحافة التلفزيونية.¹

فالمعالجة الإعلامية هي الخصائص التي يتسم بها تناول الإعلامى للقضية محل الدراسة من حيث الشكل (القوالب الفنية، وسائل الإبراز، صفات الشخصيات والضيوف)، والمضمون (القضايا الفرعية، الأطر الإعلامية الموظفة، القوى الفاعلة في المعالجة، الأطر المرجعية الموظفة، مدى التوازن في العرض، أساليب الإقناع المستخدمة)، بهدف توصيف هذا التناول،² والمعالجة تركز في الأساس على سؤال واحد مفاده: كيف تعاملت المؤسسة الإعلامية مع المعلومات والبيانات المتعلقة بحدث معين، وكيف عالجت الآثار والتداعيات المترتبة على بث أو نشر تلك المعلومات؟، ولا تقتصر المعالجة فقط على الاهتمام بالشكل الذي تناولت به المؤسسة الإعلامية الآثار المترتبة على نشر الأخبار أو المعلومات، وإنما تهتم أيضا بالمحتوى نفسه، أي بالأفكار والقضايا التي طرحت، وبطريقة تقديمها، بالإضافة إلى الكشف عن الأفكار والقضايا التي تم التركيز عليها وإبرازها، في المقابل الكشف عن الأفكار والقضايا التي تم إهمالها وتجاهلها.³

على ضوء التعريفات السابقة، يمكن القول أن المعالجة الإعلامية تجمع بين التغطية والتناول الإعلامي للأحداث والأخبار، عن طريق عرضها في وسائل الإعلام والعمل على إبراز جوانبها المختلفة (الأسباب، السياق، التطورات، مواقف أطراف معينة، الآفاق) شكلا ومضمونا، ومعالجت معطيات هذه الأحداث عن طريق تحليلها وشرحها وتفسيرها للجمهور المتلقي وتقديم جميع المعطيات حولها دون أي تحريف أو تزييف، بالإضافة إلى الإلتزام بمعايير الخبر الصحفي من دقة ومصداقية وموضوعية وأنية في نقل الخبر.

➤ المفاهيم المشابهة لمصطلح المعالجة الإعلامية:

هناك تداخل كبير بين بعض المفاهيم الإعلامية، بحيث نجد من لا يفرق بين التغطية الخبرية والتغطية الإعلامية، بالرغم من أن المقصود بالأولى هو كتابة خبر حول الحدث مع احتمال تدعيمه بتقرير خبري، أما المقصود بالثانية فهو القيام بتغطية شاملة للحدث، بمعنى كتابة خبر وتقرير خبري إلى جانب الأنواع الإعلامية التعبيرية أو التقريرية التي يتطلبها ذلك الحدث.

فخبر إعلان ترشح رئيس حزب للرئاسيات قد يكون بطريقة التغطية الخبرية بمعنى تقديم خبر عن بيان ترشحه، ثم تقرير حول الحزب الذي يسانده أو الرئاسيات، أما إذا أردنا تغطية هذا الحدث إعلاميا، فإننا لا نكتفي

¹ - هالة محمد اسماعيل بغدادى: المتغيرات المؤثرة على تغطية القضايا العربية في القنوات الفضائية العربية الإخبارية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2007، ص 62.

² - نشرة سليمان محمد عقل: المعالجة التلفزيونية والصحفية للقضايا البرلمانية ودورها في تشكيل اتجاهات الجمهور العام نحو البرلمان، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2006، ص 27.

³ - حنان جنيد: المعالجة الصحفية للحرب الانجلو أمريكية على العراق في صحيفتي الأهرام والنيويورك تايمز خلال الفترة من 20 مارس 2003_ 04 مايو 2003 دراسة تحليلية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 19، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2003، ص 123.

بالتغطية الخبرية بل نتجاوزها إلى إجراء مقابلة مع المترشح وكتابة تعليق أو افتتاحية أو بورتريه حوله، على أن تكون مقدمة التغطية شاملة بحيث تضم العناصر الخبرية الموجودة في جميع الأنواع الصحفية الأخرى.¹

- **التغطية الإعلامية:** يتكون مصطلح التغطية الإعلامية من شطرين: التغطية/الإعلام، واستخدمت كلمة 'التغطية' مع كثير من المصطلحات الإعلامية وأبرزها، التغطية الإخبارية، التغطية الصحفية، والتي تعني: "عملية الحصول على البيانات والتفاصيل الخاصة ببحث معين، والمعلومات المتعلقة به والإحاطة بأسباب وقوعه، ومتى وأين وكيف وقع؟ وغير ذلك من المعلومات والحقائق التي تجعل الحدث صالحاً للنشر."²

➤ إعلام الأزمات:

إن المصطلح الشائع والمعروف بإعلام الأزمات كما يرى الباحث: "محسن الإفرنجي" يراد به تفعيل دور وسائل الإعلام والاتصال في التحذير من الأزمات المتوقع حدوثها، واحتواء الآثار السلبية للأزمات التي وقعت مع المحافظة على توفير البيانات والمعلومات للجمهور بالقدر الكافي مع مراعات وضع أسس للتغطية الإعلامية للأزمات المندلعة بحيث لا تسبب ذعرا وهلعاً وردوداً سلبية لدى المواطنين.³

تشتمل الأزمات على ثلاثة عناصر يشار إليها بوصفها عناصر الأزمة، وتتمثل في التهديد، ومحدودية الوقت، بالإضافة إلى عنصر المفاجئة، وبسبب هذا المزيج الصعب الذي يجتمع في موضوع الأزمة تحتاج المعالجة الإعلامية للأزمات والكوارث إلى أداء خاص ومتميز يتسم بالتوازن في التعامل مع تهديدات الأزمة، والشمول والتكامل في تناولها بما يساعد على رفع مستوى وعي الجمهور بها، وإدارتها على النحو الذي يقلص خسائرها إلى أقل مدى ممكن. وفيما يلي نستعرض خصائص إعلام الأزمات:⁴

- توازن التناول الإعلامي في التعامل مع تهديدات الأزمة: فلا يميل الأداء الإعلامي في معالجته لموضوع الأزمة إلى التهميل والتضخيم والتصعيد الذي يؤدي لمزيد من الإثارة والقلق لدى الجماهير العامة، ولا يميل إلى التهمين الذي يقلص من حجم الخطورة الحقيقية التي تنطوي عليها الأزمة على نحو غير واعي قد يولد المزيد من الأزمات والتداعيات سواء على المدى القريب أو البعيد.

- التوازن في تناول السلبيات والإيجابيات المرتبطة بموضوع الأزمة.

¹ - عبد العالي رزاق: الخبر، في الصحافة، الإذاعة، التلفزيون، والإنترنت، سلسلة الإعلامي المحترف، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2004، ص 65.

² - صديقي محمد موسى: اتجاهات طلبة الجامعات الفلسطينية نحو التغطية الإعلامية لقناة فلسطين الفضائية للأحداث الداخلية، رسالة ماجستير، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، نيسان، 2009، ص 25.

³ - عبد الرزاق محمد الديلمي: الإعلام وإدارة الأزمات، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012، ص 193.

⁴ - شريف محمد نبيل مصطفى: المعالجة الإعلامية لأحداث العنف وتأثيرها على الأزمات الاقتصادية بعد الثورة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، جامعة القاهرة، 2015، 72.

- التوازن في تغطية الأزمة من وجهات نظر ورؤى مختلفة
 - التوازن في التعامل مع المصادر وعدم الإقتصار على المصادر الرسمية أو النخبوية فقط .
 - شمول وتكامل التناول الاعلامي لأبعاد الأزمة وخلفياتها وتداعياتها.
- تجدر الإشارة هنا إلى أن إعلام الأزمات هو أحد الإختصاصات التي يعنى بها حقل الإعلام، من خلال تركيز وسائل الإتصال الجماهيري على نقل أحداث وأخبار عن أزمات محلية ودولية، ومواكبتها لهذه الأحداث عن طريق التغطية المكثفة لمعطياتها ومجرياتها بصفة آنية بإعتبارها فترة حرجة وحالة غير مستقرة.

➤ اتصالات الأزمة:

هي كافة الأنشطة الإتصالية التي تمارس أثناء المراحل المختلفة للأزمة بغض النظر عن الوسائل والمضامين المستخدمة فيها، وعلى هذا الأساس فإن الأنشطة والأدوار الاتصالية التي تقوم بها المنظمات أو الحكومات أثناء الأزمة بما في ذلك أنشطة العلاقات العامة تدخل في نطاق اتصالات الأزمة، كذلك فإن الأنشطة التي تمارسها وسائل الإعلام فيما يتعلق بالأزمات تدخل في نطاق اتصالات الأزمة.¹

بعد القراءات المختلفة لأدبيات اتصال وإعلام الأزمات لاحظنا اختلاف بعض المراجع في الفصل بين مفهومي اتصال الأزمة وإعلام الأزمات، إذ أن هناك بعض الباحثين الذين يفرقون بين المفهومين، ومنهم من يرى ان اتصال أو إعلام الأزمات نفس المفهوم، اتصالات الأزمة هي كل الإتصالات الداخلية والخارجية التي تحدث وقت الأزمة، ونقصد بالاتصالات الداخلية، كل العمليات الاتصالية التي تجري داخل المؤسسة أو بين أفراد فريق إدارة الأزمة وكل الأشخاص المتعلقين بهذه الأزمة والذين يلعبون دورا في إمكانية حل الأزمة مثل المسؤولين على المؤسسة أو الشهود...الخ، والاتصالات الخارجية تعني العلاقات العامة للمؤسسة والاتصالات مع الجمهور، ووسائل الإعلام، والضحايا...الخ،² أما إعلام الأزمات فهو تلك المواد الإعلامية التي تقوم بتغطية الأزمات بمختلف أنواعها، وهو ليس إعلام متخصص في الأزمات وإنما هو إعلام يهتم بنشر أخبار وأحداث الأزمة بتناوله لها ووصفها وتحليلها، كما يمكنه أن يتنبأ بالأزمات فيلعب دورا قبل، أثناء وبعد حدوثها عن طريق معالجته لها، كذلك يحمل مفهوم إعلام الأزمات في طياته العمليات الاتصالية بين مديرو الأزمة ووسائل الإعلام التي تهدف إلى التوافق من أجل الإدارة الجيدة للأزمة والتحكم في مسار تداول المعلومات التي يجب إمداد الجمهور بها.

¹ - سهام الشجيري: البناء الإعلامي للأزمات، إشكاليات العرض والتناول، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2018، ص 141.

² - بداني أمينة نزيهة، بلحضري بلوفة: الإعلام وإدارة الأزمات، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد الثاني، العدد السابع، مخبر الدراسات الإنسانية والأدبية، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة العربي تبسي، تبسة، جوان 2018، ص 240.

➤ الأزمة:

ترجع أصول كلمة " أزمة" crisis الى الكلمة اللاتينية **krinein**، ومعناها " أن تقرر" **to decide**، لذلك فإن الأزمة تعني " لحظة قرار" **decisive moment** أي وقت صعوبة وشدة يحدد تاريخ الشخص أو المنظمة.¹

ويختلف تعريف الأزمة باختلاف التوجهات الفكرية والتخصصات العلمية، ففي قاموس مختار الصحاح نجد أن مادة " أزم" في اللغة تعني القحط أو الشدة²، وفي القاموس البريطاني " Webster" أنها وقت حاسم أو خطر كبير تعتمد نتائجه على قدر العوائق السلبية التي يسفر عنها"³، ويعرفها قاموس " لونغمان" بأنها " زمن يتسم بوجود خطر كبير أو صعوبة شديدة أو عدم يقين سواء في السياسة أو الاقتصاد.⁴

وفي المنظور الإداري، نجد أن الأزمة: " لحظة حرجة حاسمة تتعلق بمصير الكيان الإداري الذي أصيب بها مشكّلة بذلك صعوبة حادة أمام متخذ القرار تجعله في حيرة بالغة لا يدري أي قرار يتخذ، كل ذلك في دائرة خبيثة من عدم التأكد وقصور المعرفة واختلاط الأسباب بالنتائج.⁵

وفي المنظور الاجتماعي، يرى أحمد بدوي أن الأزمة: "تتطلب توقف الأحداث المنتظمة والمتوقعة واضطراب العادات والعرف مما يستلزم التغيير السريع لإعادة التوازن ولتكوين عادات جديدة أكثر ملائمة".⁶

وفي المنظور الإعلامي، نجد أن الأزمة: "موقف يتسبب في جعل المنظمة محل اهتمام سلبى واسع النطاق من وسائل الإعلام المحلية والعالمية، ومن جماعات أخرى كالمستهلكين والعاملين والسياسيين والنقابيين والتشريعيين".⁷ وعليه يمكن اعتبار الأزمة هي نتيجة لتراكم مجموعة من التأثيرات والأسباب سواء كانت طبيعية أو بشرية، تؤدي في النهاية الى حدوث خلل مفاجئ واضطراب في منظومة أو كيان أو مجتمع معين، وهي على أنواع: سياسية، اقتصادية، أمنية.....الخ.

➤ الأزمة المالية:

يعرفها فريدريك مينشكن **Mishkin Frédéric** 1996 بأنها "إختلال غير خطي في الأسواق المالية بحيث تتفاقم فيها مشكلات الإختيار المعاكس والمخاطر المعنوية، فتصبح الأسواق غير كفؤة، بمعنى تدني قدرتها على أداء أدوارها كقناة لتمويل المستثمرين وهو ما قد يؤدي إلى حدوث انكماش حاد في النشاط الاقتصادي.

¹ - حسن عماد مكاي: الإعلام ومعالجة الأزمات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005، ص 48.

² - محمد بن أبي بكر الرازي، مختار الصحاح، تحقيق دائرة المعاجم، مكتبة لبنان، بيروت، 1989، ص 13.

³ - Simon&Schuster: Webster, New World Dictionary of American English, Leyland, 1997, p275.

⁴ - Longman dictionary : Longman group, england, 1995, p322.

⁵ - محسن الخضيرى: ادارة الازمات منهج اقتصادي وإداري متكامل لحل الأزمات، مكتبة عين شمس، مصر، 1990، ص 76.

⁶ - أحمد بدوي: معجم العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت، 1982، ص 82.

⁷ - Regester, M & J, Larkin : Risk Issues and crisis Managment, London, Kogan page, 1997, p131.

والمقصود بمشكلات الإختيار المعاكس، هي المشكلات الناتجة عن تقديم المؤسسات المالية قروض إلى عملاء ذوي جدارة إئتمانية منخفضة مما قد يؤدي إلى عدم قدرتهم على السداد.¹ أما المخاطر المعنوية فهي تعبر عن الحالة التي يتوفر فيها مقترض ما احتمالية تحويل ديونه إلى عون اقتصادي آخر، وهذا ما يحفزه على الاستثمار في المشاريع عالية المخاطر.

تعرف الأزمة المالية بأنها: "انهيار النظام المالي برمته مصحوبا بفشل عدد كبير من المؤسسات المالية وغير المالية مع انكماش حاد في النشاط الإقتصادي الكلي".²

وتعرف أيضا الأزمة المالية على أنها: "حالة تمس أسواق البورصة وأسواق الإئتمان لبلد معين أو مجموعة من البلدان وتكمن خطورتها في آثارها على الإقتصاد مسببة بدورها أزمة اقتصادية ثم انكماش اقتصادي عادة ما يصاحبه انحصار القروض، أزمات السيولة النقدية وانخفاض في الاستثمار وحالة من الذعر والحذر في أسواق المال".³

الأزمة المالية هي بتعبير آخر، حالة اضطراب / توتر مالي يفضي إلى تعرض المتعاملين في الأسواق المالية لمشكلات سيولة، مما يستدعي تدخل السلطات لإحتواء تلك الأوضاع.⁴

من مجمل التعاريف السابقة يمكن القول أن الأزمة المالية هي تلك التذبذبات العميقة التي تؤثر كليا أو جزئيا على مجمل المتغيرات المالية، وعلى حجم إصدار وأسعار الأسهم والسندات، وإجمالي القروض والودائع المصرفية، ومعدل الصرف، وتعتبر عن إنبهار شامل في النظام المالي والنقدي.

وإذا كانت الأزمة المالية لا تتعلق في بداية الأمر إلا بالأسواق المالية، فإن توسعها وتفاقمها يؤدي إلى آثار مضرّة بالإقتصاد الحقيقي، من خلال تضيق الإئتمان وإنخفاض الاستثمار، مما يجر إلى أزمة إقتصادية بل وحتى إلى ركود إقتصادي وقد تنتشر الأزمة لتتحول إلى أزمة إقليمية أو أزمة عالمية.

رابعا: الدراسات السابقة وحدود الاستفادة منها

إن استعراض الدراسات السابقة يُظهر أهمية موضوع الدراسة، ويعطي فرصا أكبر للوصول إلى الأهداف، ذلك أن استعراض تلك الدراسات والإنطلاق من النتائج التي توصلت لها يساعد الباحث في الوصول إلى الأهداف

¹ - زيدان محمد وحبار عبد الرزاق: دور البنوك المركزية في معالجة الأزمة المالية الراهنية مع الإشارة خاصة لدول منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، مؤتمر الأزمة المالية العالمية الراهنة وانعكاساتها على اقتصاديات دول منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، الجزائر، ديسمبر، 2009، ص 02.

² - فريد كورتل: الأزمة المالية العالمية وأثرها على الإقتصاديات العربية، مؤتمر الأزمة المالية العالمية وكيفية معالجتها من منظور الاقتصاد الغربي والإسلامي، جامعة الجنان، طرابلس، لبنان، 2009، ص 2.

³ - الداوي الشيخ: الأزمة المالية العالمية، انعكاساتها وحلولها، ورقة مقدمة للمؤتمر الأزمة المالية العالمية وكيفية معالجتها من منظور الاقتصاد الغربي والإسلامي، جامعة الجنان، طرابلس، لبنان، 2009، ص 3.

⁴ - جودة عبد الخالق: الأزمة المالية العالمية، أزمة نظام لا أزمة سياسات، السياسة الدولية، مطابع الأهرام التجارية، القاهرة، العدد 175، القاهرة، يناير، 2009، ص 117.

المنشودة، حيث تجعله يبدأ من حيث إنتهى الآخرون، كما أنها تقدم بعض المعالم الضرورية التي يسترشد بها الباحث في تناوله لموضوع دراسته.

لهذا تعد مرحلة حصر الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع البحث، مرحلة جد هامة لأنها توفر الوقت والجهد للباحث وتساعده على معرفة زوايا المعالجة لموضوع الدراسة تجنباً لإعادة أبحاث دراسات سابقة قد أنجزت، والبحث على زوايا معالجة جديدة تطرح اشكالات جديدة تساهم في تطوير البحث العلمي كونه علم تراكمي، وعليه قمنا بالإطلاع على العديد من الدراسات المشابهة لموضوع بحثنا وقد اخترنا البعض منها ممن وجدناه يتناسب ومتغيرات الموضوع، وهي كما يلي:

الدراسة الأولى: الموضوعية في المعالجة الصحفية للثورات العربية في الصحافة المكتوبة

العربية، الجزائر، مصر، تونس أنموذجا، دراسة تحليلية مقارنة أعدت من طرف الباحثة: أسماء قرشوش.¹

جاءت هذه الدراسة في شكل أطروحة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والإتصال، حاولت من خلالها الباحثة التعرف على ملامح المعالجة الصحفية لأحداث الثورات العربية من خلال ما تعرضه المادة الصحفية للصحافة العربية، حيث ركزت هذه الدراسة على أحد أبعاد الممارسة الأخلاقية للعمل الصحفي والذي تمثل في "الموضوعية"، كقيمة مهنية من خلال معرفة مدى توفر هذه القيمة في معالجة أحداث الثورات العربية، وذلك عن طريق رصد وتحليل عينة من الصحف المستقلة بما في ذلك تحليل الأطر الخبرية التي وظفتها صحف الدراسة لتأطير أحداث هذه الثورات.

كما قامت الباحثة بعقد مقارنة بين صحف الدراسة، للإستدلال على درجة التوافق والإختلاف في توفر عناصر الموضوعية، على مستوى كل فئة من فئات التحليل (فئات الشكل، فئات المضمون) التي وضعتها الباحثة في إطار استمارة تحليل المضمون، كما عرضت الباحثة أهم العناصر المرتبطة بمفهوم الموضوعية، والعوامل المؤثر عليها في مجال الممارسة الإخبارية، بالإضافة إلى عرض هذا المفهوم ضمن التشريعات وموثيق الشرف الخاصة بالبلدان محل عينة الدراسة (الجزائر، تونس، مصر).

وارتكزت هذه الدراسة على نظرية الأطر الخبرية ونظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، كونهما يمثلان اساس نظري لمعرفة أهم الأطر الخبرية التي وضفتها صحف الدراسة لتأطير أحداث الثورات العربية، من خلال أنها تعالج استراتيجية القائم بالاتصال في بناء الرسالة الإعلامية ودوره في تشكيل الأخبار من حيث انتقائها واختيار المصادر وزوايا المعالجة، ومعرفة حدود وأبعاد المسؤولية الأخلاقية والمهنية للصحافة ذلك لارتباط المسؤولية بالموضوعية على حد قول الباحثة.

¹ - أسماء قرشوش، الموضوعية في المعالجة الصحفية للثورات العربية في الصحافة المكتوبة العربية، الجزائر، مصر، تونس أنموذجا، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، غير منشورة، كلية علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام، جامعة الجزائر، الجزائر، 2018/2019.

انضوت هذه الدراسة ضمن البحوث والدراسات الوصفية التي تعنى بدراسة الأوضاع الراهنة، من خلال دراسة المادة الخبرية لوسائل الإعلام، فيما يتعلق بتحليل محتوى الصحف العربية المستقلة، واندرجت ضمن منهج المسح بالعينة، كما اعتمدت هذه الدراسة على أسلوب المقارنة المنهجية كونها دراسة قائمة على المقارنة بين الصحف للإستدلال على مدى درجات التفاوت في موضوعية تناول الإعلام لأحداث الثورات العربية في هذه الصحف، حيث انضوت على مستويين للمقارنة تمثلا في: التحليل والمقارنة على المستوى الجزئي وبين كل فئات التحليل التي تم تحديدها من طرف الباحثة، والمستوى الثاني عن طريق مقارنة النتائج النهائية المتوصل إليها في هذه الدراسة لمعرفة درجة توفر الموضوعية في معالجة هذه الأحداث.

تمثلت عينة هذه الدراسة في الصحف اليومية المكتوبة المستقلة الصادرة بالجزائر، تونس، ومصر، وقامت الباحثة بتحديد كل من صحيفة الشروق اليومي الجزائرية، وصحيفة الصباح التونسية، وصحيفة المصري اليوم المصرية، صحفا للتحليل والدراسة.

كما قامت الباحثة بتحديد 72 عددا من كل صحيفة كعينة للتحليل، فترة الدراسة التحليلية لهذه الصحف امتدت ابتداء من 16 ديسمبر 2010 إلى غاية 24 نوفمبر 2012، وقد بررت الباحثة اختيار هذه الفترة كونها تمثل بداية تناول هذه الصحف لأحداث الثورات العربية ولكن البعض منها لم يحدد نهاية لهذه المعالجة ما جعل الباحثة تعتمد على العينة القصصية في اختيار الأعداد التي تناولت بدايات لرصد موضوع الدراسة، من خلال اختيار عينة مكونة من 24 عددا في كل عنوان صحفي.

خلصت هذه الدراسة لجملة من النتائج، حيث بينت وجود اهتمام نوعي من قبل الصحف الثلاثة محل التحليل بمعالجة أحداث الثورات العربية، مع وجود اختلاف في درجة هذا الاهتمام من صحيفة الى اخرى، الا ان السمة الغالبة كانت وجود نوع من التوافق بين الصحف من حيث فئات الشكل.

كما كشفت نتائج الدراسة التحليلية أن عناصر الموضوعية التي تم تحديدها من طرف الباحثة والتي تم وضعها في إطار فئات المضمون لم تتوفر جميعها وبدرجة مطلقة، كما توافقت صحف الدراسة من حيث الأطر المستخدمة في أحداث الثورات العربية من خلال تركيزها على إبراز أطر دون غيرها، بالإضافة الى التزام الصحف اخلاقيا تجاه هذه المعالجة.

الدراسة الثانية: البناء الإعلامي للأزمات، إشكاليات العرض والتناول: من طرف د.سهم

الشجيري، دراسة تم نشرها في شكل كتاب.¹

طرحت الباحثة في هذه الدراسة اشكالية العرض الاعلامي للأزمات والعلاقة بين وسائل الإعلام والأزمات، من منظور النظرية البنائية، حيث أشارت في إشكالية دراستها إلى تأثير بيئة العمل الإعلامي وقت الأزمات وما تمثله هذه الظروف من ضغوط وطريقة تحرير وتقديم هذه الأخبار وفق أطر إعلامية، وقد استعرضت الباحثة من خلال

¹ - سهم الشجيري: البناء الإعلامي للأزمات، إشكاليات العرض والتناول، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2018.

دراستها هذه أطر التعامل الإعلامي مع أزمة تفجير مرقد الإمامين العسكريين في سمراء، في الثاني والعشرين من فيفري 2006، حيث شاركت فيها جميع الصحف العراقية سواء كانت حزبية أو مستقلة أو حكومية، وما لاحظته الباحثة من خلال قراءتها لهذه الصحف محل التحليل أن تعاملها مع الأزمة شابه بعض الإختلافات والمبالغات كونها أبرزت بعض جوانب الأزمة وأهملت جوانب أخرى، ومن خلال هذا التعامل فهي -الصحف العراقية- تترجم أجناسات وخرائط مجتمعية يراد منها بحسب نظرية (القطيع) أن تتولى أو تسلك سلوكا يبتغيه من يملك أو يتحكم في هذه الوسيلة الإعلامية أو تلك.

وعليه تعد هذه الدراسة من الدراسات الأبرز التي تناولت بحوث إعلام الأزمات، حيث فتحت المجال أمام الباحثين في حقل علوم الإعلام والإتصال للغوص في هذا المجال في وقت تطورت فيه تقنيات جمع وتحليل المادة الإعلامية في مقابل تطور وسائل وفنون التغطية الإعلامية ووسائل الإتصال، حيث ذكرت هذه الدراسة 4 مبادئ أساسية يتعين على جميع الأجهزة والتقنيات الإعلامية المحافظة عليها لضمان فعالية العملية الإعلامية وهي:

أ. الحقائق المدعمة بالأرقام والإحصائيات

ب. التجرد من الذاتية والتحلي بالموضوعية

ج. عرض الحقائق والصدق والأمانة في جمع البيانات من مصادرها الأصلية.

د. التعبير الصادق عن الجمهور الذي يوجه إليه هذا الإعلام.

وقد أقرت الباحثة من خلال هذا الكتاب أن الإعلام العربي إعلام مأزوم لأنه في كثير من الأحيان يبتعد عن الموضوعية وتنقصه الشفافية، حيث تغلب على ممارسته الإنحيازية، وتسيطر التبعية على أدائه، وتختل لديه موازين التمييز بين الخبر، والتعليق، والتحليل والرأي الشخصي، كما يجيب هذا الكتاب عن طرق العرض والتناول الإعلامي للأزمات في مختلف وسائل الإعلام وتعاملها مع ماهية الأزمة، وكيف تعمل وسائل الإعلام المختلفة لبناء الواقع من منظور البنائية الإجتماعية.

تضمن هذا الكتاب 5 فصول يتحدد الفصل الأول بتأصيل مفهوم الأزمة وخصائصها ومراحلها وأبعادها وأنماطها، الفصل الثاني كيفية إدارة الأزمة، الفصل الثالث يعنى بموضوعية البناء الإعلامي للأزمات، الفصل الرابع تناول التعامل والتناول الإعلامي مع الأزمات، الفصل الخامس يهتم بأطر تعامل الصحافة العراقية مع أزمة تفجير مرقد الإمامين العسكريين في سمراء.

الإطار التحليلي لهذه الدراسة جاء تحت عنوان: أطر تعامل الصحافة العراقية مع الأزمة (أزمة تفجير مرقد الإمامين العسكريين بسمراء)، دراسة تحليلية لصحف: الصباح، الزمان، العدالة للمدة من 23-02-30-2006-03.

إنتهجت هذه الدراسة منهج المسح الوصفي والمنهج المقارن لمقارنة الصحف فيما بينها وفق محددات نظرية الأطر كما إعتمدت الباحثة على أداة تحليل المحتوى لتحليل أطر التعامل مع الأزمة التي عكستها صحف الدراسة، وتحليل ما توصلت إليه من بيانات ومعلومات واحصاءات حول الحدث، عبر تحليل جميع الأخبار والتقارير الإخبارية، وقد إختارت الباحثة وحدة الموضوع لتكون هي وحدة التحليل في هذا البحث، وتعد كوحدة طبيعية كاملة في مادة الإتصال والتي تحدد معنى الفئة التي ربما تكون جملة أو عبارة أو تتضمن الفكرة التي يدور حولها موضوع التحليل.

المجال المكاني: تمثل في حصر المواد الصحفية التي تناولت الأزمة لثلاث صحف تصدر عن مختلف الجهات هي: (الصباح) رسمية، تعبير عن وجهة نظر حكومية، جريدة (الزمان) مستقلة، جريدة (العدالة) حزبية تصدر عن المجلس الإسلامي الأعلى.

المجال الزمني: تم تحليل المواد الصحفية منذ بدء النشر الذي أعقب وقوع الحادثة في اليوم التالي إذ بدأت الصحف بالنشر لذلك حددت الباحثة المجال الزمني من (2006-03-30/02-23)، وهي المدة الزمنية التي شهدت ذروة تناول الصحفي عن الأزمة وتداعياتها وما أفضت إليه.

مجتمع البحث: بلغت أعداد الجرائد الثلاث 68 عددا، وشمل التحليل الأخبار والتقارير الخيرية التي نشرتها الجرائد الثلاث (الصباح، الزمان، العدالة) في جميع صفحاتها، إذ بلغت المواد التي خضعت للتحليل 267 خبرا وتقريرا إخباريا، ومن أجل إدراك أطر تعامل الصحافة مع هذه الأزمة وإعطاء صورة واضحة عن مضامين هذه الأطر، فقد إعتمدت الباحثة أسلوب الحصر الشامل بالتحليل منذ بدء النشر الذي أعقب يوم التفجير وإلى الثلاثين من آذار/ مارس 2006، لأن بعد هذه المدة إنخفض فيها نشر المواد الخيرية والتقارير عن الإعتداء.

وقد توصلت الباحثة إلى نتيجة جامعة مفادها أن عدم وجود إهتمام كاف من قبل المؤسسات الإعلامية العراقية بموضوع التعامل مع الأزمات التي يواجهها العراق بين الحين والآخر، إذ عادة ما يكون الرد انفعاليا يعمق الهوة ويبتعد عن الإلتزام بالموضوعية، والحيادية، وعدم المغالاة والمبالغة والتي من المفروض أن تتمتع بها كل صحيفة أو وسيلة إعلامية، لأن وجود خطة إعلامية للتعامل مع الأزمات قد يؤدي إلى تغطية أكثر إيجابية تقلل من آثار الأزمة.

الدراسة الثالثة: المعالجة الإعلامية للأخبار في التلفزيون الجزائري، دراسة تحليلية لمحتوى

القناة التلفزيونية الرئيسية الجزائرية: من طرف الباحثة بسمة فنور.¹

طرحت الباحثة من خلال هذه الدراسة إشكالية مفادها: كيف تتم معالجة الأخبار في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري؟، وهل تتوافق هذه المعالجة مع اهتمامات الجمهور الجزائري؟، كما سطر مجموعة من الأهداف جاءت على النحو الآتي:

¹ - بسمة فنور: المعالجة الإعلامية للأخبار في التلفزيون الجزائري، دراسة تحليلية لمحتوى القناة التلفزيونية الرئيسية، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه علوم الإعلام والإتصال، شعبة اتصال وعلاقات عامة، كلية علوم الإعلام والإتصال والسمعي البصري، جامعة قسنطينة3، الجزائر، 2016/2015.

- الكشف عن الأجندة التي يعتمد عليها القارئون على الأخبار في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري في تقديم نشرة الأخبار.

- التعرف على الأشكال والأطر التي تعرض من خلالها الأخبار في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري.

- التعرف على طرق المعالجة وعرض الأحداث عبر القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري، والقوالب الصحفية التي تطغى على هذه المعالجة .

- التعرف على أجندة الجمهور الجزائري للأخبار، ومدى توافقها مع أجندة أخبار القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري.

- التعرف على الإتجاهات التي يحملها الجمهور الجزائري نحو الأخبار التي تقدمها القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري.

وقد إعتمدت الباحثة على نظرية الأجندة كمنظور للدراسة، وعلى منهج المسح الوصفي، حيث أجريت الدراسة الميدانية في الفترة الزمنية الممتدة من شهر جانفي 2015 إلى غاية شهر ديسمبر 2015.

مجتمع البحث: انقسم إلى قسمين، القسم الأول سحب منه مضمون الرسائل الخيرية في التلفزيون الجزائري، القسم الثاني سحبت منه عينة من جمهور الأخبار.

وقد اختارت الباحثة نشرات الثامنة لدراسة مضمون الرسائل الإخبارية، ودراسة جمهور الطلبة الجامعيين الذين يدرسون في المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف بميلة لدراسة جمهور الأخبار.

عينة الدراسة: استعانة الباحثة على المعاينة العشوائية، التي تسحب من خلالها عينة عشوائية منتظمة قوامها اثني عشرة عددا من أخبار نشرة الثامنة من شبكة برامج القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري في الفترة التي تمتد طول سنة 2015، وعينة حصصية عشوائية من جمهور طلبة المركز الجامعي عبد الحفيظ بو الصوف بميلة تتكون من 300 مفردة.

أدوات جمع البيانات: إختارت الباحثة أداة تحليل المحتوى، وأداة استمارة الاستبيان لقياس اتجاهات الجمهور.

خلصت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج جاءت على النحو الآتي:

تخدم النشرة المقدمة في القناة الوطنية للتلفزيون الجزائري السلطة في مركز الأول، وهي خاضعة مباشرة لسيطرتها، حيث تترتب مواضيع الأخبار السياسية، وأخبار نشاطات مؤسسات السلطة كأهم المواضيع في أجندتها الإخبارية، فتخصص لها أكبر مساحة زمنية، وتتقدم في عرضها على كل المواضيع مهما كانت درجة أهميتها، وتهمل القضايا المصيرية والمشاكل الحقيقية للمواطن، فلا تعكس الواقع الذي يعيشه ولا تهتم بمشاكله وقضاياها.

يحمل الجمهور اتجاهات سلبية نحو مضمون الأخبار في القناة الوطنية للتلفزيون العمومي، التي لا تهتم ببحوث المشاهدين للتعرف على اتجاهاته ورغباته، لذلك لا تتوافق بعض محتوياتها مع اهتماماته، وهو لا يثق في الأخبار التي توردها ويراهها تفتقر للمصداقية والحرية، وغير محايدة في الطرح، وتخضع لما تريده السلطة مباشرة، وتخدم الدولة بالدرجة الأولى.

ركزت نشرة الثامنة على استخدام مجموعة من الأطر الإعلامية لإبراز الأخبار والمواضيع الآنية، حيث اعتمدت على إطار المسؤولية بنسبة أكبر حاولت من خلاله إبراز الدور الذي تلعبه جهات معينة في القضايا والأحداث، كما استخدمت النشرة إطار الصراع الذي يبرز كقيمة من القيم الخبرية خاصة بالنسبة للأخبار الدولية، كما برز استخدام إطار الإهتمامات الانسانية حيث استخدم في الأخبار الوطنية من خلال التركيز على خلق التفاؤل والروح الوطنية، وتشجيع الإنتفاضات حول المشاريع التي ترعاها السلطة، في حين استخدم في الأخبار الدولية بإظهار الطابع الدرامي للأحداث وإبراز المآسي الإنسانية التي تخلقها الصراعات والحروب، وأخيرا برز الإطار الأخلاقي كأحد الأطر الإعلامية التي ترتب في الأخبار الوطنية في المرتبة الأخيرة، وترتب في الأخبار الدولية في المرتبة قبل الأخيرة، حيث اعتمد عليه في الأخبار الوطنية من خلال ترتيب الأخبار في قالبها الديني والأخلاقي، وفي الأخبار الدولية من خلال إبراز القيم الأخلاقية والإنسانية كاحترام حقوق الإنسان وكرامته وغيرها.

كما توصلت الباحثة من خلال دراستها هذه الى الإعتماد على شكل الخبر في عرض نشرة أخبار الثامنة، حيث ظهر بشكل كبير في مواضيع كل من الأخبار الأمنية، السياسية الأخبار الرياضية وأخبار الصراعات والحروب، كما اعتمدت نشرة الثامنة على الريبورتاج لعرض كل الأخبار الاقتصادية والثقافية والاجتماعية والتاريخية، في حين برز الاعتماد على التقرير بنسبة كبيرة في الأخبار السياسية وذلك من خلال تغطية هذه الأخبار وإبراز تفاصيلها بطريقة تقريرية حذرة لا تخضع لذاتية المراسل أو المندوب، أما التعليق فقد استخدم بصفة أكبر في الأخبار الرياضية من خلال التعليق على نتائج المنافسات والبطولات المختلفة بطريقة مركزة وسريعة، كما استخدم شكل الحديث في مواضيع الأخبار السياسية من خلال الحديث مع شخصيات سياسية لإبراز وجهة نظرها اتجاه قضية أو خبر معين، بطريقة تعكس توجهاتها وأفكارها وآرائها، أما اليبورتيره فاعتمد عليه فقط في المواضيع الاجتماعية، من خلال إبراز حالات ونماذج اجتماعية معينة وتسلط الضوء عليها وإبرازها بطريقة تغطي عليها ذاتية المراسل أو المندوب.

الدراسة الرابعة: المعالجة الإعلامية للأزمة المالية العالمية من خلال الصحافة الجزائرية

المكتوبة: من طرف الباحثة بوعمره إلهام.¹

طرحت الباحثة في هذه الدراسة اشكالية المعالجة الإعلامية لموضوع الأزمة المالية العالمية خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2008، إلى ديسمبر 2009 من طرف الصحافة الجزائرية المكتوبة العمومية والخاصة، حيث اعتمدت

¹ بوعمره إلهام: المعالجة الإعلامية للأزمة المالية العالمية من خلال الصحافة الجزائرية المكتوبة، دراسة تحليلية لعينة من الصحف اليومية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2013/2014.

على منهج الوصفي التحليلي، وحصرت أدوات جمع البيانات في كل من الملاحظة واستمارة الاستبيان على أساس أنها استمارة تحليل المحتوى حسب ما أسمتها الباحثة.

أما بالنسبة لعينة الدراسة حددت من خلال ثلاث أطر:

- الإطار المكاني (الجغرافي): تمثل حسب الباحثة في الصحف اليومية الجزائرية العمومية والخاصة.
- الإطار الموضوعي (الصحف والقضايا): جاء اختيار عينة الدراسة في هذا الإطار وفق ثلاث مستويات رأت الباحثة أنها تناسب مع الدراسة حددت بالشكل الآتي:
- المستوى الأول الخاص بالمصدر أو الوسيط: وهو عبارة عن تصنيف المصادر الإعلامية التي تحقق أهداف البحث أي أنها تمثل المجتمع الأصلي للدراسة وعلمنا أن مجتمع هذه الدراسة يتمثل في الصحف اليومية المكتوبة والتي بلغ عددها حوالي 44 صحيفة، تم التركيز على الصحف الوطنية باختلاف لغتها وطبيعتها ملكيتها.

صحف عمومية ناطقة بالعربية: صحيفة الشعب.

صحف عمومية ناطقة بالفرنسية: صحيفة المساء.

صحف خاصة ناطقة بالعربية: الشروق اليومي.

صحف خاصة ناطقة بالفرنسية: الوطن.

- المستوى الثاني: اختارت الباحثة مجموعة الأعداد التي صدرت في الصحف اليومية المختارة، عن طريق توظيفها الطريقة القصدية بإحصاء جميع الأعداد الصادرة خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2008 إلى غاية 31 ديسمبر 2009، التي تناولت موضوع الأزمة المالية العالمية.

- المستوى الثالث: تم فيه تحديد نوع المادة التي سيتم تحليلها، حسب الباحثة فإن هذا المستوى يظهر من خلال تصميم استمارة الاستبيان الخاصة بتحليل المحتوى، وقد أعدت الاستمارة للإجابة عن تساؤلات البحث، أي لمعرفة أهم قضايا الأزمة المالية العالمية، التي ركزت عليها الصحف اليومية الوطنية المكتوبة العمومية والخاصة، ومعرفة الطريقة التي تناولت بها هذه المواضيع، وكيف عالجتها إعلاميا.

- الإطار الزمني (الفترة والتواريخ): امتدت هذه الدراسة من 01 جانفي 2008 إلى 31 ديسمبر 2009، حيث تمثل سنة 2008 ذروة الأزمة المالية العالمية حيث تجسدت الأزمة في مظاهر الكساد والمديونية والتراجع الاقتصادي، مع بدايات هذه الأخيرة كان خلال أواخر أوت 2007

أوضحت نتائج هذه الدراسة أن الصحف الخاصة تولى أهمية أكبر نسبيا لموضوع الأزمة المالية العالمية بالمقارنة مع الصحف ذات الطابع العمومي، من جهة أخرى أوضحت نتائج هذه الدراسة اعتماد الصحف محل

الدراسة على الخبر الصحفي في معالجة المواضيع التي تدور حول الأزمة المالية العالمية ، بالإضافة الى الاعتماد على الصحفيين كمصادر أساسية لجمع الأخبار الخاصة بموضوع الأزمة المالية العالمية في الصحف اليومية العمومية والخاصة الناطقة بالعربية والفرنسية.

كما أشارت هذه الدراسة في جملة النتائج التي توصلت إليها ، أن معظم ما قدمته الصحف الجزائرية عن الأزمة المالية، هو نقل لما حدث ويحدث من تطورات ناتجة عن الأزمة في الولايات المتحدة الأمريكية وغيرها من الدول الغربية، وهذا الشيء مهم لكن غير كاف، لأن المواطن الجزائري بصفة خاصة والعربي بصفة عامة بحاجة إلى معلومات عن تأثيرات الأزمة على الإقتصاد الوطني والعربي، بل ما هو ملاحظ في الكثير من الحالات التعتيم والعزوف عن تقديم الحقائق من جهة، والتهميل وتضخيم الحدث من جهة أخرى.

الدراسة الخامسة: الإقتصاد الجزائري في مواجهة أزمة تهاوي أسعار الطاقة 2014: د. ضياء مجيد

الموسوي، دراسة في شكل مؤلف (كتاب).¹

جاءت هذه الدراسة في إطار كتاب مكون من خمسة فصول، حيث تعرض الباحث في الفصل الأول لأهم الأسباب التي حولت إهتمام الحكومة الجزائرية نحو التنمية، حيث أشار إلى مسيرة التنمية بالجزائر ومصار تمويلها ، بالإضافة إلى حديثه عن قطاع التسيير الذاتي وما المقصود منه وكيف تمت مواجهة تردّي الوضع الإقتصادي في بداية الثمانينات وكيف كانت الإصلاحات الإقتصادية في الجزائر لمواجهة هذا الوضع.

أما الفصل الثاني، فقد تناول فيه الباحث أسباب تراجع أسعار النفط منذ بداية النصف الثاني من سنة 2014، وما هو حجم إنتاج الجزائر للنفط في هذه الفترة، مشيرا إلى السعر المرجعي للنفط الذي تعتمده الجزائر مقابل ما تنتجه كل سنة، كما بين الباحث دور صندوق ضبط الإيرادات في تغطية العجز المالي للدولة، عن طريق عرضه لحجم الجباية البترولية في الميزانية الجزائرية، كما عرض آراء المسؤولين والمفكرين السياسيين والخبراء الاقتصاديين حول الوضع المالي بالجزائر، في ظل الأوضاع الراهنة.

أشارت هذه الدراسة من خلال الفصل الثالث إلى انعكاسات تراجع أسعار النفط على حجم التجارة الخارجية، من خلال تحديد حجم صادرات الجزائر خارج قطاع المحروقات، وكيف أثر انهيار أسعار النفط على قيمة الدينار الجزائري في عام 2015، وكيف إنعكست الأزمة على الميزان التجاري الجزائري، بالإضافة إلى أن الحديث عن الإجراءات التي إتخذتها الجزائر لمواجهة هذه الأزمة عن طريق التوجه نحو تطبيق سياسة التقشف.

كما تناولت هذه الدراسة في الفصل الرابع سبل تحقيق التنمية المستدامة في الجزائر، من خلال عرض ما المقصود بالتنمية المستدامة وماهي نسبة البطالة في الجزائر، كما أشارت إلى مصطلحين مهمين هما البطالة المقنعة والبطالة المكشوفة.

¹ - ضياء مجيد الموسوي: الإقتصاد الجزائري في مواجهة أزمة تهاوي أسعار الطاقة 2014، د.ط، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2015.

وفي الأخير ختمت هذه الدراسة من خلال الفصل الخامس بالحديث عن نتائج فشل الحكومة الجزائرية في تطبيق التنمية المستدامة في ظل الصعوبات المالية التي تترتب عن نقل التكنولوجيا، بالإضافة إلى الحديث عن أسباب لجوء الجزائر إلى القروض الخارجية وما هي أسباب زيادة حجم الديون.

الدراسة السادسة: برامج التوك شو... وإعلام الأزمات، دراسة من إعداد د. محمود أحمد لطفي، في

شكل مؤلف "كتاب"¹

يدررس هذا الكتاب كيفية معالجة برامج الرأي في الفضائيات المصرية للأزمات الداخلية، ومعرفة الأطر المستخدمة، ومعرفة علاقة هذه المعالجة بتشكيل اتجاهات الجمهور المصري من خلال الوقوف على مجموعة من المتغيرات التي قد تؤثر في علاقة الإعلام بتشكيل الاتجاهات لدى الجمهور، حيث تضمن هذا الكتاب 4 فصول: فصل يشمل جزء نظري عن الأزمات وأسبابها والتخطيط لإدارتها، وفصل نظري عن معالجة الأزمات وإدارتها إعلامياً، وفصل آخر عن برامج الرأي أهميتها وعوامل نجاحها، ثم ذيل الكتاب بفصل عن دراسة بعنوان: "أطر معالجة برامج الرأي للأزمات المصرية في الفضائيات وانعكاساتها على تشكيل اتجاهات الجمهور، دراسة مسحية" دراسة تحليلية لأطر معالجة برامج الرأي للأزمات المصرية عبر كل من: الصفحة الجديدة بقناة النيل لايف ممثلة للقنوات الحكومية، والحياة اليوم بقناة الحياة ممثلة للقنوات الخاصة.

اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامي، وعلى كل من أداة تحليل الأطر (ويقصد بها الباحث أداة تحليل المضمون)، وأداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة قوامها 400 مفردة من الجمهور العام في محافظات القاهرة بإعتبارها العاصمة، الاسكندرية ممثلة لمحافظات الوجه البحري، أسيوط ممثلة في محافظات الوجه القبلي، لمعرفة انعكاس أطر معالجة برامج الرأي للأزمات المصرية على اتجاهات الجمهور، وهذا بهدف مناقشة النتائج العامة واختبار فروض الدراسة والتوصيات.

تحددت اشكالية هذه الدراسة في رصد وتحليل الأطر الخبرية التي تتبناها برامج الرأي (توك شو) في الفضائيات المصرية أثناء معالجتها للأزمات المصرية، ودراسة العلاقة بين هذه الأطر التي تقدمها برامج الرأي، كما تختبر هذه الدراسة مجموعة من المتغيرات التي قد تؤثر في علاقة الإعلام بتكوين الاتجاهات لدى الجمهور، وهي: حجم التعرض، مستوى الاعتماد، النوع، المستوى التعليمي، المستوى الاجتماعي والاقتصادي.

توصلت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج جاءت على النحو الآتي:

يؤكد د. لطفي أنه لا توجد فروق بين برامج الرأي "التوك شو" في الفضائيات المصرية - حكومية، وخاصة - في أطر معالجتها للأزمات الداخلية، مما تسبب في تضيق الأفق لدى المتلقي في الحصول على المعلومات من مصادر متنوعة، كذلك أغلب الأطر متشعبة برؤية النظام السياسي القائم ودعمه قلباً وقالباً، ويظهر ذلك جلياً في ضيوف البرامج حيث اعتمدت أغلب الحلقات على المتحدث الرسمي للوزارات والهيئات الحكومية.

¹- د. محمود أحمد لطفي: برامج التوك شو... وإعلام الأزمات، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2019.

برامج الرأي تتميز بإتخاذها بعدا جماهيريا في النقاش، وقد ساهم في ذلك التطور التكنولوجي في البث التلفزيوني وإمكانية إشراك شخصيات من مواقع متعددة مع تعدد وسائل مشاركة الجمهور الفورية من خلال الإتصال التليفوني أو الفاكس أو التصويت عبر الإنترنت.

ويرى الباحث 'محمود أحمد لطفي' أن صعوبة إيجاد مكان للأصوات الناقدة في وسائل الإعلام التقليدية يزداد، فيما تستمر شبكات التواصل الاجتماعي في توفير منبر للآراء المهمشة، حيث تعتبر أحد المنابر القليلة التي تُمكن النشطاء الساعين إلى التوصل إلى حلول وسط من التعبير عن آرائهم، بهذا يكون الإعلام حراً على السطح، لكن جهات التمويل المباشر وغير المباشر تشترط سلفاً على وسيلة الإعلام والعاملين فيها خدمة مصالح وتوجهات معينة، وقد تخدم النظام السياسي بطرق مختلفة، بشكل مباشر وغير مباشر، وتساعد برامج هذه الوسائل الحكومات في تكوين رأي عام حول قضية من القضايا، وتسعى من خلال ما تقدمه من معلومات إلى توحيد الناس خلف الحكومة.

ويشير د. لطفي إلى أن النظام الإعلامي في مصر شهد انفتاحاً نسبياً في السنوات الأخيرة، لكن هذا الانفتاح لم يغير مضمون وسائل الاتصال الأكثر جماهيرية - الراديو والتلفزيون - بحكم تبعيتها المباشرة للسلطة، التي تعتبر النظام الإعلامي نظاماً فرعياً لها، وظيفته الأساسية إنتاج مضامين الدعاية السياسية المطلوبة، ولو باستخدام نفس الأساليب الدعائية التي انتهت في أوروبا منذ ثلاثينيات القرن الماضي .

نتائج الدراسة الميدانية على عينة قوامها 400 مفردة من الجمهور العام في محافظات القاهرة باعتبارها العاصمة، الاسكندرية ممثلة لمحافظات الوجه البحري، أسيوط ممثلة لمحافظات الوجه القبلي، لمعرفة انعكاس أطر معالجة برامج الرأي للأزمات المصرية على اتجاهات الجمهور .

ويقول إن عينة الدراسة التحليلية تحددت في تحليل أطر دورة برامجية " خلال الأشهر الآتية: " أفريل، ماي، جوان 2015" لأطر برامج الرأي التالية: برنامج صفحة جديدة بقناة النيل لايف وبرنامج الحياة اليوم بقناة الحياة. ويكشف أنه "بالنسبة للأزمات الداخلية التي تم عرضها والتركيز عليها في برامج الرأي في الفضائيات المصرية عينة الدراسة جاءت مرتبة كالتالي:

- جاءت في المرتبة الأولى أزمة الأعمال الإرهابية والتفجيرات المتتالية بنسبة 31.5%.
- جاءت في المرتبة الثانية أزمة تفجير أبراج الكهرباء وانقطاع التيار الكهربائي بنسبة 21.5%.
- جاءت في المرتبة الثالثة أزمة تأخر الانتخابات البرلمانية والخلافات بين الأحزاب بنسبة 18.5%.
- جاءت في المرتبة الرابعة أزمة تداعيات الأحكام القضائية ضد مرسي وقيادات الإخوان وقتل القضاة بنسبة 16%.

- جاءت في المرتبة الخامسة والأخيرة أزمة تلوث مياه الشرب والتعديت على نهر النيل بنسبة 12.5% .

أما برامج الرأي في الفضائيات المصرية التي درسها د. لطفي ويشاهدها جمهور عينة الدراسة، فجاءت كالتالي: في المرتبة الأولى: جاء برنامج الحياة اليوم على قناة الحياة، في المرتبة الثانية: جاء برنامج العاشرة مساءً على قناة دريم، في المرتبة الثالثة: جاء برنامج على مسئوليتي على قناة صدى البلد، في المرتبة الرابعة: جاء برنامج 90 دقيقة على قناة المحور، في المرتبة الخامسة: جاء برنامج هنا العاصمة على قناة CBC، في المرتبة السادسة: جاء برنامج صفحة جديدة على قناة النيل لايف، في المرتبة السابعة: جاء برنامج البيت بيتك على قناة "10"، في المرتبة الثامنة: جاء برنامج جملة مفيدة على قناة MBC مصر، في المرتبة التاسعة والأخيرة: جاء برنامج من القاهرة على قناة النيل للأخبار (مصر الإخبارية).

ويضيف أن الدراسة الميدانية كشفت عن، أولاً: ارتفاع نسبة اعتماد الجمهور المصري الذي يمثل 'عينة الدراسة' على برامج الرأي في الفضائيات المصرية للحصول على المعلومات أوقات الأزمات. ويمكن إرجاع أسباب ارتفاع نسبة الاعتماد على برامج الرأي في الفضائيات المصرية أوقات الأزمات، إلى أن هذه البرامج تعمل أساساً على إتاحة حرية التعبير وإبراز الرأي حول قضية معينة، ويتم نقل ذلك إما على الهواء مباشرة أو من خلال برنامج مسجل إلى الجماهير لتقديم المعلومات لهم عن هذه المشكلة أو القضية، والتي تكون محل اهتمام عدد كبير منهم من خلال طرح آراء الضيوف المختلفة حول الموضوع محل النقاش، وأنها تشتمل على موضوعات تخص مشاكل الحياة اليومية من حوادث واضطرابات واعتصامات ومحاكمات، وقضايا سياسية مهمة ومصيرية (مثل الانتخابات والحريات والإصلاح السياسي والاقتصادي)، وموضوعات فنية وثقافية ورياضية وبعض الظواهر الاجتماعية المتنوعة، وبعض القضايا الدولية الطارئة.

ثانياً: ارتفاع نسبة ثقة الجمهور بالمعلومات حول الأزمات المصرية الداخلية التي يحصلون عليها من برامج الرأي في الفضائيات المصرية، ويمكن إرجاع سبب ذلك إلى أن هذه البرامج تعمل على ازدياد وبناء ثقة المتلقي وقناعاته نظراً لإحساسه بالمشاركة، وإنه يحصل على المعلومات والأخبار من مصدرها مباشرة دون وجود وسطاء لنقل الخبر، خاصة إذا كانت هناك تصريحات للمسؤولين وردت على ألسنتهم أثناء المناقشة. ثالثاً: ارتفاع نسبة مناقشة الجمهور للأزمات المصرية الداخلية التي يحصلون عليها من برامج الرأي في الفضائيات المصرية، ويمكن إرجاع أسباب ذلك إلى أن برامج الرأي تتميز باتخاذها بعداً جماهيرياً في النقاش، وقد ساهم في ذلك التطور التكنولوجي في البث التلفزيوني، وإمكانية إشراك شخصيات من مواقع متعددة مع تعدد وسائل مشاركة الجمهور الفورية، من خلال الاتصال التليفوني أو الفاكس أو التصويت عبر الإنترنت. فتسهم هذه البرامج في إثراء النقاش الاجتماعي والسياسي والاقتصادي والديني، حول مختلف القضايا التي تهتم بالموضوع محل النقاش، وتشكل الحوارات مرجعاً يمكن الوثوق به في بعض القضايا التي تمس شرائح واسعة من المجتمع وتعمل بذلك على الخروج من عزلته إلى الانفتاح على المجتمع والاهتمام بقضاياها.

الدراسة السابعة: الأطر الخبرية لقضايا الشرق الأوسط في شبكة CNN، دراسة تحليلية لبرنامج

Inside The Middle East¹، دراسة من اعداد د. هبة شاهين .

جاءت هذه الدراسة في شكل مقال علمي، ضمن المجلة المصرية لبحوث الإعلام، حاولت هذه الدراسة التعرف على أطر المعالجة الخبرية لقضايا الشرق الأوسط، في شبكة CNN الأمريكية من خلال تحليل اتجاهات المعالجة للقضايا الشرق أوسطية وأسلوب وأبعاد تناول والسياق الذي تتم فيه معالجة الأطر الخبرية الخاصة بتناول القضايا الشرق أوسطية، اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، ومن خلال تحليل مضمون المادة الخبرية المقدمة في البرنامج المذكور خلال الفترة من جويلية 2005 إلى أفريل 2006.

أشارت نتائج هذه الدراسة إلى تعدد الأطر المستخدمة في تغطية قضايا الشرق الأوسط، وجاء في مقدمتها إطار نسب المسؤولية بنسبة 27% حيث تم تقديم قضايا الشرق الأوسط بطريقة تفرد المسؤولية إلى العرب والمسؤولين، بينما استخدم الإطار الأخلاقي بنسبة 23% في إطار وضع قضايا الشرق الأوسط في سياق العقائد الدينية والأخلاقية، واستخدم إطار الإهتمامات الإنسانية بنسبة 20%، وتلي ذلك استخدام إطار الصراع، ثم استخدام إطار النتائج الإقتصادية.

كما تعددت مصادر المادة الخبرية المستخدمة في تغطية قضايا الشرق الأوسط، وبرز في مقدمتها الإستعانة بشهود عيان بنسبة 29%، والإستعانة بالمواد التلفزيونية في محطات التلفزيون المختلفة بنسبة 19%، والمواد الأرشيفية بنسبة 13%، بينما برزت الإستعانة بوكالات الأنباء، المسؤولين، الأفلام السينمائية والمتخصصين في المرتبة الأخيرة وانخفض الإعتماد على الدراسات ومواقع الإنترنت كمصادر إخبارية في تقديم قضايا الشرق الأوسط.

تشير هذه الدراسة أيضا إلى سيطرة الإتجاه السلبي على معالجة القضايا الشرق أوسطية بنسبة تقرب من نصف عدد القضايا المطروحة 47% بما يؤكد الصورة النمطية السلبية عن منطقة الشرق الأوسط وشعوبها العربية الإسلامية.

الدراسة الثامنة: أطر معالجة الخطاب الصحفي المصري لأزمات القارة الإفريقية²، من إعداد

الباحثة: مهيرة عماد فتحي السباعي.

اهتمت هذه الدراسة برصد وتحليل وتفسير سمات وخصائص الخطاب الصحفي المصري نحو أزمات القارة الإفريقية مع تحديد مصادر المواد الصحفية ووسائل إبرازها. واعتمدت الدراسة على الرصد الكمي والتحليل الكيفي وعلى نظرية تحليل الأطر الإعلامية، للوقوف على طبيعة كل صحيفة في تناولها ومعالجتها للموضوع، طبقت الدراسة

¹ - د. هبة شاهين: الأطر الخبرية لقضايا الشرق الأوسط في شبكة CNN، دراسة تحليلية لبرنامج Inside The Middle East، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 27، جويلية-سبتمبر 2007، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، 2007.

² - مهيرة عماد فتحي السباعي: أطر معالجة الخطاب الصحفي المصري لأزمات القارة الإفريقية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، جامعة القاهرة، 2015، ص26.

على عينة من الصحف العمومية والخاصة، ممثلة في جريدة الأهرام، وجريدة الوفد، وجريدة المصري اليوم خلال الفترة الزمنية الممتدة من 01 ديسمبر الى غاية 31 ديسمبر 2012.

توصلت هذه الدراسة الى جملة نتائج أهمها:

- فيما يخص أزمة الحروب الأهلية: جاء إطار الصراع في المرتبة الأولى بنسبة 36% تلاه إطار المفاوضات بنسبة 25.4% وإطار الأمن القومي بنسبة 5.1%.
- فيما يخص أزمة المياه بين دول حوض النيل: جاء إطار المفاوضات في المرتبة الأولى بنسبة 35% تلاه إطار الأمن القومي بنسبة 23%، ثم إطار الصراع بنسبة 10%.
- فيما يخص الأزمات الاقتصادية: احتلت الأطر الاقتصادية المرتبة الأولى.
- تمثلت القوى الفاعلة المتعلقة بالأزمات الاقتصادية في المنظمات الدولية وجاءت الأدوار المنسوبة لها إيجابية.
- جاء الخبر الصحفي في المرتبة الأولى بصحف الدراسة.

حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

شكلت الدراسات السابقة التي تم عرضها آنفا، مرجعا مهما لهذه الدراسة في وضع تصور مبدئي لخطة الدراسة وكيفية ضبط مفاهيمها، وتمت الاستفادة منها من حيث المنهج والأداة المستخدمة والتي تم تحديدها في كل من منهج المسح الإعلامي وأداة تحليل المحتوى، حيث شكلت في معظمها نقطة إلتقاء مع هذه الدراسة في جانبها المفاهيمي والمنهجي خاصة من خلال تحديد فئات استمارة تحليل المحتوى، عبر الإستعانة بدراسة "د.محمود أحمد لطفي" ودراسة "مهيرة عماد"، وبالإضافة إلى الاستفادة من معطياتها النظرية خاصة ما تعلق بمنظور الدراسة الذي شكلته كل من نظرية الأجندة التي طرحتها دراسة "بسة فنور"، ونظرية الأطر الإعلامية التي طرحتها دراسة "سهام الشجيري" والتي كانت مرجعا مهما لتحديد المقاربة النظرية لهذه الدراسة، كما ساعدت مفاهيم ومعطيات الدراسات السابقة في تحديد أغلب المفاهيم المتعلقة بموضوع الدراسة، وكذا عناصر الإطار النظري الخاص بإعلام الأزمات والأزمة المالية، وكون الموضوع الذي تعالجه هذه الدراسة جديدا نوعا ما فقط اعتمدت الباحثة على دراسة "ضياء مجيد الموسوي"، التي تعرض واقع الإقتصاد الجزائري في مواجهة أزمة تهاوي اسعار الطاقة 2014، والتي شكلت خلفية نظرية لهذه الدراسة، كما استفادة الباحثة من نتائج الدراسات السابقة في تفسير بعض النتائج النهائية للدراسة التحليلية مما يثري التحليل ويعمقه.

بالاضافة إلى أن هذه الدراسات ساعدت في كيفية تطبيق أسلوب المقارنة كون بعضها ينتمي للدراسات التحليلية المقارنة مثل دراسة "أسماء قرشوش"، ودراسة "بوعمره إلهام".

خامسا: الخلفية النظرية للدراسة

1- نظرية ترتيب الأولويات (الأجندة) The Agenda-Setting Theory

أولا: مفهوم وضع الأجندة :

انطلقت بحوث الاتصال الجماهيري من افتراض أن وسائل الإعلام تمارس تأثيرات كبيرة في الجمهور وهو ما دعمه النجاح الذي أحرزته الدعاية النازية خلال عقد الثلاثينات من القرن الماضي، وتطورت إلى النظرة التي قدمها **Klapper** وآخرون مع مقدم عقد الستينات من القرن نفسه، والتي ترى أن هذه الوسائل ذات تأثيرات محدودة في الاتجاهات والسلوك، ثم شهدت طفرة أخرى خلال عقد السبعينات من ذلك القرن حيث وصلت إلى دراسات وضع الأجندة أو ما يعرف بترتيب أولويات الاهتمام والتي أكدت نتائجها أن وسائل الإعلام تشكل هذه الأولويات أو تلك الأجندة لكل من الأفراد والجماعات¹.

وترى نظرية وضع الأجندة أن وسائل الإعلام هي التي تحدد الأولويات التي تتناولها الأخبار، فهي تعطي أهمية خاصة لهذه الموضوعات مما يجعلها تصبح من الأولويات الهامة لدى الجمهور وهكذا فإن الموضوعات التي يراها المحررون ذات أهمية هي التي يتم نشرها حتى ولو كانت غير ذلك في الحقيقة حيث أنه بمجرد نشر موضوع في حد ذاته عبر (الصحافة أو الإذاعة أو التلفزيون) يعطي أهمية مضاعفة لتلك الموضوعات بحيث يراها الجمهور ذات أهمية تفوق عداها من موضوعات أخرى.²

ويرى بعض الباحثين أن مفهوم وضع الأجندة لم تتم صياغته لأول مرة مع دراسة كل من **Mccombs & Shaw** عام 1972 التي اختبرت هذا المفهوم إمبيريقيا،

تؤكد نظرية وضع الأجندة على وجود علاقة إيجابية بين وسائل الاعلام في رسائلها وبين ما يراه الجمهور هاما، أي أن دور وسائل الاعلام والاتصال يسهم في ترتيب الأولويات عند الجمهور، ومن ثم فإن وسائل الاعلام والاتصال بهذا المعنى تقوم بمهمة تعليمية.³

ويرجع الباحثون في تاريخ وضع الأجندة إلى أن أول إشارة مباشرة إلى وظيفة وضع الأجندة 'ترتيب الأولويات' ظهرت عام 1958م في مقال لنورتون لونج **Norton Long**، إلا أن أفضل تصريح حول هذه الوظيفة ظهر لدى بيرنارد كوهين **Bernard Cohen** في كتابه الصحافة والسياسة الخارجية، عام 1963م الذي قال أن الصحافة يمكن ألا تكون ناجحة كثيرا في أن تقول للقراء عن الأشياء التي يفكرون حولها.⁴

¹ -Donald L, Shaw and Shannon E, Matin, The Function of Mass Media Agenda setting, Journalism Quarterly, vol69, No4, 1992.

² - فرج الكامل: بحوث الإعلام والرأي العام، تصميمها وإجرائها وتحليلها، دار النشر للجامعات المصرية، القاهرة، 2001، ص85.

³ - Ronald Shaw & Maxwell McCombs, The Emergence of American Political, issues :Agenda setting Function of the Press, St , Paul, Wet Publisher, London, 1977,p5.

⁴ - Bernard Cohen, Press and Foreign Policy, Princeton University Press, New Jersey, 1970, p13.

وهناك نص مباشر لم يلتفت إليه الباحثون من قبل حول وظيفة وضع الأجندة حينما اعتبر برنارد بيرلسون 1948 **Bernard Berelson** في مقاله المعنون بـ 'الاتصالات والرأي العام' أن وسائل الاعلام والاتصال تُعد المسرح السياسي للمناظرات الجارية، ويرى أن هناك بعض الدلائل بأن المناقشات الخاصة حول المسائل السياسية تأخذ مؤشراتهما من عرض وسائل الاعلام والاتصال لهذه المسائل إذ أن الناس يتحدثون في السياسة متمشين في ذلك مع الخطوط التي ترسمها وسائل الاعلام والاتصال¹.

وحدد الباحثون عددا كبيرا من التعريفات لعملية وضع الأجندة، حيث يعرف **M.Sanchez** عملية وضع الأجندة في الإعلام بأنها: "العملية التي بواسطتها تحدد وسائل الإعلام بما نفكر وحول ماذا نقلق"، ويرى أن أول من لاحظ هذه الوظيفة هو **Lippmann** في العشرينات من القرن الماضي، وأوضح أن الإعلام هو الذي يهيمن على خلق الصور في أذهاننا وأن رد فعل الجمهور يكون تجاه تلك الصور وليس تجاه الأحداث الفعلية، لذلك فإن وضع الأجندة هي: "عملية تهدف إلى إعادة صياغة جميع الأحداث التي تقع في البيئة المحيطة بنا إلى نموذج بسيط قبل أن نتعامل معها"².

أما **James Watson** عرفها بأنها: "مجموعة من الموضوعات عادة يكون ترتيبها حسب أهميتها"³.

ويعرفها **Joseph Straubhaar** بأنها: "قدرة وسائل الإعلام على تحديد القضايا المهمة"⁴.

كما عرفها **Stephen Batros** بأنها: "العملية التي تبرز فيها وسائل الإعلام قضايا معينة على أنها مهمة، وتستحق ردود الحكومة والجمهور، من خلال إثارة انتباههم لتلك القضايا، بحيث تصبح ذات أولوية ضمن أجندتهم، وأن الفرد الذي يعتمد على وسيلة إعلامية ما ويتعرض لها سوف يكتيف إدراكه وفقا للأهمية المنسوبة لقضايا تلك الوسيلة وموضوعاتها، وبشكل يتوافق واتجاه عرضها، وحجم الإهتمام الممنوح لها في تلك الوسيلة"⁵.

ومن خلال ما سبق يتضح أن "نظرية وضع الأجندة" هي عبارة عن إعادة صياغة الأحداث المحيطة بقالب جديد، يتم ترتيب أهميتها في الوسيلة الإعلامية بما يتناسب مع السياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية بهدف إقناع الجمهور وتغيير اتجاهه بما يتوافق مع التوجهات الأيديولوجية لتلك الوسيلة".

ثانيا: فروض النظرية:

1- الفرض الرئيسي لنظرية وضع الأجندة:

¹ - Bernand Berelson, Communication & Public Opinion in Mass communication 2nd, Wilber Schramm, University of Illinois press, Urbana Chicago, 1975,p542.

²- M.Sanchez :Agenda Setting, spring2002,at :<http://www.comprofessor.com/2012/10/media-agenda-setting.html>, available at : 17/05/2016

³ - James Watson, Media communication :An Introduction to theory and Process,2nd(London :palgrave Macmillan,2006),p35.

⁴ - Joseph D.Straubhaar,Robert La rose, Media Now, Communication Media in the information Age, 2thed.(Australia, Wadsworth,2000).p35 at : <http://books.google.ps/books>, available at :17/05/2016.

⁵- منال المزهرة: نظريات الاتصال، ط1، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2012، عمان، ص332.

إن الفرض الرئيس في معظم الدراسات الخاصة بوضع الأجندة هو "الاتفاق بين ترتيب أجندة وسائل الإعلام، وترتيب أجندة للإهتمام بالقضايا والموضوعات الإعلامية"، أي وجود ارتباط إيجابي بين ترتيب الإهتمام من الوسيلة والجمهور، مما يشير إلى دور وسائل الإعلام في ترتيب أولويات إهتمام الجمهور بالقضايا والموضوعات المطروحة بنفس الترتيب الذي تعطيه الوسائل لهذه القضايا والموضوعات.¹

وتركز وسائل الإعلام على الأحداث العامة والقضايا لتحقيق التوحد الجمعي وتشكيل الخطاب الاجتماعي، وانتهت كثير من البحوث إلى أن الصحافة تنجح أكثر من التلفزيون في التأثير على أجندة الجمهور، ذلك أن التلفزيون يهتم أكثر بالقضايا العامة وليس الفرعية الأكثر تخصصا التي يمكن أن تهتم بها الصحف، حيث تهتم الصحف بالعمق والإهتمام بالتفاصيل.²

2- كما توجد افتراضات أخرى خاصة بنظرية وضع الأجندة وهي:³

3- تبنى النظرية على افتراض أن لوسائل الإعلام تأثير قوي على العامة أو الجمهور.

4- أن الاتصال يبدو كعملية تركز على المرسل كمحور رئيسي بها.

5- تفترض النظرية أن الصحفيين ومصادرهم المختلفة والجمهور يفسرون الخبر أو القضية بنفس الطريقة أو بطريقة مشابهة تماما.

وبتقييم هذه الافتراضات يتضح أن مستقبل الرسالة أصبح له دور فعال في فهم وإدراك هذه الرسالة وفقا للأجندة الخاصة به، وإذا كنا لا نرى التأثير القوي لوسائل الإعلام فلا بد أن نعترف أن لها دور في حياتنا كمصدر للمعلومات وللخبرة والتسلية والمتعة ولكن ليست هي المصدر الوحيد لكل ذلك، فالتفاعل مع الآخرين يمثل أهمية أيضا في هذا المجال وقد تفوق وسائل الإعلام.

ثالثا: استراتيجيات نظرية وضع الأجندة:

هناك استراتيجيتان أساسيتان لوضع الأجندة وهما:⁴

1- الإستراتيجية الأولى: وتقوم على دراسة مجموعة القضايا السائدة في وسائل الإعلام وعند الجمهور إما على فترة زمنية واحدة أو على فترتين.

2- الإستراتيجية الثانية: وتقوم على دراسة قضية واحدة سواء على فترة زمنية واحدة أو على عدة فترات زمنية مختلفة، أي دراسة ممتدة.

¹ - محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص 275.

² - سماح محمد: دور الصحف المصرية في ترتيب أولويات الجمهور نحو قضايا ذوي الإحتياجات الخاصة، العدد الرابع والثلاثون، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر، أكتوبر، 2009، ص 547.

³ -Helsingin Sanomat : Mass media's Agenda setting function, at :www.valt.helsinki,available at :12/10/2016.

⁴ - منال المزهرة: مرجع سبق ذكره، ص 335.

ويستخدم أسلوب تحليل المحتوى لخصر الموضوعات التي تؤكد عليها وسائل الإعلام، ومن الأفضل أن يشمل تحليل المحتوى كل وسائل الإعلام، مثل: الصحف والمجلات والراديو والتلفزيون، غير أن الباحثون يركزون غالباً على وسيلة واحدة أو وسيلتين على الأكثر، وعادة ما يتم اختيار التلفزيون والصحف اليومية، وعقد مقارنات بينهما.¹

رابعاً: نشأة وتطور نظرية وضع الأجندة:

(أ) نشأة نظرية وضع الأجندة:

ترجع الأصول النظرية لبحوث وضع الأجندة إلى **Walter Lippmann** من خلال كتابه بعنوان 'الرأي العام' 1922م والذي يرى: "أن وسائل الإعلام تساعد في بناء الصور الذهنية لدى الجماهير، وفي كثير من الأحيان تقدم هذه الوسائل 'بيئات زائفة' في عقول الجماهير، وتعمل على تكوين الرأي العام من خلال تقديم القضايا التي تهم المجتمع"²

ويرجع الفضل إلى **McCombs & Show** في صدور الدراسة الأولى التي تمت إجراءاتها التطبيقية والميدانية أثناء الحملة الانتخابية الرئاسية الأمريكية عام 1968م³ وتقوم النظرية على أن "وسائل الإعلام تنجح بكفاءة في تعريف الناس فيما يفكرون، ذلك لأن لها تأثيراً كبيراً في تركيز انتباه الجمهور نحو الإهتمام بموضوعات ما أو أحداث وقضايا بذاتها، فالجمهور لا يعلم من وسائل الإعلام عن هذه الموضوعات فحسب، بل يعرف كذلك ترتيب أهميتها فهناك علاقة ارتباطية إيجابية قوية بين أهمية الموضوع في وسائل الإعلام وأهميته لدى الجمهور"⁴.

(ب) مراحل تطور نظرية وضع الأجندة:

ويعد وضع الأجندة هو المرحلة الرابعة في تطور نظرية الأجندة، وفي هذا الإطار يقسم **McCombs** بحوث الأجندة إلى أربعة أشكال رئيسية تعكس تطور الاتجاهات الخاصة بهذه البحوث وهي:⁵

المرحلة الأولى: الدراسة الأصلية التي اختبرت الفرض الرئيسي الخاص بأن نموذج التغطية الخبرية يؤثر في إدراك الجمهور لأهمية القضايا اليومية.

¹ - حسن مكاوي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط3، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003، ص 292-348.

² - Maxwell McCombs: The Agenda-Setting Role of the Mass Media in the Shaping of Public Opinion, University of Texas at Austin, p.1-2 at: www.infoamerica.org/documentos-pdf/mccombs01.pdf, available at: 16/11/2016.

³ - Maxwell McCombs, Donald Lewis Shaw, David Hugh Weaver: communication and Democracy: Exploring the Intellectual frontiers in Agenda-setting theory, (Psychology Press: 1997), p.2 at: <http://books.google.ps/books>, available at: 22/04/2016.

⁴ - Micheal J. Muin: Agenda-Setting Theory and the Role of the Media in Shaping public Opinion for the Iraq war, a research paper in partial fulfillment of the requirements for the degree of master of arts, University of central Missouri: Department of communication, April, 2011, p.1.

⁵ - Maxwell E. McCombs, Donald L. Shaw, The evolution of Agenda-Setting Research: Twenty-Five years in the Market Place of ideas, Journal communication, vol 43, No2, Spring 1993, pp58-67.

المرحلة الثانية: اختبرت الشروط الملائمة التي تعزز أو تحد من وضع الأجندة والأدوار المقارنة لوسائل الإعلام المختلفة.

المرحلة الثالثة: اهتمت بالكشف عن صور المرشحين واهتماماتهم السياسية كبديل للأجندة.

المرحلة الرابعة: بحلول الثمانينيات ركزت البحوث على مصادر أجندة الوسيلة الاتصالية، وبذلك تكون انتقلت بحوث الأجندة من متغير مستقل إلى متغير تابع واستبدلت السؤال من يضع أجندة الجمهور وتحت أي ظروف؟ بالسؤال من يضع أجندة الوسيلة؟.

وقد تطورت البحوث حول نظرية وضع الأجندة للبحث في العلاقة بين متغيرين هما:¹

1- أسلوب المعالجة الإعلامية للأحداث من حيث اختيار المصادر ونقاط التركيز والجانب المرئي في الرسالة والعناصر التيبوغرافية في الوسائل الصحفية وغيرها من أساليب المعالجة الإعلامية.

2- توجيه انتباه الجمهور نحو جانب محدد من القضية على حساب جانب آخر.

وقد ارتبطت هذه النظرية بدراسة التغطية الإعلامية للصراعات الدولية، كما تطورت النظرية بشكل كبير لتوجيه البحوث المعنية بأثر المعالجات الإعلامية لقضايا الأقليات على الرأي العام وغيرها من القضايا الاجتماعية.

ويوصف وضع الأجندة بتعدد المناهج الحديثة مع وجود رابط مشترك يتمثل في كون التغطية الخيرية منتج يتم تصنيعه وإقراره من خلال التأثيرات المتعددة، ويمثل تحليل المضمون النمط الأكثر استخداما بشقيه الكمي والكيفي من خلال تحليل مضمون التغطية الخيرية كمنتج نهائي لوضع الأجندة.²

خامسا: نظرية وضع الأجندة... سماتها وأهميتها ووظائفها:

أ. سمات نظرية وضع الأجندة:

إن أهم ما يميز النظرية العلمية هو قدرتها المستمرة على توليد تساؤلات بحثية جديدة بالبحث واستكشاف مجالات وطرق بحثية جديدة، ومن المنطلق تميزت نظرية وضع الأجندة بثلاث سمات أساسية، وهي:³

- النمو المستمر والمتنظم للدراسات التطبيقية في مجال وضع الأجندة منذ أن بدأ الإهتمام بها وحتى اليوم.

- قدرتها على تحقيق التكامل بين عدد من المجالات البحثية الفرعية للاتصال الجماهيري تحت مظلة وضع

الأجندة.

¹ - ندية القاضي: إدراك الجمهور المصري لمخاطر إعلانات المنتجات الدوائية، دراسة في تأثيلا الشخص الثالث، العدد الثاني والثلاثين، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الآداب، جامعة القاهرة، 2008، ص ص 242.243.

² - هبة شاهين: معايير بناء أجندة القضايا العامة المقدمة في برامج الرأي بالقنوات التلفزيونية المصرية الحكومية والخاصة، دراسة في القائم بالاتصال، العدد الثالث والثلاثون، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2009، ص 468.

³ - بسيوني حمادة: دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، ط 1، عالم الكتب، القاهرة، 2008، ص 181.

– قدرتها على توليد قضايا بحثية واساليب منهجية جديدة تتنوع بتنوع المواقف والتغيرات الاتصالية.

ب. أهمية نظرية وضع الأجندة

تعد هذه النظرية تحولاً في مسار الدراسات الإعلامية، وعلى الرغم من أنها ذات منظور فردي في دراسة تأثيرات وسائل الإعلام، إلا أنها استطاعت أن تتطرق لجوانب جديدة في مجال بحوث التأثير، من أبرزها:¹

1. دراسة علاقة الأفراد وطريقة تعاملهم مع البيئة المحيطة بهم، حيث تبين صعوبة تعامل الأفراد مع البيئة مباشرة نظراً لاتساعها وتنوعها وشدة تعقيدها، وتؤدي وسائل الإعلام الدور الأكبر في إعادة تقديم هذه البيئة بصورة مبسطة، وذلك باختيار بعض القضايا والتركيز عليها مما يؤدي إلى إدراك الجمهور لأهمية هذه القضايا وترتيبها بما يتناسب وطريقة تقديمها في وسائل الإعلام.

2. أثبتت هذه النظرية وجود درجة عالية من الاتساق بين قائمة أولويات وسائل الإعلام من ناحية وقائمة أولويات الجمهور من ناحية أخرى.

3. درست هذه النظرية اتجاه العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور، وجاءت النتيجة مؤكدة على حقيقتين بارزتين هما:

– أن وسائل الإعلام تضع أولويات الجمهور.

– أن الجمهور يؤثر في وسائل الإعلام بطريقة غير مباشرة وغير ظاهرة.

4. اهتمت النظرية بأسلوب تناول وعرض القضايا في وسائل الإعلام من خلال عدة محاور، مثل: موقع الحدث في وسائل الإعلام، القرب الجغرافي أو العاطفي للحدث، نوع القضية وطبيعتها.

5. لم تتجاهل هذه النظرية الخصائص الديموغرافية للجمهور، والتي تبين أنها تؤدي دوراً في عملية وضع الأولويات.

6. تعد هذه النظرية من النظريات المتكاملة إلى حد كبير لاهتمامها بدراسة تأثير الاتصال الشخصي إلى جانب الاتصال الجماهيري.

7. وتظهر أهمية نظرية وضع الأجندة وفقاً لـ **Sanches** فيما يلي:²

– تعطي وسائل الإعلام القوة لاختيار الأخبار التي نسمعها أو نراها وما هي الجوانب المهمة في هذه الأخبار.

¹ - أماني فهد: الإتجاهات العالمية الحديثة لنظريات التأثير في الراديو والتلفزيون، العدد السادس، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1999، ص 224-226، نقلاً عن قدرتي عبد المجيد: تأثير المعالجة الإعلامية لقضايا حقوق الإنسان على المعارف واتجاهات الجمهور المصري، ص 17.

² -M. Sanchez : Agenda Setting ,spring2002,at :http://www.comprofessor.com/2012/10/media-agenda-setting.html, .available at :12/04/2016.

- أن وسائل الإعلام من خلال هذه النظرية يمكن أن تستخدم في وضع أجندة الجمهور في مجالات عديدة.
- يعد وضع الأجندة مهم من الناحية السياسية، حيث إن أجندة الجمهور التي شكلتها وسائل الإعلام تؤثر في الأجندة السياسية، فمثلا يحاول المرشحون أن يركزوا على القضايا التي يحتاج الجمهور إلى سماعها وتحظى باهتمامه.
8. أما **Matt Gleckler** يشير إلى أن نظرية وضع الأجندة أهميتها الخاصة، ولذلك لأن الجمهور الذي يتأثر بأجندة وسائل الإعلام هو ذلك الجمهور الذي لديه رغبة في أن يشكل الإعلام أفكارهم ويحتاجون إلى توجيه بشكل مستمر، وهم أولئك الذين لديهم فضول لمعرفة الأخبار، فهم يتأثرون بما تقدمه وسائل الإعلام ويفكرون فيه، وهي بالتالي لا تقدم تفسيراً لتأثيرات وسائل الإعلام على جميع أنواع الجمهور، وإنما تقدم تفسيراً لأسباب اعتقاد الجمهور في قضايا محددة.¹
- ج. وظائف نظرية وضع الأجندة: يمكن تحديد الوظائف التي تؤديها نظرية وضع الأجندة، فيما يلي:²
1. أن عرض وسائل الإعلام لقضية معينة يزيد من وعي الجماهير لتلك القضية، وبالتالي يمكن تمييز القضية الهامة من بين القضايا التي تعرضها وسائل الإعلام.
 2. تقوم هذه النظرية بترتيب أولويات الجمهور، وذلك للتركيز على قضايا معينة دون أخرى، مثل:
- مراقبة البيئة: يسعى المجتمع دائماً للتعرف على ما يجري في البيئة الداخلية والخارجية، وذلك لمواجهة كافة الظروف المتغيرة، وتقوم وسائل الإعلام دائماً بالتعرف على مشكلات المجتمع، ومحاولة تقديم الحلول المختلفة لها.
- الترابط: إن أهم ما تحاول وسائل الإعلام الوصول إليه هو محاولة إيجاد رأي عام موحد ومتربط تجاه قضية معينة دون القضايا الأخرى ما يؤدي إلى وصول إلى اتفاق عام تجاه القضايا المختلفة.
- نقل التراث الاجتماعي: تقوم وسائل الإعلام عبر السنوات المختلفة بالتركيز على أهم العادات والتقاليد السائدة في المجتمع خلال الفترات المختلفة، وهي تعد بذلك موروث ثقافي واجتماعي يمكن الأفراد من التعرف على ملامح العصور المختلفة.

¹ - Matt Gleckler : Agenda Setting function of Maxwell McCombs & Donald Shaw, at <http://oak.cats.ohiou.edu>, available at :13/12/2016

² - بارعة شقير: دور التلفزيون اللبناني في ترتيب أولويات طلبة الجامعة اللبنانية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإذاعة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1995، ص 20، نقلاً عن رشا عامر، الأنشطة الاتصالية في المنظمات الإقليمية- دراسة تطبيقية على جامعة الدول العربية خلال الفترة من سبتمبر 2001-سبتمبر 2004، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة الزقازيق، 2008، ص 282، 283.

مما سبق ذكره يتضح أن نظرية وضع الأجندة هي إحدى النظريات التي تهتم بدراسة العلاقات التبادلية بين وسائل الإعلام والجمهور التي تتعرض لهذه الوسائل، وقدرة تلك الوسائل على تحديد أهمية وألوية بعض القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية وغيرها التي تهتم كافة قطاعات المجتمع، كما تؤكد هذه النظرية على وجود علاقة ارتباط بين بروز قضية ما في وسائل الإعلام وبروزها لدى الجمهور من خلال تركيز هذه الوسائل على موضوعات بعينها وإهمالها لموضوعات أخرى، مما يؤثر على إهتمام الجمهور بالموضوعات المطروحة في وسائل الإعلام، وبذلك لم تعد وسائل الإعلام أداة لنقل المعلومات فقط بل أصبحت إحدى العوامل الرئيسية التي تؤثر في أفكار الجمهور واتجاهاته وسلوكه من خلال طرحها لقائمة من القضايا التي ترتبها طبقاً لأهميتها عن طريق انتقاء قصص إخبارية معينة وإغفال قصص أخرى وبذلك يعتقد الجمهور أن قضية ما قضية مهمة لأن وسائل الإعلام تتناولها باستمرار.

سادساً: عملية وضع الأجندة والعوامل المؤثرة فيها:

ويتضمن هذا المحور مكونات عملية وضع الأجندة، ومراحل عملية وضع الأجندة والعوامل المؤثرة في وضع الأجندة:

1- مكونات عملية وضع الأجندة:

تتكون عملية وضع الأجندة من ثلاث مكونات:¹

➤ **المكون الأول:** أجندة الجمهور **Public Agenda**: وتتخذ من أولويات اهتمامات الجمهور، وتتغير تبعاً لها، وقد بدأ هذا الإتجاه على يد **Show & McCombs** وهي تعني أن لوسائل الإعلام تأثير على أجندة الجمهور من خلال اعتبارات معينة والتأكيد عليها، وتشمل (المألوفة، البروز الذاتي، التفضيل) وتتكون من الأجندة الذاتية، والأجندة الشخصية، والأجندة الخاصة بالمجتمع.

➤ **المكون الثاني:** أجندة وسائل الإعلام **Media Agenda**: وتتخذ من أولويات قضايا وسائل الإعلام متغيراً تابعاً لها، هذا المجال البحثي مرتبط بالدراسات الاجتماعية، وتشمل (الرؤية، والبروز لدى الجمهور، والتكافؤ)، وتتكون من أجندة الصحف، وأجندة التلفزيون، وأجندة الوسائل الأخرى.

➤ **المكون الثالث:** وضع أجندة السياسة العامة: وتتخذ من أولويات قضايا السياسة العامة ودوائر صنع القرار وأولويات اهتمام صانعي القرار متغيراً تابعاً لها، بينما تمثل اهتمامات وسائل الإعلام المتغير المستقل، وتنشأ تلك الأجندة عن طريق الحكومة والسياسة، وتشمل، (التأييد، والفعل المتوقع، وحرية اتخاذ القرار).

2- مراحل عملية وضع الأجنده:

أشار الباحثان **G.E Lang &K.Lang** إلى أن وضع الأجندة يتم في ست مراحل، وهي:¹

¹ - Werner J ,Severin &James, Tankard : Communication Theories : Origins Methods and uses in media, 3th edition 1992, p222.

- تلقي الصحافة الضوء على بعض الأحداث وتجعلها بارزة.
- تحتاج بعض القضايا إلى قدر أكبر من التغطية لتثير الإنتباه.
- وضع القضايا أو الأحداث التي تثير الإهتمام في إطارها الذي يضفي عليها المعنى ويسهل فهمها وإدراكها.
- اللغة المستخدمة في وسائل الإعلام يمكن أن تؤثر على مدركات الجمهور لأهمية القضية.
- تقوم وسائل الإعلام بالربط بين الوقائع والأحداث التي أصبحت تثير الإهتمام وبين بعض الرموز الثانوية التي يسهل التعرف عليها على مواقع الخريطة السياسية، فالناس تحتاج إلى أساس لإتخاذ جانب من القضية (الثقة في الحكومة، المصادقية).
- وضع الأجندة يتم بسرعة وبتزايد عندما يتحدث بعض الأفراد الموثوق فيهم في قضية ما.

3- العوامل المؤثرة في وضع الأجندة:

- تركز بحوث وضع الأجندة على التأثيرات الاجتماعية القصيرة والمتوسطة والبعيدة المدى لوسائل الإعلام بناء على انتقائية وتركيز تلك الوسائل على قضايا معينة وإهمال الأخرى، وهو ما يترتب عليه إدراك الجمهور لتلك القضايا باعتبارها قضايا مهمة، ويتحدد تأثير الأجندة من خلال المستويات الآتية:²
- أ. مستوى تكوين الوعي بأهمية القضية.
 - ب. محاولة ترسيخ القضية في أجندة الجمهور من خلال التغطية المكثفة.
 - ج. استمرار التغطية المكثفة بهدف تكوين الإتجاه وتبني السلوك تجاه القضية، ووفقا لذلك تنجح وسائل الإعلام بكفاءة في تعريف الجمهور فيما يجب أن يفكروا فيه، ولكنها لا تنجح في تعريفهم كيف يفكرون.

1- العوامل المؤثرة في بروز القضية محل وضع الأجندة: ذكر G.E Lang & K.Lang أن هناك عوامل

أساسية تحكم بروز القضية محل وضع الأجندة وهي:³

- اللغة التي تستخدمها وسائل الإعلام في وصف أهمية هذه القضية.
- طريقة معالجة وتناول وسائل الإعلام لهذه القضية.

¹ - رحاب سليمان: الصحافة المصرية وترتيب الأولويات الصفوة تجاه البيئية في إطار مفهوم التنمية المتواصلة في مصر- دراسة للمضمون والقائم بالإتصال والجمهور عام 1998، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1999، ص 41-42.

² - عبد الجواد ربيع: دور الصحافة المصرية في ترتيب أولويات القضايا الخاصة بالرأي العام الريفي-دراسة تحليلية ميدانية، العدد الواحد والثلاثون، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2008، ص 346.

³ - وسام نصر: أجندة اهتمامات المواقع الإلكترونية للجهات المعنية بشؤون المرأة المصرية- دراسة مقارنة-، المجلد التاسع، العدد الثاني، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ديسمبر 2003، ص 400.

- الإستعانة بشخصيات مشهورة للتأكيد على أهمية القضية.

2- العوامل المؤثرة في وضع أجندة الجمهور:

✓ نوع وطبيعة القضايا المطروحة:

يقصد بها مدى كونها ملموسة أي مدركة من جانب الجمهور، أو أن تكون القضية مجردة أي لا تكون مجربة بشكل مباشر من قبل الأفراد، فالقضية اليومية والتي تحدث للفرد بشكل مستمر يوميا لا يكون لها تأثير لوضع الأجندة، أما القضايا الطارئة والتي لا يكون لها أي مصدر إلا الأخبار في استقصاء المعلومات، ففي هذه الحالة يكون لوضع الأجندة أثر كبير، وتم تقسيم القضايا إلى نوعين:¹

- القضايا المباشرة: وهي القضايا التي يعيشها الفرد وتتوافر لديه بشأنها خبرة شخصية.

- القضايا غير المباشرة: وهي القضايا التي لا يعايشها الفرد ولا تتوافر لديه بشأنها خبرة شخصية، ويعتمد على استيفاء معلوماتها من وسائل الإعلام، وبالتالي فإن تغير طبيعة القضية يعد تغيرا يستحوذ على انتباه العديد من الباحثين المهتمين بتطور الإطار النظري لوضع الأجندة.

✓ أهمية القضايا:

افتترضت دراسة **Carter et al** وجود علاقة ارتباط إيجابي بين درجة اهتمام الجمهور بالقضية وزيادة حصولها على اهتمام أكبر، وأشارت النتائج إلى زيادة الإهتمام بالقضايا التي تسبب التهديد والخوف: مثل: التلوث والأمراض المعدية، عن القضايا ذات التهديد غير المباشر، مثل: الحرب النووية.²

✓ الفترة الزمنية:

يمكن القول أن أطول أو أقصر مدة الفترة الزمنية في التغطية الإعلامية لقضية ما له تأثير على تحديد أهمية تلك القضية، حيث إن المدة التي يستغرقها مضمون وسائل الإعلام هي التي تحدث تأثيرا على قائمة أولويات الجمهور، وفي وقت الإنتخابات يكون تأثير وسائل الإعلام أقوى من الأوقات العادية، لأن التكرار يدعم دورها وكذلك حاجة الأفراد للتعرف على ما يدور في الساحة السياسية في ذلك الوقت.³

¹ - رشا عامر: الأنشطة الإتصالية في المنظمات الإقليمية- دراسة تطبيقية على جامعة الدول العربية خلال الفترة من سبتمبر 2001- سبتمبر 2004، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الزقازيق، كلية الآداب، قسم الإعلام، مصر، 2008، ص 278.

² - حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: مرجع سبق ذكره، ص 294-295.

³ - رحاب سليمان: مرجع سبق ذكره، ص 279.

✓ الخصائص الديموغرافية: تشير بعض الدراسات إلى وجود علاقة ارتباط بين الخصائص الديموغرافية ووضع الأجنحة، مثل متغير التعليم الذي يؤدي دورا أساسيا في ترتيب الأولويات نحو القضايا المثارة في وسائل الإعلام حيث تزيد قدرة تلك الوسائل في وضع أجنحة المتعلمين عند المقارنة بغير المتعلمين.¹

✓ الاتصال الشخصي:

تستطيع الاتصالات الشخصية تقرير وضع الأجنحة للقضايا التي تحظى بتغطية إعلامية مكثفة.²

✓ اختلاف قدرة وسائل الإعلام في وضع الأجنحة:

يناقش هذا العامل أنه يمكن أن يكون للصحف تأثيرا في وضع الأجنحة بشكل أقوى على العامة من التلفزيون، رغم أن التلفزيون هو الوسيلة التي تزود الأفراد بالمعلومات السياسية، بالإضافة إلى أنه المصدر المعلوماتي الأكثر مصداقية، وبذلك فإن مستخدمي الوسائل الإلكترونية يشعرون أنهم أقل معرفة بالأخبار عن غيرهم من الذين يستخدمون الوسائل الخبرية التقليدية.³

ومما سبق يتضح أن وسائل الإعلام لا تستطيع تقديم جميع الموضوعات، وجميع القضايا وجميع الأحداث، لذلك يختار القائمون بالاتصال بعض الموضوعات والقضايا، ويتم التركيز عليها، وهو الذي يحدد طبيعتها ومحتواها، حيث تبدأ تلك الموضوعات بإثارة اهتمامات المتلقي نحوها، وتجعله يدركها ويفكر فيها، وبالتالي تصبح هذه الموضوعات ذات أهمية أكبر نسبيا من غيرها من الموضوعات التي لم تطرحها وسائل الإعلام، وإذا تحقق ذلك تكون وسائل الإعلام نجحت في إبلاغ الجمهور عما يجب أن يفكروا فيه.

3- العوامل المؤثرة في وضع أجنحة وسائل الإعلام:

قدم **Shomake&Reese** عام 1996 إطارا نظريا لفهم كيف يتم وضع أجنحة وسائل الإعلام، حيث أوضحنا أن محتوى وسائل الإعلام يمكن أن يتأثر بخمسة عناصر، وهي:

أولا: القائم بالاتصال:

ويقصد به الأفراد العاملين في وسائل الإعلام، والتي تحكمهم العديد من العوامل: كسماتهم الاتصالية، وخلفياتهم المهنية، ومستوياتهم الثقافية، واتجاهاتهم الشخصية.⁴

وعلى هذا فإن التأثير التفاعلي للقائم بالاتصال في وضع الأجنحة يبرز من خلال جانبين:⁵

¹ حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: مرجع سبق ذكره، ص 295.

² حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: مرجع سابق، ص 295

³ بارعة شقير: مرجع سبق ذكره، ص 280.

⁴ وسام نصر: مرجع سبق ذكره، ص 399.

⁵ ماجد مراد: العوامل المؤثرة على بناء القائم بالاتصال لأجنحة الأخبار في الإذاعة المصرية، العدد الثامن والعشرون، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2007، ص 203، 204.

الجانب الأول: الإختيار وهي العملية التي يقوم بها حراس البوابة من كبار المحررين، حيث يقررون الأحداث التي تستحق أن يكون لها قيمة إخبارية .

الجانب الثاني: وهو كيفية تصوير الحدث في القصة الإخبارية، أو كيفية قيام القائم بالاتصال بتفسير الحدث بطريقة قد تتفق أو تختلف مع صانعي الحدث نفسه.

وهذا التأثير التفاعلي يؤثر في كل مرحلة من مراحل البناء، ويسهم في وضوح بعض القضايا وبروزها عن غيرها، ويؤكد على المعنى من خلال السياق الذي يتم وضع الأحداث في إطاره.

ثانيا: الممارسات المهنية الروتينية للعاملين بوسائل الإعلام:

وتشمل ضغوط العمل اليومية والمدة المحددة لتسليم العمل، والإلتزام بمعايير الموضوعية والحيادية، ومصادر المعلومات، والأخبار التي يعتمدون عليها.¹

ثالثا: التأثير على المضمون من داخل المنظمة الإعلامية، وهذا التأثير تتعدد مصادره، فمنها:

1- الأحزاب السياسية جماعات الضغط ذات المصالح الخاصة:

حيث يفسر الباحثان **Mathes & Pfetsch** العلاقة التفاعلية بين مصادر الأخبار ووسائل الإعلامية والصحفيين، بأن واضعي أجندة وسائل الإعلام من السياسيين وجماعات الضغط القوية والتي تهتم بالتأثير في الجماهير باستخدام وسائل الإعلام لخدمة أهدافها وذلك في حدود معينة يعمل في إطارها، وهناك بعض القيود التي تحكم أعمالهم إلى جانب القواعد الرسمية وغير الرسمية التي يعملون من خلالها، ومن خلال ذلك يقرر الصحفيين ما الذي يدخل في أجندة وسائل الإعلام من خلال اختياراتهم للمعلومات المتوفرة لديهم وأيضا من خلال تعليقاتهم على هذه المعلومات.²

2- أجندة السلطة التنفيذية:

يأتي على رأس صانعي السياسة رئيس الدولة كأحد أهم مصادر وضع أجندة وسائل الإعلام، حيث وجد كثير من الباحثين أن الخطاب الرئاسي هو صانع الأخبار الأول في الدولة، وهو ما أثبتته (Wanta) عام 1992م، في دراسته عن دور رئيس الولايات المتحدة الأمريكية في بناء أجندة وسائل الإعلام بالتطبيق على صحيفة النيويورك تايمز وشبكة CBS الإخبارية، وذلك في الفترة (1970م-1988م).³

رابعا: أجندة جماهير وسائل الإعلام:

¹ - وسام نصر: مرجع سبق ذكره، ص 399.

² - سماح زكي: مصادر بناء أجندة وسائل الإعلام، مجلة بحوث الرأي العام، المجلد الثالث، العدد الثاني، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2002، ص 240، 244.

³ - جمال أحمد: وضع الأجندة الخيرية في الصحف المصرية اليومية، دراسة تطبيقية على صحيفتي الأهرام والوفد، المجلد الرابع، العدد المزدوج، مجلة بحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2003، ص 132.

يؤثر الجمهور في وضع أجندة الجمهور من خلال ثلاث محددات وهي:¹

أ- الوقت

ب- القدرة على الوصول لوسائل الإعلام.

ت- الطاقة النفسية.

فوقت الفرد المتاح خلال اليوم هو أساس المجال التنافسي لوسائل الإعلام، ومدى قدرتها على جعل الفرد أكثر تعرضاً لها عن غيرها من الوسائل، إضافة إلى قدرتها على الوصول إليه، أما بالنسبة للطاقة النفسية فإن إهتمام الفرد بقضايا معينة يؤدي إلى تراجع الإهتمام بقضايا أخرى في وسائل الإعلام.

خامساً: وسائل الإعلام تؤثر في أجندة بعضها البعض:

أشار الباحثان (Wanta&MCcombs) إلى أن وسائل الإعلام تؤثر في بعضها البعض، مثل:²

وسائل الإعلام الكبرى ووكالات الأنباء الدولية:

تعد المعلومات والأخبار هي المادة الأساسية في أجندة وسائل الإعلام، وبالتالي يمكن تقسيم أجندة وسائل الإعلام إلى أجندة الصحف، أجندة التلفزيون، وأجندة الإذاعة، حيث تؤثر وسائل الإعلام في بعضها البعض فيما يعرف بـ **Inter media agenda setting** فكثيراً ما تتأثر الصحف الصغرى بالصحف الكبرى في عرضها لأجندة القضايا الإعلامية المثارة على صفحاتها، وذلك في إطار المنافسة بين الصحف.

إضافة إلى أنه في كثير من الأحيان يؤدي إهتمام إحدى الصحف الكبرى بإحدى القضايا ووضعها على قائمة أولوياتها إلى إهتمام الجمهور بها، ومن ثم اتجاه وسائل جماهيرية أخرى للإهتمام بها تحقيقاً لإشباعات واحتياجات الجمهور في إطار نظرية الاستخدامات والإشباعات.

يتضح مما سبق أن عملية وضع الأجندة تتكون من أجندة الجمهور، وأجندة وسائل الإعلام، وأجندة السياسة العامة التي تتفاعل فيما بينها لوضع الأجندة الإعلامية، وتتم تلك العملية بست مراحل، والتي تشير إلى أن عدداً من المتغيرات تقوم بدور بارز في وضع الأجندة، مثل: الإطار، والرموز المستخدمة، واختيار الأشخاص الذين يعلقون على القضية.

كما اتضح أن هناك عدداً من العوامل التي تؤثر في بروز القضية محل وضع الأجندة، مثل: اللغة، وطريقة المعالجة، والقوى الفاعلة، بالإضافة إلى مجموعة عوامل أخرى تؤثر في وضع أجندة الجمهور، وهي: نوع القضية، وأهميتها، والفترة الزمنية، والخصائص الديموغرافية، والاتصال الشخصي، كما يتأثر وضع أجندة وسائل الإعلام

¹ - Theory of agenda-Setting, Journalism Quarterly, winter,1992,vol827,p69

² -Heidi Radakavich : Research Report on the Agenda Setting, P1 , at: <http://oak.cats.ohiou.edu>. available at 22/6/2016.

بخمسة عناصر: وهي – القائم بالاتصال، والممارسات المهنية الروتينية للعاملين بوسائل الإعلام، والتأثير من داخل المنظمة الإعلامية، وأجندة جماهير وسائل الإعلام، وتأثير وسائل الإعلام في بعضها البعض.

سابعاً: أنواع بحوث وضع الأجندة والإجراءات المنهجية لتوظيفها:

يتضمن هذا المبحث أنواع بحوث وضع الأجندة والإجراءات المنهجية لتوظيف نماذج وضع الأجندة.

أ- أنواع بحوث وضع الأجندة:

1- حدد **Maxwell & etc** مستويين من أنواع بحوث وضع الأجندة:¹

المستوى الأول: والمقصود به انتقال ترتيب أهمية الموضوعات من وسائل الإعلام إلى الجمهور.

المستوى الثاني: وهو امتداد للمستوى الأول ويهتم بأولويات العناصر والسمات في التغطية الإعلامية لموضوع ما بالنسبة للجمهور، وتأثير ذلك على الاهتمام بالموضوع وترتيبه بين الأولويات، بالإضافة إلى ترتيب أولويات القضايا لدى الجمهور على المستوى الكلي أو العام.

2- حدد **Shaw & Martin** أربعة أنواع لقياس وضع الأجندة وهي:²

- نموذج يركز على قياس أولويات اهتمامات الجمهور، وأولويات اهتمامات وسائل الإعلام اعتماداً على المعلومات التجميعية.

- نموذج يركز على مجموعة من القضايا، ولكن ينقل وحدة التحليل من المستوى الكلي الذي يعتمد على معلومات تجميعية إلى المستوى الفردي.

- نموذج يعتمد على دراسة قضية واحدة في وسائل الإعلام، وعند الجمهور انطلاقات من فكرة أن التأثير يختلف من وقت إلى آخر.

- نموذج يدرس قضية واحدة، وينطلق من الفرد كوحدة للتحليل.

3- واهتم الباحثان **Shoemaker & Reese** بتحديد التأثيرات التي تشكل محتوى الوسيلة الاتصالية (وضع الأجندة) من خلال خمسة نماذج رئيسية للتأثير:³

- التأثير من العاملين في وسائل الاتصال من خلال خصائص القائمين بالاتصال وخلفياتهم الشخصية وأدوارهم المهنية واتجاهاتهم.

¹ - Maxwell McCombs, Juan pablo Llamas, Esteban Lopez-Escobar, and Federico Rey : Candidate Image in Spanish Elections : Second-Level Agenda-Setting Effects, J&Mc Quarterly, vol 74, No 04, Winter 1997, 1998 AEJMC ,p704.

² - هبة شاهين: مرجع سبق ذكره، ص 468.

³ - ندية القاضي: مرجع سبق ذكره، ص 242-243.

- تأثير نظام العمل ويتضمن الممارسات اليومية للقائمين بالاتصال وقيود الوقت، ومتطلبات المساحة وطريقة الكتابة، والقيم الإخبارية، والاعتماد على المصادر الرسمية.

- تأثير المؤسسة الرسمية على المضمون ارتباطا بهدف الريح.

- التأثير على المضمون من خارج المؤسسة الاتصالية ويشمل المصالح وجماعات الضغط والتشريعات الحكومية.

- تأثير الأيديولوجية ويرتبط بسياسة الدولة وطبيعة النظام.

وتتدرج مستويات التأثيرات بدءا من المستوى الفردي للعاملين في وسائل الإعلام (المستوى الدقيق) وتتسع لتشمل تأثير الأيديولوجية (المستوى الواسع) وهو ما أطلق عليه الباحثان 'هرم التأثيرات' حيث تمثل الأيديولوجية قمة الهرم وتتغلغل عبر كافة المستويات الأخرى.

ب- الإجراءات المنهجية لتوظيف نموذج وضع الأجندة:

وتتمثل الإجراءات المنهجية لتوظيف نموذج وضع الأجندة في واحدة من ثلاثة:¹

- دراسة المضمون الاتصالي بعد نشره، وهذا يتم بتحديد الخصائص الواقعية الحقيقية التي تتسم بها الأجندة، وهذا يبرز أداء تحليل المضمون.

- دراسة آراء واتجاهات القائمين بالعمليات الانتقائية والقائمين على وضع أجندة هذه الوسائل، وذلك من خلال المقابلات والاستبيان، ويمثل هذا المدخل أضيق المداخل، لأنه يدرس آراء وتصورات حراسة البوابة وقد لا يكون بعضها صحيحا.

- دراسة بنية العمل الإعلامي من الداخل، بحيث يتم استخدام الملاحظة بالمشاركة لرصد معايير الانتقاء والاستبعاد.

ومما سبق يتضح أن بحوث وضع الأجندة تركز على قضية واحدة أو مجموعة من القضايا لقياس أولويات اهتمامات الجمهور ووضع أجندة وسائل الإعلام لتلك القضايا، ويتأثر ذلك بخصائص القائمين بالاتصال، وطبيعة نظام العمل، والمؤسسة الإعلامية، وجماعات الضغط والأيديولوجية المسيطرة على الوسيلة الإعلامية.

ثامنا: الانتقادات الموجهة لنظرية وضع الأجندة:

رغم أهمية نظرية وضع الاجندة في مجال تفسير تأثير وسائل الإعلام على الجمهور، والمزايا العديدة التي حققها، إلا أنه وجهت مجموعة من الانتقادات لهذه النظرية، منها:

¹ - ندية القاضي: مرجع سابق، ص 243-244.

1- إن نظرية وضع الأجندة لم تكن مفصلة بشكل جاف، ولم تكشف عن السببية بشكل منهجي، وأن البحث حول وظيفة وضع الأجندة كان مقصورا على الصحافة المطبوعة في الوقت الذي كان يجب أن تركز على الوسيلة الرئيسية للمعلومات في المجتمعات الغربية وهي التلفزيون.¹

2- يفترض كل من **McCombs & Show** في النظرية وجود علاقة بين التغطية الإعلامية وأهمية القضايا التي تدرك بالحواس، وهي علاقة لا يمكن إثباتها من خلال هذا الطرح.²

3- يعتبر وضع الأجندة إجراء متغيرا وفعالا بمعنى أن التغيرات في التغطية الإعلامية تسبب في إثارة الإدراك للقضايا، وأظهرت بعض نتائج البحوث أن وضع الأجندة لا تؤثر على إدراك الماضي، وأن زيادة التغطية التلفزيونية لقضية ما يؤدي إلى زيادة إدراك الجمهور لتلك القضية والعكس صحيح، كما ثبت أن وعي الجمهور له نفس التأثير على التغطية التلفزيونية ومن ثم فإن التحليل الديناميكي ينتهي.³

4- أغلب الدراسات المنشورة عن هذه النظرية لم تعتمد على تصميمات منهجية تمكن من البرهنة على العلاقة السببية بين أجندة وسائل الإعلام وأجندة الجمهور.⁴

5- كانت تركز الدراسات التي أجريت في مجال نظرية وضع الأجندة خلال الفترة 1930م-1980م على دور وسائل الإعلام التقليدية في وضع أجندة الجمهور، أما الآن فمع تطور تكنولوجيا الاتصال بشكل عام وظهور وسائل اتصال حديثة ومتنوعة لم يعد الجمهور مخلصا لوسائل الإعلام التقليدية، بل أصبح يبحث بنفسه من خلال هذه الوسائل الحديثة عن المعلومات التي يريدونها وعن التسلية والترفيه وبالطريقة التي تعجبه.⁵

وعلى ضوء هذه الإنتقادات، حاولت دراسات حديثة تقديم تصميمات أكثر تعقيدا تسمح باكتشاف أكثر دقة كيفية وضع الأجندة كعملية تحتوي الكثير من الفاعلين، وليس مجرد دراسات أحادية الإتجاه أو دراسات مقطعية، وسعت إلى تفسير تأثير وسائل الإعلام على الجماهير المتباينة وعلى قطاعات الرأي العام بصدد 'وضع الأجندة'، وقد سعت دراسات أخرى إلى استخدام اقتراب ثلاثي الأبعاد لقياس أجندة الرأي العام بدلا من السؤال المسحي الواحد، وركزت على دور العمليات المعرفية على المستوى الفردي في وضع أجندة كل فرد مع إدخال المؤشرات الواقعية ذات الأهمية عند مناقشة قضية ما.

تم الإعتماد على نظرية ترتيب الأولويات كمقاربة نظرية لهذه الدراسة، كونها تعكس مدى إهتمام وسائل الإعلام (الصحافة المكتوبة) في معالجة موضوع الأزمة المالية في الجزائر، حيث تبرز من خلال معطيات هذه النظرية

¹ - Heidi Radakovich, Research Report on the Agenda Setting, p1 at : <http://oak.cats.ohiou.edu>, available at 11/02/2016.

² - Ibid.p2.

³ - ibid,p3-4.

⁴ - قدرى عبد المجيد: تأثير المعالجة الإعلامية لقضايا حقوق الإنسان على معارف واتجاهات الجمهور المصري، رسالة دكتوراه مقدمة بقسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2007، ص 20.

⁵ - Donald Shaw, Robert L.Stevenson& Bradly J , Hamm : Agenda Setting Theory and public opinion studies in Apost-Mass Media Age, Wipro Annual Confernce, Rome,2001,p1.

نوع الأجندة التي تبنتها الصحف محل الدراسة، كما تساعد في معرفة الأهمية التي احتلها موضوع الدراسة ضمن هذه الصحف وهل كان من أولوياتها وما موقعه مقارنة بالقضايا والمواضيع الأخرى، كما أن نظرية الأجندة هي من بين النظريات في حقل علوم الاعلام والاتصال التي تعنى بدراسة المضمون الذي تقدمه المادة الخبرية لوسائل الإعلام، وهي نقطة تتوافق والهدف من هذه الدراسة هو دراسة المحتوى الإعلامي.

2- نظرية تحليل الإطار الإعلامي The Framing Analysis Theory

بالإضافة إلى نظرية ترتيب الأولويات، اعتمدت هذه الدراسة في بنائها النظري على نظرية "تحليل الإطار الإعلامي" **Framing Analysis** وهو إطار نظري ملائم لدراسة المعالجة الإعلامية للأزمة المالية بالجزائر 2016، وذلك من خلال تحليل الأطر الإعلامية التي توظف لمعالجة هذه القضايا بما يضمن بناء المعاني الخاصة بها وتشكيل التصورات نحو القوى الفاعلة المؤثرة فيها، حيث تكمن أهمية الأطر الإعلامية للقضايا المثارة في تأثيرها على كل من التفسيرات والتقييمات والأحكام التي يصدرها الجمهور على هذه القضايا، وتقدم هذه النظرية تفسيراً منتظماً لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات حيال القضايا البارزة وعلاقة ذلك باستجابات الجمهور المعرفية والوجدانية لتلك القضايا.

وتفيد مراجعة التراث النظري المتاح حول نظرية التأطير الإعلامي بوجود عشرات البحوث والدراسات والكتب الأخرى التي تصدى أصحابها للبحث في دوافع استخدام أنماط بعينها من الأطر الإعلامية عند معالجة القضايا والأحداث من جهة، وبيان تأثيراتها الإيجابية والسلبية المحتملة في تشكيل الوعي الجمعي للجماهير من جهة أخرى، ولا بد من الإشارة إلى أن مجرد استناد وسائل الإعلام لآلية "الأطر" في معالجتها للقضايا والأحداث المثارة لا يعد مشكلة في حد ذاتها، ولكن تكمن المشكلة والخطورة في طريقة التوظيف، بمعنى أن التأطير **Framing** كآلية إعلامية تجدي نفعاً حال توظيفها بشكل إيجابي لمساعدة الجمهور في فهم الأبعاد الرئيسية لقضية أو مشكلة ما، في حين تشكل خطورة حال توظيفها لتضليل وتعمية الجماهير بتغافلها العمدي لأبعاد بعينها من القضية المطروحة والتركيز على أبعاد أخرى، وتفيد دراسة الممارسات الإعلامية للأزمات الاقتصادية في فهم ظروف تأثير الرسالة.

وينظر الكثير من الباحثين في مجال الاتصال لنظرية التأطير على أنها إمتداد طبيعي لوضع الأجندة، ويرونها المستوى الثاني من النظرية الأم، وأنها ليست نظرية مستقلة بذاتها بل إمتداد لنظرية الأجندة، وبذلك نجد أن نشأة وتطور نظرية التأطير ارتبطت إلى حد كبير بمثلتها في نظرية وضع الأجندة رغم أن صياغة نظرية التأطير تمت بعد عامين من صياغة واختبار فروض وضع الأجندة، وتفترض النظرية أن الأحداث لا تنطوي في حد ذاتها على مغزى معين، وإنما تكتسب مغزاهاً من خلال وضعها في إطار **Frame** يحددها وينظمها ويضفي عليها قدراً من الاتساق من خلال التركيز على بعض جوانب الموضوع وإغفال جوانب أخرى.¹

¹ - حسن عماد مكاي، ليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط6، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2006، ص 348.

وتعد نظرية تحليل الإطار الإعلامي إضافة نظرية للتراكم العلمي لبحوث الاتصال وذلك وفقا لمستويين

أساسيين:

• **المستوى الأول:** تعد النظرية بمثابة الحل لإشكالية قياس المحتوى غير الصريح **Latent content**

بوسائل الإعلام.¹

• **المستوى الثاني:** تقدم بدورها إطارا نظريا حول كيفية تشكيل اتجاهات الجمهور نحو قضية بعينها.

ويتم تناول النظرية على النحو الآتي:

مفهوم التأطير:

يرتبط مفهوم التأطير بوضع أجندة السمات² التي يعتبرها الكثير من الباحثين المستوى الثاني لنظرية وضع

الأجندة **Second Level of Agenda Setting** التي تنقسم بحوثها لمستويين: أولهما أجندة الموضوعات **Agenda**

of objects وثانيهما أجندة السمات **Agenda Attributes**، وبمعنى آخر فإن المستوى الأول من وضع الأجندة

يخبرنا "فيما نفكر"، بينما المستوى الثاني نتيجة للالتقاء والتركيز والاستبعاد للسمات يخبرنا "كيف نفكر".³

عرّف **London** الأطر بأنها: "تنظيم للأفكار وإدراك للأحداث وتحديد القضية أو القصة الخيرية"⁴، ويتفق

هذا التعريف مع ما طرحه **Claes** بأن الأطر الإعلامية هي: "أنماط للتمثيل والانتقاء والتوكيد والاستثناء"، فهو يرى أن

الأطر عبارة عن تنظيم للأفكار وتعريف للمشكلة.⁵

ويرى **مكاوي والسيد** الإطار الإعلامي لقضية ما بأنه: "انتقاء متعمد لبعض جوانب الحدث أو القضية وجعلها

أكثر بروزا في النص الإعلامي، واستخدام أسلوب محدد في توصيف المشكلة وتحديد أسبابها وتقديم أبعادها وطرح

حلول مقترحة بشأنها".⁶

وهذا المفهوم ما أكدته **Entman** في دراسته التي أجراها عام 2003م، إضافة إلى تنقيحه لمفهوم التأطير بأنه

يستلزم الانتقاء والتركيز على بعض أوجه الأحداث والقضايا وربطها معا للحصول على تفسيرات وتقويمات وحلول

خاصة بشأنها".⁷

¹ - William A Gamson : News as Framing, American behavioral scientist, vol 33, No2, 1989, pp157-161.

² - Spiro Kioussis, Philemon pantimaroudis& Hyun pan : Candidate image attributes, Experiments on the substantive dimension of second level agenda setting, communication research, vol26, No4, p415.

³ - Maxwell McCombs, et al : Candidate images in spanish election, second level of agenda setting effects, journalism and mass communication quarterly, vol 74, no4, 1997, p704.

⁴ - Scott London : How the Media Frames Political Issues Enlightening Study of Process and out come of Mass Media framing what it Presents, at : www.scottlondon.com.

⁵ - Class H.Deverese et al : Framing Politics at the Launch of the Euro Across National Comparative study of frames in the news, Political communication, vol, 118,2001, pp 107,108.

⁶ - حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد: مرجع سبق ذكره، ص 348.

⁷ - Robert M, Entman, Cascading Activation : Contesting the white house's frame After9/11, political communication, vol 20, No 4, 2003, p417.

وعرف **Entman** الإطار بأنه: " عملية اختيار عناصر قليلة من الحقيقة المحسوسة وإلقاء الضوء عليها لترويج وتفسير وتحقيق هذه معين"¹.

ويعرف الإطار اصطلاحاً بأنه: "الإختيار والتركيز واستخدام عناصر بعينها في النص لبناء حجة أو برهان على المشكلات ومسبباتها وتقييمها وحلولها"، وإعلامياً هو: " تقديم موضوع ما بطرق تبرز مجالاً معيناً في هذا الموضوع وفي الوقت ذاته تتجاهل مجالات أخرى"².

ويتم تشكيل الأطر بوجود أو غياب كلمات، عبارات، صور نمطية، مصادر معلومات وجمل رئيسية تعزز مجموعة من الحقائق والأحكام، ويعد إطار الوسيلة أسلوباً ادراكياً يستخدم في عملية وضع كود المعلومات والتفسير ويتصل بتعود الصحفيين وباعتباره استراتيجية لبناء وتحليل النص الإعلامي أو كمواصفات له³، وبغض النظر عن سلسلة القرارات الطبيعية التي يتخذها الصحفيون حول ما يقومون بتغطيته وكيف يقومون بتغطيته فإن العمل الإعلامي تحكمه سلسلة من القوانين التنظيمية (الروتين) تجعل الأشياء المجردة مادية ومن بينها استخدام الأطر المعدة مسبقاً لتغطية الأحداث الجديدة⁴.

ويشير **Entman*** إلى أن الأطر الخبرية يتم تشكيلها من خلال الكلمات الرئيسية **Keywords**، والوصف المجازي **Metaphors**، والمفاهيم **Concepts**، والرموز **Symbols**، والصور المرئية **Visual Images** والتي يتم التركيز عليها في سرد الأخبار. فمن خلال التكرار والتدعيم لكلمات وصور معينة يتم إبراز أفكار معينة واستبعاد أفكار أخرى⁵.

مفهوم الأطر الإعلامية: يعد مفهوم الأطر الإعلامية أحد المفاهيم الجوهرية الذي يتفاعل في تكوينه العديد من المداخل النظرية التي تسعى لتناول دور وسائل الإعلام وتأثيراتها، وهي من أبرز المفاهيم الحديثة التي توضح دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته حول القضايا المختلفة⁶.

ويوجد خلط في مجال دراسات الأطر الإعلامية أساسه عدم اتفاق الباحثين على استخدام مصطلح علمي موحد للدلالة على التأطير، فهناك ثلاثة مصطلحات صريحة تدل على التأطير، وهي: التأطير "**Framing**" الذي يشير

¹ - Robert M, Entman, Framing Bais : Media in the Distribution of power, Journal of communication, vol 57, 2007, p164.

² - جمال أحمد: أثر الأيديولوجية السياسية للدولة في بناء الأطر الإخبارية، دراسة مقارنة لموقعي BBC وقناة العالم الإيرانية، المجلد الثامن، العدد الثالث، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2007، ص 113، 114.

³ -Durham D.F, News Frames as social narratives, TWA flight 800, journal of communication, Autumn, vol 48, No 4, 1998, pp100-117.

⁴ -Majid, A R, Ramaprasad J, Framing Beijing, Dominant ideological influences on the american press coverage of the fourth UN conference on women and NGO forum, Gazette, vol62, No1, 2000, pp45-59.

Robert M. Entman*: أستاذ مشارك في دراسات الاتصال والصحافة والعلوم السياسية، ورئيس برنامج الاتصالات والإعلام، والسياسة العامة في مركز الشؤون الحضريّة وبحوث السياسة في جامعة نورث وسترن، إيفانستون.

⁵ - Entman M, Robert : Framing U.S Coverge of International News : contrasts in Narratives of the Kal and Iran Air Incidents, Journal communication,41,,1991.

⁶ - سلام عبده: الأطر الخبرية للمعالجة الصحفية للقضايا العربية في المجالات المصرية: الإعتداءات الإسرائيلية على قطاع غزة، العدد الثالث والثلاثون، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2009، ص 134.

إلى عملية التأطير كعملية اتصال جماهيري متعددة الأطراف، ومصطلح الأطر **Frames** أو الإطار **Frame** وهو يشير إلى الزوايا والجوانب التي يتم من خلالها تغطية الأحداث والموضوعات والشخصيات والقضايا المختلفة وتأثيراتها في الجمهور، فيما يشير مصطلح إطار **Framework** إلى إطار عمل ويعتبر غير معبر عن المقصود بعملية التأطير.¹

ورأى كل من **Hamill&Lodge** اختلافا اصطلاحيا بين مفاهيم الإطار **Frame** والنص المكتوب **WrittenText**، والنسق المعرفي **Schema**، كما ربطت بعض الدراسات التأطير بمفاهيم أخرى، مثل: وضع الأجندة **Agenda Setting**، والتهيئة المعرفية **Priming**، حيث رأى كلا من **McCombs-Level Agenda Setting** أي وضع الأجندة من المستوى الثاني، وذلك لوصف أثر الإبراز لمميزات التغطية الإعلامية في تفسير الجماهير للقصص الإخبارية، ونتيجة لهذا التناقض وعدم الترابط المنطقي بين المفاهيم والمصطلحات اعتبرت دراسات أخرى أن وضع الأجندة والتأطير مفهومان غير مختلفين.²

وأشار **Tashman** أن الأطر الإعلامية هي التي تنظم واقع الحياة اليومية، لأنها جزء لا يتجزأ من هذا الواقع، وفي مجال الصحافة تعد الأطر بمثابة روتين يومي للصحفيين يسمح لهم بسرعة تحديد المعلومات وتصنيفها.³

ويعرف الإطار من منظور إعلامي بأنه: "الحديث عن موضوع أو قضية ما من خلال طرق وأساليب تحدد أو تبرز مجالا معينا أو أفكارا بعينها في هذا الموضوع وفي الوقت ذاته تتجاهل مجالات وأفكار أخرى"⁴

ويعرف **Goffman*** الإطار الإعلامي بأنه: "بناء محدد للتوقعات التي تستخدم لتجعل الناس أكثر إدراكا للمواقف الاجتماعية في وقت ما".⁵

وعرف أحمد زكريا الإطار بأنه: "عبارة عن عملية تفاعلية بين أطراف ومكونات عملية الاتصال الجماهيري يحكمها سياق ثقافي معين، تبدأ بانتقاء القائم بالاتصال والوسيلة الإعلامية لبعض جوانب الواقع والتركيز عليها ببروزها في نصوصها المختلفة باستخدام آليات وأدوات أخرى في ضوء معايير ومتغيرات مهنية وأيديولوجية للتأثير في استجابات الجمهور تجاه محتوى هذه النصوص إما بتنبهه لهذه الجوانب بدرجات ومستويات مختلفة أو العمل على إعادة تأطيرها وفقا لمعايير وعوامل مختلفة أو العمل على إعادة تأطيرها وفقا لمعايير وعوامل خاصة بأفراده".⁶

¹ - محمد عويس: اتجاهات التغطية الخبرية للشؤون الخارجية في الصحف المصرية وعلاقتها بالمتغيرات الخاصة بالصحف، دراسة تطبيقية على عينة من الصحف القومية والحزبية الخاصة خلال عامي 2005-2006، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2008، ص ص 76.77.

² - Dietram A, Scheufele : Framing as a theory of Media Effects, Journal of communication, vol49, No1, 1999, p103.

³ -Dietram A, Scheufele : op.cit.

⁴ - جمال أحمد : أطر انتاج الخطاب الخبري في المواقع الإلكترونية في الأزمان الدولية، دراسة حالة لموقعي BBC والعالم، العدد الرابع والثلاثون، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الآداب، جامعة القاهرة، 2009، ص 54.

⁵ - محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سبق ذكره، ص 402.

⁶ - محمد عويس: مرجع سبق ذكره، ص 80.

علاقة الأطر بالموضوعية:

هناك نوعان من التغطية الخبرية للمحتوى الصحفي يوضحان مفهوم الموضوعية وموقعها في عملية التأطير:

1- التغطية المحايدة: **Objective News Reporting** وهي توضح المقصود بالموضوعية ويقدم الصحفي فيها الحقائق الأساسية والمعلومات المتعلقة بالموضوع بدون تعميق أبعاد جديدة أو تقديم خلفيات أو تدخل بالرأي أو مزج الوقائع بوجهات النظر، بالإضافة إلى الإسناد أو النسب إلى مصدر حي أو غير حي مثل الوثائق.

2- التغطية المتميزة أو الملونة: **Advocacy News Reporting** وفي هذه التغطية يركز الصحفي على جانب معين من الخبر وقد يحذف بعض الوقائع أو يبالغ في بعضها ويشوه بعض الوقائع، وقد يخلط وقائع الخبر برأيه الشخصي، لتلوين أو تشويه الخبر، بالإضافة إلى الإسناد أو النسب إلى المصادر المجهلة، (مثل المصادر المطلعة، الدوائر المسؤولة، نسب العبارات للفعل المبني للمجهول، العبارات التوقعية مثل من المحتمل).¹

ويمكن القول بأن مدى التزام المحرر بالموضوعية والدقة الكاملة في تحرير الحدث أو القضية تحكمه عوامل مهمة أهمها:

- مدى الاستقلال السياسي لوسائل الاعلام.

- نوع مصادر الأخبار.

- أنماط الممارسة الاعلامية

- المعتقدات الايديولوجية والثقافية للقائمين بالاتصال.

- طبيعة الأحداث ذاتها.²

المعايير الآتية تمكن الصحفي من الالتزام بالموضوعية:³

- الدقة والواقعية في التغطية.

- فصل الحقائق عن الرأي.

- تجنب الأهواء الذاتية والأغراض المخادعة.

-

¹ - محمد حسام الدين: المسؤولية الاجتماعية للصحافة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، 2003، ص ص 129-132.

² - حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد: مرجع سبق ذكره، ص 350.

³ - أحمد زكريا أحمد: نظريات الاعلام، مدخل لاهتمامات وسائل الاعلام وجمهورها، ط1، المكتبة العصرية، مصر، 2009، ص 287.

علاقة الأطر بالصورة النمطية:

يرى بعض الباحثين أن الصور النمطية **Stereotypes** عبارة عن مفهوم يتضمن عملية من التصنيف والتقييم، واستخدامه غالبا ما يرتبط بتمثيل الجماعات الاجتماعية،¹ فالصور التي تتكون في أذهاننا عن أشخاص ومجتمعات ومهن ومنظمات وموضوعات تؤثر على اهتماماتنا أو مصالحنا، وتشكل في النهاية مرشحا نفسيا **Psychological Filter** تتم من خلاله رؤية الواقع وتفسيره والحكم عليه، وأن هذه الصور التي تتكون من تراكم المعلومات والخبرات التي يمر بها الفرد يصعب تغييرها بسهولة إذا اكتملت معالمها وتبلورت في شكل يتفق مع اتجاهات هذا الفرد بينما يكون تدعيم هذه الصور أمرا يسيرا بالنسبة للقائم بالاتصال في الظروف الطبيعية،² وهناك علاقة بين الصور النمطية والتأثير "فالأسس المعرفية المحدد للإطار تتشابه مع الأسس المعرفية المحددة للصورة إلى حد كبير بداية من تكون الصور/الأطر في ذهن القائم بالاتصال نهاية للصور/الأطر المدركة عن طريق المتلقي مرورا بمرحلة وضع الصورة/الإطار في نصوص إعلامية تشكل خطابا متماسكا مقنعا".³

علاقة الأطر بالأيديولوجية المسيطرة:

يعرف **Becker** الأيديولوجية أمها عبارة عن مجموعة متكاملة من الأطر التي تمثل مرجعية لكل منا بحيث نرى العالم من خلالها وتنظم سلوكياتنا،⁴ وتبرز دراسات الأطر العلاقة بين وضع الأطر والأيديولوجية المسيطرة في المجتمع وذلك بتوضيح تأثير الأيديولوجية على تشكيل منتجات الوسيلة الاتصالية من خلال استراتيجيات وضع الأطر، حيث تمد كل من الأطر والأيديولوجيات الجمهور في مجتمع ما بإطار عمل يتم من خلاله تفسير الأحداث، وتحديد المشكلات وتشخيص الأسباب وإيجاد حلول لها وبذلك تصبح الأطر الإعلامية منتجات تم تكوينها اجتماعيا في ظل الدور المسيطر الذي تلعبه الأيديولوجية المسيطرة في تشكيل الثقافة العامة للمجتمع.⁵

المصادر الخبرية كعامل مؤثر على تحديد بناء الأطر: للمصادر الخبرية قيمة كبيرة، فالمعلومات التي تمثل المادة الخام لبناء القصة الخبرية تعتمد في قيمتها وفعاليتها على الخبراء والشخصيات البارزة الذين يمثلون مصادر إخبارية يعتمد عليها المراسل أو المحرر، ومن ثم فإن القصص الخبرية تتحدد دلالتها بدرجة كبيرة على تلك المصادر.⁶

¹ - Tim O'sullivan, Brian Dutton & Philip Rayner, 'Studying the media : An Introduction, 3rd, ed, oxford university Press, London, 2003, p78.

² - علي عوجة: العلاقات العامة والصورة الذهنية، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 2003، ص22.

³ - محمد حسام الدين محمود إسماعيل: التغطية الصحفية الغربية لشؤون العالم الإسلامي خلال عقد التسعينات، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، 2001، ص82.

⁴ - Becker, Marxist Approaches to Media Studies : The British Experience, Critical Studies in mass communication, vol 1, no1, 1984, p69.

⁵ - Majid, A.R , R amaprasad J, Framing Beijing, Dominant ideological influences on the american press coverage of the fourth UN conference on women and NGO forum, Gazette, vol 62, No 1, 2000, pp45-59.

⁶ - James Boylan : Where have all the people Gone ? Reflection on voter alienation and the challenge it poses to the press, columbia journalism review, vol May/June, 1991, p34.

ويمثل القادة السياسيون مصادر رئيسية تعتمد عليها وسائل الإعلام في تغطيتها الخبرية للقضايا والأحداث العامة، ويحاولون بصفتهم هذه التأثير على أطر تناول القضايا العامة من خلال طرح رؤاهم في التغطية الخبرية بوسائل الإعلام التي تمثل الوسيط الذي يفسر هذه الرسائل والرؤى لأفراد الجمهور.¹

نشأة نظرية تحليل الإطار الإعلامي:

تجد فكرة تشكيل الأطر الإعلامية أصولها في كل من علم النفس وعلم الاجتماع² التي ترى أن التعديلات التي تدخل على تعريفات الأحكام تؤدي إلى تغيير فيها، ويربط علم الاجتماع تشكيل الأطر في وسائل الإعلام بالثوابت من القيم والمعتقدات، ومن هنا كانت الفكرة الرئيسية لتشكيل الإطار الإعلامي على أنه تنظيم للأحداث وربطه بسياقات معينة ليكون للنص أو للمحتوى معنى معيناً.³

ينسب الفضل إلى "روبرت انتمان" **Robert Entman** في طرح نظرية التأطير الإعلامي وتطوير فرضيتها الرئيسية ومحاولة إختبارها فيما يتصل بالعلاقة المتبادلة بين وسائل الإعلام والمجال السياسي في الولايات المتحدة الأمريكية. وتنبنى النظرية على مقولة رئيسية مفادها أن لوسائل الإعلام قدرة عالية على اختزال الوقائع والأحداث وتقديمها للجمهور من خلال أطر **Frames** محددة تحمل من المعاني والأفكار ما يساعد الجمهور في فهم وتفكيك تلك الوقائع والأحداث المعقدة، وتجري عملية التأطير **Framing** وفق إنتمان "عندما تعتمد وسائل الإعلام لاختيار جوانب بعينها من الوقائع المدركة من حولنا ثم تبرزها في مضامينها الاتصالية على نحو يتم التركيز من خلاله على مشكلات بعينها ومناقشة أسبابها وطرح الحلول الممكنة لمعالجتها"⁴، وتجري عملية التأطير وفق التعريف السابق في ضوء مكونين رئيسيين هما: "الإختيار **Selection** والأهمية **Salience**، أي الإختيار العمدي لجوانب بعينها من الواقع المركب ثم إلقاء الضوء عليها إعلامياً وتسويقها للجمهور بوصفها الجوانب الأكثر أهمية.

ويقر "انتمان" بأن الأفكار الثرية التي طرحها "والتر ليبمان" **Walter Lipmann** في كتابه المرجعي "الرأي العام" المنشور عام 1922 هي التي مكنته من تطوير نظريته حول التأطير الإعلامي، ومدار هذه الأفكار أن مصطلح "الواقع السياسي" الذي يجري على ألسنة الكثيرين يتعدر وجوده في الواقع الفعلي نظراً لأنه يدور خارج مدركات الأفراد، ونظراً لأن المعارف السياسية للمواطنين الأمريكيين يتحصلون عليها في الغالب الأعم عبر وسائل الإعلام وليس نتيجة تفاعلاتهم الشخصية، فمن شأن ذلك أن يزيد من قدرة وسائل الإعلام في تشكيل مكونات هذا الواقع السياسي في أذهان الجمهور عبر عملية قولبة المضمون السياسي في أطر إعلامية محددة.⁵

¹ - Karen Callaghan & Frauke Schnell, Assessing the democratic debate : how the news media frame elite policy discourse', political communication, 2001, vol 18, no2, p188.

² - Dietram A, Scheufele & David Tewksburg : Framing, Agenda-Setting, and Priming : the Evolution of three Media Effects Models, Journal communication, 57, 2007, p 9.

³ محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص 403.

⁴ -Entman,R,Framing :Toward clarification of a Fracturedparadigm,Journal of communication,43(4),1993,p.52.

⁵ - Entman,R,Matthes,J,&Pellicano, L.,Nature,sources,andeffects of news framing, InD. Nimmo&K, Sanders, Handbook of political communication,p179,London :Sage Publication,California :sage Publication,2009.

وفي شرحه لمدى قدرة وسائل الإعلام في التأثير على عقول الجماهير عبر آلية التأطير، كان "ليبمان" قد لفت الإنتباه إلى ضرورة التمييز بين الوقائع الحقيقية كما تجري في أرض الواقع، ويسمى الحقيقة **Truth**، وبين ما تبثه وسائل الإعلام من معلومات حول تلك الوقائع، ويسمى الأخبار **News**، وتهدف الأخبار التي تبثها وسائل الإعلام (عبر آليتي الانتقاء والتكرار) إلى مساعدة الجماهير في تكوين صورة أقرب ما تكون إلى الواقع الفعلي بحيث يمكنهم فهم ذلك الواقع والتعاطي معه بشكل فعال،¹ تكمن أهمية وخطورة الأطر الإعلامية إذن كما ذهب "لانس بينت" **Lance Bennett** في قدرتها على خلق واقع أو بناء رمزي **symbolic construction** في أذهان الجماهير بوصفه يحاكي الواقع الفعلي رغم ما قد ينطوي عليه ذلك من مفارقة بين مكونات ذلك البناء الرمزي وبين مثيله الفعلي، ومن ثم يؤكد "بينت" على ضرورة التعاطي مع تلك الأطر كونها مجرد تمثيلات **representations** للواقع وليس الواقع ذاته، بمعنى أنها تعكس مجرد صورة متجزأة لمكونات ذلك الواقع.²

وفي ضوء الوعي بما تنطوي عليه آلية التأطير الإعلامي - كأداة تعمل من خلالها وسائل الإعلام - من مخاطر، صدرت العديد من البحوث والمؤلفات التي تصدى أصحابها لبيان قدرة وسائل الإعلام على تضليل الجماهير حال توظيفها أطرا إعلامية لا تعبر عن مختلف أبعاد الظاهرة الاجتماعية أو الإقتصادية أو السياسية التي تتصدى لمناقشتها، ولعلنا نشير في هذا الصدد إلى ثلاثة فقط من تلك المؤلفات الهامة:

- كتاب 'هربرت شيلر' **Herbert Shiller** بعنوان "المتلاعبون بالعقول" **The Mind Managers**³ 1937، والذي يخلص فيه إلى القول بأن سمات وخصائص المجتمع الأمريكي والطريقة التي تدار بها وسائل الإعلام الأمريكية يمكنان النخبة الأمريكية من التحكم بعقول المواطنين الأمريكيين عبر ما يسميه "شيلر" بالقدرة على "تغليب الوعي" **packaging of consciousness**، وهو مفهوم يشبه إلى حد كبير مفهوم "الأطر الإعلامية" الذي بنى عليه "إنتمان" نظريته حول التأطير الإعلامي.

- كتاب "إدوارد هرمان" **Edward Herman** و "نعوم تشومسكي" **Noam Chomsky** بعنوان "صناعة الإجماع" **Manufacturing Consent**⁴ 1988، وقد ألقى الباحثان الضوء في هذا الكتاب الهام على طريقة عمل وسائل الإعلام من خلال طرحهما للنموذج الدعائي **Propaganda model** الذي اعتمدت عليه الإدارات الأمريكية المتعاقبة في السيطرة على العقل الأمريكي الجمعي استنادا إلى قوة وسائل الإعلام وقدرتها على توظيف عدة آليات منها على سبيل المثال: الانتقاء العمدي لقضايا بعينها، توزيع الاهتمامات الإعلامية على نحو بعينه، تكرار القضايا التي تحظى بقبول الإدارة، السماح بمرور نوعية معينة من المعلومات وحجب معلومات أخرى.

¹ - Lipman, W, Newspapers, InD, Graber, Media Power in Politics, New York :CQ Press,1994,p.39.

² - Bennett,W,Cracking the news code : Somerulesthatjournalist live by ,In S,Iyengar & R,Reeves,Do the Media Govern ?Politicians,Voters,and Reporters in America,London :Sage Publication,1997,pp103.108.

³ - Schiller,H,The Mind Managers, Boston :Beacon Press,1973,pp27-28.

⁴ - Herman ,E,&Chomsky,N,Manufacturing Consent :The PoliticalEconomy of the Mass Media ,New York :Panthe on Books,1988.

- كتاب "إنتمان" ديموقراطية بلا مواطنين¹ 1989 **Citizens without Democracy**، والذي يحذر من خلاله من المخاطر المحتملة على الديمقراطية الأمريكية بوجه عام حال استمرت العلاقة بين المكونين الإعلامي والسياسي في المجتمع الأمريكي على ذات النهج الذي سلكته طوال العقود الماضية التي سبقت إصدار الكتاب، يلقي "إنتمان" الضوء في هذا الصدد على الطريقة التي يتشكل بها الرأي العام الأمريكي تجاه القضايا المثارة، ويرى أنها تعد محصلة أساسية لتفاعل الرأي العام مع المضامين التي تبثها وسائل الإعلام، وهو ما يعني تحول وسائل الإعلام إلى أحد القوى الرئيسية الفاعلة شأنها في ذلك شأن باقي مؤسسات المجتمع الأخرى، ما يفضي في نهاية المطاف إلى تشويه النموذج الديمقراطي الذي تتميز به الولايات المتحدة الأمريكية.

تصنيفات الأطر الإعلامية:

تعددت تصنيفات الباحثين للأطر الإعلامية لكن سنتطرق في هذه الدراسة على مجموع التصنيفات التي ستعتمد عليها الدراسة لتبويب وتحليل البيانات الكمية لأداة تحليل المحتوى وهي كما يلي:

1- تصنيف الأطر الإعلامية حسب طبيعة الإطار: قدمه **Iyengar and Simon** في دراستهما عام 1993 للتغطية الإعلامية للغزو العراقي للكويت، يقسمان فيه الأطر الإعلامية إلى:²

- أطر محددة: تصف وتفسر القضايا العامة من خلال أمثلة ملموسة ومحددة والتركيز على حالات خاصة، حيث يستخدم الصحفيون دائما في تغطيتهم للقضايا والأحداث الاستشهاد بالعديد من الأمثلة بالتركيز على حالات أشخاص وحالات ومواقف محددة، فالتأطير يبرز تقديم أمثلة مترابطة توضح وتفسر القضايا، مثال: الشخص المريض، قنبلة على متن إحدى الطائرات، الاجئ الذي لا يملك مأوى.

- أطر عامة أو مجردة: وهي تصف القضايا العامة وتضعها في سياق عام ومجرد، مثل التقارير التي تغطي تخفيض الإنفاق الحكومي، والسياسات الاجتماعية التي تنتهجها الحكومة، ورغم أن هذا النوع من الأطر يفتقد لمحدودية إمكانياته في تأطير الأحداث بتفاصيل كثيرة، لكنه يسمح بإجراء مقارنات بين الأطر والموضوعات ذاتها، فالأطر العامة تبرز القضايا في سياق عام.

2- تصنيف الأطر حسب الأبعاد المراد إضفاءها على الأخبار: تصنيف **Semetko and Valkenbarg**:³

¹-Entman,R, Democracy Without Citizens : Media and the Decay of American Politics ,New York :Oxford UniversityPress, 1989.

² - Shanto Iyengar and Adam Simon : News coverage of the golff crisis and public opinion, Study of agenda setting, priminnig and framing, communication research, vol20,1993,No3, p369.

³ - أحمد زكريا أحمد: نظريات الإعلام، مدخل لاهتمامات وسائل الإعلام وجمهورها، ط1، المكتبة المصرية للنشر والتوزيع بالقاهرة، 2009، ص ص 278-280.

- إطار الصراع: يركز هذا الإطار على الصراع سواء كان بين الأفراد أو جماعات أو مؤسسات كوسيلة تجذب انتباه الجمهور وإثارة إهتمامه، ويستخدم هذا الإطار في تغطية النصوص الخبرية السياسية، خاصة في الحملات الانتخابية.
- إطار الإهتمامات الانسانية: وهو يراعي الناحية الوجدانية في التغطية الإعلامية، حيث يستخدم القارئون بالاتصال صياغات ومفردات تشير لهذا الإطار بإبراز الطابع الدرامي أو الوجداني والعاطفي لإثارة اهتمامات الجمهور.
- إطار النتائج الاقتصادية: يستخدم في تغطية الأحداث والمشكلات والقضايا من خلال مصطلحات ومفردات لغوية تدل على نتائجها وأبعادها الاقتصادية، سواء على مستوى الأفراد أو الجماعات والمؤسسات والأقاليم وأيضا على مستوى الدولة ككل.
- الإطار الأخلاقي: حيث يضع القارئون بالاتصال الأحداث والمشكلات والقضايا في سياقها الديني والأخلاقي ويراعى هذا الإطار الموضوعية كأحد أهم المعايير المهنية بتقديم بعض الإقتباسات المرجعية مثال: الإستعانة بوجهات نظر المختصين لطرح ومعالجة قضايا العنف ضد المرأة.... الخ.
- إطار المسؤولية: يهتم بالبحث عن المسؤولية حول مسببات القضايا والمشكلات وحلولها على مستوى الأفراد والأفراد والجماعات والحكومات، مثال: في حالة طرح مشاكل بيئية، نلوم الممارسات للمواطنين أم نلوم المؤسسات أو الجهات الحكومية؟.
- 3- تصنيف الأطر حسب طبيعة السمات : تصنيف **Mccombs** وآخرون، أساسه إعتبار الأطر كسمات وفقا للنظر إليها باعتبارها المستوى الثاني من وضع الأجندة، مؤكدين أن هذه السمات التي تشكل صورا للمرشحين تنقسم الى نوعين هما:¹
- أجندة السمات الموضوعية للمرشحين: بوصف شخصياتهم ومواقفهم تجاه القضايا المختلفة.
- أجندة السمات العاطفية للمرشحين: بوصفهم إما إيجابيا أو سلبيا أو بلحياد.
- 4- تصنيف الأطر الإعلامية حسب المكان: تصنف الأطر حسب مكان حدوث الحدث أو القضية وحدود إنتشارها إلى :
 - إطار داخلي: خاص بالقضايا والأحداث الداخلية التي تحدث داخل إطار الدولة .
 - إطار خارجي : خاص بالقضايا والأحداث الخارجية التي تحدث خارج إطار الدولة .

¹ - John Gattung, Ruge Marie : The structure of foreign news, in stanley cohen and jack yong, edit the manufacture of new, social probleme and the mass media, London, Constable 1973, p p 62-73.

5- تصنيف ثلاثي للأطر: ¹ فقد اهتمت دراسات الأطر الإعلامية بشكل ملحوظ بتحديد الأنواع المختلفة للأطر الإعلامية والتي من أهمها:

- تصنيف الأطر وفقا لأسلوب المعالجة الإعلامية وتوجهاتها: مثل تصنيفها إلى أطر محددة ملموسة وأخرى عامة مجردة، وكذلك تصنيفها إلى أطر إستراتيجية، وأطر سياسية، وتصنيفها أيضا إلى أطر إيجابية وأخرى سلبية.
 - تصنيف الأطر الإعلامية في المواد الخبرية وفقا للقيم الاخبارية: مثل أطر الصراع، أطر الأهمية، أطر الإهتمامات الإنسانية، وأطر النتائج الإقتصادية.
 - تصنيف الأطر الإعلامية وفقا لمضمون المحتوى ذاته: وهو من أحدث تصنيفات الأطر الإعلامية، ويقترِب أكثر من الأفكار ويتعمق في المضمون، ويختلف النظر إليه وفقا لطبيعة كل موضوع.
- فيما يلي، يلخص الجدول رقم (01) تصنيفات وأنواع الأطر الإعلامية.

جدول رقم (01) يوضح تصنيف أنواع الأطر الإعلامية:

أنواع الأطر الإعلامية							
ثلاثي الأطر			المكان	السمات	الأبعاد	طبيعة الإطار	
مضمون المحتوى ثاته	القيم الاخبارية	أسلوب المعالجة الإعلامية					
حسب طبيعة كل موضوع	الصراع	محددة	داخلي	السمات الموضوعية	الصراع	أطر محددة	
	الأهمية	ملموسة					إهتمامات الإنسانية
موضوع	الإهتمامات الإنسانية	عامة	خارجي	السمات العاطفية	الإطار الأخلاقي	إطار المسؤولية	
	النتائج الإقتصادية	مجردة					سياسية
		إستراتيجية					

المصدر: بسمة فنور: المعالجة الإعلامية للأخبار في التلفزيون الجزائري، أطروحة دكتوراه علوم، في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة قسنطينة 3، الجزائر 2015-2016، ص 51.

تأثير الإطار الإعلامي:

يرى Entman أن الإطار الإعلامي يمارس تأثيره في عدة عناصر خلال عملية الاتصال كالاتي: ²

¹ - أحمد زكريا أحمد، المرجع السابق، ص 281.

² - Robert Entman : Framing toward clarification of a fractured paradigme, journal of communication, vol 43, no 4, 1993, pp52-53.

- القائم بالاتصال: حيث يقوم باختيار إطار معين ويقدمه بصحيفة محددة بناء على استناده على الأطر التي تحكم وتنظم معتقداته.
- النص أو الرسالة: حيث يتضمن النص الأطر المنتقاة من خلال اختيار كلمات ومعلومات ومصادر تدعم رؤى معينة لبعض القضايا.
- المتلقي: توجه الأطر فكر المتلقي نحو الأفكار البارزة في الرسالة، وبالتالي توجه المتلقي للاقتناع برؤى معينة.
- الثقافة: حيث تنقل مخزوننا من الأطر المشتركة والتي تظهر في خطاب الأفراد ونماذجهم الفكرية في مجموعات اجتماعية معينة.

نماذج تحليل الإطار الإعلامي:

تطرح النظرية نماذج تفسيرية يتم توظيفها في التحليل الكيفي لتوضيح الجوانب والسمات البارزة الواردة في الرسالة الإعلامية، أي تحديد أطر التغطية الإعلامية للقضايا الخاضعة للتحليل كفيها، ومن أبرز هذه النماذج ما يلي:

1. نموذج روبرت إنتمان¹:

حدد روبرت إنتمان أربع وظائف هامة لتحليل الإطار الإعلامي على النحو الآتي:

- تحديد المشكلة أو القضية بدقة.
 - تشخيص أسباب القضية وتحديد القوى الفاعلة فيها.
 - وضع أحكام أخلاقية
 - اقتراح سبل العلاج.
- وهذا يعني أن الأطر هي التي توصف المشكلة، تحدد ماهية العوامل المسببة لها، كما تقوم بتشخيص الأسباب وتحديد القوى الفاعلة التي أحدثت المشكلة فضلا عن تحديد التقييمات الأخلاقية لتلك العوامل المسببة وتأثيراتها، وكذلك تقترح كيفية معالجة القضايا- المشكلات وتتنبأ بتأثيراتها المحتملة.

2. نموذج بان وكويسكي²:

قدم بان وكويسكي نموذجا عام 1993 يضع عدة أدوات لتحليل الإطار الإعلامي كالآتي:

¹ -Ibid, p52.

² - Caral M, Liebler & Jacob Bendix, News sources & Framing of an environmental controversy, journalism & mass communication quarterly, vol73,no1, 1996, p54.

- البناء التركيبي للقصة الخبرية **Syntactical Structure** ويشير إلى تتابع عناصر القصة الخبرية أو تسلسل الفقرات داخل النص، والاستراتيجيات والأساليب المتبعة مثل نوعية المصدر الإخباري.
- الأفكار الرئيسية (الفكرة المحورية) المتضمنة في النص الخبري **Thematic Structure**. وقد يتضح ذلك في بعض العناصر مثل المعلومات الخلفية التي تشير إليها التغطية الخبرية وكذلك بعض الاستشهادات التي تستند إليها.
- الاستخلاصات الضمنية **Rhetorical Structure**: وهي بدورها تساعد في تدعيم الفكرة الرئيسية والتأكيد عليها.

3. نموذج Iyenger & Simon¹:

طرح النموذج اتجاهين أساسيين لتصنيف الأطر الإعلامية وهما:

- الإطار الملموس **Episodic Fram**: وهو يركز على شرح القضايا المثارة من خلال طرح نماذج ملموسة وأحداث محددة مثل: حادث اغتيال، أو بطالة.
- الإطار المجرد **Thematic frame**: وهو يعالج القضايا المثارة في سياق مجرد أو يتسم بالعمومية مثل إرجاع الأسباب إلى الأوضاع السياسية والاقتصادية السائدة، أو بسبب بعض التغييرات الاجتماعية أو المتغيرات الدولية، ويأخذ الإطار المجرد أو العام شكل تقرير به حذف لبعض التفاصيل، وخلفية عن القضية المثارة، وهذا التقرير عبارة عن نتائج عامة أو لمحات متعلقة بالقضية أي كمحاولة لمخاطبة العقول.

4. نموذج ماكسويل ماكومبس وآخرون²:

قدم ماكسويل ماكومبس وآخرون عام 1997 نموذجا لتفسير كيفية بناء الصور النمطية عن القضايا والشخصيات البارزة لدى الجماهير، ويشير هذا النموذج إلى أن الرسالة الإعلامية تتضمن سمات موضوعية **Attributes Substantive** تتمثل في المعلومات الأساسية التي تطرح من خلالها القضايا بكل أطرافها وشخصياتها وأسبابها والحلول المقترحة لها، والسمات العاطفية **Affective Attributes** وهي الأطر السلبية أو الإيجابية أو المحايدة التي يتم تقديم القضايا والأطراف والشخصيات من منظورها.

خطوات تكوين الأطر الإعلامية:

تتم عملية التأطير الإعلامي للمضمون من خلال أربع خطوات رئيسية:³

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

² - Maxwell E, McCombs, et al, Candidate images in spanish elction : second level of agenda setting effects, journalism and mass communication quarterly, vol74, no4, 1997, p706-707.

³ - سهام الشجيري، مرجع سبق ذكره، ص 347.

- 1- يصدر القائمون بالإتصال أحكاما واعية أو غير واعية وبطريقة معتمدة أو غير معتمدة على الرسالة من خلال البناءات المعرفية والإدراكية للإعلاميين.
- 2- تتشكل الرسالة في أطر مهنية من ناحية الشكل أو المضمون، في عبارات ومفاهيم واقتباسات المصدر هنا له أطره المتحكمة ليس في ذاته بل في الرسالة فوجود أو عدم وجود صور للحدث، مساحة للنشر والإذاعة، يسر أو عدم يسر الحصول على المعلومة والجزء الناتج عن العمل كل هذا وغيره يؤثر في خطوات بناء الإطار.
- 3- يتوقع المرسل أطرا خاصة للمتلقى فترشده وتؤثر في عملية التأطير الحالية والمتوقعة.
- 4- الرسالة المؤطرة تمثل المخزون المشترك لكل خطوات وضع الإطار، هي في الغالب التمثيل المشترك للإطار الاجتماعي العام.

عناصر الأطر الإعلامية:¹

يعد **Entman** أن العناصر الأربعة في العملية الإتصالية هي: القائم بالإتصال (الصحافي) (**communicator**) والنص (**Text**) والمتلقي (**Reseiver**) والثقافة (**Culture**):

- 1- القائم بالاتصال (الصحافي): قد يقدم -عن عمد أو غير عمد- أحكاما من خلال أطر تحكمها تسمى **Schemata** تنظم قيمه ومعتقداته، ويمارس دورا هاما في بناء وتشكيل الأخبار من حيث الإختبارات اللغوية، والإقتباسات، والمعلومات التي تقود للتأكيد على عناصر أو جوانب معينة في القصة الخبرية، ويؤطر الصحفيون القصص الخبرية من خلال اختياراتهم التي يقومون بها أثناء كتابتهم وتحريهم لتلك القصص، وهذه الإختيارات تؤثر بدورها في الطريقة التي يفسر القراء القصص من خلالها، ويرسم الصحفيون أنماطا أو اطرا تصب معرفيا في المناقشات العامة، وتؤثر في مستوى معلومات الأفراد، وهذا يتم من خلال الأختيار الإنتقائي لتغطية جانب أو جانبين كليهما لحدث أو قضية ما، مع وضع تفسير مبسط للأحداث والقصص، أو من خلال تغطية أكبر لقضية واحدة على حساب أخرى، وهم محكومون بدورهم بالأطر التي تنظم أنساقهم المعرفية والضغوط المهنية التي يعملون في ظلها مثل: ضغوط السيطرة والملكية والتمويل، والتي تحدد السياسة التحريرية، بالإضافة إلى ضغوط المساحة وسرعة العمل الإعلامي، والمشكلة التي تحدث في عمل التحرير اليومي تتعلق بعملية الإدراك الإنتقائي التي تقود إلى أطر بديلة تصطبغ بالأيدولوجية عن وعي أو عدم وعي بذلك، وتؤثر المصادر الخبرية في الكتابة الصحفية، حيث يعتمد الصحفيون عليها في الموضوعات القصصية، ومضمونها، إذ أن اختيار المصدر قد يعكس الأحكام الفردية أو العوامل المؤسسية والتنظيمية، ويتعلق بما سبق ما توصل إليه **Chyi & McCombs** من أن الصحفيين ومصادرهم يعززون إبراز القضية في الأجندة الإعلامية من خلال تغيير الإطار، وأن المغزى المحتمل المرتبط بطبيعة الحدث الإخباري يجعل التأطير ممكنا على مستويات متعددة كما أن الإختلاف في التغطية ينتج عن إختلاف القيم الشخصية والمهنية للصحفيين الذين يعملون في غرف الأخبار.

¹-المرجع نفسه، ص 348.

2- النص: يتضمن الأطر التي تبرز من خلال حضور أو غياب كلمات أساسية، وتراكيب معينة، وصور نمطية، ومصادر المعلومات، والجمل التي تتضمن حقائق وأحكام معينة.

3- المتلقي: يث قد يعكس تفكير المتلقي واستنتاجاته الأطر في النص، ونية أو قصد التأطير لدى القارئ بالاتصال، وقد لا يعكس ذلك.

4- الثقافة: وهي " مجموعة من الأطر المشتركة المقدمة في خطاب الأفراد أو تفكيرهم في جماعة اجتماعية معينة، وهي كما عرفها Entman "مجموعة من الأطر التي يتم الإستشهاد بها"، ومن الممكن أن تعرف إمريقيا بأنها: " مجموعة من الأطر الشائعة التي تظهر في خطاب وتفكير معظم الناس، أو جماعة اجتماعية معينة، ويذكر الأخير أن التأطير في العناصر أو المواقع الأربعة يتضمن وضائف متشابهة هي: الإختيار والإبراز، واستخدام تلك العناصر لبناء الجدل حول المشكلات ومسبباتها، انتهاءا بتقديم حلول لها، وبصفة عامة تعتبر وسائل الإعلام مشاركا نشطا في اختيار وتأطير العالم، حيث تنقل ذلك الإختيار من خلال ممارسات ثقافية، وتمثل شبكات اتصالية لتطور الخطاب، مؤدية ذلك بطرق تبني على أساس عمليات نفسية لغوية **Psycholinguistic Processes** مهمة في المعرفة الإنسانية، وتخلق الضغوط الخارجية التي تتعرض لها هذه الوسائل الحاجة إلى تسوية الإختلافات ليس فقط على مستوى المهنيين في غرف الأخبار، ولكن أيضا على مستوى ثقافة غرف الأخبار وقد تمثل الضغوط الخارجية في المالكين الذي ينطلق حافزهم من الإعتبارات السياسية والاقتصادية.

العوامل المؤثرة في الأطر الإعلامية:

هناك خمس عوامل داخلية وخارجية تؤثر في كيفية تأطير الصحفيين لموضوع معين وهي:¹

- العادات والتقاليد الاجتماعية
 - القيود والضغوطات المؤسسية أو التنظيمية
 - جماعات الضغط والمصالح
 - القيود الصحفية الروتينية
 - الاتجاهات الإيديولوجية والسياسية للصحفيين.
- وهناك على الأقل ثلاثة مصادر للتأثير في الأطر الإعلامية تتمثل في:
- المصدر الأول: التأثيرات التي مصدرها الصحفي، حيث أنّ تشكيل الأطر يتوسطه متغيرات مثل: الأيديولوجية، الإتجاهات، وتعكس الطريقة التي يوظف بها الصحفيين التغطية الإعلامية.

¹ - سهام الشجيري، مرجع سابق، ص 351

- المصدر الثاني للتأثير: اختيار الأطر كنتيجة لعوامل مثل: نوع الاتجاه السياسي للوسيلة، والقيود المؤسسية أو التنظيمية.

- المصدر الثالث للتأثير: العوامل الخارجية المتمثلة في العوامل السياسية مثل: السلطة، وجماعات المصالح، والنخب الأخرى، والسياق الاقتصادي بما فيه من ضغوط، عناصر الملكية والتمويل والإعلان، بالإضافة إلى الأنماط والقيم الاجتماعية والثقافية الموجودة في المجتمع.

أدوات وآليات الأطر الإعلامية:

1- يقصد بآليات الإطار **Frame Mechanisms** الموقع الذي تحتله القصة الخبرية في الصحيفة، وكذلك وجود رموز أو إشارات تشير إلى أهمية القصة الخبرية، واستخدام العناصر الشكلية المرافقة مثل: الصور والرسوم البيانية والعناوين الفرعية وأخيرا حجم الخبر، أي أحتوى التعريف السابق على آليات للتأطير هي:¹

أ- موقع الخبر أو القصة الخبرية

ب- الرموز والإشارات

ت- الصور والرسوم البيانية

ث- العناوين الفرعية

ج- حجم الخبر

2- إنَّ أطر وسائل الإعلام غالبا ما تتضمن:

أ- الكلمات الرئيسية **Keywords**

ب- المجاز أو الاستعارة **Metaphors**

ت- المفاهيم **Concepts**

ث- الرموز **Symbols**

ج- الصور البصرية (المرئية) **Visual Image**

3- الإنتقاء والبروز: **Selection & Saliency** كأدوات للتأطير، إذ تتضمن بالضرورة الاختيار والإبراز، وذلك لتعزيز مشكلة معينة، أو لتفسير متفق عليه، أو تقييم أخلاقي، أو معالجة للموضوع، وفي السياق نفسه فإن إستبعاد وإستثناء معلومات أو جوانب معينة من الموضوع يعد من أدوات الإطار.

4- يذكر الباحثون آليات وأدوات الأطر وفق الآتي:¹

¹ - سهام الشجيري، مرجع سابق، ص 352.

أ- البروز: وهو أن تشغل قضية ما النصيب الأكبر من المصادر الإعلامية المتاحة على الساحة العامة أي القضية المسيطرة وجعل جزء من المعلومات بارزا أو يمكن ملاحظته وإضفاء المعنى عليه كي يسهل تذكره لجمهور القراء أو المستمعين أو المشاهدين، بما يستتبع ذلك من عمليات تخزين واسترجاع وتنظيم وإدراك هؤلاء للنص.

ب- التلميحات الاجتماعية: إذ يعتمد تشكيل الأطر الإعلامية للرسائل والنصوص على الرموز والمعاني السائدة والتلميحات الاجتماعية التي نعيش أسرى لها في حياتنا اليومية وتستخدمها وسائل الإعلام لنشر الأفكار والآراء المستهدفة وتعزيزها.

ت- نغمة أو نبرة التغطية: والتي تحدد طبيعة هذه التغطية وميول ومواقف الوسيلة الإعلامية تجاه هذا المحتوى.

ث- ربط التغطية الصحفية بنماذج الأطر مشابهة ومرتبطة بالمحتوى الصحفي.

ج- إعادة التأطير: أي رؤية الشيء بشكل مختلف

ح- الإستعارات والكلمات الدالة واللغة المجازية: فالأطر الخبرية تتكون من كلمات دالة واستعارات ومفاهيم ورموز.

خ- آليات خاصة بالعناصر الشكلية في النصوص الصحفية: كالصور وموقع التغطية الصحفية وحجمها والمساحة وكلمات التدعيم والتكرار.

د- آليات اعتمدت على توظيف خصائص التحرير الصحفي: وتشمل ملامح تحريرية كالبناء الفني والموضوعات والمصادر ونوع الشكل الصحفي.

ذ- الانتقاء: عملية الإختيار وفق معايير مهنية وذاتية ومؤسسية، وثقافية يقوم بها القائم بالاتصال أو الوسيلة الإعلامية عند تغطية حدث أو قضية بالتركيز على جوانب وزوايا معينة.

ر- الاستبعاد أو الاغفال: ويرتبط بثلاثة مفاهيم هي الموضوعية، والإيديولوجيا، حراسة البوابة

ويلاحظ مما سبق التداخل والخلط بين الباحثين في تحديد أدوات وآليات الإطار الإعلامي، ولعل ذلك يرجع إلى الاختلاف الموجود أصلا فيما بينهم في تعريف الإطار وتحديد ماهيته، وهو الأمر الذي ينبري على محددات أخرى للإطار، وعملية التأطير الإعلامي.

وظائف نظرية الأطر الإعلامية:

يرى إنتمان Entman أن الأطر تشمل الإنتقائية والإبراز لبعض الوقائع المرتبطة بالحدث، فلكي تضع المادة في إطار معين يتم ذلك من خلال التركيز على بعض الجوانب الخاصة بالحدث ويتم إبرازها في التغطية الإعلامية

¹ - أحمد زكريا: نظريات الإعلام، مدخل لإهتمامات وسائل الإعلام وجمهورها، ط1، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر، 2009، ص 244-252

بشكل أو بآخر من أجل توصيل مفهوم معين للمشكلة وتقديم تفسير سببي أو تقييم أخلاقي لها، ويشمل أيضا تقديم اقتراحات أو حلول خاصة بالموضوع الذي يتم تناوله، وهذا يعني أن وضع الأطر يتم في مراحل مختلفة مثل تعريف المشكلة أو القضية وتفسيرها وتقديم أسباب حدوثها، وأيضا يشمل تقييم النتائج وتوقع التأثيرات المحتملة لهذه المشكلة أو القضية، ويرى إنتمان أن الأطر يمكن أن تحدث في أربعة مجالات على الأقل: مجال القائم بالاتصال، مجال النص أو المحتوى الإعلامي، مجال المستقبل أو الجمهور، ثم المجال الثقافي.

فبوعوي أو بدون وعي فإن القائمين بالاتصال يصدرن أحكامهم على المواد الإعلامية بما يتماشى والأطر الفكرية واتجاهاتهم، بعبارة أخرى فإن المجال الأول لممارسة وضع الأطر يتم من خلال القائمين بالاتصال الذين يقومون باختيار وصياغة المواد الإعلامية من كلمات وصور في إطار يتوافق وأطرهم الثقافية، أما المجال الثاني لرصد الأطر هو المحتوى أو النص ويمكن أن يتضح من خلال ظهور أو اختيار وإبراز كلمات أساسية أو مفتاحية وعبارات معينة وصور نمطية أو مسبقة والتركيز على مصادر معينة دون أخرى للوصول إلى استنتاجات وإصدار أحكام معينة، والمجال الثالث هو الجمهور، حيث أن المستقبل يعتمد على الأطر التي يتلقاها من وسائل الإعلام ويعتمد عليها كعرفة أو خبرة سابقة تؤثر على معالجته للمعلومات أو إدراكه للقضايا المطروحة، هذه المعالجات الفردية للمعلومات في السياقات التي تطرحها وسائل الإعلام تشكل في النهاية الثقافة العامة، والثقافة العامة هي المجال الرابع لرصد الأطر وهي رافد أساسي لجميع الأطر لما لها من تأثير على الخطاب المجتمعي والتفكير الجمعي، وعليه فإن الأطر في المجالات الأربع لها نفس الوظائف وهي: اختيار العناصر التي يتم إبرازها والتركيز عليها في بناء المنظومة السببية للمشكلة أو القضية، وتقييم الموضوع أو القضية وطرح الحلول أو تقديم التوصيات الخاصة بالتعامل معها.¹

وعليه فإن نظرية الأطر الإعلامية يمكن أن توصف بأنها القراءة التمييزية للحدث، وذلك يتم من خلال مجموعة من الوسائل والتقنيات الإعلامية ويهدف واحد ورئيس وهو إخراج الحدث من وجهة نظر القائم بالاتصال، وتتحدد وظائف نظرية تحليل الأطر الإعلامية بالآتي:²

- تحديد المشكلة أو القضية بدقة

- تشخيص أسباب المشكلة

- وضع أحكام أخلاقية

- اقتراح سبل العلاج

¹ - نقلا عن د. عادل صالح: الإعلام أداة للصراع، ورقة بحثية مقدمة إلى مؤتمر الإعلام والأزمات، الرهانات والتحديات، جامعة سوهاج، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2010.

² - ستيوارت آلان: ثقافة الأخبار، ترجمة هدى فؤاد، ط1، مجموعة النيل العربية 2008، ص126

وتبرز وظيفة الأطر الإعلامية وأهميتها في الآتي:¹

1- كَشَفَ اهتمام الباحثين بدراسة إنتاج الأخبار والخطاب الإخباري من أن الصحفيين يعتمدون على التأطير في إنتاج القصص الخبرية، ووفقا لأولئك الباحثين فإن الصحفيين يحاولون كتابة تقارير إخبارية موضوعية، وتنظيم المادة الخبرية بطريقة فاعلة، ويميلون إلى المشاركة في عملية التأطير من خلال البناء والتركييب، وإبراز جوانب معينة من الواقع، وعزل جوانب أخرى، ويسلم الباحثون الذين يستخدمون تحليل الإطار بأن علاقات القوة غالبا ما تنعكس في تلك الأطر المتبناة، وتفترض بعض بحوث التأطير أن الإطار يمكن أن يسيطر على التغطية لفتترات طويلة من الوقت.

2- تُعَرَّفُ الأطر المشكلات، وتُشَخَّصُ الأسباب، وتحدد قوتها التي تخلق المشكلة، وتضع الأحكام أو التقييمات الأخلاقية، وتقيم العوامل غير المقصودة وتأثيرها، وتقترح المعالجات وتسوغها، كما تتنبأ بتأثيراتها المختلفة، ويرى **Entman** أن الإطار في أي نص محدد قد لا يتضمن بالضرورة الوظائف السابقة جميعها، واتساقا مع الوظائف السابقة، وكشفت دراسة **Gamson 1992** عن أن إطار الحرب الباردة هيمن على الأخبار الخارجية في الصحافة الأمريكية، مركزا على أحداث خارجية معينة مثل الحروب الأهلية، ومقدما أحكاما أخلاقية، وموصيا بحلول معينة، أي أن الإطار هنا حقق وظائف الإطار السابقة.

3- يحدد الإطار مدى ملاحظة وفهم الأفراد للمشكلة، وكيفية تقييمهم لها وتصرفهم إزاءها، واتفق **Scheufele** مع ذلك حيث ذكر أن تأطير الأحداث والأخبار في وسائل الإعلام يمكن أن يؤثر بشكل منظم في كيفية فهم المتلقين للأخبار المتعلقة بهذه الأحداث، كما أن تركيز الإطار على إبراز معلومات معينة يزيد من إمكانية إدراك المتلقي لها، وإدراك معناها ومن ثمة معالجتها، وتخزينها في ذاكرته، إلا أن **Entman** رأى أن تأطير النص لا يضمن تأثيره في تفكير المتلقين.

4- أوضحت أدبيات التأطير تأثيراته القوية في الإدراك الإجتماعي والتفضيلات السياسية للأفراد، ونبع هذا الأمر من خلال دراسة التقارير الصحفية والتلفزيونية، واختيار الأطر مهم في تحديد مدى قارئية الموضوعات الصحفية.

5- تؤكد نظرية الأطر الإعلامية على أن تأطير الأخبار يتوسط الطريقة التي يستخدم فيها الناس المعرفة الاجتماعية، والخبرات السابقة، ولهذا فإن الافتراض الأساسي في نموذج **Rhee** يتمثل في: أن تركيب الرسالة في النصوص الخبرية يقيد الطريقة التي يستخدم بها الأفراد معرفتهم في تفسيرها، وتوصلت دراسة الباحث إلى أن الأطر الخبرية تساعد الأفراد في بناء نماذج خطاب معينة **Corresponding Discourse Models** من خلال تزويدهم بمجموعات من المفاهيم المستخدمة في عملية تفسير الحدث أو القضية، وعلى الصعيد نفسه يؤسس الإطار لسبيل

¹ - سهام الشجيري، مرجع سابق، ص 361.

متربط بين القضية المستهدفة ومجموعة المفاهيم المحددة من خلال تنشيط أو اقتراح بعض الأفكار على حساب أخرى.

6- لا يتطور التأطير الصحفي للقضايا والأحداث من فراغ، بل يتشكل من خلال التأثير بعوامل اجتماعية متعددة متضمنة العوامل السياسية، ودور المنظمات والحركات الاجتماعية.

7- تؤثر الأطر في الاتجاهات من خلال التركيز على قيم وحقائق معينة واعتبارات أخرى، وتمنحها صلة أكبر بالموضوع أو القضية، كما أن وسائل الإعلام تبني أطرا متعددة لتغطية أحداث مختلفة، ويتأثر ذلك باتجاهات المحررين وتأثير القيم في الأسلوب الذي يكتبون به.

8- تقوم الأطر بأدوار استراتيجية في المؤسسات والحركات الاجتماعية، وتؤثر في السلوك، وتجذب الأعضاء والمصادر، كما تساعد في ربط الفرد بالجماعة، وقيمها وأيديولوجيتها، وهو الأمر الذي يتوافق مع أن الإطار له قوة اجتماعية، وتستخدم المؤسسات والحركات الاجتماعية الأطر في محاولة التأثير في إدراك مبادئ ومعتقدات وأفعال المجموعات المستهدفة على اختلافها، وجزء من هذه القوة يأتي من خلال قدرة وسائل الإعلام على تحديد الإطار دون معرفة الجمهور به، إلا أن تعدد الأطر قد يشوب القوة الكامنة في تأثير أي إطار في التغطية الإعلامية أو إخضاع الرأي العام.

وتعد الأطر الإعلامية من الموضوعات التي تثير نقاشات حادة بين الصحفيين ورؤساء التحرير، وبين مصادر معلوماتهم أيضا، فالأطر تساعد على وضع أعداد لا نهائية من التفاصيل في صورة مجموعات عملية منظمة، وبذلك فإن الأطر تسهل تنظيم العالم بالتوافق مع قواعد التضمين والإقصاء الهرمية التي يتم من خلالها إنتقاء الأخبار المقدمة للجمهور،¹ وأن الصحفيين عادة يمضون معظم وقتهم في البحث عن المعلومات والرموز والصور التي تلائم الأطر الموجودة، ويتضمن تحليل الأطر الإعلامية ثلاثة مكونات أساسية هي:²

- البناء التركيبي (الشكلي) للقصة الخبرية **syntactical structure**

- الفكرة المحورية **The matic structure**

- الاستنتاجات الضمنية **Rhetorical structure**

وفي ضوء هذه المكونات هنالك قضايا تدل على قدرة وسائل الإعلام على وضع أطر تحوي قيما إخبارية لقضايا المنفعة والصدق والأهمية والتي تساعد على معالجتها للقضايا التي تمكن وسائل الإعلام من تشكيل عملية فهم الجمهور لهذه القضايا، إذ أن فعالية وكفاءة الأطر تتوقف على التزامه الضمني بالموضوعية، أي يجب أن يتبنى

¹-علاء خالد السرور، سؤدد فؤاد الألوسي: وسائل الإعلام والصراعات السياسية، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012،

ص67

²-حسن عماد مكايوي ليلي حسين السيد، مرجع سبق ذكره، ص 349

بانتظام بعض الحقائق المحرجة، أو الخطيرة، أو الآراء المعارضة، أو المنسقة في ظروف استثنائية، كما أن التزام نظرية تحليل الأطر الإعلامية الضمني بالشمولية يقتضي أن تكون هذه الأطر متوازنة وعادلة، في معالجتها للمواقف المتعارضة، إذ أن الأطر الإعلامية السائدة ليست ثابتة أو مختارة بطرق عشوائية، بل تكتسب مكانتها الطبيعية أو المسلم بها من خلال التكرار، والعرض اليومي المستمر للخطاب الصحفي،¹ والأطر – يطلق عليها الأطر التحليلية وأحيانا الأطر المرجعية- قد تؤخذ كأساس في دراسة الظواهر السياسية، وفي دراسة الأزمات، وتحديد الموضوعات، ووحدات الدراسة، ومحاور أو نقاط التركيز، وكيفية معالجة الموضوع، وفي تحديد المفاهيم الأساسية، وتتكون مثل هذه الأطر في بناء نظري يقوم على مسلمات معينة، وعدد من المفاهيم الأساسية، تربط بينهما علاقات محددة، لتفسير طائفة واسعة من الظواهر السياسية ذات الأهمية، والأطر المرجعية قد تكون أكثرها إتساعا. والتحليلية أضيقتها، لكنها تستخدم كمترادفات من قبل العلماء والدارسين، دون تدقيق أو تمييز واضح بينها، وقد يحل محل مصطلح الأطر التحليلية مصطلح آخر مثل النماذج التحليلية، أو الأنماط النظرية، أو الاقترابات أو المناهج، ومثل هذا الإختلاط شائع على نطاق واسع بين الباحثين، مثال ذلك: تحليل النظم في علم السياسة، فالبعض يعده إطارا تحليليا، أو إطارا نظريا، أو إقتراب، وهناك من يطلق عليه اسم "نظرية" بل والدراسة السلوكية لعلم السياسة ذاتها قد تعد منهجا أو اقترابا أو نموذجا وهكذا.²

معالم القوة والضعف في نظرية تحليل الإطار الإعلامي:

1- معالم القوة في نظرية تحليل الإطار الإعلامي:

- أ- وفقا لـ **Baran & Davis** تتجلى معالم القوة في النظرية من خلال:³
 - تركيزها على الأفراد في عملية الاتصال الجماهيري.
 - رغم تركيزها على مجتمع واحد في الدراسة فهي من الدراسات الـ **Micro**، إلا أنها أسهل وأقدر على الوصول إلى الموضوعات أو قضايا التأثيرات على المستوى الـ **Macro** أي الأوسع والأشمل.
 - مرونتها الشديدة "حيث يمكن تطبيقها في مجالات عدة سياسية وثقافية واجتماعية واقتصادية".
 - تناسقها مع النتائج الحالية لدراسات علم النفس المعرفي.
- ب- يعد مفهوم تحليل الأطر الإعلامية من أبرز المفاهيم الحديثة التي تفسر دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف الجمهور وإتجاهاته نحو القضايا المختلفة، وبذلك يمكن دراسة الإتجاهات والمعارف من خلال تلك النظرية.

¹-ستيوارت آلان: مرجع سبق ذكره، ص 128.

²-عادل صالح: مرجع سبق ذكره.

³- سهام الشجيري، مرجع سبق ذكره، ص 352، 353.

ت- تتمثل نقاط القوة في النظرية فيما يأتي:

- إمكاناتها في اقتحام مجال رصد وقياس التأثيرات السلوكية للتأطير الإعلامي في الجمهور.
- ثراء وخصوبة التطبيقات البحثية لها بالتوازي مع محاور عملية الاتصال الجماهيري متمثلة في القائم بالاتصال، والرسالة الإعلامية، والجمهور، والسياق الثقافي، ورجع الصدى.
- مرونتها حيث يمكن جمعها بأطر إعلامية أخرى، أو اعتماد مدخل نظري تكاملي من جهة، وصلاحياتها للتطبيق في فروع العلوم الإعلامية على اختلافها مثل: التحرير، والإعلام الدولي، والإعلان، والعلاقات العامة، ودراسات الصورة من جهة أخرى.
- يمكن تطبيقها في أنواع مختلفة من الدراسات مثل: الدراسات التاريخية والآنية.
- يمكن لتطبيقاتها البحثية الاستعانة بأي كم أو نوع من المناهج والأساليب والأدوات في جمع وتحليل وتفسير البيانات المختلفة.
- تتميز بقدرتها على التطوير الذاتي من خلال نماذج مقترحة في تيارات بحثية معاصرة ومستقبلية، واتساعها لتشمل نماذج بناء الأطر، ووضع الأطر، والتأطير الاستراتيجي، والتي من الممكن أن تنفصل مستقبلا عن هذه النظرية لتصبح أطرا نظرية مستقلة بذاتها.
- تقدم النظرية فوائد لدراسات الرأي العام، والسلوك الانتخابي، والدراسات المعرفية والثقافية ودراسات علم الاجتماع.

2- معالم الضعف في نظرية تحليل الأطر الإعلامية:

- أ- يرى كل من **Baran & Davis** أن نقاط الضعف في النظرية تتجلى فيما يلي:
 - مرونتها تجعلها تفتقر الى التحديد
 - ليست لديها القدرة على تحديد مدى وجود أو غياب التأثيرات.
 - تحوّل دون التفسيرات السببية بسبب اعتمادها الأكبر على المناهج الكيفية.
 - تنتقص من قيمة قدرات الأفراد حيث تفترض أن الأفراد يرتكبون أخطاء كثيرة في التأطير.
- ب- يؤخذ على النظرية عدم وجود نموذج فكري مشترك متفق عليه من قبل الباحثين في دراسة النظرية، نظرا للجدل القائم حول مفهوم الإطار وطرق قياسه.

ت- هناك عدد من الاتجاهات في بحوث التأطير تجاهلت العلاقة بين أطر وسائل الإعلام والعوامل المتعلقة بالسلطة السياسية والاجتماعية، وهذا الإغفال ناجم عن عوامل عدة تتضمن مشكلة تعريف الأطر، وال فشل في دراسة سياقات التأطير من سياقات اجتماعية وسياسية أوسع، والتقليل من شأن التأطير كشكل للتأثيرات الإعلامية.

ث- غزارة وتنوع العناصر ومصادر المؤثرات في عملية بناء الأطر، وآليات التأثير والفهم والإدراك للمتلقين، وصعوبة حصرها، وضبطها وتفسيرها، يطرح الكثير من التساؤلات حول مدى قابلية نتائج دراسات النظرية للتعميم.

ج- عدم وجود تحديد دقيق للحدود الفاصلة بين أنواع الأطر المختلفة مما يجعلها مسألة تخضع لإنطباعات الباحثين.

ح- الإطار يبقى قائما بتأثير عوامل مختلفة

ويصف "ستيوارت آلان" في كتابه "ثقافة الأخبار" نظرية الأطر الإعلامية، بأنها تجعل العالم البعيد عن الخبرة المباشرة أو الإحتكاك المباشر للجمهور يبدو طبيعياً، وهذه الأطر تتمثل في مبادئ الإنتقاء، والتأكيد والتقدم وتتألف من بعض النظريات الضمنية* التي تتناول ماهو موجود وما يحدث وما يهم، إذ بمجرد أن يتم اختيار أطر محددة لقصة صحفية معينة، فإن مبادئ الإنتقاء والرفض أو التضمين والإقصاء** الخاصة بهذه الأطر تقوم بعملها للتأكد من أن المعلومات التي تعد مشروعة Legitimate ومناسبة appropriate، في إطار القواعد التي تحدد القيمة الصحفية للأخبار، هي فقط التي ستظهر في التقرير الصحفي.¹

سادساً: الاجراءات المنهجية للدراسة

1- نوع الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث والدراسات الوصفية Descriptive Researches التحليلية المقارنة في حقل علوم الإعلام والاتصال، التي تستهدف وصف وتحليل أطر المعالجة الإعلامية للأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016، وذلك عن طريق تحليل مضمون الصحف محل الدراسة، والكشف عن درجة الإتفاق والتباين بين الأطر الخيرية المستخدمة في كل منهما، فهدف هذه الدراسة لا يتوقف عند حدود الرصد الكمي لتكرار فئات الشكل والمضمون، بل يتعدى ذلك إلى الوصول إلى التحليل الكيفي الذي يفسر تواجدها وعلاقتها وما يمكن أن يكون لها من

*ظهرت الإسهامات الأكاديمية التي تؤكد على العلاقة بين نظرية الأطر وبين ثلاثة أطر تتعلق بعلم النفس المعرفي هي نظرية الإستشارة المعرفية priming، ونظرية تمثيل المعلومات information processing، ونظرية البناء المعرفي schema، ورغم الإختلافات الواضحة بين هذه النظريات إلا أن التداخل بينها كبير، للمزيد أنظر: أحمد زكريا أحمد: الكتابة الصحفية، م، س، د، ص 108.

**التضمين يعني تقديم أحداث معينة في نشرات الأخبار باعتبار أن لها قيمة صحفية، والإقصاء يقصد به استبعاد أحداث معينة من نشرات الأخبار، للمزيد أنظر: ستيوارت آلان، ثقافة الأخبار، مرجع سبق ذكره.

¹ - ستيوارت آلان، مرجع سبق ذكره، ص 126.

تأثير، فهذه الدراسة لا تسعى فقط إلى جمع البيانات والحقائق بل تتجه إلى تصنيف هذه الحقائق والبيانات وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص دلالتها كماً وكيفاً للوصول إلى نتائج يمكن تعميمها.¹

2- منهج الدراسة:

يعتبر المنهج مجموعة الإجراءات والخطوات الدقيقة المتبناة من أجل الوصول إلى النتيجة، وهو نسق متكامل من القواعد الواضحة والإجراءات التي يستند عليها الباحث في سبيل وصوله إلى نتائج علمية، وحسب الموضوع المطروح محل الدراسة تم الإعتماد على منهج المسح الإعلامي الذي يدرج في إطار الدراسات الوصفية، فحسب وجهة نظر "د. صالح بن بوزة": فإن منهج المسح الإعلامي يهدف إلى تسجيل وتحليل مختلف معطيات الظاهرة الإعلامية المدروسة"، ومادام منهج المسح الإعلامي قائماً على تصوير الظاهرة وتحليلها وتفسيرها في إطار وضعها الراهن وضمن ظروفها الطبيعية، فهو يعتبر أحد المناهج الأساسية للدراسات الوصفية، حيث يستخدم على المستوى المذكور في دراسة الظواهر الاجتماعية والسلوكية لا سيما في أبحاث علوم الإعلام والاتصال في مجالات متنوعة مثل مجال تحليل المضمون، المتعلق بتحليل المواد المنشورة في وسائل الإعلام، قصد التعرف على ما قدم فيها من موضوعات.²

وكان الهدف من استخدام منهج المسح الإعلامي في هذه الدراسة هو معرفة مضمون الصحيفة العمومية والخاصة، فيما يتعلق بمعالجتها لموضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016، وكذا مقارنة هذا المضمون من ناحية الشكل والمحتوى في كلتا الصحيفتين العمومية والخاصة.

بالإضافة إلى منهج المسح الإعلامي تم الإعتماد على أسلوب المقارنة المنهجية كأداة من أدوات الاستقراء، كون الدراسة تنتمي إلى الدراسات التحليلية المقارنة، وهو يعني التمييز بين الخصائص والصفات المشتركة أو المختلفة لشيئين أو أكثر، فهذا الأسلوب يتم استخدامه في مراحل لاحقة من الدراسة (عقب اتمام التحليل)، لتحديد أوجه التشابه، والإختلاف بين أجنحة صحيفة النصر (العمومية) وأجنحة صحيفة الشروق اليومي (الخاصة)، والإختلاف والتشابه أيضا في الأطر الإعلامية المستخدمة في كلتا الصحيفتين، في تناولهما لموضوع الدراسة.

حيث تم اخضاع مختلف فئات التحليل المدرجة ضمن استمارة تحليل المحتوى الخاصة بهذه الدراسة إلى أسلوب المقارنة من أجل الوصول الى النتائج المرجوة من هذه الدراسة وعليه سيتم التحليل وفق مستويين:

أ- على المستوى الجزئي: ويكون عن طريق تحليل ومقارنة كل الفئات المختارة للتحليل، للوصول الى نقاط التوافق والإختلاف بين معالجة الصحف محل الدراسة.

ب- على المستوى النهائي: يكون عن طريق مقارنة النتائج النهائية المتوصل اليها من خلال هذه الدراسة، للوصول الى نقاط الاتفاق والإختلاف بين معالجة الصحف محل الدراسة لموضوع الأزمة المالية بالجزائر.

¹ - شفيق محمد: البحث العلمي، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، ط1، رابطة المكتب الجامعي الحديث، 1998، ص 108.

² - صالح بن بوزة: مناهج بحوث الإعلام، التصنيفات المختلفة وبعض القضايا الخلافية، دار هومة للطباعة والنشر، الجزائر، 1996، ص 43.

ولقد وضع د. محمد عبد الحميد في كتابه "البحث العلمي في الدراسات الإعلامية"¹، الخلط القائم في مجال دراسات الإعلام بين المقارنة المنهجية باعتبارها مطلباً أساسياً في تطبيقات العديد من المناهج العلمية المختلفة، وبين الدراسات المقارنة التي تطبق المنهج المقارن، والتي تهتم بتوزيع الظواهر الاجتماعية في المجتمعات المختلفة، أو مقارنة النظم الاجتماعية من حيث استمرارها وتطورها والتغير الذي يطرأ عليها، وهنا يكون تطبيق المنهج المقارن ضرورة لا بد منها.

أما الدراسات الإعلامية، فيختلف الأمر عن كون المقارنة منهج أم أسلوب،² التي تعتمد أسلوب المقارنة بين نتائج تحليل المضمون، أو مقارنة السلوك الاتصالي في الدراسات الميدانية، في هذه الحالة من الخطأ استخدام المنهج المقارن لأن الأمر لم يزد عن إجراء المقارنة باعتبارها مطلباً منهجياً لاستقراء نتائج التحليل، أو نتائج المسح الميداني.

3- أداة جمع البيانات

اعتمدت الدراسة في إطار منهج المسح الاعلامي على أداة أساسية هي: 'أداة تحليل المحتوى' التي سيتم استخدامها في الدراسة التحليلية لجمع البيانات الكمية والنوعية، بهدف الإجابة على التساؤلات المطروحة التي قامت على أساسها هذه الدراسة.

وعمدت الدراسة الى استخدام التحليل الكمي والكيفي في توصيف المادة الخيرية لكل من صحيفتي النصر والشروق اليومي محل الدراسة التحليلية.

أ- التحليل الكمي: هو التحليل القائم على تفسير البيانات تفسيراً كمياً، بحساب درجة تكرارها في أشكالها المختلفة (المساحة، الزمن، الكلمة، الجملة، الموضوع)، التي تستخدم كأجزاء تسجيلية في القياس العددي لظهورها في المادة محل التحليل.

ويكون هذا التحليل قائماً على الوصف الكمي، لأنه يعتمد على التكرارات الواقعة فئة من فئات التحليل المتفق عليها، ويهتم التحليل الكمي بالعناصر الآتية:

- تحديد حجم الإهتمام الممنوح للموضوع محل الدراسة في كل من صحيفتي النصر والشروق اليومي.
- تحديد الأنواع الصحفية التي تناولت موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016، في الصحف محل الدراسة.

¹ - محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، 2000، ص ص 178، 179.

² - أسماء قرشوش: الموضوعية في المعالجة الصحفية للثورات العربية في الصحافة المكتوبة العربية، الجزائر، مصر، تونس أنموذجاً، أطروحة دكتوراه علوم في علوم الاعلام والاتصال، غير منشورة، كلية علوم الاعلام والاتصال، قسم علوم الاعلام، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2019-2018، ص 51.

- تحديد المصادر الخبيرة المعتمدة في بناء موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016، من طرف الصحف محل الدراسة.

ب- التحليل الكيفي: هو تحليل لا يهتم بلغة الأرقام في تفسير المضامين، فهو يقوم على نقد الحقائق وعادة ما يستخدم في شرح المعطيات الرقمية المتوصل إليها في التحليل الكمي، والتعليق عليها في استخلاص النتائج، ويتميز التحليل الكيفي بأنه يعنى أساسا بخصائص المضمون.

ويرتبط التحليل الكيفي ارتباطا وثيقا بالبحوث التي تجرى في إطار تفسيري، وتعنى أساسا بمسألة إنتاج المعنى وبنائه، وتم استخدام التحليل الكيفي في هذه الدراسة لرصد وتحليل أجندة كل من صحيفة النصر العمومية، وصحيفة الشروق اليومي الخاصة، بالإضافة إلى تحليل الأطر الإعلامية المستخدمة في معالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016، وذلك من خلال العناصر الآتية:

- تحديد أطر الموضوعات التي تندرج في سياق المعالجة الإعلامية لصحيفتي النصر والشروق اليومي للأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016.

- تحديد الأطر الخبيرة المستخدمة في المعالجة الإعلامية لموضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016.

- تحديد أطر الأسباب التي قدمتها المعالجة الإعلامية لموضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016، في كلتا الصحيفتي محل الدراسة.

- تحديد أطر الحلول التي قدمتها المعالجة الإعلامية للصحيفتين محل الدراسة حول موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016.

- تحديد أطر الشخصيات الفاعلة وسماتها البارزة في المعالجة الإعلامية لموضوع الدراسة .

وهكذا سيتم الإعتماد في هذه الدراسة على التحليل الكيفي وفق نظرية "ترتيب الأولويات (الأجندة)"، ونظرية "تحليل الأطر الإعلامية"، في رصد وتحليل أطر المعالجة الإعلامية لموضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016، وبعد التحليل الكيفي ملائما إلى حد بعيد لإبراز جوانب الاختلاف والتوافق في أنماط المعالجة الإعلامية لموضوع الدراسة، في كل من صحيفتي النصر والشروق اليومي، كما يمكن إعتباره أسلوبا ناجعا في الكشف عن آليات السياسة التحريرية المتبعة في طرح الأزمة ومعالجتها وتأطيرها.

4- مجتمع وعينة الدراسة:

يتم إختيار عينة البحث في إطارها الموضوعي عند استخدام أداة تحليل المضمون وفقا لثلاث مستويات وقد حددت وفق ما يتناسب وهذه الدراسة، وهو ما يعرف حسب "موريس أنجرس" بتركيب المعاينات فإذا كان تعريف

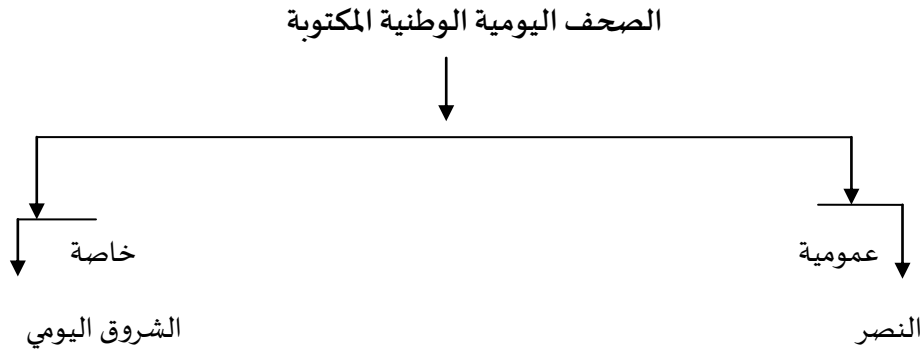
المشكلة لا يفرض إختيار صنف معين من المعاينة الدقيقة فليس هناك مانعا من تركيب بعض المعاينات الإحتمالية أو الغير إحتمالية والإحتمالية مع الغير إحتمالية.¹

أولا: تحديد وحدة العينة: وهذه الخطوة تتطلب إختيار العينة وفق ثلاثة مستويات هي:

المستوى الأول: مستوى العينة الخاصة بالمصدر أو الوسيط

وهو عبارة عن تصنيف المصادر الإعلامية التي تحقق أهداف البحث أي أنها تمثل المجتمع الأصلي للدراسة علما أن مجتمع الدراسة يتمثل في الصحف اليومية الجزائرية المكتوبة بين العمومية والخاصة، وهذا المستوى يمثل مجتمع الدراسة.

وقد تم التركيز على الصحف الوطنية المكتوبة باللغة العربية وطبيعتها ملكيتها بين عمومية وخاصة، وعليه وقع إختيارنا على الصحف الممثلة في المخطط أدناه:



الشكل رقم (1) يوضح عينة الصحف اليومية المختارة

وقد تم إختيار هاتين الصحيفتين بطريقة عمدية، وفقا للأطر الآتي ذكرها:

1- الإطار المكاني (الجغرافي): يمثل أساسا في الحيز الجغرافي الذي تشغله الصحف محل الدراسة الأكثر انتشارا، ويتمثل هذا الإطار في يومية النصر (العمومية)، يومية (الشروق اليومي) الخاصة.

2- الإطار الموضوعي: وهو المصدر الأصلي للدراسة وهو موضح بدقة في إطار المستوى الثاني من مستويات إختيار العينة حيث تم إختيار هذه الصحف وهذه الأعداد بطريقة عمدية مقصودة مراعاة للعايير الآتية:

- معيار الإنتماء أو الملكية: صحف عمومية، صحف خاصة.

- معيار التوزيع: كلتا الصحيفتين توزعان على مستوى القطر الجزائري، كما أن إختيار هذه العناوين

بالذات يرجع إلى نسبة مقروئيتها، حيث كشفت دراسة أجرتها وكالة "ميديا سورفاي" بالجزائر سنة 2016، بينت ان

¹ -موريس أنجريس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبية للنشر، الجزائر، 2004، ص 318-317.

جريدة الشروق اليومي احتلت المرتبة الأولى من حيث المقروئية بـ 48% من القراء، وجريدة النصر جاءت في المرتبة الرابعة بنسبة مقروئية قدرت بـ 5.50% من القراء.¹

– معيار اللغة: صحف مكتوبة ناطقة باللغة العربية

– معيار جغرافية الصدور: صحف وطنية جزائرية.

3- الإطار الزمني:

تمتد الفترة الزمنية للدراسة من 01 جانفي 2016 إلى غاية 31 ديسمبر 2016، ولهذا الإختيار مبرراته، فعن اختيار سنة 2016 فإن هذه السنة عرفت تأزما في الوضع المالي بالجزائر نتيجة انخفاض أسعار النفط الذي بدأ في النصف الثاني من سنة 2014، لتمتد تداعياته إلى سنة 2015، هنا دخلت الجزائر في وضعية مالية حرجة جراء انخفاض رصيد صندوق المداخيل، وعجز الميزانية العامة للدولة من تسديد نفقاتها حول أغلب المصاريف المتعلقة بميزانية التسيير وميزانية التجهيز، بالإضافة إلى توقف العديد من المشاريع مثل المشروع الخماسي الذي كانت مبرمجا من سنة 2014/2019، بالإضافة إلى انخفاض قيمة العملة الوطنية 'الدينار'، هي إذن عوامل كانت وراء دخول الجزائر في ضائقة مالية اصطلح عليها بـ"الأزمة المالية"، في هذه الفترة بذات أي سنة 2016، بدأ الصحف الوطنية بالجزائر سواء كانت عمومية أو خاصة، في تغطية ومعالجة موضوع هذه الأزمة التي بدأ التصريح الواضح والعلني حولها من طرف مسؤولين بالدولة، حيث في وقت سابق لم يتم الإعلان الرسمي عن هذه الأزمة، واكتفت الصحف في ذكر تراجع أسعار النفط.

بالإضافة إلى الأسباب سابقة الذكر، فقد قامت الباحثة بالإطلاع الأولي على عينة الدراسة، ووجدت أنها تغطي كل أشهر سنة 2016، حيث تم التطرق فيها إلى نص قانون المالية خلال سنة 2016، ومشروع قانون المالية لسنة 2017، والذي يعد أحد الأسباب وراء تفاقم الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016، بالإضافة إلى أسباب أخرى كانت وراء ظهور هذه الأزمة سيتم التطرق لها في الجانب النظري والجانب التحليلي من هذه الدراسة. وعليه فإن موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016، بدأت معالجته من طرف الصحف محل التحليل منذ بداية سنة 2016 إلى غاية نهاية سنة 2016، وذلك لزيادة تفاقم هذه الأزمة وطرح بعض الحلول للخروج منها خلال نفس السنة، ما جعل الباحثة تكمل الفترة الزمنية للدراسة مع نهاية سنة 2016.

– بطاقة فنية عن الصحف محل الدراسة:

تتميز المادة الإعلامية للصحف الوطنية بأنها ذات صلة وثيقة بأحداث وأخبار ومواضيع آنية وذات علاقة بظروف وتطورات المجتمع كما أنها تخضع أيضا لطبيعة النظام السياسي، وطبيعة المالك الذي له الحق في اختيار الاتجاه الذي يناسبه، ولكي نتمكن من تحديد المضمون الإعلامي وتحليله يجب أن نعرف أولا الصحف الوطنية التي تتضمن هذه المواد.

¹ - أنظر: الموقع الإلكتروني: <https://www.annasronline.com/index.php/2015-02-07-11-22-52/58649-2016-10-23-21-26-18>

تم الإطلاع على هذا الموقع بتاريخ: 2017/06/12.

أ- بطاقة فنية لجريدة النصر العمومية:¹

جريدة النصر هي صحيفة جزائرية يومية عمومية ناطقة باللغة العربية، تصدر بمدينة قسنطينة حيث تعد هذه الصحيفة رائدة في تجربة الصحافة الجهوية، بعد أن كانت جريدة جهوية أصبحت النصر جريدة يومية تطبع وتوزع عبر كامل أنحاء الوطن.

نشأة صحيفة النصر اليومية:

يعود تأسيس هذه المؤسسة الإعلامية إلى 27 نوفمبر 1908 حيث كانت ملكا للمعمر "لويس موريل" تحت اسم: "برقية قسنطينة والشرق الجزائري"، "La dépeche de Constantine et l'est algérien" استمرت الجريدة في الصدور بهذا الاسم إلى غاية 18 ديسمبر 1963 أين حلت محلها "النصر" باللغة الفرنسية، تحت إشراف حزب جبهة التحرير الوطني، ومرت الجريدة بفترة من الغموض دامت أربع سنوات بعد التأميم، حتى تاريخ 16 نوفمبر 1967 أين وضعت تحت وصاية وزارة الإعلام والثقافة، تحت اسم: "الشركة الوطنية النصر للصحافة".

مرحلة التعريب: ولأن الجريدة أصبحت ملكا للدولة، فقد عرفت تغييرات عكست أجندة سياسية ضبظتها السلطة القائمة في تلك المرحلة، ففي 5 جويلية 1971 وبمناسبة عيد الاستقلال فاجأت جريدة النصر قراءها حيث ظهرت فيها صفحتان باللغة العربية، وكان ذلك إيذانا بتعريب الجريدة حيث أخذت المساحة المعربة تتسع إلى أن اكتملت العملية كلياً ابتداءً من العدد رقم 156 الصادر في جانفي 1972، كانت الصحيفة تصدر بستة صفحات فقط قبل أن تصبح 12 صفحة في سنة 1979، في أواخر الثمانينات اتجهت الجريدة نحو توظيف محررين تخرجوا من الجامعات.

الفترة الذهبية ليومية النصر:

كانت الفترة الممتدة ما بين 1981 و1991 هي الفترة الذهبية في تاريخ الجريدة ومؤسسة النصر بشكل عام، حيث استمرت بإصدار عناوين أخرى مثل "فجر قسنطينة" عام 1989، والعناب عام 1989، والأوراس عام 1990، وهي أسبوعيات جهوية إخبارية، كما أصدرت أسبوعية "العقيدة" الدينية عام 1991، كما أصدرت مؤسسة النصر يومية النهار وهي يومية مسائية.

لم يسبق في تاريخ الصحافة الجزائرية أن أصدرت مؤسسة اعلامية في ظرف قصير عناوين بهذا التنوع والثراء بعد عام 1990، بعد إقرار قانون التعددية الإعلامية، الذي أدى إلى فصل المطابع عن العناوين الحكومية حيث فقدت النصر جزءا هاما من إمكاناتها وهي المطبعة، وكذا مقرها الذي منح إلى مؤسسة الشرق للطباعة.

¹ - الموقع الإلكتروني ليومية النصر / <https://www.annasonline.com/> تم الإطلاع عليه بتاريخ: 2017/10/24.

من الناحية الشكلية غيرت جريدة النصر عام 1993 من حجمها وتحولت من الحجم الكبير إلى جريدة نصفية "تابلويد"، مما أدى إلى تقلص المساحة المخصصة للإعلام الدولي إلى النصف، وكذا المساحة المخصصة للثقافة الأخبار المحلية، في حين تم توسيع المساحة المخصصة للمواضيع السياسية والوطنية والمواضيع الرياضية.

بداية التعثر:

في نهاية 1996 حلت مؤسسة النصر، وبعد ثلاثة أشهر من التوقف عن الصدور عادت "النصر" للصدور بعدد أقل من الصحفيين وإدارة صغيرة، وقد بذلت جهود لإعادة الإنتشار بعد حالة الإنكماش التي عرفتها منذ إعادة هيكلة المؤسسات الإعلامية، حيث أعادت فتح مكاتب جهوية لها في باتنة وسوق أهراس وجيجل وتبسة والجزائر وسطيف، وبرج بوعرييج وميلة وبسكرة وخنشلة وقالمة، وذلك من أجل إعطاء بعد جهوي حقيقي للجريدة التي ظلت تحاول منافسة الجرائد الصادرة في العاصمة بالتركيز على الأخبار الوطنية وخاصة خلال العشرية التي عرفت فيها البلاد أزمة سياسية وأمنية.

• الإخراج الفني لجريدة النصر:

تحتوي جريدة النصر على 24 صفحة، أما فيما يخص التركيبة العامة للصحيفة فتكون على الشكل الآتي:
الصفحة الأولى: تحتوي على أهم الأحداث الوطنية والدولية، ويتم إخراج الصفحة الأولى وتصميمها بطريقة مميزة لجلب القارئ.

الصفحة الثانية: تكون تحت عنوان "الحدث"، تخصص لمختلف الأخبار المتعلقة بالأحداث اليومية الحديثة الوطنية والدولية وعادة ما تعطى مساحة لهذه الأخبار على مستوى هذه الصفحة، حيث نجد المقال الصحفي والخبر.

أما فيما يخص الصفحات الداخلية من الصفحة الثالثة إلى الصفحة السادسة، فتكون تحت عنوان "الحدث" وهي تختص بالأحداث الوطنية خاصة السياسية والأمنية، أما الصفحة السابعة إلى غاية الصفحة العاشرة فجاءت تحت تسمية "محلّيات"، وهي تخص الأخبار المتعلقة بالمناطق الجهوية الشرقية للبلاد، أما فيما يخص الصفحات من 11 إلى 15 تخصص للرياضة، والصفحة 16 و20 مخصصة للإشهار، أما الصفحات من 21، 22، 23، 24 معنونة بـ "ناس وحوادث"، وفي بعض الأحيان نجدها تحت تسمية "ملف" حيث يتم فيه مناقشة موضوع من المواضيع التي أثير حولها النقاش سواء في المجال السياسي أو الإقتصادي أو الإجتماعي أو التربوي... الخ،

تمتلك جريدة النصر موقعا إلكترونيا يضم رئيس التحرير وتقنيين، ونجده في الرابط الإلكتروني الآتي:

www.annasronline.com

شعار صحيفة النصر: يومية كل القراء

ب- بطاقة فنية لجريدة الشروق اليومي:

تصدر جريدة الشروق اليومي عن مؤسسة الشروق للإعلام والنشر، التي تصدر منذ شهر ماي 1995، أسبوعية الشروق العربي، وقد ساعد التطور الذي شهدته الشروق العربي، وانفتاح الساحة الإعلامية في الجزائر على تأسيس جريدة الشروق اليومي الذي صدر عددها الأول في 02 نوفمبر 2000.¹

وكانت فكرة إنشاء يومية الشروق اليومي قد تمخضت عن مجموعة من الصحفيين الذين يتمتعون بخبرة كبيرة في قطاع الصحافة مثل عبد الله قطاف، بشير حمادي، سعد بوعقبة، وسالم زواوي، وغيرهم الذين رأوا أن الساحة الإعلامية في الجزائر وخاصة بعد إقرار التعددية الإعلامية بحاجة إلى عناوين جديدة تلي حاجة شريحة كبيرة من القراء، التي لم تجد لها مكانا بين العناوين المطروحة في الساحة الإعلامية الجزائرية.²

وقد ساهمت العديد من العوامل في استقطاب الجريدة لآلاف القراء، منها تركيزها على المواضيع التي تثير مختلف شرائح المجتمع، فضلا عن التحليلات التي يقوم بها طاقم الجريدة، حيث حققت يومية الشروق رقم 100000 نسخة يوميا، وهي تحتفل بالذكرى الثانية فقط بصور العدد الأول منها، إذ تمكنت وفي ظرف سنتين فقط من أن تحتل مكانة إعلامية مرموقة في ترتيب الصحف الجزائرية الناطقة باللغة العربية.

وبعد عملية السحب تأتي عملية توزيع الصحيفة التي تتم ليلا، إذ تبدأ عملية التوزيع بالمناطق البعيدة، حيث توزع الجريدة في 48 ولاية وخارج الوطن، وتمتلك الصحيفة موارد بشرية ومادية هامة كما تتوفر على إمكانيات تكنولوجية متطورة تمكنها من إختصار الجهد والوقت وتسهيل العمل، أما عن مكانة الصحيفة في الساحة الإعلامية فهي تحتل المرتبة الخامسة من حيث المقروئية بين مجمل الجرائد الصادرة باللغتين العربية والفرنسية والمرتبة الثانية بعد جريدة الخبر بالنسبة للجرائد الناطقة باللغة العربية فقط.

وللإشارة فإن جريدة الشروق اليومي لها نسخة إلكترونية عبر شبكة الإنترنت ويشمل هذا القسم (شبه المستقل) على العديد من الصحفيين والمتربصين تحت إدارة رئيس التحرير.

الإطار التنظيمي لجريدة الشروق اليومي:

يبين الإطار التنظيمي لجريدة الشروق اليومي من خلال الهيكل التنظيمي الخاص بها أن السيد رئيس التحرير يعتبر المسؤول الأول عن الجريدة ومن أهم مهامه القيام بعملية التصفيف والتصحيح والتركيب، يليه رئيس تحرير الجريدة ونوابه الثلاث:

- نائب رئيس التحرير المكلف بالشؤون السياسية

¹ - بطاقة فنية ليومية الشروق، مخطوط يومية الشروق، دار الشروق للإعلام، أكتوبر 2006.

² - فوزية عكاك: القيم الخيرية في الصحافة الجزائرية الخاصة، دراسة تحليلية ميدانية لصحيفتي الخبر والشروق اليومي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2011-2012، ص 245.

- نائب رئيس التحرير المكلف بالشؤون الثقافية
- نائب رئيس التحرير مكلف بشؤون المجتمع والروبورتاجات والحوارات
- 1- مديرية التحرير: التي تتكون من ثلاث رؤساء تحرير، ويطلق على كل واحد منهم رئيس تحرير مساعد ويتفرع من هذه المديرية مايلي:
- القسم التحريري: الذي يتفرع بدوره إلى سبعة أقسام وهي:
- القسم الوطني: يتكون من رئيس القسم و14 صحفيا مهمتهم الأخبار الوطنية.
- القسم المحلي: ويتكون من رئيس القسم و10 صحفيتين يجمعون الأخبار التي تأتيهم من مكاتب الشروق والمتواجدة في مختلف مناطق الوطن وتصنيفها حسب الأهمية.
- القسم الرياضي¹: يأتي في المرتبة الثالثة، بعد القسم المحلي، من حيث عدد القائمين بالإتصال في أقسام الصحيفة، إذ يصل عددهم إلى 9 أعضاء، ما يفسر اهتمام المسؤولين بتغطية مختلف الأنشطة الرياضية من منطلق اهتمام القارئ الجزائري بالأخبار والتغطية الرياضية الوطنية والدولية، خاصة ما تعلق بكرة القدم الوطنية.
- القسم الاقتصادي: يتكون من رئيس القسم و03 صحفيتين يهتمون برصد الأخبار الاقتصادية الوطنية أولا ثم الدولية².
- القسم الثقافي: يتكون من رئيس قسم و05 صحفيتين يعرضون مختلف النشاطات والتظاهرات الثقافية وكذا الإصدارات الفنية الجديدة.
- القسم الدولي: يتكون من رئيس القسم وصحفيين، يهتم هذا القسم بكل الأخبار الدولية خاصة ما تعلق منها بالسياسية والعلاقات الدولية والحروب.
- قسم المجتمع: يتكون من رئيس قسم و4 صحفيتين، يصبون اهتمامهم على تقديم الأخبار الاجتماعية التي تهم المواطن كالبطالة، السكن، الصحة، والسكان.
- الإدارة المالية وشؤون المستخدمين: تهتم هذه المصلحة بالتسيير المالي للجريدة وإدارة الموارد البشرية كما تندرج ضمنها 03 مهام:

- الإشهار: ويعتبر المتنفس والممول الوحيد للمؤسسة، حيث تعتمد هذه الجريدة على نوعين من الإشهار: الإشهار الخاص ويتعلق بالمؤسسات خاصة وطنية أو أجنبية، حيث تمثل نسبة 95% منه في الجريدة، أما النسبة

¹ - فوزية عكاك: مرجع سبق ذكره، ص 248.

² - رابع طيبي: الهجرة غير الشرعية في الجزائر من خلال الصحافة المكتوبة "دراسة تحليلية لجريدة الشروق اليومي، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2009، ص 94-95.

المتبقية 5% فهي عبارة عن إعلانات صغيرة تقدم من طرف الأشخاص الذين يقصدون الجريدة بطريقة مباشرة من أجل تقديم إعلاناتهم، أما الإشهار العمومي فهو محتكر من طرف الوكالة الوطنية للنشر والإشهار ANEP والتي بدورها محتكرة من طرف الدولة.

- قسم الوثائق: يهتم هذا القسم بحفظ الوثائق الخاصة بمؤسسة الشروق اليومي إما في شكلها الطبيعي أو في شكلها الإلكتروني.

- قسم التصنيف والتصحيح والتركيب: مهمته جمع الأخبار وتصنيفها وتركيبها إلكترونياً.

- مديرية التوزيع: تهتم بعملية تنظيم ومتابعة توزيع جريدتي "الشروق اليومي" و"الشروق العربي".¹

• الإخراج الفني لجريدة الشروق:

تحتوي جريدة الشروق اليومي غالباً على 32 صفحة وقد تأتي في 24 صفحة حسب حجم المادة المتوفرة، أما فيما يخص التركيبة العامة للصحيفة فتكون على الشكل الآتي:

الصفحة الأولى: تحتوي على أهم حدث وطني أو دولي، ويتم إخراج الصفحة الأولى وتصميمها بطريقة مميزة لجلب القارئ.

الصفحة الثانية: تكون تحت عنوان مرصد الشروق، تخصص لمختلف الأخبار الموجزة والقصيرة والطريفة في جل الميادين السياسية، الثقافية، الإقتصادية، كما تحتوي هذه الصفحة على افتتاحية يكتبها أحد الصحفيين المتمرسين.

أما فيما يخص الصفحات الداخلية من الصفحة الثالثة إلى الصفحة سبعة، فتكون تحت عنوان الحدث وهي تختص بالأحداث الوطنية خاصة السياسية والأمنية، فيما تخصص الصفحة الثامنة والتاسعة لمنتدى الشروق، والذي يتناول مختلف القضايا الشائكة والهامة في الحياة السياسية والاقتصادية والإجتماعية للمواطن الجزائري.

أما فيما يخص الصفحة العاشرة والحادية عشر فتعنون بالوسط وتخصص لمجمل أخبار ناحية الوسط، في حين تخصص الصفحة الثالثة عشر للرأي، وفي الصفحة التاسعة عشر نجد أخبار دولية وتعنون عادة بالعالم، أما الصفحة الواحدة والعشرون فتكون تحت عنوان المجتمع، وتشمل على مختلف الأخبار الإجتماعية، وفي الصفحات 23، 24، نجد الأخبار الثقافية وعالم الكتب، أما الأخبار الرياضية فغالبا ما تكون في الصفحات 27، 28، 29.

أما باقي الصفحات فتخصص للإشهار، ما عدا الصفحة الأخيرة، التي تخصص لرسم كاريكاتوري وبعض الأخبار المتفرقة.¹

¹ - المرجع نفسه: ص 96.

تمتلك جريدة الشروق اليومي موقعا إلكترونيا يضم رئيس التحرير وتقنيين، حيث تطمح جريدة الشروق إلى أن لا يبقى هذا الموقع مجرد صورة طبق الأصل للنسخة الورقية للصحيفة، بل سيعمل طاقم الجريدة على تحديث الأخبار المنشورة على الموقع تماشيا مع ما يجب أن تكون عليه هذه الأخيرة.

المستوى الثاني: مستوى العينة الخاص بالأعداد المختارة من هذا المصدر، حيث تم توظيف الطريقة القصدية، بإحصاء جميع الأعداد الصادرة خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2016 إلى غاية 31 ديسمبر 2016، التي تناولت موضوع الأزمة المالية بالجزائر 2016، مهما كانت الأنواع الصحفية التي صيغت فيها (خبر، تقرير، مقال، عمود، تعليق، كاريكاتور... إلخ) فمن خلال تعاملنا مع المواضيع التي تستعين بأسلوب تحليل المضمون، لاحظنا أن الدراسات التي تبحث في موضوع معين ومضمون معين هي التي تحتاج أكثر إلى العينة القصدية، وذلك لأن تطبيق العينة العشوائية البسيطة أو العينة العشوائية المنتظمة على وسيلة من الوسائل الإعلامية قد تعطينا أعداد أو أحداث لم تنطبق على الموضوع محل الدراسة.

وعليه قامت الباحثة بحصر الأعداد التي صدرت فقط في سنة 2016، تزامنا والأحداث الإقتصادية التي جاءت نتيجة أزمة انخفاض أسعار النفط في الأسواق العالمية، مما أدى إلى ظهور أزمة مالية خانقة بالجزائر، كانت محل تغطية إعلامية واسعة من قبل الصحافة المكتوبة بالجزائر، والتي بدأت مطلع العام 2016 وتفاقت في النصف الثاني من نفس العام، ما جعل الباحثة تحصر الأعداد الخاصة بكل من "جريدة الشروق اليومي" الخاصة، و"جريدة النصر" العمومية في هذه الفترة الزمنية، باستخدام ما يطلق عليه "محمد عبد الحميد" بأسلوب الدورة، والذي وإن تم بطريقة منتظمة فإنه يساعد الباحث على اختصار الكثير من الجهد والوقت، فهو يضمن عدم تكرار التواريخ والأيام، حيث يتم مثلا اختيار يوم السبت من الأسبوع الأول، ويوم الأحد من الأسبوع الثاني... ثم يوم الأربعاء من الأسبوع الأول... وهكذا، إلى أن يتم بناء الفترة الزمنية للعينة، بحيث يستخدم أسبوع صناعي على طريقة ستمبل.

تم الاعتماد على أسلوب الدورة في اختيار أعداد الجريدة التي سيتم تحليلها، وهو أسلوب يتم بطريقة منتظمة، ويضمن عدم تكرار التواريخ والأيام الخاصة بمفردات العينة، حيث اختارت الباحثة اليوم الأول من الأسبوع الأول من الشهر الأول، ثم اليوم الثاني من الأسبوع الثاني من الشهر الأول، ثم اليوم الثالث من الأسبوع الثالث من الشهر الأول، وهكذا إلى غاية الحصول على جميع مفردات العينة، والذي بلغ عددا 48 خلال سنة 2016، في كل من الصحيفتين محل التحليل.

جدول رقم (02): يوضح طريق اختيار عينة البحث وفق نموذج "ستامبل Stemple"

2016						السنوات والأيام	
6 ي	5 ي	4 ي	3 ي	2 ي	1 ي	الأشهر والأسابيع /	
					*	الأسبوع الأول	الشهر الأول جانفي

¹ - المرجع نفسه: ص 98

				*		الأسبوع الثاني	
			*			الأسبوع الثالث	
		*				الأسبوع الرابع	
	*					الأسبوع الأول	
*						الأسبوع الثاني	الشهر الثاني فيفري
					*	الأسبوع الثالث	
				*		الأسبوع الرابع	
		*				الأسبوع الأول	
		*				الأسبوع الثاني	الشهر الثالث مارس
		*				الأسبوع الثالث	
*						الأسبوع الرابع	
					*	الأسبوع الأول	
				*		الأسبوع الثاني	الشهر الرابع أبريل
			*			الأسبوع الثالث	
		*				الأسبوع الرابع	
	*					الأسبوع الأول	
*						الأسبوع الثاني	الشهر الخامس ماي
					*	الأسبوع الثالث	
				*		الأسبوع الرابع	
		*				الأسبوع الأول	
		*				الأسبوع الثاني	الشهر السادس جوان
		*				الأسبوع الثالث	
*						الأسبوع الرابع	
					*	الأسبوع الأول	
				*		الأسبوع الثاني	الشهر السابع جويلية
			*			الأسبوع الثالث	
		*				الأسبوع الرابع	
	*					الأسبوع الأول	
*						الأسبوع الثاني	الشهر الثامن أوت
					*	الأسبوع الثالث	
				*		الأسبوع الرابع	
		*				الأسبوع الأول	
		*				الأسبوع الثاني	الشهر التاسع سبتمبر
		*				الأسبوع الثالث	
*						الأسبوع الرابع	
					*	الأسبوع الأول	
				*		الأسبوع الثاني	الشهر العاشر أكتوبر
		*				الأسبوع الثالث	

		*				الأسبوع الرابع	الشهر الحادي عشر نوفمبر
	*					الأسبوع الأول	
*						الأسبوع الثاني	
				*		الأسبوع الثالث	
				*		الأسبوع الرابع	الشهر الثاني عشر ديسمبر
		*				الأسبوع الأول	
		*				الأسبوع الثاني	
	*					الأسبوع الثالث	
*						الأسبوع الرابع	

المصدر: من إعداد الباحثة

يتضح من الجدول رقم (02) أن الدراسة تغطي جميع أيام الأسبوع باستثناء يوم الجمعة، وجميع الأسابيع، وجميع أشهر السنة بشكل دوري منتظم، وحتى نقوم بتوضيح الأعداد التي شكلت عينة الدراسة التحليلية من صحيفة النصر وصحيفة الشروق اليومي، نرفق الجدول الآتي، والذي يبرز الأعداد التي تستهدفها الدراسة، حيث ستشكل الأعداد الموضحة أدناه من كل صحيفة العينة الإجمالية للبحث والمقدرة بـ 48 عدداً.

أما عن طريقة اختيار العينة، جاء وفق ما قدمه الباحث ستامبل "Stemple" موضح في الجدول أدناه، حيث تم اختيار مفردات التحليل والمقدرة بـ(48) عدداً من جريدة النصر(العمومية)، وجريدة الشروق اليومي(الخاصة)، حيث تم اختيار من كل شهر 4 أعداد من كل جريدة حسب أيام الأسبوع دون احتساب يوم الجمعة.

جدول رقم(03): يوضح تواريخ الاعداد المشكّلة لعينة الدراسة:

النصر		الشروق اليومي		الصحيفة العدد
رقم العدد	تاريخ الصدور	رقم العدد	تاريخ الصدور	
14886	02 جانفي 2016 السبت	4966	02 جانفي 2016 السبت	العدد الأول
14893	10 جانفي 2016 الأحد	4974	10 جانفي 2016 الأحد	العدد الثاني
14900	18 جانفي 2016 الإثنين	4982	18 جانفي 2016 الإثنين	العدد الثالث
14907	26 جانفي 2016 الثلاثاء	4990	26 جانفي 2016 الثلاثاء	العدد الرابع
14920	10 فيفري 2016 الأربعاء	5005	10 فيفري 2016 الأربعاء	العدد الخامس
14927	18 فيفري 2016 الخميس	5012	18 فيفري 2016 الخميس	العدد السادس
14928	20 فيفري 2016 السبت	5015	20 فيفري 2016 السبت	العدد السابع
14935	28 فيفري 2016 الأحد	5023	28 فيفري 2016 الأحد	العدد الثامن

04 مارس 2016 الإثنين	14942	07 مارس 2016 الإثنين	5031	العدد التاسع
15 مارس 2016 الثلاثاء	14949	15 مارس 2016 الثلاثاء	5039	العدد العاشر
23 مارس 2016 الأربعاء	14956	23 مارس 2016 الأربعاء	5047	العدد الحادي عشر
31 مارس 2016 الخميس	14963	31 مارس 2016 الخميس	5055	العدد الثاني عشر
02 أبريل 2016 السبت	14964	02 أبريل 2016 السبت	5057	العدد الثالث عشر
10 أبريل 2016 الأحد	14971	10 أبريل 2016 الأحد	5065	العدد الرابع عشر
18 أبريل 2016 الإثنين	14978	18 أبريل 2016 الإثنين	5073	العدد الخامس عشر
26 أبريل 2016 الثلاثاء	14985	26 أبريل 2016 الثلاثاء	5081	العدد السادس عشر
04 ماي 2016 الأربعاء	14991	04 ماي 2016 الأربعاء	5089	العدد السابع عشر
12 ماي 2016 الخميس	14998	12 ماي 2016 الخميس	5097	العدد الثامن عشر
21 ماي 2016 السبت	15005	21 ماي 2016 السبت	5106	العدد التاسع عشر
29 ماي 2016 الأحد	15012	29 ماي 2016 الأحد	5114	العدد العشرون
06 جوان 2016 الإثنين	15019	06 جوان 2016 الإثنين	5122	العدد الواحد والعشرون
14 جوان 2016 الثلاثاء	15026	14 جوان 2016 الثلاثاء	5130	العدد الثاني والعشرون
22 جوان 2016 الأربعاء	15033	22 جوان 2016 الأربعاء	5138	العدد الثالث والعشرون
30 جوان 2016 الخميس	**	30 جوان 2016 الخميس	5146	العدد الرابع والعشرون
02 جويلية 2016 السبت	15041	02 جويلية 2016 السبت	5148	العدد الخامس والعشرون
10 جويلية 2016 الأحد	15046	10 جويلية 2016 الأحد	5153	العدد السادس والعشرون
18 جويلية 2016 الإثنين	15053	18 جويلية 2016 الإثنين	5161	العدد السابع والعشرون
26 جويلية 2016 الثلاثاء	15060	26 جويلية 2016 الثلاثاء	5169	العدد الثامن والعشرون
10 أوت 2016 الأربعاء	15073	10 أوت 2016 الأربعاء	5184	العدد التاسع والعشرون
18 أوت 2016 الخميس	15080	18 أوت 2016 الخميس	5192	العدد الثلاثون
20 أوت 2016 السبت	15081	20 أوت 2016 السبت	5194	العدد الحادي والثلاثون
28 أوت 2016 الأحد	15088	28 أوت 2016 الأحد	5202	العدد الثاني والثلاثين
05 سبتمبر 2016 الإثنين	15095	05 سبتمبر 2016 الإثنين	5210	العدد الثالث والثلاثين
13 سبتمبر 2016 الثلاثاء	***	13 سبتمبر 2016 الثلاثاء	5224	العدد الرابع والثلاثين
21 سبتمبر 2016 الأربعاء	15107	21 سبتمبر 2016 الأربعاء	5232	العدد الخامس والثلاثين
29 سبتمبر 2016 الخميس	15114	29 سبتمبر 2016 الخميس	/	العدد السادس والثلاثين
01 أكتوبر 2016 السبت	15115	01 أكتوبر 2016 السبت	5234	العدد السابع والثلاثين
09 أكتوبر 2016 الأحد	15122	09 أكتوبر 2016 الأحد	5242	العدد الثامن والثلاثين
17 أكتوبر 2016 الإثنين	15129	17 أكتوبر 2016 الإثنين	5250	العدد التاسع والثلاثين

العدد الأربعون	5258	25 أكتوبر 2016 الثلاثاء	15136	25 أكتوبر 2016 الثلاثاء
العدد الحادي والأربعون	5273	09 نوفمبر 2016 الأربعاء	15149	09 نوفمبر 2016 الأربعاء
العدد الثاني والأربعون	5281	17 نوفمبر 2016 الخميس	15156	17 نوفمبر 2016 الخميس
العدد الثالث والأربعون	5283	19 نوفمبر 2016 السبت	15157	19 نوفمبر 2016 السبت
العدد الرابع والأربعون	5291	27 نوفمبر 2016 الأحد	15164	27 نوفمبر 2016 الأحد
العدد الخامس والأربعون	5299	05 ديسمبر 2016 الإثنين	15171	05 ديسمبر 2016 الإثنين
العدد السادس والأربعون	5307	13 ديسمبر 2016 الثلاثاء	15177	13 ديسمبر 2016 الثلاثاء
العدد السابع والأربعون	5315	21 ديسمبر 2016 الأربعاء	15184	21 ديسمبر 2016 الأربعاء
العدد الثامن والأربعون	5323	29 ديسمبر 2016 الخميس	15191	29 ديسمبر 2016 الخميس

ومن خلال الإطلاع الأولي على العينة المشكلة من 48 عددا لكل صحيفة من الصحف محل التحليل، لاحظت الباحثة وجود بعض الأعداد من صحيفتي النصر والشروق اليومي لم تتطرق لموضوع "الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016"، وبالتالي فإن هذه الأعداد التي لم تتضمن موضوع التحليل غير معنية بالدراسة، ولا تشملها عملية تحليل المضمون، وقد أفرز الإطلاع على العينة عن تناول موضوع "الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016" في 45 عددا في جريدة الشروق اليومي، باستثناء 3 أعداد لم تتناول الموضوع وهي العدد رقم 5089 الصادر بتاريخ 04 ماي 2016، والعدد رقم 5138 الصادر بتاريخ 22 جوان 2016، العدد رقم 5169 الصادر بتاريخ 26 جويلية 2016. و31 عددا في جريدة النصر، إذا استثنينا 17 عددا من هذه الجريدة منها 15 عددا لم يتناول موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016، وهي الأعداد الموضحة باللون الرمادي في الجدول رقم (3)، بالإضافة إلى العدد الصادر بتاريخ 30 جوان 2016 والعدد الصادر بتاريخ 13 سبتمبر 2016 لم تتمكن الباحثة من الحصول عليهما سواء في النسخة المطبوعة أو الإلكترونية، لذا تم استثناءهما من عينة التحليل.

المستوى الثالث: مستوى العينة الخاص بالمضمون (اختيار نوع المادة) يتم فيه تحديد العينة على أساس نوع المادة التي سوف يتم تحليلها، من بين الأعداد المختارة من كل صحيفة إستهدفتها الدراسة، لنبحث عن كل مادة خاصة بموضوع "الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016"، في كل عدد مع إحصاء لكل الأشكال الصحفية التي قدمت بها.

ويقصد بهذا المستوى، تحديد الوحدات التي سوف يتعامل معها الباحث بالدراسة والتحليل من بين الوحدات التي تم اختيارها من وسيلة الاتصال المدروسة،¹

¹ -رشدي طعيمة: تحليل المحتوى في العلوم الانسانية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2004، ص 243.
* العدد الصادر بتاريخ 30 جوان 2016، والعدد الصادر بتاريخ 13 سبتمبر 2016 من جريدة النصر لم يتم الحصول عليهما، سواء كانت نسخة مطبوعة أو إلكترونية.

في هذه الدراسة يتضمن التحليل جميع المواد الإعلامية التي تناولت موضوع الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016 ، سواء كانت مقالا بأنواعه المختلفة أو خبرا أو رسما كاريكاتوريا، وسواء وقعت هذه المادة في الصفحة الأولى أو الأخيرة أو الصفحات الداخلية.

وباعتبار أن الصحف المكتوبة هي مصدر وحدة العينة الخاصة بهذه الدراسة، فإن المادة المعنية بالتحليل هي صفحات هذه الصحف، كونها تشكل الوسيط بين الباحث والوسيلة الإعلامية المدروسة، وعليه اخضاع كل صفحات الجرائد محل التحليل للبحث في معالجة هذه الأخيرة لموضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016.

الخطوات الاجرائية لتحليل مضمون عينة الدراسة :

تعد هذه المرحلة مهما جدا في بناء أداة جمع البيانات "تحليل المحتوى"، من خلال المرور بعدة خطوات منهجية تتمثل فيما يلي:

أولاً: ترميز بيانات التحليل: وهو ما يعبر عنه بتحويل المحتوى المدروس لوحداث قابلة للعد والقياس وتتضمن هذه المرحلة عادة 3 خطوات رئيسية هي:

1- تصنيف المحتوى وتحديد فئاته:

يتم صياغة فئات تحليل المحتوى وفقا للأهداف المسطرة والأسئلة المطروحة في هذه الدراسة، وبناءا على المفاهيم المرتبطة بها، حيث يتم ضبط المفاهيم (المستقلة والتابعة) وعزل المفاهيم الدخيلة لتجنب تداخل فئات تحليل المحتوى، بالإضافة إلى الإطلاع على الرصيد النظري الذي له علاقة بالدراسة وكذا الدراسات السابقة التي سبق وأن تناولت أداة تحليل المحتوى لمعرفة كيفية صياغة وبناء فئات هذه الأداة بشكل منهجي وسليم، ومنه تم تقسيم فئات التحليل كما يلي:

2- تحديد فئات التحليل:

فئات التحليل هي التقسيمات، والتوزيعات أو الأركان التي يعتمدها الباحث في توزيع وحدات التحليل المتوصل إليها في المادة المدروسة، وهذا بناءا على ما تتحدد فيه من صفات أو تختلف فيه من خصائص¹، وتنقسم هذه الفئات إلى نوعين فئات المضمون وفئات الشكل، وحتى تكون الفئات قابلة للإستخدام فإنها يجب أن تتوفر على مجموعة من الشروط نذكر منها:²

– استقلالية الفئات: بمعنى أن العنصر الموجود في فئة لا يقبل التصنيف في فئة أخرى.

¹ - محمد عبد الحميد: المرجع السابق، ص 118.

² - منال هلال المزاهرة: مناهج البحث الإعلامي، ط 1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2014، ص 206.

- الشمول: بمعنى وجود فئة لكل مادة في المحتوى.

- الوفاء: باحتياجات الدراسة وأهدافها.

أ/ فئات الشكل:

يهتم هذا النوع من الفئات بالقوالب والأنماط التي قدمت من خلالها المادة الإعلامية، وقد قسمت الباحثة فئات الشكل كما يلي:

1- فئة مساحة المواد المنشورة المتعلقة بموضوع الدراسة مساحة النص/ مساحة العناوين الرئيسية والفرعية

2- فئة الموقع

3- فئة الأنواع الصحفية

4- فئة وسائل الدعم والإبراز

5- فئة المصدر

ب/ فئات المضمون: وهي الفئات التي تجيب عن السؤال ماذا قيل؟ وجاءت على النحو الآتي:

1- فئة الموضوع

2- فئة اللغة المستخدمة في معالجة موضوع الدراسة ضمن الصحف محل التحليل

3- فئة وظيفة المضمون

4- فئة الأطر الإعلامية التي تم اعتمادها في معالجة موضوع الدراسة

5- فئة الفاعلين

6- فئة اتجاه المعالجة الإعلامية

تحديد وحدات التحليل:

تعرف على أنها الوحدات التي يتم عليها العد والقياس مباشرة وهذه الوحدات تتبلور في نموذج بناء رموز المحتوى الذي يبدأ بالفكرة، ثم يتم إختيار الوحدات اللغوية للتعبير عن هذه الفكرة وصياغتها، وبعد ذلك يأخذ المحتوى البناء الذي ينشر فيه على الصفحة أو يذاع في الراديو أو التلفزيون.¹ بالإضافة إلى أنها هي وحدات المحتوى

¹ - عبد الحميد محمد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، دار الشروق للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص229

التي يمكن إخضاعها للعد والقياس ويعطي وجودها أو غيابها أو تكرارها أو إبرازها دلالات تفيد الباحث في تفسير النتائج الكمية.¹ وقد استخدمت الباحثة في هذه الدراسة الوحدات الآتية:

أ- وحدة الفكرة (وحدة الموضوع): تم الاعتماد على هذه الوحدة بالدرجة الأولى وهي من أكثر الوحدات استخداما في تحليل المضمون، حيث يتحدد من خلال تكرار الأفكار والمعاني اتجاه المحتوى أو الوسيلة أو الفاعل.

ب- وحدة الكلمة: وهي أصغر وحدة من الوحدات المستعملة في تحليل المحتوى، وتتضمن الكلمة ومكوناتها كالجمل، مرادفة لما أطلق عليه لاسويل الرمز وليس المصطلح، وتكمن صعوبة تحليل الكلمة، في حالة تعبيرها عن رمز أو في حالة الكشف عن بعض المفاهيم المجردة: كالحرية أو الديمقراطية أو العدالة.

ج- وحدة مقاييس المساحة أو الزمن: يلجأ الباحث إلى بعض المقاييس المادية، للتعرف على المساحة التي شغلها المادة الإعلامية المنشورة في وسائل الإعلام المطبوعة أو الزمن الذي استغرقته المادة الإعلامية المذاعة بالوسائل السمعية المرئية، للتعرف على مدى الإهتمام والتركيز بالنسبة للمواد الإعلامية المختلفة موضع التحليل، وتكون عادة وحدة القياس بالنسبة للمواد المطبوعة السنتمتر، وبالنسبة للمواد المسموعة والمسموعة المرئية الثانية أو الدقيقة.²

وقد اتخذت هذه الدراسة "الموضوع والكلمة" كوحدة أساسية للتحليل مع تنوع المادة الإعلامية (خبر، عمود، كاريكاتور... الخ) واختلاف موقعها، كما تقرر اعتبار "الفكرة السائدة" كوحدة قياس داخل إطار كل موضوع، ضف إلى ذلك وحدة "المساحة" لقياس الحيز الذي شغلته المواد الإعلامية أو مجموع الأنواع الصحفية (أنواع الفكرية، أنواع الرأي، أنواع تعبيرية).

وحدة السياق ووحدة التسجيل: ان وحدات السياق هي وحدات داخل المحتوى (جملة، عبارة، فقرة) تفيد في التحديد الدقيق لمعاني وحدات التسجيل التي يتم عليها العد والقياس، وقد اتخذت الباحثة 'الفقرة' وحدة سياق)، كما اتخذت الفكرة داخل كل محتوى وحدة للعد والقياس (وحدة تسجيل).

5- اجراءات الصدق وتقدير مستوى الثبات:

أ- اجراءات الصدق: يقصد بصدق او صحة التحليل صلاحية الاسلوب أو الاداة لقياس لما وضعت لقياسه، بمعنى أدق هو صلاحية أداة البحث في تحقيق أهداف الدراسة، وبالتالي ارتفاع مستوى الثقة فيما توصل اليه الباحث من نتائج،³ ويمكن التحقق من صدق الأداة إذا توفرت للباحث مجموعة من الشروط أهمها:

¹ - أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص 265.

² - بوعمره إلهام: المعالجة الإعلامية للأزمة المالية العالمية من خلال الصحافة الجزائرية المكتوبة، دراسة تحليلية لعينة من الصحف اليومية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 3، السنة الجامعية 2013-2014، ص 292.

³ - محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط 3، عالم الكتب، القاهرة، 2010، ص 279.

الدقة في اختيار العينة والتأكد من كفاية تمثيلها، التعريف الدقيق لفئات التحليل ووحداته، وضمان تحقق استقلالية وشمول الفئات المدروسة ومدى وفائها باحتياجات البحث وأهدافه¹.

تعتبر هذه الخطوة في تحليل المضمون خطوة أساسية ومهمة، والتي تحاول الباحثة من خلالها أن تؤكد على صدق وثبات تحليل المحتوى الخاص بهذه الدراسة، بحيث تصبح أداة القياس التي تستعملها الباحثة بعد ذلك أكثر مصداقية،

بعد القيام بعملية التحليل المفهومي لمفاهيم الدراسة وضبطها من طرف الباحثة، وصياغة الأسئلة الفرعية، وبعد تصميم استمارة التحليل مع دليلها والتعريفات الإجرائية للفئات، قامت الباحثة بتوزيع الإستمارة على مجموعة من الأساتذة المحكمين والمختصين في علوم الإعلام والاتصال، وتم اجراء التعديلات اللازمة وفقا للملاحظات التي قدمها الأساتذة على الفئات وعناصرها.

جدول رقم (04) يوضح: قائمة بأسماء الأساتذة الذين أشرفوا على تحكيم استمارة تحليل المحتوى الخاصة بهذه الدراسة والبيانات الخاصة بهم:

اسم ولقب الأستاذ المحكم	الجامعة	التخصص	الدرجة العلمية
د. سهام الشجيري	جامعة بغداد	إعلام	أستاذ مساعد
أ.د. مساعد مساعد	جامعة الملك خالد	استاذ الصحافة والنشر الإلكتروني	مستشار الإعلام والعلاقات العامة بجامعة أمها وأستاذ مساعد بقسم الإعلام جامعة الملك خالد السعودية
أ. د فتيحة وهابية	جامعة باجي مختار عنابة	علوم الإعلام والاتصال	أستاذ التعليم العالي
د. وليدة حدادي	جامعة سطيف2	علوم الاعلام والاتصال	أستاذ محاضر "أ"
أ. د عواج سامية	جامعة سطيف2	علوم الاعلام والاتصال	أستاذ التعليم العالي
د. رزاق لحسن	جامعة سطيف2	علوم الاعلام والاتصال	أستاذ محاضر "أ"

ب- تقدير مستوى الثبات:

إن المتفق عليه لثبات التحليل عند المختصين يعني أن كل باحث يستخدم نفس الإجراءات المطبقة على مادة معينة سوف ينتهي إلى نفس النتائج.²

¹-رشدي طعمية، مرجع سبق ذكره ، ص214.

²-رشدي طعمية: مرجع سابق، ص 175.

وعليه قامت الباحثة بتقديم استمارة التحليل مع دليل التعريفات الاجرائية، لستة أساتذة مختصين في مجال الإعلام لتحكيم 90 عنصرا احتواه دليل التعريفات، وبعد استرجاعها تم حساب درجة التجانس بين الأساتذة المحكمين حول هذه الاستمارة وفق معادلة هولستي **HOLSTI** (عدد الفئات التي اتفق عليها محللان على مجموع الفئات التي توصلا إليها) ويكون الحكم على ارتفاع ثبات تحليل المضمون إذا كان معامل الثبات مساويا أو يفوق 0.85¹.

في هذه الدراسة تم قياس الثبات من خلال المعادلة الآتية والتي تعكس لنا معدل الاتفاق:

حيث أن M عدد الفئات التي اتفق عليها الباحثين، أما $N1+N2$ مجمل عدد الفئات التي قام بتمييزها الباحثون، مع العلم أن عدد المحكمين في دراستنا هو 6، بعد اجراء الحسابات اللازمة اتضح ان استمارة التحليل تتمتع بدرجة ثبات مناسبة 0.90 لاستخدامها في هذه الدراسة.

¹ - فضيل دليو: معايير الصدق والثبات في البحوث الكمية والكيفية، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 19، الجزائر، ديسمبر، 2014، ص 86.

الفصل الثاني:

الصحافة المكتوبة وأسس المعالجة الإعلامية للأزمات

الفصل الثاني: الصحافة المكتوبة وأسس المعالجة الإعلامية للأزمات

تمهيد

المبحث الأول: مدخل مفاهيمي حول الصحافة المكتوبة

المطلب الأول: مفهوم الصحافة المكتوبة

المطلب الثاني: أهمية الصحافة المكتوبة

المطلب الثالث: خصائص الصحافة المكتوبة وتصنيفاتها

المطلب الرابع: وظائف الصحافة المكتوبة

المطلب الخامس: مضامين الصحف اليومية ومصادرها

المطلب السادس: لغة الصحافة وأسلوب الكتابة الصحفية

المطلب السابع: الأشكال الصحفية الخاصة بالصحافة المكتوبة

المبحث الثاني: أسس المعالجة الإعلامية للأزمات

المطلب الأول: أهمية البعد الإعلامي في الأزمات

المطلب الثاني: التطور التاريخي لبحوث إعلام الأزمات

المطلب الثالث: مظاهر المعالجة الإعلامية للأزمات

المطلب الرابع: محتوى الرسائل الإعلامية للأزمات

المطلب الخامس: دور الإعلام قبل، أثناء، وبعد حدوث الأزمة

المطلب السادس: معالجة وسائل الإعلام للأزمات الإقتصادية

المطلب السابع: بعض معوقات الأداء الإعلامي أثناء تغطية الأزمات

خلاصة

تمهيد:

تشكل الصحف المكتوبة وسيلة إعلامية هامة لها دور كبير في تشكيل الرأي العام إنطلاقاً من القاعدة الجماهيرية التي تحظى بها من قراء، كون هذه الوسيلة الإعلامية تغطي شريحة كبيرة من مختلف الفئات، وتميزها أيضاً بالنشر بصفة دورية يومية، مما يجعلها تغطي أغلب المواضيع بصفة آنية، خاصة وقت الأزمات حيث يرتفع الإعتماد على هذه الوسيلة، وتصبح مصدر معلومات مهم لمختلف الأحداث والوقائع، الأمر الذي يتطلب منها تقديم معالجة إعلامية مميزة في ظل الأزمات من خلال حجم المواد الخبرية التي تقدمها ونوعيتها، وعليه تضمن الفصل الثاني من هذه الدراسة في المبحث الأول مدخل مفاهيمي حول الصحافة المكتوبة وشمل الحديث عن مفهومها أهميتها وخصائصها، تصنيفاتها، بالإضافة إلى تقديم أهم الوظائف التي تضطلع بها الصحافة المكتوبة ومضامين الصحف اليومية، كما تضمن هذا المبحث لغة الصحافة المكتوبة وأشكال الكتابة الصحفية الخاصة بها.

أما المبحث الثاني من الفصل الثاني فقد تضمن أسس المعالجة الإعلامية للأزمات، وتم فيه الحديث عن إعلام الأزمات من خلال إبراز البعد الإعلامي للأزمات وكذا التطور التاريخ لإعلام الأزمات، مع ذكر دور الإعلام قبل، أثناء، وبعد حدوث الأزمة، وفي الأخير تم ذكر أسس تناول وسائل الإعلام للأزمات وبعض معوقات الأداء الإعلامي أثناء تغطية الأزمات.

المبحث الأول: مدخل مفاهيمي حول الصحافة المكتوبة

المطلب الأول: مفهوم الصحافة المكتوبة

تستخدم كلمة صحافة بمعنى Press حسب قاموس أكسفورد، وهي شيء مرتبط بالطبع والطباعة ونشر الأخبار والمعلومات، وهي تعني أيضا Journal. ويقصد بها الصحافة Journalisme بمعنى الصحافة و Journaliste بمعنى الصحفي فكلمة الصحافة تشمل إذن الصحيفة والصحفي في الوقت ذاته.¹

جاء على لسان العرب تعريف كلمة الصحيفة بأنها: ما يكتب فيها، والجمع صحائف وصحف وفي التنزيل: {إن لفي الصحف الأولى صحف إبراهيم وموسى} "الأعلى الآية 18.19"، يعني الكتب المنزلة عليهما وقال الجوهري: الصحيفة: الكتاب.²

أما كلمة الصحافة فيعرفها معجم مصطلحات الإعلام بأنها: "صناعة إصدار الصحف، وذلك بإيفاء الأنباء ونشر المقالات، بهدف الإعلام ونشر الرأي والتعليم والتسلية، كما أنها واسطة تبادل الآراء والأفكار بين أفراد المجتمع وبين الهيئة الحاكمة والهيئة المحكومة، فضلا عن أنها من أهم وسائل توجيه الرأي العام".³

ويعرفها "فيليب دي طرازي": فيقول: "الصحافة صناعة الصحف، والصحف جمع صحيفة وهي قرطاس مكتوب والصحافيون: القوم ينتسبون إليهم، ويشغلون فيها، والمراد الآن بالصحف أوراق مطبوعة تنشر الأنباء والعلوم على اختلاف مواضعها بين الناس في أوقات معينة".⁴

حسب الباحث فاروق أبو زيد فالإعلام المكتوب هو: "وسيلة إعلامية مطبوعة وهو النشر عن طريق الصحف والمجلات، ولاشك أن الصحافة تلعب دورا هاما في الحضارات الحديثة، وتعتبر في البلاد المتقدمة اقتصاديا واجتماعيا جزءا جوهريا من مقومات الحياة الفكرية الإنسانية".⁵

وعلى هذا الأساس يمكن القول أن الصحافة كلمة تستخدم للدلالة على أربعة معاني:⁶

المعنى الأول: الصحافة بمعنى الحرفة أو المهنة وهي بهذا المعنى لها جانبين:

الجانب الأول: يتصل بالصناعة والتجارة وذلك من خلال عمليات الطباعة والتصوير والتوزيع، والتسويق والإدارة والإعلان.

¹- فاروق أبو زيد: مدخل إلى علم الصحافة، ط2، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 1998، ص 37.

²- ابن منظور: لسان العرب، تحقيق عبد الله علي كبير، محمد أحمد حسب الله، هاشم محمد الشاذلي، دار المعارف، دس، ج4، ص2404.

³- أحمد زكي بدوي، تقديم أحمد خليفة: معجم مصطلحات الإعلام، ط2، دار الكتاب المصري، القاهرة، 1994، ص 124.

⁴- ألفيكوتنت فيليب دي طرازي: تاريخ الصحافة العربية، ج1، المطبعة الأدبية، بيروت، 1993، ص5.

⁵- فاروق أبو زيد: مرجع سبق ذكره، ص 37.

⁶- المرجع نفسه: ص38.

الجانب الثاني: يتصل بالشخص الذي اختار مهنة الصحافة، فمنها اشتقت كلمة صحفي أي الشخص الذي يقوم بالحصول على الأخبار وإجراء الأحاديث والتحقيقات الصحفية وكتابة المقال والتعليق الصحفي وكافة الفنون الصحفية.

المعنى الثاني: الصحافة بمعنى المادة التي تنشرها الصحيفة كالأخبار والأحاديث والتحقيقات والمقالات وغيرها من المواد الصحفية، وهي بهذا المعنى تتصل بالفن والعلم، فهناك فنون التحرير الصحفي على اختلاف أنواعها من فن الخبر إلى فن الحديث إلى فن التحقيق إلى فن المقال إلى فن العمود، وهناك أيضا فنون الإخراج الصحفي وهي أيضا متنوعة.

المعنى الثالث: الصحافة بمعنى الشكل الذي تصدر به فالصحف دوريات ومطبوعات تصدر من عدة نسخ وتظهر بشكل منتظم وفي مواعيد ثابتة أو متباعدة.

المعنى الرابع: الصحافة بمعنى الوظيفة التي تؤديها في المجتمع الحديث أي كونها رسالة تستهدف خدمة المجتمع والإنسان الذي يعيش فيه.

وهي بهذا المعنى تتصل بطبيعة الواقع الاجتماعي والاقتصادي في المجتمع الذي تصدر به الصحيفة، ونوعية النظام السياسي والاجتماعي القائم به ثم بالإيديولوجية التي يؤمن بها هذا المجتمع، وهو الأمر الذي أنتج المدارس الصحفية المتباينة.

والبحث في لغة الصحافة يتناول جزءا من مفهوم هذا المصطلح وهو الجزء الذي يتعلق بالتحرير الصحفي، أي بالجانب اللغوي المكتوب، والعناية موجهة أيضا إلى الصحف العامة باعتبارها أكثر انتشارا بين الناس وأبعد تأثيرا في حياتهم ولغتهم من الصحف المتخصصة، كما أن لغة المجلات والصحف الخاصة قد تكون فنية متخصصة يراد بها أن تخاطب جماعات خاصة من القراء.¹

الصحافة من منظور البحث العلمي هي: "العملية الاجتماعية التي تقوم بنشر الأخبار والمعلومات الشارحة إلى جمهور القراء، من خلال الصحف المطبوعة، لتحقيق أهداف معينة".

ويتوفر هذا التعريف العديد من الاتجاهات وذلك كالآتي:

- يركز التعريف على مفهوم العملية التي تتميز بالحركة الديناميكية التي لا تتوقف بين القارئ والناشر أو الأخبار والمعلومات المنشورة والتي تثير إهتمام المتلقي، ويبرز لنا هذا العلاقات المختلفة بين أطرافها وهو ما يتفق مع عملية الاتصال الجماهيري، التي تعتبر الصحف وسيلة من وسائلها والأخبار المنشورة هي الرسالة والقارئ يمثل

¹ - محمد حسن عبد العزيز: لغة الصحافة المعاصرة، الناشر دار المعارف، القاهرة، د.س.ن، ص 14.

² - محمد عبد الحميد: بحوث الصحافة، عالم الكتب للنشر والتوزيع، 1997، القاهرة، ص 23.

المتلقي، وهذا يوجه الباحث إلى دراسة أطراف العملية الاتصالية، والعلاقات بينهما، والآثار المترتبة على حركة هذه العملية واستمرارها.

- أنها عملية اجتماعية يرى المجتمع ضرورتها للمشاركة في تحقيق أهدافه فهي عملية تهدف إلى تطوير المجتمع في مختلف مجالاته أو مختلف أنساقه الاجتماعية (النسق السياسي، الاقتصادي، الاجتماعي، الديني، الثقافي والإعلامي والتكنولوجي...)، سواء قام بها أي شخص باختلاف انتماءاته الاجتماعية من فرد أو مؤسسة عامة أو خاصة، أو حزب أو أي بناء تنظيمي آخر يتفق مع النسق الاجتماعي الكلي وتنظيماته.

ولذلك فإنها يجب أن تعمل في إطار النسق الاجتماعي الكلي، ودراسة الحقائق الخاصة بالسياقات والنظم الاجتماعية، التي تعمل الصحافة في إطارها، متأثرة به ومؤثرة فيه في نفس الوقت.

المطلب الثاني: أهمية الصحافة المكتوبة

تعتبر الصحافة من مقومات الحياة الفكرية والسياسية المعاصرة، فمن المعروف اليوم أن الصحف أصبحت من حيث نسبة مقروئيتها وتوجيهها للرأي العام، من أهم وسائل الإتصال التي لا يمكن الإستغناء عنها في المجتمعات الحديثة، فالصحافة كوسيلة اتصال لها أهمية بالغة وتقرأ لعدة أغراض منها:¹

- الإطلاع على ما فيها من أخبار بدافع الرغبة في الوقوف على أحوال محيطها الاجتماعي والثقافي والاقتصادي والسياسي... الخ

- معرفة القضايا التي يتحدث عنها الرأي العام أولاً بأول.

- أما الحكومات والسلطات الرسمية في جميع بلدان العالم فتستعملها كسلاح قوي للدفاع عن أفكارها السياسية خاصة، وخصوصيتها الثقافية التي تميزها عن غيرها.

- الصحافة منبر مهم للرأي العام ومن أقدر الوسائل على بلورته والتأثير فيه، فهي وليدة زمانها إذ أنها تعمل على التأثير في الجماهير.

- الصحافة جزء مهم في الجهاز السياسي لكل دولة وهي في الوقت نفسه أداة هامة في بناء المجتمعات إن أحسن استعمالها، كما أن لها أهمية في توجيه الرأي العام، وهيبتها الخاصة في جميع المجتمعات... الهيبة التي عبر عنها "نابليون" بقوله: "إنني أهرب الأقلام أكثر مما أهرب ذوي المدافع".

¹ - لبيص ليندا: إسهام الصحافة المكتوبة في مقاومة ظاهرة المخدرات، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد علم الاجتماع، جامعة قسنطينة، 2002، ص 83.

- تمتاز الصحافة المكتوبة بسعة الإنتشار وكثرتة، وخير مثال على ذلك ما يحدث في اليابان حيث توزع 122 جريدة لأكثر من 72 مليون نسمة، وفي الأخير تعد الصحافة المكتوبة الأكثر كثافة وإنتظاما من غيرها من وسائل الإتصال المكتوبة كالكتاب مثلا¹.

وقد لعبت الصحافة المكتوبة دورا بالغ الأهمية في إضفاء قسماات عصر التكنولوجيا على وجه العالم المعاصر، كما أضفت على عمليات الاتصال قدرة على السرعة في إحداث الأثر المطلوب من ناحية وتوسيع دوائره من ناحية أخرى على نحو جعلها تتعدى النطاقات المحلية والقومية، فاتسعت مجالات الإهتمامات الإنسانية، ومن ثم فقد أصبحت وسيلة يعتمد عليها في الدعاية لفكرة وإقامة أنظمة والتصدي لأفكار ونظم الآخرين².

يقول "بوف هير" مؤسس صحيفة **Le Monde** الفرنسية أن الصحف اليومية كانت وستكون مؤسسة صناعية وتجارية كبيرة ولكنها لن تكون -ولا يجب أن تكون- مجرد ذلك فقط، فهي وسيلة الفرد للحصول على المعلومات، بمعنى أنها توفر له العناصر التي تمكنه من الحكم على الأمور والوصول إلى فكر معين بشأها³.

ويقول "مارشال ماكلوهان": "ان الصحافة كرسي اعتراف جماعي يتيح مشاركة مشتركة إذ أن في استطاعتها تلوين الأحداث لاستخدامها أو عدم استخدامها".

ويقول كذلك أن الصحافة تبدو كحرية واسعة حيث تكشف عن النوايا الطبيعية للحياة⁴.

وهذا الكلام عن الصحافة يوضح مدى أهميتها في جميع المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، ورغم كثرة المخاوف التي أحيطت بها على الساحة الاعلامية، فإن الابحاث التي أجريت على الخدمات والاشباع والرغبات التي تلبها الصحيفة اليومية لقراءها توضح أنها أصبحت جزءا من نسيج الحياة اليومية للناس العاديين، والصحيفة اليومية تقدم خدمات فريدة معينة وتشبع رغبات قراءها، وعندما تغيب الصحيفة عن قراءها فإنه يفقدونها بشدة⁵.

كما تنبع أهمية الصحافة في أنها مصدر اتصال يومي ومباشر مع الجمهور هدفه نقل الخبر والرأي والتحليل بحيث تقوي الصلة بين الصحيفة والجمهور، وميزة الصحيفة أنها مرشد زهيد الثمن يستخدمه الملايين من القراء للاسترشاد في أمور حياتهم اليومية، وقد وجدت الدراسات أن الصحف في العادة تجتذب أولئك الذين يرتفعون عن المستوى المتوسط، ليس في التعليم فحسب بل في استخدامهم للوسائل الإعلامية، أما سبب قراءة الناس للصحف فهي تريد أن تكون مطلعة وللشعور بالطمأنينة وللهرب من الملل والمشاكل اليومية.

¹ - سيف الإسلام الزبير: تاريخ الصحافة المكتوبة في الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، 1985، ص 22.

² - اسماعيل علي سعد: الاتصال الإنساني في الفكر الاجتماعي، ط1، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2002، ص 110.

³ - خليل الصابات: وسائل الإتصال نشأتها وتطورها، مكتبة الأنجلو المصرية، 1987، ص 332.

⁴ - خليل الصابات وآخرون: ترجمة كتاب مارشال ماكلوهان، كيف تفهم وسائل الاتصال، دار النهضة بالاشتراك مع مؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر، القاهرة، 1975، ص 228.

⁵ - ملفين ديفلر، ساندرابول روكيتش، ترجمة كمال عبد الرؤوف: نظريات وسائل الإعلام، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1993، ص 102.

- تمكن الصحافة أفراد المجتمع من العلم بالأمر التي تهمهم جميعا، والوقوف على القيمة الاجتماعية للأعمال التي تصدر ممن يتصدون لخدمة المجتمع في مختلف المجالات، فيعرفون ما إذا كانت نافعة أو ضارة وبذلك يتحقق التعاون بينهم من أجل خير المجتمع وصالحه.

- أما بالنسبة لأهمية الصحافة على المستوى السياسي فإنها لازالت ملئ الأسماع والآذان لترجم سر ما اكتسبه من قيمة ومكانة في المجتمع الديمقراطي، حيث تعد التعبير الصادق عن الديموقراطية والسمة البارزة على قيمتها، حيث تعتبر الصحافة همزة وصل بين النظام الديموقراطي والجماهير والشعوب.

- الصحافة اليوم تلعب دورا حيويا في الشؤون الإنسانية، لم تكن أهميتها تتضاءل بسبب ظهور الراديو والتلفزيون، حيث يمكن أن تعطي لنا تفاصيل الأحداث ويمكن قراءتها في أي وقت.¹

- رغم ما كان يعرف عن الصحافة عندما ظهرت، أنها تخدم فئة قليلة جدا من الناس محصورة على الطبقة الراقية وأفراد الكنيسة، ولكن في عصرنا الحالي الذي عرف اتساعا في مجالات المعرفة بشكل لم تعرفه البشرية من قبل ويشمل هذا الاتساع موضوعات المعرفة التي تقدمها الصحافة ورغم أنها كانت تركز اهتمامها بداية الأمر على المجال السياسي ثم الاقتصادي، لكن في مراحل لاحقة من التطور اتسعت مجالات المعارف التي يقدمها الإعلام المطبوع لتشمل كافة المجالات في الحياة حيث ظهرت الصحافة المتخصصة (الرياضة، العلم، البيئة، التكنولوجيا، الصحة، الثقافة...) هذا الإعلام المتخصص يستطيع أن يقدم معالجة نوعية تتميز بمستوى من الجدية والشمولية.²

المطلب الثالث: خصائص الصحافة المكتوبة وتصنيفاتها

أ- خصائص الصحافة المكتوبة:

الصحافة ليس مجرد وسيلة اتصال وإعلام فحسب وإنما هي قوة مؤثرة تستمد فاعليتها من قوة الكلمة التي تستقر في العقول والأذهان، وتتجاوب مع آمال وطموح الشعوب وهي الكلمة التي صنعت حركات التاريخ، وبقوة الكلمة تصنع الصحافة حياة الأمم نفسيا واقتصاديا وسياسيا وفكريا.

ونظرا للمكانة والأهمية التي وصلت إليها الكلمة المطبوعة واحتلالها مركزا قويا بين وسائل الإعلام الأخرى، هذا يحتم علينا الحديث عن أهم خصائصها ومميزاتها:

➤ الإعلام المكتوب يتميز بنشر مساحات واسعة من المعلومات التي تعالج الأحداث والأخبار اليومية .

➤ يمكن قراءة الصحيفة أكثر من مرة، كذلك يمكن قراءتها في أي مكان ومن طرف أكثر من شخص .

¹ - قرشوش أسماء: التغطية الإعلامية للصحف الجزائرية لمشاريع الإصلاح - قانون الإعلام الجديد 2012- أنموذجا- دراسة مقارنة بين الصحف العمومية والخاصة، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2013-2014، ص 147.

² - أديب حضور: الإعلام والأزمات، دار الأيام، 2003، ص 9.8.

- يمكن الاحتفاظ بالصحيفة والرجوع إليها في أي وقت علاوة على ذلك فإن أسعار الصحف تكون عادة رخيصة مقارنة مع غيرها من وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري.
- يمكن قراءة الصحيفة مثل بقية المطبوعات بالسرعة التي تناسب القارئ، كذلك يمكن إعادة قراءتها، خاصة وأن اللغة المستخدمة لغة سهلة وبسيطة وواضحة¹.
- يمكن لصحيفة تغطية معظم الأحداث بتفاصيلها، حيث تخصص قسم لسياسة ولثقافة ولرياضة... الخ.
- كذلك تحرص الصحف على تلبية حاجات كل الأفراد، لهذا يزداد الاهتمام بها والإقبال عليها من قبل كل فئات المجتمع و في كل وقت.
- تتميز الصحيفة بوجود عنوان ثابت وواحد لا يتغير الذي ينتظم جميع الأعداد وبالرقم المتسلسل و بانتظام في موعد الصدور سواء كان ذلك يوميا كما هو الحال في الجرائد أو الأنواع الأخرى للصحف .
- تعتبر الصحيفة وسيلة تربوية وتعليمية وثقافية بالدرجة الأولى خاصة مع ظهور الصحافة الالكترونية في الآونة الأخيرة.

➤ اعتمادها في تقديم المضمون الإعلامي على قوالب تحريرية أساسية وكلها تعتمد على الخبر وتقدم التفسير له والتحليل فنجد أشكال تبدأ بالمقال والتحقيق والحديث بل أن الصورة عندما تقدم في الصحف، فإنها تقدم خبرا ولها دلالة نفسية، إخراجية جمالية، والصحيفة على إختلافها مهما صغرت أو كبرت تقدم المضمون الصحفي في أشكال إخراجية معينة يستخدم فيها العنوان والصورة والحرف والجداول وغيرها².

ب- تصنيفات الصحافة المكتوبة:

للإعلام المكتوب العديد من التصنيفات أهمها:

أ- التصنيف الدوري: وهو التصنيف الذي يعتمد على فترات الصدور و ينقسم حسبه إلى ما يلي:

اليومية: وهي الصحف التي تصدر مرة أو أكثر في اليوم الواحد وبشكل منتظم أي 365 عددا في السنة إلا في حالة وجود يوم عطلة في الأسبوع³.

الأسبوعية: وهي الصحف التي تصدر مرة واحدة في الأسبوع، وفي يوم محدد عادة وتبلغ الأعداد التي تصدر بهذه الطريقة ما مقداره 52 عددا سنويا، وعادة ما تهتم بالتعليق على الحوادث السياسية والاجتماعية التي تحدث في ذلك الأسبوع.

¹ - غريب عبد السميع: الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندرية، مصر 1996، ص 44

² - أمال سعد المتولي: مدخل في الصحافة، ط1، دار ومكتبة الإسراء، مصر، 2003، ص 71.

³ - غريب عبد السميع: مرجع سبق ذكره، ص 43.

نصف الشهرية: وهي الصحف التي تصدر مرتين في الشهر، وفي يومين وتاريخين محددتين عادة في الشهر الواحد، حيث تبلغ الأعداد التي تصدر بهذه الطريقة ما مقداره 24 عددا سنويا.

الشهرية: وهي الصحف التي تصدر مرة واحدة في الشهر، وفي يوم وتاريخ محدد عادة، حيث تبلغ الأعداد التي تصدر بهذه الطريقة ما مقداره 12 عددا سنويا، وهي عادة ما تركز على البحث والتحقيق في أمور وشؤون الحياة الاجتماعية والثقافية والرياضية... الخ.

السنوية: وهي الصحف التي تصدر مرة واحدة في السنة، وفي يوم و تاريخ محدد عادة حيث تبلغ الأعداد التي تصدر بهذه الطريقة عدد واحد سنويا.¹

ب-التصنيف الموضوعي: هو ينقسم إلى ما يلي:

الصحف العامة: وهي الصحف التي تنشر مقالات وموضوعات عامة لا تقتصر على مجال واحد من مجالات المعرفة بل تنقل جميع التحقيقات والمقالات والأخبار السياسية والاجتماعية والثقافية، كذلك لا يشترط فيها أن تكون بمستوى علمي معين ولقراء من شريحة معينة فهي تصدر في الغالب لأغراض ترفيهية وإعلامية وثقافية.

الصحف الخاصة: وهي الصحف التي تخصص بموضوع واحد وبمجال منفرد من مجالات المعرفة، حيث تنشر المقالات والتحقيقات والبحوث عن موضوع واحد موجبة لفئة معينة كالصحف الموجهة للمرأة وللشباب أو المتخصصة في مجال الفن والأدب وغيرها.

ج-التصنيف المكاني: وهو ينقسم إلى ما يلي:²

الصحف المركزية: وهذا النوع من الصحف يصدر عادة في العواصم والمدن الكبرى الأهلة بالسكان والمتضمنة النشاط السياسي والاجتماعي وتعنى بالشؤون العامة.

الصحف الإقليمية: وتصدر في غير العواصم من مدن الأقاليم حيث تعنى بشؤون الإقليم الخاصة وأحيانا تعنى به المركزية كذلك.

د-الصحافة المكتوبة بحسب القراء: قسمت إلى:

أ-صحافة متخصصة:³ تعمل الصحافة المتخصصة على تقديم المواضيع المتخصصة وتقوم بعرضها عرضا مفصلا، هذا النوع متعلق بصفوة من النخب الاجتماعية كالقادة والمثقفين ثقافة عالية، ومن الصحف التي يمكن إدراجها ضمن هذا النوع: الصحف الرياضية، النسوية، الاقتصادية... الخ، وهي الصحف التي تصدرها هيئات معينة

¹ -رحيمة الطيب عيساني: مدخل إلى الإعلام والاتصال، ط1، عالم الكتب الحديث، الأردن، 2008، ص 102.

² -المرجع نفسه: ص 102.

³ -محمد سلامة والسيد عبد الحميد عطية: الاتصال ووسائله بين النظرية والتطبيق، د.ط، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1991، ص 112-113.

لأعضائها أو لذوي العلاقة بها وتشمل الموارد ما يعبر عن وجهات نظر الهيئة وهي الصحافة التي تخاطب فئة خاصة أو هي التي تعالج مواضيع تدخل ضمن مجال واحد من مجالات الحياة ومثال ذلك ما يلي:

- الموضوعات العامة المستخدمة في الإعلام المكتوب:

إن الأخبار الإعلامية بصفة عامة هي كل الأنشطة التي تتضمنها خطط ومشروعات الجهاز الإعلامي لتحقيق هدف معين اتجاه الوسط الاجتماعي المتواجد فيه تلك الوسائل الإعلامية، والأخبار الإعلامية المكتوبة لا تختلف عن باقي الأخبار الإعلامية الأخرى وإنما تختلف المعلومات وتتعدد تبعاً لطبيعة الخبر، لذا هناك أنواع عديدة من الأخبار الإعلامية منها:

- المواضيع السياسية:

وتضم كل المواضيع الخيرية والتحقيقات و اللقاءات السياسية وكلها تحتاج إلى تفاصيل لنشر الخبر والتعليق والتفسير، وقد يدخل ضمن هذا الإطار الأخبار الخاصة بالمناسبات الوطنية والعالمية وكذا الندوات الصحفية مع الشخصيات البارزة في المجتمع المحلي لتقديم المعلومات والأحداث والحقائق.¹

- المواضيع الاقتصادية:

وهي وظيفة متصلة بمفهوم التنمية وذلك أن البعد الاقتصادي في العملية التنموية هو الأكثر بروزاً من الجوانب الأخرى لهذه العملية، إذ يقدم الإعلام المكتوب مساحات المخصصة للإعلانات والإشهارية من أجل الترويج لسلعة أو خدمة ما ويساهم ذلك بطبيعة الحال في رفع مداخيلها، كما يلعب الإعلام المكتوب كدور الرقيب لمختلف المشاريع الاقتصادية حيث يتطرق إلى إبراز أسباب تأخرها أو تعطيلها كما أنه يلعب دوراً مهماً في المناطق النائية حيث يكسر حواجز عزله ويقدم لسكانه جملة من الإرشادات والنصائح التي يستعينون بها من أجل تحسين وضعيتهم فهي لها دور في التنمية الريفية وإنعاش الزراعة وغيرها من جوانب الحياة الاقتصادية الوطنية.²

- المواضيع التربوية والثقافية:

وهي وظيفة ليست أقل شأنًا عن سابقتها من وظائف الإعلام المكتوب، حيث يشجع الإعلام المكتوب على التعليم وتربية واكتساب المعارف والمهارات والحصول على المعلومات وخبرات جديدة فهي تساعد على اتخاذ القرارات والارتقاء بالسلوك الفردي والاجتماعي ومن خلال أخباره يقوم على تثقيف الجماهير وتلبية حاجاتهم الفكرية والنفسية والارتقاء بمستوياتهم الثقافية والحضارية وكذلك نجد إلى جانب هاته الأخبار التربوية والتثقيفية الأخبار الصحية والعلمية والتاريخية التي تعمل على تثقيف القارئ.³

¹ - غريب عبد السميع: مرجع سبق ذكره، ص 47.

² - رحيمة الطيب عيساني: مرجع سبق ذكره، ص 115.

³ - رشاد أحمد عبد اللطيف: تنمية المجتمع وقضايا الإعلام التربوي، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، مصر، 1995، ص 156.

وقد يجمع الإعلام المكتوب بين التثقيف والترفيه في آن واحد وكذلك يساهم في نشر الثقافة الرياضية من خلال التشجيع على ممارسة الرياضة وقيام المنافسات الرياضية داخل المنطقة وخارجها وحتى المشاركة الدولية فهي تتميز بخلق واقع جديدا من النشاط والحيوية، أما الأخبار الترفهية فتشمل أخبار مختلفة تتميز بالتسلية وخلق جو المنافسة بين القراء وكذلك الألغاز والفكاهة، حيث يهدف الإعلام المكتوب بذلك إلى التسلية والترفيه من جهة وتنشيط فكر القارئ وثقافته من جهة أخرى ، لذا فهو يحاول جذب أكبر عدد من القراء.

-المواضيع الرياضية :

تحظى الأخبار الرياضية في غالبية الصحف بالاهتمام البالغ نظرا لما لرياضة من أثر عظيم في بناء الإنسان وتنشئته، حيث يتميز هذا النوع من الأخبار بالحيوية والحركة وهما من أهم عوامل التشويق والجذب للقارئ، ويكون ذلك من خلال تقديم الفقرات الرياضية ونتائج المباريات لكل يوم، فالإعلام المكتوب عمل على التعريف بالمنافسات والمباريات الرياضية المقيمة على المستوى المحلي لهوض بالرياضة على المستوى المحلي وهي موجهة إلى شريحة عريضة من المجتمع.¹

- المواضيع الاجتماعية والنفسية :

يلعب الإعلام المكتوب دورا هاما في التنمية داخل المنطقة، حيث يجعل خدمة المجتمع المحلي من أهدافه الأساسية فهو يسعى إلى ترسيخ قيمه وعاداته وتقاليده، وكذا بعث تراثه كما يسعى الإعلام المكتوب إلى الارتقاء بالفكر والسلوك الفرد، لأن مهمة الجهاز الإعلامي بصفة عامة والإعلام المكتوب بصفة خاصة ليس فقط شغل وقت الفراغ من خلال نشر الأخبار الترفهية والتسلية، وإنما كذلك نشر البرامج التي تبني الفكر السليم وتقويم السلوك الاجتماعي والفردى وإلى جانب هذه الأخبار الاجتماعية نجد الأخبار النفسية التي تساهم في تكوين الاتجاهات والآراء لدى القارئ وكذا حل مشاكله النفسية التي يعاني منها أغلب أفراد المجتمع في وقتنا الحالي، بالإضافة إلى أن الأخبار الاجتماعية والنفسية تساهم في حل المشاكل العالقة داخل المنطقة وتعمل على محاولة إيجاد الحلول حيث يكون عادة الإعلام المكتوب هو الوسيط الأساسي في نقل شكاوى المواطنين إلى السلطات المحلية المعنية بالأمر.

-المواضيع الدينية :

وهي عادة الأخبار الروحية ذات طبيعة خاصة لكنها تتداخل ضمن الأخبار والمواد الإعلامية العامة، وهي موجهة للغالبية العظمى من طبقات المجتمع، حيث يقوم الإعلام المكتوب بنشر سور من القرآن الكريم وبعض الأحاديث النبوية الشريفة، والهدف من نشر بعض الفتاوى والحوارات والندوات في المجال الديني هو العمل على تقريب القارئ من ربه والتعريف بدور الإسلام و التركيز على معجزة القرآن الكريم والعمل على بث روح التعاون والإيحاء بين الناس ونشر الأخبار الخاصة بالأداب والالتزام بالأسس لبناء المجتمع.

¹ - المرجع نفسه: ص 174 .

ب- الصحافة العامة: صحافة واسعة الإنتشار توزع على نطاق الدولة كلها، جمهورها من كافة فئات الشعب، تقدم لقراءها مواد متعددة تشمل جميع جوانب الحياة.

ج- الصحافة بحسب النظام السياسي: تنقسم الصحافة المكتوبة حسب الإنتماء الإيديولوجي إلى:

- صحافة حزبية: هي تلك الجرائد التي تعبر عن فكر سياسي معين أو إتجاه أو مذهب إيديولوجي خاص وهي نتطق باسم حزب واحد، فتدعو مباشرة أو بشكل غير مباشر إلى تبني أفكار معينة.¹

إن الصحافة الحزبية تعرف على أنها صحافة الرأي، أي تقوم أساسا على أفكار الصحفيين السياسية والاجتماعية والتي تغلب على مجمل مواضيعها.²

- الصحف المستقلة الخاصة: وهي عكس الجرائد الحزبية فهي لا تعبر عن اتجاه معين أو مذهب إيديولوجي وإنما هي متفتحة على كافة الآراء والإتجاهات والمذاهب السياسية والفكرية والاجتماعية وهي لا تنتهي إلى حزب أو جماعة أو دين أو ملة بل ترى في نقل الحقيقة كما هي ومن جميع مصادرها هدفا أساسيا بالإضافة إلى أهداف ثانوية تتعلق بإشباع فضول القارئ والإستجابة لرغباته المشروعة والترفيه عنه ومدته بالثقافة.³

- الصحف الحكومية: هي الصحف التي تخدم تيارات سياسية سواء في الحكم أو في المعارضة أو الغرض منها هو الإطلاع على مواقف السلطة ووجهات نظرها إزاء ما يجري من أحداث وتغييرات وهي التي تشرف عليها الدولة لتشرح سياستها ومواقفها في شتى الميادين ولتخدم مصالح إدارتها.⁴

المطلب الرابع: وظائف الصحافة المكتوبة

كغيرها من باقي مؤسسات المجتمع، وجدت الصحافة لتأدية دور محدد في هذا المجتمع، يتجلى هذا الدور من خلال الوظائف التي تقوم بها الصحافة المكتوبة، وقد تعددت هذه الوظائف واختلفت حسب المفكرين الذين تطرقوا إليها، وعليه فقد اتفق الباحثون على أن هناك وظائف متعددة للكلمة المطبوعة في الاتصال الجماهيري، يمكن تلخيصها في ما يلي: الإعلام، التأثير، التوجيه، التسلية، التسويق...⁵

وعموما تتمثل الوظائف الأساسية للصحافة المكتوبة في:

1-الإعلام أو نشر الأخبار، 2- الشرح والتفسير والتحليل، 3- التوجيه، 4- الإعلان، 5- التسلية، 6- التأريخ أو

التوثيق.

¹ - حكيمة وشان: الإسلام والديموقراطية في الصحافة الجزائرية، دراسة تحليلية لجريدتي الحقيقة والوقت، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة قسنطينة، معهد علم الاجتماع، ص 37.

² - خضير شعبان: مصطلحات في الإعلام والاتصال، دار اللسان العربي للترجمة والتأليف والنشر، ط1، الجزائر، د.س.ن، ص 323.

³ - حكيمة وشان: مرجع سابق، ص 37.

⁴ - نفس المرجع: نفس الصفحة.

⁵ - محمد عبد الحميد: بحوث الصحافة، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 1997، ص 31.

1- الإخبار والإعلام: تعتبر الوظيفة الإعلامية هي جمع مختلف المعلومات ومعالجتها ونشرها عبر أهم وسائل الاتصال الجماهيرية، فهي تزود المتلقي بالأخبار الداخلية والخارجية التي تهتمه أو تهتم بلاده بصفة عامة وينبغي على الصحافة أن تقدم القدر الكافي من هذه المعلومات حتى يستطيعوا أن يكونوا رأياً عاماً سليماً في شؤونهم الداخلية والخارجية وبذلك يستطيعون تحقيق الديمقراطية السليمة ومن ثم فإنه ينبغي عرض الأخبار بالطرق المبسطة والأشكال الميسرة حتى يسهل على الجمهور متابعتها والاهتمام بها ويتفق العلماء على أن نشر الأخبار لا بد أن يتصف بالموضوعية والهدف والأمانة والدقة ولا بد أن تكون الأخبار حديثة الوقوع ومهمة للقراء ولا بد أن تكون الأخبار محايدة.¹

وإذا بحثنا في تاريخ ظهور الإعلام كوظيفة للصحافة المكتوبة نجد أنها تزامنت مع ظهور البورجوازية في أوروبا، والتي بدأت في مرحلتها الأولى معتمدة على النشاط التجاري، والتاجر بحكم مهنته القائمة على أساس التبادل والتعامل بينه وبين الناس، فهو محب للإطلاع ومعرفة أخبار التجارة من التجار والمنافسين، وقد لبثت الصحافة حاجات الطبقة البورجوازية إلى معرفة أخبار التجارة والمال وتغيرات السوق، وبذلك تكون الصحافة قد ظهرت في البداية لتؤدي وظيفة نشر الأخبار.²

2- الشرح والتفسير: تعتبر وظيفة الشرح والتفسير هي محاولة تبسيط وشرح وتحليل مختلف المواضيع و المعلومات قصد معالجتها ونشرها عبر أهم وسائل الإعلام المكتوب فهي تزود الفرد بالأخبار الداخلية والخارجية التي تهتمه أو تهتم بلاده بصفة عامة وينبغي على الصحافة أن تقدم القدر الكافي من الشرح والتحليل لهذه المعلومات حتى يستطيع القارئ أن يكون اتجاهات وآراء صحيحة.

3- التعارف الاجتماعي: تعتبر وظيفة التعارف هي العمل على التقارب الفكري بين أفراد المجتمع، وذلك من خلال مختلف المعلومات التي يعالجها الإعلام المكتوب وينشرها عبر أهم وسائله، فهي تزود الأفراد بالمعارف قصد توحيد الأفكار والالتقاء في وجهات النظر التي تتعلق بالأخبار الداخلية والخارجية التي تهتم مجتمعه، لذا ينبغي على الصحافة أن تقدم القدر الكافي من هذه المعلومات التي توحد الرأي والفكرة قصد تحقيق التقارب والتعارف الاجتماعي بين أفراد المجتمع الواحد.³

4- التفاعل الاجتماعي: تعمل هذه الوظيفة الإعلامية على خلق نوع من الحوار والنقاش الفكري لأهم ومختلف المعلومات التي يطرحها وينشرها الإعلام المكتوب عبر أهم وسائله فهي تزود المتلقي بالأخبار الداخلية والخارجية التي تهتمه أو تهتم مجتمعه، ولكن بشرط وجود الوعي والإدراك قصد خلق نوع من التفاعل الاجتماعي وحتى يستطيعوا أن يكونوا آراء وأفكار صحيحة.

¹ - فضيل دليو: وسائل الاتصال وتكنولوجياها، منشورات جامعة منتوري، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الانسانية، قسنطينة، الجزائر، 2006، ص 30.

² - رولان كايرون: الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية، ترجمة علي محمد، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 1984، ص 69.

³ - رحيمة الطيب عيساني: مرجع سبق ذكره، ص 104.

5- التثقيف ونشر الوعي: تعتبر هاته الوظيفة الإعلامية هي الإمام بمختلف المعلومات والمواضيع قصد معالجتها ونشرها عبر الإعلام المكتوب، فهي تعمل على تزويد الأفراد بالمعارف التي تخص حياته الاجتماعية، ومنه ينبغي على الإعلام المكتوب أن يقدم القدر الكافي من هذه المعلومات حتى يستطيعوا أن يكونوا مدركين وواعين ومثقفين بكل أمور الحياة.¹

6- التعليم والتنشئة الاجتماعية: يعتبر وظيفة إعلامية وهي تربية وتزويد المتلقي بمختلف الأخبار الداخلية والخارجية التي تهمه أو تهم مجتمعه، حيث ينبغي على الصحافة أن تقدم القدر الكافي من هذه المعلومات حتى يصبحوا أكثر تعليماً وأن يكونوا رأياً عاماً وسليماً يساهم في بناء المجتمع.

7- التوثيق والتأريخ: الصحافة كمصدر للتاريخ تقوم بوظيفتين أولهما رصد الوقائع وتسجيلها ووضعها، والاحتفاظ بها للأجيال المقبلة، وثانيتها قياس الرأي العام وآراء الجماعات والتيارات المختلفة إزاء وقائع أو قضايا.

8- الإعلان والترويج وتقديم الخدمات التسويقية: وتحقق هذه الوظيفة الفائدة لكل من المعلن (المنتج للسلع والخدمات) بالترويج لهذه السلع والخدمات وزيادة الطلب عليها أو للمستهلك القارئ من خلال مساعدته على الإختيار بين السلع والخدمات، ولتسهيل حصول القراء على ما يحتاجون من السلع أو الخدمات، أو الأفكار الجديدة، وللصحيفة نفسها إذ تشكل إيرادات الإعلان مورداً رئيسياً من موارد تمويل الصحيفة.²

9- الترفيه والإمتاع والتسلية: إن هذه الوظيفة تشارك الوظائف الأخرى في غايتها فهي وظيفة تثقيفية وتعليمية وتنموية ولكن في قالب طريف مستتر وغير مباشر.³

فهي ذات أثر حميد للتنفيس عن المتاعب، والألم، ولكنها قد تجعل المجتمع غارقاً في الأوهام وبعيد عن الواقع مما يزيد السلبية ويتيح الفرصة لظهور الاتجاهات الهروبية، وتساهم الصحافة في شغل أوقات الفراغ بالمسرحيات أو الروايات الفكاهية.⁴

المطلب الخامس: مضامين الصحف اليومية ومصادرها

أ- مضامين الصحف اليومية:

تعد الصحيفة بمثابة الجسم الذي يجمع بداخله عناصر ومكونات وأعضاء يؤدي كل منها وظيفته، وتتكامل فيما بينها لتجعل منها وسيلة إعلامية فعالة تقوم بأدوار مهمة في المجتمع الذي تصدر فيه يومياً، ومن أبرز تلك العناصر والمكونات ما يأتي:

¹- فضيل دليو: مرجع سابق، ص 33.

²- محمد منير حجاب: الاعلام والتنمية الشاملة، ط3، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000، ص 97.

³- فضيل دليو: مرجع سبق ذكره، ص 31.

⁴- عبد الرحمن عزي، وآخرون: عالم الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992، ص ص 14-15.

- صفحات الجرائد اليومية: إن الصفحات التي تحتويها الجريدة اليومية هي الفضاء الإعلامي الذي تنقل من خلاله رسائلها إلى جمهور القراء، ولذلك يهتم القارئون على إصدارها اهتماما بالغاً باختيار المحتويات الإعلامية وتوزيعها على هذه الصفحات وفق ترتيب ومساحات تحددها أهمية وألوية كل مادة إعلامية على أخرى حسب السياسة التحريرية وطريقة الإخراج المتبعة في كل مؤسسة صحفية، ومن بين صفحات الجريدة اليومية يمكن أن نميز ما يأتي:

1- حسب المساحة: يمكن للصحف اليومية أن تصدر أعدادها من حيث الحجم إما الحجم النصفى أو ما يعرف بالتابلويد أو بالحجم الكبير المعروف بالستاندار،¹ أو بالحجم المتوسط بينهما، أو بأحجام أخرى متعارف عليها بين الإعلاميين، ولكن الشيء المتفق بين المختصين وخاصة في مجال الإخراج الصحفي أو توزيع المواد التحريرية على سطح كامل جهات كل صفحة من صفحات الجريدة والمساحة المخصصة لكل موضوع متفق على نشره إنما يتحدد حسب الأهمية التي يولمها له فريق التحرير والمخرجين، فالمواضيع المهمة تحتل مساحات أكبر من تلك الأقل أهمية بالنسبة للصحيفة، والمواضيع التي لا تولمها أهمية تذكر تخصص لها مساحات صغيرة جدا ومعزولة في أسفل يسار أو يمين الصفحة.

2- حسب موقع الصفحة: مثل ما للمساحة المخصصة للمواضيع أو المواد التحريرية في كل صفحة أهمية، فإن لموقع الصفحة التي تنشر فيها هذه المواضيع أو هذه المواد أهمية كبيرة كذلك، وهي تحدد مدى الإهتمام الذي توليه الصحيفة لهذا الموضوع أو ذلك.

- الصفحة الأولى: تعتبر الصفحة الأولى في الجريدة أهم الصفحات على الإطلاق فهي مرآة الجريدة كلها بل مرآة المؤسسة الصحفية، فأى خلل في التحرير يظهر في الصفحة الأولى، وأي خطأ صغير في الإدارة يظهر في الصفحة الأولى أيضا، كما أن قوة اهتمام الجريدة بحدث أو بموضوع معين تبرز في ظهوره وسيطرته على الصفحة الأولى.² ويختصر "سامي ذيبان" كل ذلك فيقول:³ "إن الصفحة الأولى هي مختصر العمل الإعلامي في الصحيفة ووجهها الذي تقابل به القراء، إنها النهر الذي تصب فيه روافد عدة، تلك الروافد هي أقسام الجريدة".

- نجد أن ما يقال عن الصفحة الأولى يكاد ينطبق على الصفحة الأخيرة، فهي إلى جانب الصفحة الأولى يسميان إعلاميا بالصفحات الواجهة للجريدة "Les pages vitrines"، وجميع الصحف تهتم بها وتعطيها أولوية

¹ - فاروق أبو زيد: مدخل إلى علم الصحافة، مرجع سابق، ص 145-146.

² - سامي ذيبان: الصحافة اليومية والإعلام، دار المسيرة للطباعة والنشر والتوزيع، 1987، ص 349.

³ - المرجع نفسه، ص 349.

على بقية الصفحات، كما أن بعض الصحف تسميها الصفحة الأولى رقم (2)، ونجد أن بعض الدراسات المنجزة حول مقروئية الصحف قد أثبتت فعلا أن الصفحة الأخيرة تلي الصفحة الأولى مباشرة من حيث الأهمية لدى القراء.¹

- أهمية الصفحات الداخلية: هي كل الصفحات التي تلي الصفحة الأولى وتقع بينهما وبين الصفحة الأخيرة من الجريدة، ولقد بينت نفس الدراسات السابقة بأن أكثر تلك الصفحات أهمية هما صفحتا الوسط والصفحات التي تلي الصفحة الأولى مباشرة، إضافة إلى بعض الصفحات المتخصصة أو الخاصة بملف أو موضوع معين تعطيه الصحيفة أهمية أو تورده في ركن ثابت على أحد تلك الصفحات، أما الصفحات المتبقية الأخرى فتخصص للإشهار أو للتسليّة أو للمواضيع الأقل أهمية بالنسبة للصحيفة.²

3- حسب التخصص: يلاحظ في العقود الأخيرة أن الصحف اليومية شهدت تطورا هاما في سياستها التحريرية من خلال تنوع محتوى صفحاتها ليشمل ميادين مختلفة، وقد ساعدها هذا التنوع في زيادة جمهور قراءها بدرجة كبيرة، ومن أهم تلك الصفحات التي أصبحت تحتويها ما يأتي:

- الصفحات المحلية: هي موجودة في كافة الصحف اليومية العامة في العالم وهي صفحات تختص في الشؤون الداخلية للبلد الذي تصدر فيه، وتضم عادة كافة أشكال وأنواع المواد والمواضيع الإعلامية المحلية سياسية كانت أو ثقافية أو رياضية أو غيرها، وعادة ما تبدأ الصفحات الداخلية الأولى منها بأخبار السياسة الداخلية والنشاطات الحكومية وأخبار الدولة بكل مؤسساتها، من قيادات البلد مجلس النواب، حكومة ووزارات، كما 3- تتضمن التصريحات والزيارات واللقاءات والاتفاقيات وأحيانا الخطابات كما هو الحال في بعض الصحف العمومية، وبالنسبة لأخبار الأحزاب السياسية والنقابات والجماعات الكبرى ومختلف هيئات المجتمع المدني فتجمع غالبا في زوايا من هذه الصفحات، أما إذا كانت الأنباء والمواضيع المحلية أقل أهمية فإنها تحتل صفحات متأخرة عن سابقاتها.³

- الصفحات الدولية: هي الصفحات التي تحتوي على كل ما يتعلق بالأخبار والمواضيع ذات الطابع الخارجي أو الدولي في المجالات المختلفة، وقد تخصص الجريدة صفحة واحدة فقط لكل الأخبار والشؤون الدولية، وقد تخصص بعض الصحف صفحة أخرى أو صفحتين للمواضيع الإقليمية التي تخص بعض المناطق القريبة، كما أن هناك جرائد تخصص عددا كبيرا من الصفحات للشؤون الدولية، وهي تتوزع في الغالب حسب القارات والأقاليم مثل: أخبار الشرق الأوسط، إفريقيا، آسيا، أوروبا.⁴

¹ -ريتشارد بد وآخرون: ترجمة ناجي الجوهر، تحليل مضمون الإعلام المنهج والتطبيقات العربية، دار قدسية للنشر والتوزيع، 1992، ص 140.

² - المرجع نفسه: ص 140.

³ - سامي ذيبان، مرجع سابق، ص 193.

⁴ - المرجع السابق، ص 194.

- الصفحات الخاصة: هي تلك الصفحات التي تخصصها الجرائد اليومية لركن أو موضوع معين تعطيه أهمية خاصة وتميز به عن غيرها من الجرائد الأخرى، وقد تكون هذه الصفحات مخصصة للتحقيقات أو الملفات الخاصة أو المواضيع المتسلسلة، أو الصورة أو مجموعة صور تبرزها بشكل مميز، أو قد تخصص للشؤون الطبية أو الدينية أو القانونية أو لنشر آراء أو استفسارات القراء.¹

➤ محتوى الصفحات في الجرائد اليومية:

تحتوي كل صفحة من الجريدة اليومية على عناصر تختلف في توزيعها وترتيبها وحجمها ومكان نشرها باختلاف طرق الإخراج والسياسة الإعلامية، ومن أهم تلك العناصر ما يأتي:

1- العناوين: يمكن تعريف العنوان في الصحيفة بأنه السطر أو مجموعة الأسطر التي جمعت بحروف كبيرة لتسبق موضوعا ما أو قصة خبرية، وتلخص هذا الموضوع أو القصة الخبرية، غير أنه من الخطأ أن نعتبر كلمة "عنوان" تنصب فقط على عناوين "المونشيت" وغيرها من عناوين الصفحة الأولى وحدها، عبد اللطيف حمزة مدخل الى فن التحرير الصحفي.

العناوين هي مجموعة كلمات سهلة الفهم تحوي جوهر الموضوع، تعمل على جذب إنتباه القارئ وكذا تحديد نوعية الأخبار المعروضة وهي أحد مكونات الرئيسية للصفحة، كما توجه القارئ إلى المواضيع التي تهتمه.

ويحدد العنوان الذي يسير فيه بصر القارئ على الصفحة، ولكما جاء العنوان في خط أفقي واحد كان أكثر وضوحا على الصفحة، ويطلق عليه العنوان العريض كما يمكن رصد أكثر من نوع من العناوين، فمن حيث الإتجاه نجد:²

عنوان المانشيت Manchette :

هي كلمة فرنسية الأصل ومعناها اللغوي ربطة العنق التي تتدلى بشكل بارز على القميص، وتعني كذلك العنوان الأبرز في الصحيفة، ومهنيها هي العنوان الرئيسي الذي يتصدر الصفحة الأولى ويكتب بخط كبير بارز بكلمات قليلة موجبة ودالة وجذابة ومثيرة في كثير من الأحيان.³

وموضوع المانشيت بالنسبة للصحافة اليومية هو عادة الخبر أو الموضوع الأهم والرئيسي والخاص في الصحيفة، وربما كان المقال القوي المتضمن موقفا وتحليلا ومعلومات جديدة.⁴

¹ - نفس المرجع السابق، ص 195.

² - زكريا فكري: الإخراج الصحفي، دار العبيكة، ط1، الرياض، 1998، ص48.

³ - سامي ذيبان: مرجع سابق، ص155.

⁴ - Roudy Pierre :L'école de la presse, ellipses édition marketing,S.A , Paris,1996 ,p42.

العنوان الرئيسي:

هو العنوان الذي يتصدر مقدمة النص الصحفي محاولاً إبراز العنصر أو العناصر الجوهرية فيه، وتأتي العناوين الرئيسية في أشكال وأحجام مختلفة تلعب دوراً أساسياً في البناء الفني للصحيفة ككل، وتكون العناوين الرئيسية في داخل هذه الصحيفة مفاتيح ومداخل لكافة المواضيع والمواد الإعلامية والمعلومات التي تحتويها، ويذهب غالبية المختصين في هذا المجال إلى التأكيد على أن العناوين الرئيسية التي تكون الواجهة الأولى لمختلف المواد الصحفية هي التي تحقق الوجود الفعلي للجملة.¹

العنوان الفرعي: تأتي العناوين الفرعية عادة قبل الرئيسية أو بعدها مباشرة حسب المدرسة التي تنتهي إليها كل صحيفة في ميدان الإخراج والتشكيل التيبوغرافي للعناوين، وهي تكتب بخط أصغر من خط العنوان الرئيسي وأكبر قليلاً من خط المتن (النص الإعلامي) المتعلق بها.

2- **المقدمة:** تسمى تمهيداً أو مدخلاً أو صدراً، ومهما اختلفت التسميات فإن ما يتصدر النص الصحفي بعد العناوين (الرئيسي والفرعي) يعتبر مقدمة له، وهي تكتب بخط أكبر قليلاً من خط ذلك النص، والمقدمة هي التي تجعل القارئ يواصل قراءة ومتابعة النص أو يعزف عنه.

وتشبه المقدمات في المواد التحريرية المقبلات في الطعام، فهي لا تشبع الفضول الأولي للقارئ، بقدر ما تفتح شهيته لمتابعة قراءة محتوى الصفحات التي يتحدد مدى مقروئيتها بالصياغة التي تكون عليها المقدمات، وقد تتألف المقدمة من جملة واحدة أو عدة جمل، وقد تصل إلى فقرة كاملة إذا كان النص المتعلق بها طويلاً، وهي تكتب بأسلوب منطقي بسيط يجيب على بعض الأسئلة الأولية، وتبتعد عن الأسلوب التقريري الذي يعطي التفاصيل، ويتحدد نوع المقدمة بنوع ومحتوى النص الصحفي، فهناك مواضيع تحتاج إلى مقدمة الوصف وأخرى إلى مقدمة الإقتباس والتلخيص أو المفارقة أو إلى غير ذلك من الأنواع المعمول بها إعلامياً.²

3- الصورة الصحفية:

يقول "أرسطو" إن التفكير مستحيل من دون صور³، ومنها نستنتج أن أهمية الصورة كما جاء في المثل الصيني: "الصورة تساوي ألف كلمة"، إن الصورة ليست وليدة اليوم، إلا أن أهميتها ازدادت بشكل كبير في العصر الحديث، فالجياة المعاصرة لا يمكن أن تصورها من دون صور، وهذا ما أكده الباحث الفرنسي "رولان بارت" حيث يقول "إننا نعيش في حضارة الصورة".⁴

وأهم أهداف الصورة أنها ثقافة مفروضة علينا بإرادتنا معلنة، تقتحم بيوتنا وتبدل أفكارنا وتعمل على اعتياد غسل عقولنا بأنفسنا أو عنوة وفعل الاتصال والإعلام دورهما في الانتقال من منطقة العرض إلى منطقة الفرض،

¹ -Martin, Jean luc :Le guide de l'écriture journalistique,édition la gardette,Paris,2000,p127.

² - جلال الدين الحمامصي: المندوب الصحفي، دار المعارف، القاهرة، د.ت.ن، ص 57.

³ - أفلاطون: فلسفته وآراءه في المدينة الفاضلة، مطبعة بيروت، لبنان، 1970، ص 98.

⁴ - رولان بارت: ترجمة د.سعد الجبار الغضبان، الصورة والتأثير الإعلامي، مطبعة الثورة، اليمن، 2001، ص 65.

لقد وضعت الصورة لكي تكون ثنائية التفاعل وهي أغلب حالات الاتصال وهذه حقيقة متمثلة بدائرة التغذية المرتدة التي ليس للمربي السيطرة عليها فهي قابلة للتكرار ومن خلال هذه العملية يحدث نوع من الأهمية والتأثير ومن ثم التفاعل بالعين للعين بالمشاهدة والتكرار للصورة ويمكن أن نطلق عليها تلميحات ملفوظة مرئية ومسموعة وأحيانا تكون صورة مرئية لا ملفوظة.¹

تعريف الصورة الصحفية: عرف محمود أدهم الصورة الصحفية في تعريف طويل وشامل، تناول فيه ما ذكر من تعريفات، كما أشار إلى الأساسيات المتصلة بها، وجاء تعريفه كما يلي:

"هي الصورة الفنية، البيضاء والسوداء أو الملونة، ذات المضمون الحالي المهم الواض والجذاب، والمعبرة وحدها أو مع غيرها في صدق وأمانة وموضوعية، في أغلب الأحوال عن الأحداث أو الأشخاص أو الأنشطة أو الأفكار أو الأنشطة أو القضايا أو النصوص والوثائق، أو المناسبات المختلفة المتصلة غالبا بمادة تحريرية معينة، تنشرها أو تكون صالحة للنشر على صفحات جريدة أو مجلة أو توزعها وكالات الأنباء، أو صور على سبيل المثال التأكيد والتوضيح والتفسير والدعم والإضافة ولفت الأنظار وزيادة الإهتمام، وقابلية القراءة والإمتاع والمؤانسة وزيادة التوزيع، وكمعلم وركيزة إخراجية والتي تلتقطها عدسة مصور بطريقة تعكس حسنا فنيا اتصاليا وفهما لوظيفتها، بعد إعداد خاص أو بدونه، أو مفاجأة أو تحصل عليها بمعرفة محرر أو الوكالات، أو من مصدر محترف أو حر، أو من أحد الهواة أو نقلا عن وسيلة نشر أخرى، أو بواسطة من يتصل بموضوعها عن قرب...وغالبا ما تكون إخبارية أو تكون تسجيلية أو تفسيرية، أو جمالية أو وثائقية، وقد تكون قديمة متجددة الأهمية، وتقدم بواسطة أحد هذه المصادر نفسها، أو بمعرفة مركز المعلومات، أو أرشيف الصور الخاص بوسيلة النشر، أو دور المحفوظات والوثائق، كما قد تكون مرسومة بريشة أو قلم الرسام الخاص، أو أي رسام آخر، ما دامت مناسبة.²

- أهمية الصورة الصحفية:

للصورة الصحفية العديد من الوظائف التي تؤديها في إطار العمل الصحفي من خلال ما تتضمنه من مادة صحفية، ويمكن تقسيم وظائفها إلى قسمين:

1- من جانب المضمون:

تأتي أهمية الصورة الصحفية من هذا الجانب من خلال:

¹ - محمد جاسم ولي: الصورة وتأثيراتها النفسية، والتربوية والاجتماعية والسياسية، مؤتمر فيلادلفيا الدولي الثاني عشر (ثقافة الصورة) من جامعة فيلادلفيا، الأردن، عمان، ص2.

² - Ouldbostami Mohamed : Press photo, edited by foxit reader, copyright by foxit software company,2008,p04.

أ- إمكانية الصورة في إضافة الكثير من المعاني للمادة المقدمة مما يكسبها مصداقية أكبر من خلال قدرتها على التفاعل مع الكلمات لإيجاد جو واقعي يقترب من الواقع المنقول بما يدعم تفهم القارئ للواقع المنقول واستيعابه لمعانيه.¹

ب- دور الصورة في تثبيت المعلومات في ذاكرة القارئ تبعاً لدور المدخل البصري في إدراك الصورة، ثم العمل على تخزينها بما يؤدي إلى تكون المادة المحتوية على الصورة أكثر إلتصاقاً بالذهن من غيرها من المواد غير المصورة.²

ج- إمكانية تقديم الصورة معلومات في خبر صغير، الأمر الذي لا تستطيع المادة المكتوبة أداءه، كما تعمل الصورة على تقليل الجهد المطلوب بذله من القارئ للإحاطة بالمادة المنشورة على العكس من المادة التحريرية المكتوبة تستدعي التأثير بها إعمال العقل والذهن في تخيل ما تنشره من معاني قد تعجز الكلمات والجمل عن تصويرها للقارئ.³

د- إمكانية أن تشغل الصورة حيزاً، كموضوع إخباري بما يعمل على إضفاء الحيرة والحركة على تغطيات الصحف للأحداث.⁴

ذ- عمل الصورة على تنمية موهبة القراء في دقة الملاحظة من خلال سعيهم لإكتشاف بعض الصور المنشورة.

ر- إمكانية الصورة التعبير عن الآراء الخاصة بالصحف وذلك كما يحدث مع الصورة الشخصية أو الساخرة التي يمكن أن تطوع بما يتناسب مع الأفكار والاتجاهات السائدة في المواد الصحفية بهذه الصورة.

ز- تعتبر الصورة وسيلة مهمة للتسلية والإمتاع الفكري تفوق في ذلك غيرها من الوسائل، ولذلك أصبحت الصورة قاسماً مشتركاً بين الصفحات والأبواب المختلفة في الصحف.

يتفاعل القارئ مع الصورة أكثر من غيرها التي يعكسها في ذهنه، لتصبح كلمات تعبر عما توحى به الصورة من الواقع ليستوعب معانيه، وتقدم له الكثير من المعلومات والتفاصيل.

وقد تظهر له العديد من الجوانب في الحدث أو الموضوع قد تعجز الكلمات عن نقلها للقارئ وتثبت هذه الكلمات أو المعلومات في ذاكرته، وهذا ما تعتمد إليه الصحف في جذب انتباه المواطن من خلال اختيارها الصور التي تثير اهتمامه وانتباهه واهتمام الرأي العام لما يقع من أحداث وقضايا تشغل المجتمع وترسيخ الآراء والأفكار في ذهن المتلقي.

بالإضافة إلى تعبيرها عن المعاني والآراء الخاصة بالصحف هي أيضاً وسيلة من وسائل التسلية.

¹ - فهد بن عبد العزيز، بدر العسكر: الإخراج الصحفي، أهميته الوظيفية واتجاهاته الحديثة، ط1، مكتب العبيكان، الرياض، 1998، ص 46.

² -Ouldbostami Mohamed : op cit,p21.

³ - سمير صبيحي: صحيفة تحت الطبع، دار المعارف، القاهرة، 1974، ص 88.

⁴ - فهد بن عبد العزيز بدر العسكر: المرجع السابق، ص 47.

2- من جانب الشكل:

أ- لما كان الإخراج الصحفي يعد من الفنون المرئية التي تعتمد على حاسة البصر لدى القارئ، فإن الصورة – وهي تستجيب لذلك- تعد عنصرا رئيسيا لمساعدة الصحافة على النجاح من خلال استغلالها لهذه اللغة المصورة في تقديم أشكال إخراجية تداعب حاسة البصر لدى القارئ، وفي هذا الإطار تتأكد أهمية الصورة تبعا للاتجاهات الحديثة الخاصة بالتصميم الأساسي للصفحات والتي تؤكد على أهمية العناية بالمدخل المرئية للصفحات، تبعا لدورها في جذب انتباه القارئ بما يمكن استخدامها في إبراز الوحدات على الموقع المنشور فيه هذه الوحدات.¹

ب- دور الصورة في إيجاد التوازن بين الصفحة من جراء كونها عنصرا طباعيا ثقيلًا يتميز بالسواد، بما يتيح استغلالها في تثبيت أركان الصفحة وفي إحداث التوازن مع العناصر الطباعية الأخرى كالعناوين والأرضيات غير البيضاء.²

ت- ما تؤديه الصورة من دعم للتوجهات الهادفة إلى مراعات حركة عين القارئ ونجاحه إذا روعيت الأسس الفنية لاستخدامها كتحديد اتجاه نظر الشخصيات المتضمنة فيها بما يؤدي إلى توجيه حركة عين القارئ اتجاه الوحدات الطباعية الأخرى.³

ث- ما تنطوي عليه الصورة من قيم جمالية في استفاقة النظر وإثارة البهجة في النفوس خاصة مع استخدام الصور الجمالية لما تعكسه هذه الصور من الجوانب الجمالية في الحياة المعاشة، وهي بهذا تعتمد على إضفاء جوانب الصفحة المختلفة، كما تعمل على إضفاء الحيوية والحركة عليها بما يقضي على الرتابة والجمود.⁴

يمكننا أن نحدد أهم الوظائف التي تؤديها الصورة فيما يلي:

1- تحقيق الوظائف الاتصالية في شرح والتفسير أو دعم معنى النص وتأكيد رموزه اللفظية.

2- تأكيد قيمة الرسالة الاتصالية كما تقدمه من معاني إضافية تعزز الإهتمام بالرسالة ومستواها.

3- المساهمة في تكوين الصورة الذهنية عن موضوع الرسالة الاتصالية بما يدعم أفكار القارئ.

- أنواع الصورة:

تختلف أنواع الصور حسب محتوى الصورة في حد ذاتها، فصورة شخصية سياسية معروفة تختلف عن شخصيات أخرى أقل أهمية، كما تختلف عن الصورة الطبيعية أو التاريخية، وأيضا عن صورة الأحداث الخطيرة، كما تختلف الصورة في آنية الحدث أو الموضوع، فمنها ما ينشر في أوانه ومنها ما يمكن تأجيله، وتم تحديد هذه الأنواع في العناوين الآتية:

¹ - فهد بن عبد العزيز بدر العسكر، مرجع سابق، ص 48.

² - المرجع نفسه، ص 48.

³ - Ouldbostami Mohamed, op cit, p23.

⁴ - فهد بن عبد العزيز بدر العسكر، المرجع السابق، ص 49.

- الصورة الإخبارية: هي تلك الصورة المستقلة بنفسها كموضوع كامل، وتروي بتفاصيلها وبما يصاحبها من سطور قليلة خبراً أو حدثاً عاماً، وتكون هذه الصورة عادة ذات حجم كبير كما توضع عادة في صدر الصفحة.¹

- صورة الموضوعات: وهي الصورة التي تهدف إلى نقل وتوصيل صور أو تفاصيل عن أحداث أو وقائع أقل سرعة للنشاط الإنساني، ولأن الصورة الخبرية تتسم بخاصة الجدة أو الحالية أو الوقتية، نجد على العكس من ذلك صور الموضوعات التي يمكن أن تأجل يوماً أو أسبوعاً أو شهراً، أو تنشر في أي وقت مع موضوعها لأنها لا ترتبط بتوقيت أو حدث إخباري عاجل.²

- الصورة الشخصية: وهي التي تمثل شخصية محور الموضوع، وتروي تفاصيل هذه الصورة ملامح شخصية، وينبغي أن تتمتع الصورة الشخصية بحركة أو إنفعال.³

- الصورة الدعائية: وهي التي تخدم المنشآت الدعائية للمساهمة في تكوين الصورة الذهنية لها، وتعتبر هذه الصورة من أصعب الصور في إلتقاطها وإخراجها لأن كلا من المصور والمصمم يجب أن يضع في اعتبارهما توفير العناصر التي تقوم بدور في هذا المجال.⁴

ب- المصادر الإعلامية في الصحف:

يستخدم مصطلح المصدر في الصحافة مرتبطاً بالأخبار ومعناه ينصرف إلى الجهاز أو الأجهزة أو الأشخاص الذين يرجع إليهم الصحفي للحصول على الأخبار والمعلومات المتعلقة بأحداث وقعت، فالمصدر هو الجهة التي نستقي منها الخبر مهما كانت طبيعتها.

وهناك من قسم المضامين الإعلامية في الصحف اليومية على أساس مصادرها إلى مضامين مجهولة المصدر، بمعنى عدم ذكر المصدر تحديداً كأن يقال: "صرحت مصادر مطلعة أو مصدر مسؤول أو ما شابه ذلك من العبارات، وهناك مضامين إعلامية محددة المصدر وهي التي تذكر مصادرها صراحة وهو ما يفيد الصحف اليومية كثيراً في زيادة مصداقيتها لدى القراء، ومن جهة ثانية هناك تقسيم للمضامين الإعلامية في الصحف على أساس طبيعة المصدر نفسه، فهناك مضامين من مصادر رسمية وأخرى غير رسمية، فالمصادر سواء كانت معلنة أو غير معلنة نوعان:

- المصادر الرسمية: حيث يتم الحصول على المضامين الإعلامية من ناطق رسمي رئيس حكومة، رئيس حزب....

¹ - محمود علم الدين: الصورة الصحفية في مجالات الإعلام، دراسة فنية، ط1 ن مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 2000، ص 27.

² - المرجع نفسه، ص 27.

³ - شريف درويش اللبان، فن الاخراج الصحفي، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1995، ص 137.

⁴ - Ouldbostami Mohamed, op cit, p43.

- المصادر غير الرسمية حيث يتم الحصول على هذه المضامين من مصدر مأذون، مصدر مقرب، مصدر شبه رسمي، مصادر متطابقة...¹

هناك من يقسمها إلى مصادر خاصة، تنفرد بها الصحيفة، ومصادر عامة تشترك فيها مع وسائل الإعلام الأخرى، مثل تغطية ندوة صحفية، وهناك من يقسم المصادر إلى: مصادر أساسية: ناطق رسمي، ومصادر ثانوية: مصدر مأذون.

وفي جميع الحالات فإن هناك تقسيما مهما للمصادر الإعلامية في الصحف اليومية وهو:

- مصادر داخلية: هي المصادر الذاتية التابعة للمؤسسات الصحفية سواء كانت متواجدة داخلها كالمحررين والصحفيين أو خارجها كالمراسلين والمندوبين وهذا النوع من المصادر يجعل الصحف اليومية مرتبطة بالواقع بشكل مستمر وأني مما يعطيها مزيدا من المصداقية.

- مصادر خارجية: هي تلك المصادر التي تلجأ إليها الصحف للتزود بالأخبار والمعلومات عن مختلف الوقائع والوقائع التي لم تتمكن من الوصول إليها اعتمادا على مصادره الذاتية، مثل: وكالات الأنباء الدولية والمحلية، أو الوسائل الإعلامية الأخرى، وذلك وفق مقابل مادي أو اشتراك تدفعه الصحيفة لهذه المصادر وهذا النوع من المصادر ضروري في كثير من الأحيان، لكن كثرة الإعتماد عليه يقلل مصداقية المؤسسة الصحفية.²

المطلب السادس: لغة الصحافة المكتوبة وأسلوب الكتابة الصحفية

أ/ لغة الصحافة المكتوبة:

تختلف لغة النص الأدبي عن لغة نص في الطب أو في الإقتصاد أو في الفن... أو في غيرها من المجالات، ولغة الصحافة نمط من هذه الأنماط بل هي تمثل كل الأنماط السابقة، إذ تخصص الصحيفة مقالات ومساحات، وأحيانا صفحات تتناول فيها مجالات الكتابة المختلفة تحت لغة فنية عامة يتفق من يستطيعون القراءة على فهمها، فما تقدمه الصحيفة لقراءها يتوافق إلى حد كبير مع لغتهم حين يكتبون أو حين يتكلمون، ولهذا تكون لغة الصحافة أقرب إلى الأنماط السابقة الذكر وتتميز بخصائصها اللغوية.

تعريف اللغة:

تشمل اللغة الإيماءات والإشارات والأصوات والرموز المكتوبة وجميع صور التعبير، قاطبة من رسم ونحت ورقص وموسيقى... الخ، إلا أن اللغة المنطوقة تحتل المرتبة الأولى بين جميع هذه الجوانب.

¹ - محمد معوض وبركات عبد العزيز: الخبر الإذاعي والتلفزيوني، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 1996، ص 15.

² - مرجع نفسه، ص 17.

وتتمثل وظيفة اللغة في التفكير والتواصل والتعبير، أو في التعرف والنداء والتعبير وإن كان بعض الباحثين يرى أن وظيفة التعبير ما هي إلا ضرب من التواصل، وأن الوظيفة الأساسية للغة إنما هي التواصل، ذلك أن اللغة مؤسسة اجتماعية إنسانية.¹

ولقد أشار "ماكس مورو" إلى أنه باللغة وباللغة وحدها يندمج الفرد في المجتمع ويتلقى تراث الأمة الفكري والشعوري والأخلاقي والاجتماعي كله، التراث المنحدر من قرائح الكتاب والشعراء والمفكرين السالفين منهم والمعاصرين.²

- اللغة نسق من الرموز الصوتية التي شاعت وانتشرت بوسائل شتى ليتعامل بها الأفراد فيما بينهم فهي من وسائل التواصل الأولى التي عرفها الأفراد.

- اللغة مجموعة من الإجراءات الفيزيولوجية والسيكولوجية التي في حوزة الإنسان لتمكنه من الكلام.³

- تعبر اللغة عن فكر الفرد سواء كان داخليا أم خارجيا عن طريق التعبير اللفظي.

- اللغة نظام من العلاقات الدالة تستخدم كوسيلة اتصال بين الأفراد.

- وهي مجموعة علامات ذات دلالة جمعية مشتركة ممكنة النطق من كل أفراد المجتمع المتكلم بها، أو ذات ثبات نسبي في كل موقف تظهر فيه، ويكون لها نظام محدد تتألف بموجبه حسب أصول معينة وذلك لترتيب علاقات أكثر تعقيدا.⁴

اللغة الإعلامية:

يقف النثر الصحفي في منتصف الطريق بين النثر الفني- أي لغة الأدب- وبين النثر الأدبي- أي لغة التخاطب اليومي- له من النثر العادي ألفته، وسهولته وشعبيته، وله من الأدب حظه من التفكير وعذوبة التعبير، وتأخذ اللغة الصحفية الكثير من سماتها من طبيعة لسان قومها ذاته.

لغة الإعلام هي اللغة التي تشيع على أوسع نطاق في محيط الجمهور العام، وهي قاسم مشترك في كل فروع المعرفة والثقافة والصناعة والتجارة والعلوم البحثية والعلوم الاجتماعية والإنسانية والفنون والأدب... ذلك لأن مادة الإعلام في التعبير عن المجتمع والبيئة، تستمد عناصرها من كل فن وعلم ومعرفة.

¹ - محمد السيد: التمكين للغة العربية، آفاق وحلول، مجلة مجمع اللغة، المجلد 83، الجزء 2، دمشق، ص 301.

² - محمد السيد: نفس المرجع، ص 302..

³ - سامي الشريف، أيمن منصور ندا: اللغة الإعلامية: المفاهيم، الاسس، التطبيقات، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح والطباعة، القاهرة، 2004، ص 13

⁴ - سامي الشريف، أيمن منصور ندا: المرجع نفسه، ص 14.

يقول الدكتور "عبد العزيز شرف": تعتبر لغة الإعلام هي لغة الحضارة... واللغة هي وسيلة الإعلام أو المنهج الذي تنتقل به الرسالة من المرسل إلى المستقبل فاللغة اللسانية والإشارات والصور والسينما كلها وسائل لنقل الرسالة.¹

ويذهب الدكتور "محمد سيد محمد" إلى أن الحقل المشترك بين اللغة والإعلام في العلاقة بين اللفظ والمعنى هو حقل الدلالة، فعلماء اللغة يعنون بعلم الدلالات وعلماء الإعلام يهتمون بالإطار المشترك بين مرسل الرسالة ومستقبلها حتى يتم الإعلام في هذا الإطار المشترك ولا تسقط الرسالة خارجه.²

يرى آخرون أن الصحيفة تلتزم بمبدأ التنازل للقارئ وصولاً إلى اجتذابهم وتداول المواد الإعلامية دون كبير عناء، لا يمكنها أن تغفل حقها في فرض بعض المواقف الإنشائية والأسلوبية والموضوعية الضرورية حتى لو أدى ذلك إلى تنفير بعض القراء وامتعاضهم.³

يمكننا القول أن اللغة الإعلامية هي الوسيلة لنقل الرسالة إلى المتلقي أو الجمهور التي تعد القاسم المشترك بين هذا الأخير رغم اتساعه، وتأخذ اللغة الإعلامية سماتها من لسان مجتمعيها وتتميز بتفرعها في جميع الأنساق الاجتماعية وهي تعبر عن البيئة والمجتمع عن طريق الدلالات فتنتقل المعاني والأفكار إلى الجمهور وبالتالي إيصال المعلومات إلى مستويات اجتماعية مختلفة فتساعد المستقبل على فهم واقعه فهي تسير العصر وتطوراته.

يقول "هاترفير" في معجمه اللغة العربية المعاصرة، نقلاً عن السيد "أحمد مصطفى عمر" في كتابه الشيق "الكتابة والتحرير الصحفي": رؤية جديدة، ص 21: إن لغة الصحافة ليست لغة خاصة يمتاز بها مجموعة من الناس، بل هي لغة عامة يتفق من يستطيعون القراءة على فهمها، وما تقدمه لقراءها يجد طريقه ميسراً إلى لغتهم حين يكتبون وحين يتكلمون... فليس غريباً إذن أن تكون لغة الصحافة أقرب الأنماط تمثيلاً للخصائص التي تميز اللغة العربية الآن".

ولغة الصحافة هي لغة تقع بين أربع لغات، ذلك أنه من الملاحظ أن هناك أربع لغات يستخدمها الناس:⁴

- 1- اللغة العامية: التي يتداولها الناس مع بعضهم البعض في مختلف مجالات حياتهم اليومية.
- 2- اللغة العلمية: وهي اللغة التي تختص بمجال من مجالات الكتابة العلمية مثل الطب والهندسة.
- 3- الكتابة الأدبية: وهي اللغة التي تختص في مجال الإبداع الأدبي من قصة وشعر ورواية وخاطرة ودراما... وغيرها.

¹ - نفس المرجع، ص 34.

² - المرجع السابق، ص 35.

³ - المرجع السابق، ص 35.

⁴ - محمد لعقاب: الصحفي الناجح، دليل علمي للطلبة والصحفيين وخلايا الاتصال، ط3، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010، ص 45.

اللغة الإعلامية: وهي اللغة التي يشيع استخدامها في وسائل الإعلام المختلفة، وهي لغة تتميز بالوسطية، فلا هي عامية، ولا علمية ولا أدبية، بل تأخذ من كل منها ما ييسر على القارئ المتوسط الثقافة والتعليم الاستيعاب السهل للموضوعات التي تنشرها الصحف والمجلات ووسائل الإعلام الأخرى.

وهكذا فإن اللغة الإعلامية هي البوتق الذي تنصهر فيه اللغات الثلاث العامية والعلمية والأدبية، لتشكل في آخر المطاف لغة صحفية قائمة بذاتها لها خصائصها وأسلوبها، رغم الفروقات الطفيفة التي تميز أسلوب ولغة كل نوع من الأنواع الصحفية المختلفة، فلغة التحقيق ليست هي لغة الخبر، ولغة المقال هي ليست لغة الروبورتاج وهكذا دواليك، لكن بينهما قواسم مشتركة كثيرة، والتباينات الموجودة في اللغة والأسلوب هي تباينات داخل لغة الصحيفة ذاتها.¹

من خصائص اللغة الصحفية:

تتميز اللغة الصحفية بمجموعة من الخصائص، ينبغي توضيحها وهي:²

- 1- السهولة: لكي يفهما الجميع، فالسهولة اقتضتها "شعبية الصحافة"، فجمهور الصحافة هو جمهور عام، وليس جمهورا متخصصا، ولتحقيق السهولة ينبغي على الصحفيين، خاصة المبتدئين منهم الإلتزام بما يلي:
 - تجنب استخدام الألفاظ الصعبة، وعدم تقليد بعض الصحفيين، الذين يتعمدون الركض وراء صعب اللفظ وغريب المفردة، بهدف استعراض عضلاتهم عبر أعمدة الصحف، وشاشات التلفاز وأمواج الإذاعة.
 - البعد عن تأريخ الذات في البحث عن المحسنات الأدبية، لأن ذلك ليس من مهام الصحفي، بل من مهام الأديب، فاللغة عند الصحفي وسيلة، بينما عند الأديب غاية.
 - اجعل الوصف يتطابق مع الموصوف، أي لا تتبالغ في وصف الأشياء والأشخاص والأحداث.
 - كون جملا قصيرة، تراعي فيها قرب الفاعل من الفعل.
 - استخدام المبني للمعلوم فقط، إلا إذا اقتضى الأمر استخدام المبني للمجهول.

2- الملائمة: ومعناها أن تكون اللغة متلائمة مع الوسيلة من ناحية ومع الجمهور المستهدف من ناحية أخرى، فلغة الراديو هي لغة ذات طابع وصفي وهي لغة تتجه إلى حاسة السمع ولذا يجب أن تكون مفردات هذه اللغة ملائمة لهذه الحاسة ولغة الصحافة تستهدف فئات اجتماعية وتعليمية واقتصادية معينة وتتجه إلى حاسة البصر فيجب أن تكون ملائمة أيضا.³

¹ - نفس المرجع، ص 46.

² - نفس المرجع، ص 48.

³ - أحمد حمدي: الخطاب الإعلامي العربي، آفاق وتحديات، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، ط2، الجزائر، 2007، ص 63.

3- **الوضوح:** من ابرز سمات لغة الإعلام وأكثرها بروزاً، ويرجع ذلك إلى طبيعة وسائل الإعلام من ناحية، وإلى خصائص جمهورها من ناحية أخرى، فإذا كانت الكلمات غير واضحة في الراديو فقد المستمع المضمون المقدم، ولم يستطع استرجاعه للتأكد منه أو للإستفهام عما غمض منه، لذا يجب أن تكون الكلمات والجمل والمعاني واضحة كل الوضوح حتى تحقق أهدافها.

4- **المعاصرة:** ويقصد بها أن تكون الكلمات والجمل والتعبيرات اللغوية متماشية مع روح العصر ومتسقة مع إيقاعه، فالجمل الطويلة والكلمات المعجمية والجمل المركبة قد لا تكون مناسبة للغة الإعلامية إلا في موضوعات معينة وفي حالات محددة.

وللتعبير اللغوي ثلاث مستويات:

أ- **المستوى التدويقي، الفني، الجمالي** ويستعمل في الأدب والفن.

ب- **المستوى العلمي، النظري، التجريدي** ويستخدم في العلوم

ت- **المستوى العلمي الاجتماعي**، ويستخدم في الصحافة والإعلام بوجه عام.

ويرى الدكتور "ابراهيم أنيس" أن صحة اللغة وقوتها تقوم على المستوى العام للغة والقائم على التألف بين المستويات العلمية والأدبية، لأن الحديث اليومي حيث يحسنه أفراد المجتمع، ينشط اللغة ويعيد لها حيويتها.¹

العوامل المتعلقة بالصياغة:

أي ما يتعلق بمفردات الخبر من الألفاظ والعبارات والفقرات المكونة لذلك البناء التحريري، وهناك بعض العبارات الواجب مراعاتها بشكل عام في صياغة الخبر حيث تعتمد الصحف على إرضاء جمهورها مهما اختلفت انتماءاته ومستوياته الاجتماعية وعليه فإن البناء التحريري يكون بكلمات وجمل ومعاني يفهمها الجميع والتي تبتعد عن الغموض وكثرة النقاش والتساؤلات، فالمعلومات الغير واضحة للقارئ تنفره من قراءة الخبر وبالتالي عدم وصول الرسالة، ناهيك عن طول العبارات والجمل والكلمات الزائدة والمعاني المتشابهة التي يمل المتلقي من تلقيها.

1- **الألفاظ أو الكلمات:** وهي أصغر وحدات البناء التحريري، فمنها تتكون الجمل أو العبارات التي بدورها

تكون الفقرات وبالتالي النص التحريري بأكمله وعليه يجب:

- اختيار الألفاظ الشائعة والمفهومة.

- تجنب الألفاظ التي لها أكثر من معنى.

- تجنب استخدام الاصطلاحات المتخصصة إلا للضرورة القصوى وعندئذ لابد من توضيح دلالاتها العامة.

- تجنب استخدام الكلمات الزائدة عن الحاجة.

¹ - إبراهيم أنيس: اللغة بين القومية والعالمية، دار المعارف للطباعة والنشر، القاهرة، 1970، ص27.

2- العبارات والجمل:

العبارة أو الجملة تعني مجموعة من الكلمات التي تجتمع مع بعضها لإعطاء المعنى المتكامل وبهذا فهي أصغر وحدة تحريرية تعطي المعنى المتكامل

لغة الصحافة المكتوبة:

إن اللغة الإعلامية الموجودة أو بالأحرى تلك المستخدمة في الصحافة تختلف اختلافا كبيرا عن اللغة المستخدمة في الوسائل الإعلامية الأخرى مثل الإذاعة والتلفزيون، تتفاوت فيما بينها من حيث المستوى اللغوي والمستوى الثقافي، ولكن المؤكد والبديهي أن لغة الإذاعة تنتمي إلى اللغة المنطوقة، بينما لغة الصحافة تنتمي إلى اللغة المكتوبة، وهناك فرق بينهما يوضحه فنديس حيث يصف اللغة المكتوبة بأنها منسقة بما فيها من جمل تابعة وحروف وصل، وأسماء موصولة وبما تحويه من أدوات وأقسام¹

ب/ أسلوب الكتابة الصحفية:

يقال "إن الأسلوب هو الرجل" بمعنى أن لكل صحفي أسلوبه، ويمكن أن نقول إن الأسلوب هو النوع الصحفي أي أن لكل نوع صحفي أسلوب، وقد عبر الصحفي "ديفو" وهو واحد من أشهر كتاب المقال في الصحافة الإنجليزية، تعبيرا دقيقا عن معنى الأسلوب الصحفي عندما سئل عن الأسلوب الذي يكتب به، والذي كان سببا في شهرته، فأجاب بقوله: "إنه الذي إذا تحدثت به إلى خمسة آلاف شخص ممن يختلفون اختلافا كبيرا في قواهم العقلية، عدا الأبله والمجنون، فإنهم جميعا يفهمون ما أقول"².

لقد حدث تغيير كبير في الصحافة الحديثة استجابة لمتطلبات العصر من سرعة وضيق الوقت أمام القراءة، وغيرها ويبرز هذا التغيير من النواحي الآتية:

- من حيث الشكل: لقد أصبحت الجمل القصيرة، والفقرات صغيرة، لتشجيع القارئ المتعجل على الإقبال عليها، مستعينة بالعناوين التي تبرز جوهر الموضوعات، والصور التي تلفت الإنتباه، وتطور أساليب التصميم والإخراج التي جعلت المادة الصحفية منظمة تنظيما محكما جعل قراءتها أمرا سهلا وميسورا.

- من حيث الضمون: أصبحت الموضوعات تميل إلى نحو "الصغر"، حيث تراجعت سلطة "الكلمة" أمام زحف الصور والرسومات والكاريكاتور.

¹ - محمود خليل، محمد منصور هيبه، إنتاج اللغة الإعلامية في النصوص الإعلامية، كلية الإعلامية، جامعة القاهرة، 2002، ص34.

² - نقلا عن محمد لعقاب: مرجع سبق ذكره، ص48.

سمات التحرير (الأسلوب) الصحفي:

للتحرير الصحفي مجموعة من الخصائص والسمات، عددها السيد "أحمد مصطفى عمر" في كتابه الشيق "الكتابة والتحرير الصحفي، رؤية جديدة، ملخصها كما يلي:¹

1- السمة الدرامية: تتضح هذه السمة في كتابة التقارير الخبرية والموضوعات الإنسانية، حيث تعتمد الصحف والمجلات وحتى القنوات الإذاعية والتلفزيونية، في تقديم المادة وعرضها على الأسلوب الدرامي، وقد حولت هذه السمة بعض الصحفيين إلى روائيين حقيقيين، أمثال: تشارلز ديكنز الذي عمل مندوبا صحفيا مكلفا بمتابعة أعمال البرلمان الإنجليزي في القرن التاسع عشر، وإرنست همنغواي في القرن العشرين وإحسان عبد القدوس من العرب.

2- السمة التوضيحية الجمالية: تعتبر السمة التوضيحية الجمالية من ثوابت العمل الصحفي، حيث تتم الاستعانة بالوسائل التوضيحية التي تقرب الفهم وتيسره للقارئ، والاعتماد على إخراج الصور والرسوم واستخدام الألوان كمؤثر جمالي.

3- السمة التفسيرية: إن السمة التفسيرية هي التي نسميها عادة "التحليل الإخباري" فالتفسير ليس عملية ذاتية، ولو كان كذلك لتمت تسميته بالتعليق أو المقال، إنما هناك مواضيع وأحداث يصعب فهمها، مثل تدهور قيمة العملة، وارتفاع الأسعار، وزيادة ضخ البترول، وغيرها، ومثل هذه المواضيع تحتاج إلى خبراء لتفسيرها للقراء فالتفسير هو الذي يجعل الأحداث في موضعها الصحيح، لذلك دأبت وسائل الإعلام على اختلافها على استخدام متخصصين في مختلف المجالات لتفسير الأخبار والأحداث والوقائع.

4- السمة التعليقية: إن التعليق متنفس الصحفيين والكتاب والرسامين، لإصدار أحكامهم وإنطباعاتهم على الواقع، لذلك فإن سمة التعليق ليس لها قاعدة معينة لأنها مطبوعة بذاتية الصحفي.

5- السمة التنبؤية: من خصائص التحرير الصحفي أيضا "التنبؤ"، أي ذكر النتائج المتوقعة والمحتملة للأحداث، وكثيرا ما أصاب الصحفيون في توقع حصول ما حصل، فالتطلع على المجهول، أو استشراق المستقبل رغبة يتطلع إليها جمهور وسائل الإعلام.

6- السمة التحليلية: إن التحليل ليس هو التفسير، إنما هو استخلاص لأهم ما تنطوي عليه الأحداث والوقائع، وهو يتصف بالصدق والموضوعية والعمق.

¹ - نقلا عن السيد أحمد مصطفى عمر: الكتابة والتحرير الصحفي، رؤية جديدة، دار القلم للنشر والتوزيع، الإمارات العربية المتحدة، دبي، 2004، ص 107.

ولقد أدركت الصحف والمجلات أنه لا بد من تحليل اتجاهات الأخبار والوقائع والأحداث وانعكاساتها على الواقع، والتعرف على خلفياتها وتداعياتها القريبة والبعيدة، لذلك فإن مسألة التحليل لا يتركها مسؤولو الصحف لكل من هب ودب، بل عادة توكل لكبار الصحفيين والكتاب.

المطلب السابع: الأشكال الصحفية الخاصة بالصحافة المكتوبة

الأشكال أو الأنواع الصحفية هي الصورة أو الشكل النهائي الذي يخرج أو ينشر فيه موضوع ما، وتعدد الأشكال الصحفية وتختلف، حيث نجد الصحيفة الواحدة تستخدم معظم أو جل الأشكال الصحفية الموجودة، بحيث يتناول كل موضوع من خلال قالب صحفي معين مناسب له، كما يمكن أن يتناول موضوع واحد في أكثر من شكل أو أكثر من قالب صحفي واحد، وذلك عندما تريد الصحيفة التأثير على الجماهير، وتحاول تشكيل آراء لديهم حول هذا الموضوع، وهذا دليل على الإهتمام الخاص الذي توليه الصحيفة لموضوع معين، ومحاولتها بالمقابل جلب الإهتمام الجماهيري به.

وعليه تنقسم الأنواع الصحفية إلى أربعة مجموعات، كل مجموعة تضم عددا من الأنواع الصحفية، وهي كما

يلي:

المجموعة الأولى: الأنواع الخبرية (الأنواع التقريرية)

تضم هذه المجموعة ثلاثة أنواع صحفية هي:

1- الخبر

2- التقرير

3- الروبورتاج

المجموعة الثانية: أنواع الرأي (الأنواع الفكرية)

تضم هذه المجموعة بدورها أربعة أنواع صحفية هي:

1- المقال والمقال الإفتتاحي

2- التعليق

3- العمود

4- المقابلة الصحفية

المجموعة الثالثة: الأنواع الاستقصائية

تمثل هذه المجموعة نوع صحفي واحدا، هو التحقيق الصحفي

المجموعة الرابعة: الأنواع الإبداعية (التعبيرية)

ويمثل هذه المجموعة ثلاثة أنواع صحفية هي:

1- البورتريه أو الصورة الصحفية

2- الرسم الصحفي (الكاريكاتور).

أولاً: الأنواع الإخبارية:

• الخبر الصحفي:

تعريف الخبر: للخبر الصحفي عدة تعريفات وضعها العديد من المفكرين، ولعل أقدم تعريف مشهور له، هو ذلك التعريف الذي قدمه اللورد نور ثكلييف ونشره عام 1865 حيث قال: "إن الخبر هو الإثارة والخروج عن المألوف... فعندما يعظ الكلب رجلاً فليس بخبر... ولكن عندما يعظ الرجل كلباً... فهذا هو الخبر!"¹

كما عرفه الدكتور محمود أدهم: "الخبر وصف موضوعي دقيق تطلع به الصحيفة أو المجلة قراءها في لغة سهلة وواضحة وعبارات قصيرة على الوقائع والتفاصيل والأسباب والنتائج المتاحة والمتابعة لحدث حالي أو رأي أو موقف جديد أو متجدد لافت للنظر، أو فكرة أو قضية أو نشاط هام وقعت غالباً أو مستمرة الوقوع، أو تؤكد أنها ستقع، تتصل جميعها بمجتمعهم وأفراده وما فيه أو بالمجتمعات الأخرى، كما تساهم في توعيتهم وثقيفهم وتسليتهم وتحقق الربح المادي."²

خصائص الخبر: للخبر الصحفي عدة خصائص يجب أن تتوافر فيه حتى يمكننا الحكم عليه بأنه خبر صحفي كامل، حيث تتخذ هذه الصفات كمعايير لتقييم الخبر والحكم على أهميته الإعلامية ومنها:

- الأنوية: بمعنى أحدث الوقائع حدوثاً، فالخبر من السلع سريعة التلف والبوار.
- القرب: بمعنى قربه من مصالح واهتمامات المجتمع الذي يتلقاه وهذا قد يشير إلى المحلية أو القرب المكاني لكن الأهم هو القرب النفسي.
- ضخامة التأثير: بمعنى أن يترك أثراً على منطقة كبيرة من المجتمع مثل الزلازل والسيول.
- ارتباطه بالإهتمامات الإنسانية: مثل الصحة والمرض والحب والكراهية وغيرها.
- قوة الدلالة: بمعنى أنه ذو مغزى عميق، حتى وإن كان كامناً وليس ظاهراً منذ الوهلة الأولى.

¹- فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص 14

²- عبد العالي رزاتي: الخبر في الصحافة، الإذاعة، التلفزيون، الإنترنت، سلسلة الإعلامي المحترف، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2004، ص 24.

³- نعمان عثمان: الخبر ومصادره في العصر الحديث، د.ط، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2008، ص 15-17.

- التفرد وعدم المؤلفوية: فالحدث غير التقليدي أو الذي يقع على غير اعتياد الناس، وبعيدا عن توقعاتهم، لا شك وأنه يثير اهتمامات الجمهور.

- ذو عواقب أو نتائج مهمة: فأهمية الخبر تزداد كلما زادت التوقعات حول ما يتبعه من عواقب أو تأثيرات، مثل صدور قرار يمنع استيراد سلعة معينة من الخارج وما سوف يتبعه من ارتفاع الأسعار وحدث أزمة في السلعة...

- ارتباطه بكبار المسؤولين: فأهمية الخبر تزداد كلما ارتبطت بكبار الشخصيات أو أصحاب القرار وصناع الأحداث.

- ارتباطه بالمشاهير: فالأسماء الشهيرة تصنع الأخبار وتثير غريزة حب الاستطلاع لدى الجماهير، حيث يتابعون في شغف كيف يعيش المشاهير، وكيف تحققت لهم الشهرة والنجومية.

- الجاذبية والإثارة والتشويق: حيث تنجذب النفس البشرية بطبيعة الحال للأحداث المثيرة والمشوقة مثل الفضائح والجرائم الغامضة.

- ارتباطها بالصراع والتنافس: وهي من سمات الحياة الإنسانية، ومن ثمة ينجذب الناس نحو المباريات والصراعات والحوارات الجدلية والانتخابات، وينتصرون لطرف على آخر.

أنواع الخبر: هناك عدة تقسيمات للخبر نورد منها:¹

1- التقسيم الجغرافي للخبر: ومعيار هذا التقسيم هو مكان وقوع الخبر أو بتعريف أدق موطن الخبر، وعلى أساس هذا المعيار نجد نوعين من الأخبار:

أ- الأخبار الداخلية: هي الأخبار التي تقع داخل المجتمع الذي تصدر فيه الصحيفة.

ب- الأخبار الخارجية: هي الأخبار التي تقع خارج المجتمع الذي تصدر فيه الجريدة.

2- التقسيم الموضوعي للخبر: إن معيار هذا التقسيم هو موضوع الخبر، فهناك الأخبار السياسية وهناك الأخبار الاقتصادية والأخبار الاجتماعية والأخبار العسكرية والأخبار الرياضية والأخبار الأدبية والفنية والأخبار العلمية وغير ذلك من الأخبار التي تتعدد أنواعها حسب تعدد نشاطاتها الصحفية.

3- التقسيم الزمني للخبر: هذا التقسيم يقوم على أساس الوقت الذي يقع فيه الحدث بالتالي فهو ينقسم إلى نوعين:

أ- أخبار متوقعة: هي تلك الأخبار التي يعلم المخبر الصحفي بموعد ومكان وقوعها مقدما.

¹- فاروق أبو زيد: مرجع سبق ذكره، ص 85، 93.

ب- أخبار غير متوقعة: وهي الأخبار التي لا يعلم المخبر الصحفي عنها شيئاً ولا يتوقع حدوثها، أي تلك الأخبار التي تفاجئ الصحف.

4- الخبر الجاهز والخبر المبدع:

أ- الخبر الجاهز: هو الخبر الذي يحصل عليه الصحفي من خلال ما تنشره المطابع من كتب ونشرات من خلال ما تصدر إدارات العلاقات العامة من بيانات وكتيبات إعلامية وغير ذلك من المطبوعات الإعلامية فمثل هذه الأخبار لا يبذل المخبر الصحفي جهداً كبيراً في الحصول عليها.

ت- الخبر المبدع: هو الخبر الذي يبذل المخبر الصحفي جهداً كبيراً في الحصول عليه واستكمالته بالمعلومات الكافية.

5- الخبر الخفيف، والخبر الجاد:

أ- الأخبار الخفيفة: هي الأخبار التي تثير انتباه القراء وتسلمهم مثل أخبار الطرائف وأخبار الرياضة وأخبار نجوم المجتمع والفن والأدب وحوادث التصادم والحرائم والجنس.

ب- الأخبار الجادة: وهي الأخبار التي تحيط القراء بالأحوال والمواقف الهامة التي من شأنها التأثير في حياتهم اليومية وفي مستقبلهم آجلاً أم عاجلاً، مثل أخبار الشؤون العامة، والمسائل الإقتصادية، والمشاكل الاجتماعية، والعلوم، وأخبار التعليم، وأصحاب الثروات، والصحة.

6- الخبر المجرد والخبر المفسر:

أ- الخبر المجرد: هو الخبر الذي يقتصر على تسجيل الوقائع أو تصوير الحوادث أو سرد المعلومات دون أن يدعم ذلك بخلفية من المعلومات والبيانات والتفاصيل.

ب- الخبر المفسر: هو الخبر المدعم بخلفية من المعلومات والبيانات التي تشرح تفاصيل الحدث وتشرح أبعاده ودلالاته المختلفة.

7- الخبر الموضوعي والخبر الملون:¹ ويعني هذا التصنيف مدى تدخل الصحفي أو الصحيفة في الخبر، فإذا إنعدم هذا التدخل كان الخبر موضوعياً، أي أمين في نقل المعلومات وتصوير الأحداث، أما إذا تم هذا التدخل كان الخبر ملوناً.

ويمكن أن يلون الخبر بأكثر من طريقة:

¹ - حسني نصر، سناء عبد الرحمن: الخبر الصحفي، ط1، دار الكتاب الجامعي، العين، الإمارات العربية المتحدة، 2003، ص 66.

أ- خلط الخبر برأي الصحفي أو الصحيفة، ويمكن أن يكون هذا الرأي مجرد كلمة في العنوان أو علامة تعجب أو علامة استفهام أو عنوان ثانوي مهمد للخبر، أو باستخدام أساليب الإبراز لبعض فقرات الخبر، ومن أمثلة العناوين المتحيزة أو غير الموضوعية:

- مفتي الجمهورية : ...عمل المرأة ..حرام.

- وما خفي أعظم

- شركات الغزل تخسر 2مليار جنيه.

- كالعادة أمريكا تصوت في مجلس الأمن لإسرائيل.

ب- حذف بعض الوقائع من الخبر: كأن تقصر صحيفة حزبية معارضة الخبر الخاص بقرارات مجلس الوزراء على ما يتعلق بقرار رفع أسعار بعض السلع، وتتجاهل القرارات الأخرى بزيادة الأجور، أو أن تفعل صحيفة حكومية العكس.

ج- إضافة بعض الوقائع غير الصحيحة إلى الخبر، مثل الإشارة إلى أن تحقيقات نيابة الأموال العامة مع مسؤول كبير متهم بالتريح والكسب غير المشروع، قد شملت بعض أقاربه، دون أن تكون هناك تحقيقات بالفعل مع أقارب هذا المسؤول.

• التقرير الصحفي:

التقرير الصحفي نوع من الصحافة الخبرية مستقل و متميز يتوجه الى ذهن وعواطف القارئ ويتمتع بقدر من الموضوعية، لأنه يقدم الوقائع والمعلومات الآنية والجديدة، ويضعها في سياقها العام، ويربطها بالقضايا الأساسية.

كما يتمت بقدر من الذاتية لأنه يقدم هذه الوقائع والمعلومات انطلاقا من رؤية الصحف لها، كشاهد عيان ووسيط يستخدم للوصف الحي والانطباعات الشخصية لتقديم هذه الوقائع، ولوصف أماكن وأزمنة وظروف حدوثها والأشخاص الذين شاركوا في صنعها.¹

ويمثل التقرير الصحفي الاتجاه الجديد في الصحافة نحو التفسير من خلال تقديم معلومات عن خلفيات الحدث والظروف المحيطة به والأشخاص الذين اشتركوا فيه، حيث يعتمد التقرير الناجح على الجمع بين المادة الخبرية الحديثة والمنظور التاريخي والرؤية التحليلية للكاتب.

¹ - محمد لعقاب: مرجع سبق ذكره، ص 77.

خصائص التقرير الصحفي:¹

- يهتم التقرير الصحفي بالتركيز على الكيفية التي جرى بها الحدث ويبرز الظروف التي أدت الى وقوع الحدث وماهو يمثل الجانب المعرفي للحدث.
- يركز التقرير الصحفي على التفاصيل الدقيقة التي تساعد القارئ على أن يعايش الحدث ويفهمه ويستوعبه.
- يقوم التقرير الصحفي على الوصف الحي للحدث، ولزمان ومكان حدوثه والتقديم الحي والمباشر للأشخاص المشاركين والمعنيين بهذا الحدث، عبر حوارات حية مباشرة.
- التقرير الصحفي عبارة عن بناء متكامل ومترابط الأجزاء وله بناء داخلي منطقي ويشكل التقرير وحدة متكاملة بحيث يتعذر توضيح مضمونه دون أخذه ككل أو كوحدة متكاملة، الأمر الذي يجعل من المستحيل فهم التقرير إلا بشكل متكامل.

• الروبورتاج:

- هو أحد الفنون الصحفية التي أصبحت معتمدة بكثرة في الصحافة الحديثة، وهو فن إعلامي يقوم على البحث بالسؤال حول قضية أو عدة قضايا تتعلق بحياة الناس وتشمل تقنية كتابة الروبورتاج تجميع المعلومات اللازمة حول هذه القضية.
- كما أن الروبورتاج الصحفي هو في حد ذاته سلسلة من الأشياء الذاتية، له بعض الركائز التي يعتمد عليها، يمكن أن تتم كتابته وصياغته بعدة طرق لأن بعض الأشياء تتطلب رؤية خاصة بالصحافي نفسه، حسب ثقافته الشخصية تكوينه المهني خبراته، توجهاته السياسية وقناعاته الذاتية.²

خصائص الروبورتاج الصحفي:

- تخضع تقنية تحرير الروبورتاج الصحفي الى قالب الهرم المعتدل المتدرج.
- يقوم على جمع أكبر كم من المعلومات حول موضوع الروبورتاج وضرورة التأكد من صحتها.
- يجب أن يتضمن أسماء أبطال الحدث، أعمارهم وطرائق المشاهدات حول الموضوع والجو العام الذي جرى فيه الحدث.

¹ - نوار باهي: أكاديمية المراسل الصحفي المحترف (للإذاعة والتلفزيون، والصحف)، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2006، ص 79-72.

² - المرجع نفسه، ص 98، 99.

- ذكر الجهات أو المصادر التي أدلت بالمعلومات في موضوع الريبورتاج.¹

الأنواع الفكرية (الرأي)

• المقال الإفتتاحي (الإفتتاحية):

عادة ما يسمى المقال الافتتاحي "الافتتاحية"، وهي من أهم أنواع المقال، لأنه يعبر عن وجهة نظر الصحيفة أو عن موقفها تجاه القضايا والأحداث والوقائع، والموقف هو أعلى درجات الرأي، لذلك فإن الافتتاحية ليست تعبيراً عن رأي شخصي أبداً، حتى لو كتبها كاتب من خارج هيئة التحرير، فالمقال الافتتاحي يعبر بالضرورة عن سياسة الصحيفة التي تنشره في مساحة صغيرة، أو صفحة من حجم 'طبليود' في مكان ثابت، عادة ما تكون الصفحة الأولى أو الثالثة.

يقوم المقال الإفتتاحي على شرح وتفسير الأخبار والأحداث اليومية والتعليق عليها بما يكشف عن سياسة الجريدة تجاه الأحداث والقضايا الجارية، فهو يربط القراء بالصحيفة من ناحية وبمختلف الأحداث اليومية من ناحية ثانية بحيث يخلق مشاركة وجدانية بين الصحيفة والقراء ويدفع القارئ إلى المشاركة في مواجهة القضايا والمشاكل التي يواجهها المجتمع، إذن فالمقال الإفتتاحي يتميز بالخصائص الآتية:

- التعبير عن سياسة الجريدة عمومية كانت أم مستقلة أم حزبية.

- متابعة الأحداث اليومية سواء المحلية منها أو الدولية.

- الإهتمام بالقضايا التي تهم الرأي العام وتشغل أذهان القارئ.

- استخدام لغة سهلة وأسلوب واضح ومحدد.

- القدرة على إقناع القارئ بالقضية أو الرأي الذي تناادي به الصحيفة.

يعبر المقال الافتتاحي عن ثلاث مستويات من الرأي:

- الموقف

- وجهة النظر

- الملاحظة

• الحديث الصحفي:

للحديث الصحفي عدة تعاريف منها ما يلي:

¹- نوار باهي: مرجع سابق، ص 98.99.

اختلفت التسميات التي استخدمها المختصون في فنيات التحرير¹ رجال الإعلام لمصطلح الحديث الصحفي، فمنهم من يطلق عليه تسمية "المقابلة الصحفية"، وهناك من يسميه "الحوار الصحفي"، وآخرون يسمونه "اللقاء الصحفي" أو "الحديث الصحفي"، وآخرون يفضلون تسميته "استجواب صحفي" على غيرها من التسميات، وهكذا.

المقابلة والتصريح: تجدر الإشارة إلى أن هناك فرق بين المقابلة الصحفية التي يجب الإعداد لها وتحضير أسئلتها، وبين التصريح الذي تدلي به الشخصيات المختلفة في مواقع وفي مناسبات متعددة.

فالتصريح الصحفي يقوم على سؤال أو سؤالين يوجههما الصحفي لشخصية معينة، ويكون صالحا لصياغة "خير صحفي" بينما المقابلة هي نوع صحفي قائم بذاته يقوم على طرح العديد من الأسئلة المعدة سلفا، أو التي تولد خلال إجراء المقابلة.

"الحديث الصحفي **Interview**، فن يقوم على الحوار بين الصحفي وشخصية من الشخصيات وهو حوار قد يستهدف الحصول على أخبار ومعلومات جديدة أو شرح وجهة نظر معينة أو تصوير جوانب عريضة أو طريفة أو مسلية في حياة هذه الشخصية.²

يقول "أميل لودفيج": "يعتبر الحديث الصحفي من أمتع الفنون الصحفية في الوقت الحاضر ومن أكثرها استهواء للقارئ، وقد تضمن أن الحديث الصحفي لا يزيد عن كونه مجرد تسجيل لمناقشة، أو حوار دار بين طرفين، غير أن حقيقة الأمر هي أن الحديث الصحفي أهم من ذلك، لأنه يتطلب قدرا كبيرا من المهارة والتفنن، ويحتاج إلى توافر صفات من نوع خاص في المندوب الصحفي.

نقرأ في كتاب "**Television News**" الحديث الصحفي فن صحفي مستقل بذاته ولكن هذا لا يمنع من أن يكون أداة للحصول على خبر صحفي أو أن يكون جزء من التحقيق الصحفي، فالحصول على الغالبية العظمى من الأخبار³ يتم عن طريق المقابلات الصحفية مع مصادر الأخبار، ولكن هناك فرق كبير بين إجراء مقابلة للحصول على خبر وبين إجراء مقابلة للحصول على حديث صحفي.

أنواع الحديث الصحفي:

في تعريف الحديث الصحفي يمكن أن يتم في بعض الحالات من خلال تحديد أهدافه ووظائفه، فهناك حديث المعلومات أو الأخبار "الحديث الخبري" وهو حديث يستهدف بالدرجة الأولى الحصول على أخبار أو معلومات أو بيانات جديدة عن وقائع أو أحداث أو سياسات أو برامج أو قوانين جديدة.⁴

¹ - محمد لعقاب: مرجع سبق ذكره، ص 130.131.

² - فاروق أبو زيد: فن الكتابة الصحفية، عالم الكتب، القاهرة، د.س، ص 13.

* أميل لودفيج: كاتب ألماني شهير قال في مجلة 'ريفي دي باري': يرى أن فن الحديث الصحفي، من أمتع الأنواع الصحفية، وأنه ليس مجرد نقل حديث كما قيل حرفيا، بل إنه يحتاج إلى فن وأسلوب أكثر مما يعتقده القارئ العادي.

³ - فاروق أبو زيد: فن الكتابة الصحفية، مرجع سابق، ص 13.

⁴ - عبد العزيز شرف: الأساليب الفنية في فن التحرير الصحفي، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2000، ص 14-15.

إن هذا النوع من الأحاديث الصحفية الخيرية لا يهتم بشخصية المتحدث قدر اهتمامه بالمعلومات والأخبار التي يصرح بها من خلال الحديث.

وإلى جانب "الحديث الخبري" هناك أيضا "حديث الرأي" وهو حديث يستهدف بالدرجة الأولى استعراض وجهة نظر شخصية ما في قضية أو قضايا معينة تهم القراء.¹

وفي هذا النوع من الأحاديث الصحفية ينصرف الإهتمام إلى آراء الشخص الذي يجري معه الحديث أكثر من الإهتمام بشخصه.

بالإضافة إلى "الحديث الخبري" وحديث الرأي" هناك أيضا "حديث التسلية والإمتاع" وهو يستهدف البحث في حياة الشخص الذي يجري معه الحديث: نشأته وتاريخ حياته، وأبرز الجوانب في شخصيته، ثم كيف يفكر؟ وكيف يمارس حياته؟ وما أحب الأشياء إلى قلبه؟، ما أحلامه؟ ما طموحاته؟ وفي هذا النوع من الأحاديث الصحفية تكون الشخصية التي يجري معها الحديث هي موضوع الحديث نفسه، أي أن الإهتمام ينصرف هنا إلى شخصية المتحدث أكثر من الإهتمام بأخباره وآرائه، ويندرج تحت هذا النوع من الأحاديث الصحفية الأحاديث التي تجري مع كبار نجوم السينما والمسرح أو الغناء أو نجوم المجتمع أو مع الشخصيات الطريفة أو الغريبة التي يجد القارئ في حياتهم وسلوكهم نوعا من المتعة والتسلية.²

أما عبد اللطيف حمزة فإنه يحصر الأحاديث الصحفية في الأنواع الخمسة الآتية:³

- حديث الخبر أو الحقائق.

- حديث الرأي

- حديث المعلومات والتسلية.

- حديث الجماعات.

- حديث المؤتمرات الصحفية.

العمود: المقال العمودي يسمى مباشرة "العمود"، ذلك أنه يكتب في مساحة صغيرة في شكل شقولي أو عمودي، وهو يعبر عن رأي كاتبه، ولا يعبر بالضرورة عن سياسة الجريدة، وإن كان أخلاقيا لا ينبغي ان يتعارض معها، ويتميز المقال العمودي بمجموعة من الخصائص منها:

- له تسمية ثابتة

¹ - المرجع نفسه: ص 15.

² - المرجع نفسه: ص 16.

³ - عبد اللطيف حمزة: مدخل في فن التحرير الصحفي، ط5، الهيئة المصرية للكتاب، القاهرة، 2002، ص 436.

- أن تكون له مساحة ثابتة
 - أن يكون له مكان مباشر ثابت لا يتغير في صفحة ثابتة لا تتغير.
 - أن يكون منتظم الصدور.
 - أن يكون له كاتب واحد لا يتغير، ويوقع باسمه الحقيقي أو باسم شهرته.
- وكاتب العمود الصحفي يجب أن يكون ذا خبرة طويلة، وثقافة عالية، وأسلوب شيق، ولا تترك كتابة العمود الصحفي أبدا للصحفيين المبتدئين.
- على أننا نلاحظ أحيانا بعض المقالات العمودية لا تحافظ على الخصائص المذكورة أعلاه، وحينها فإن التسمية الصحيحة لهذا النوع من المقالات العمودية تصبح "تعاليق صحفية".
- التعليق: يقابله في الفرنسية *commentaire* وفي الإنجليزية *commentary* يرى "الدكتور نصر الدين العياضي"¹، أن تاريخ التعليق الصحفي يرجع الى النصف الأول من القرن التاسع عشر حيث بدأ استخدامه في الصحافة الفرنسية والإنجلوساكسونية، فكانت تخصص له الصفحة الأولى أو الثانية من الجريدة.
- ويرى الدكتور "السيد أحمد مصطفى عمر"²، أن هناك كثير من التعريفات تنظر الى التعليق الصحفي على أنه مساحة للرأي يمارس فيها الصحفي أو الكاتب حريته في تناول الموضوعات، فإذا كانت قدسية الخبر تفرض الإلتزام بحقائقه ووقائعه، وتقديمها في موضوعية دون تحريف أو زيادة أو نقصان، فإن التعليق لا يفرض أي نوع من الإلتزام سوى "عدم التعدي على حقوق الآخرين، ويهدف التعليق التأثير على القراء وبلورة آرائهم.
- ### خصائص التعليق:³
- التعليق الصحفي هو ترجمة آراء ووجهات نظر وتأويل حدث بأقصى سرعة، لذا يتطلب مجهود فردي وشخصية مبدعة، وتفكيراً متماسكا ومتكاملا في وجهة النظر التي يسعى الصحافي إلى إبرازها.
 - التعليق الصحفي ليس ترديد الشعارات وحشو آراء بدون سند أو ملموسية، التعليق ينطلق من الحدث الذي قد وقع فعلا.
 - التعليق الصحفي يعتمد على الشرح والحوار والجدل لأنه يخاطب العقل أكثر من العاطفة.

¹ نصر الدين العياضي: اقترابات نظرية من الأنواع الصحفية، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1999، ص 22.

² السيد أحمد مصطفى عمر: مرجع سبق ذكره.

³ نصر الدين العياضي: مرجع سابق، ص 22-27.

الأنواع الاستقصائية:

• **التحقيق الصحفي:** يقول عنه الدكتور "كارل شتوركان" بأنه النوع الصحفي الذي يمكننا من التركيز على شريحة من الواقع أو على ظاهرة معينة أو مجموعة وقائع، أو على تطور معين في أي مجال من مجالات الحياة، وذلك ليس فقط بقصد الإعلام عنها أو وصفها وعرضها أو تقديم موقف منها، بل بقصد دراستها أساساً وتحليلها وتفسيرها والوصول إلى إستنتاجات أو حلول أو آفاق تطور واضحة ومحددة بشأنها.

التحقيق الصحفي هو عبارة عن تحري ودراسة وبحث قضية أو ظاهرة أو فكرة تشغل اهتمام الجماهير في وقت ما، وتدور حولها سلسلة من التساؤلات والاستفسارات التي تحتاج لإجابة، وكذلك بعض المشكلات التي تحتاج لحلول من خلال الاستعانة بالمصادر المختلفة المتصلة بها سواء كانت حية أو غير حية، وهو أحد الفنون الصحفية المتداولة على نطاق واسع في الصحافة الخبرية الحديثة، وخاصة الصحف اليومية والأسبوعية المتخصصة وهو فن صحفي ينفرد بخصوصيتها الإعلامية القائمة على هدف البحث والتحقق وفضح الإشكالات والقضايا السياسية والاجتماعية....¹

خصائص التحقيق الصحفي:²

- يتميز التحقيق الصحفي بالواقعية بحيث يتعامل مع الحقائق بموضوعية تتلاءم مع حقيقة الإنسان في حياته العقلية والوجدانية والجسدية فالقارئ يبحث دائماً عن الصحيفة التي تطرح مشاكله وهمومه اليومية.
- كما يتميز بالتجرد واستقلال التحقيق الصحفي، ونقل المعلومات كما هي وعرضها دون تزيف أو حذف بعيداً عن الذاتية والمشاعر الشخصية.
- التحقيق الصحفي يجب أن يكون الفكرة التي يصلح تحقيقها صحفياً مهمة لأكبر قطاع ممكن من الجماهير الذين تستهدفهم حالياً، وأن تتسم بالجدة أو تقدم من خلال معالجة جديدة في حالة ما إذا كانت قديمة.
- التحقيق الصحفي بدايته تكون فكرة في ذهن المحرر حيث يرى أنها تهم عدد كبير من الجمهور، ويرى أن هذه الفكرة تحتاج إلى إيضاح وشرح وتفسير.

الانواع التعبيرية:

• **البورتريه:** هناك اجماع على أن البورتريه نشأ وترعرع في أحضان الفن التشكيلي، أو الرسم الزيتي، ومن حيث الكتابة يرجع تاريخه إلى الأدب وحسب الدكتور نصر الدين العياضي فإن البورتريه دخل إلى الأدب في القرن

¹ - نوار باهي: مرجع سبق ذكره، ص 72.

² - جمال الجاسم المحمود: التحقيق الصحفي، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية وكلية العلوم السياسية، جامعة دمشق، المجلد 24، العدد الثاني، 2008، ص 310.

الـ17، وتطور كشكل متميز في القرن الـ19 تحت عنوان البورتريه الأدبي، ومنها انتقل الى عالم الصحافة ليصبح نوعا صحفيا مستقلا ومتميزا.¹

ولعل سبب دخوله الى عالم الصحافة يرجع الى وجود نفس الاهتمام الذي يوليه الفن التشكيلي والأدب والصحافة للأشخاص، لكنما الفرق يكمن في أن الصحافة استبدلت الريشة والألوان الزيتية بالقلم والكلمة والميكروفون والكاميرا.

يعرفه الأستاذ ميشال فيولي: بأنه " روبرتاج حول شخصية معينة، يتضمن العناصر الخاصة أو الذاتية، ويجمل انطباعا عاما ومغزى معين وإحساسا ما"، ويعرفه آخرون بأنهم "حكايات عن الأشخاص".²

مبررات استخدام البورتريه كنوع صحفي:³

هناك على الأقل خمسة عوامل ساعدت بشكل كبير على ظهور البورتريه في الصحافة، ووسائل الاعلام ككل:

1- العامل المرتبط بوسائل الاعلام: ان الصحافة لم تستخدم البورتريه اعتباطيا، إنما استخدمته لأنه أقدر على رسم ملامح الشخصية الظاهرة والباطنة عن غيره من الأنواع الصحفية المعروفة، أي أنه أقدر على القيام بمهمة تقديم الاشخاص الى الجمهور، لذلك كان لابد من استخدامه في الصحافة.

كذلك فإنه من مصلح الصحافة تنويع مضامينها، وتنويع أجناس الكتابة الصحفية، فكان استخدام البورتريه استجابة أيضا لهذه المصلحة.

2- ما يتعلق بجمهور وسائل الاعلام: إن الناس عادة ما يعشقون النجوم، مثل المطربين واللاعبين، والممثلين، وعادة ما يدفعون الثمن لمشاهدتهم، وهم بالتالي يسعون الى معرفة المزيد من حياتهم الظاهرة والباطنية، ويتبعون حركاتهم وتنقلاتهم، ويقلدون سلوكياتهم في الملبس والمأكل، مما أهل هؤلاء الاشخاص والنجوم الى أن يصنعوا أفراح الناس وأحزانهم، وتلبية لرغبة الجمهور كان على الصحافة أن تراعي أذواقهم وعمل على تلبيةها.

3- ما يتعلق بالأشخاص في حد ذاتهم: يرى الدكتور نصر الدين العياضي مبررا آخر، حيث يقول أن بعض الشخصيات والأشخاص لا تعرف كيف تحكي وتتحدث عن نفسها، لذلك وجب على الصحافة أن تقوم بهذه المهمة، مما أدى الى ظهور البورتريه وانتشاره وازدهاره.

4- تطور الحياة الاجتماعية: كذلك هناك بعض المحطات في الحياة يكون الجمهور في أمس الحاجة الى تشكيل صورة كاملة عن هذه الشخصيات، خاصة في الحملات الانتخابية بفضل ازدهار الديموقراطية في الفترة الأخيرة.

¹ - محمد لعقاب، مرجع سبق ذكره، ص 173

² - المرجع نفسه، ص 174

³ - المرجع نفسه، ص 174

5- ما يتعلق بطبيعة هذا النوع الصحفي : عادة ما تهمل الصحافة الحديث عن الأشخاص العاديين، على الرغم من وجود أشخاص عاديين يستحقون الكتابة عنهم، مثل الأشخاص الذين يصادفهم الصحفي خلال تنقلاته المختلفة، كأن يعثر على مطرب في قلب الصحراء يصنع آمال الناس وأفراحهم، أو يجد دكانا وحيدا في منطقة نائية، أو امرأة تشتغل مزارعة وغيرها من الأمثلة.

شروط كتابة بورتريه:¹

- الدقة في المعلومات
- الرجوع الى مختلف المصادر لجمع المعلومات حول الشخص المعني
- يجب على كاتب البورتريه أن لا يكون صحفيا عاديا، بل صحفي له خبرة معقولة في العمل الصحفي، خاصة عندما يتعلق الأمر بشخصيات هامة كالمترشحين للرئاسيات، أو المجالس النيابية... لأن قيمة البورتريه بقيمة كاتبه.
- أن يتمتع الصحفي بأسلوب راق ولغة جميلة، حتى يتمكن من الوصف والرسم بالكلمات.
- أن يكون هناك مبرر للكتابة على هذا الشخص أو ذاك.

• الرسم الصحفي الكاريكاتور:

يتفق معظم الكتاب أن كلمة كاريكاتور تعود إلى أصول إيطالية، وهي مشتقة من كلمة "كاريكاتورا" *Carictura*، والتي تعني "رسم يغالي في إبراز العيوب"، فقد وردت في "Encyclopedia Britannica" بهذا المعنى حين عرفت بأنها: "العرض المشوه لشخص أو نموذج أو فعل وعادة ما تتمسك بملمح بارز ثم يغالي في إبرازه، أو نجعل أعضاء الحياوانات أو الطيور أو النباتات بدلا من الذات الإنسانية، أو نقوم بعمل تناظر وظيفي للأفعال الحيوانية"².

ويرى هيفيزي توبز **Hifizi Topuz** بأنه: "رسالة بصرية أيقونية ساخرة"³، بينما تصفه فيوليت موران- **Violette Morin** بأنه فن التلاعب بالخطوط تماما كالتلاعب بالالفاظ.⁴

وعليه تكون الصورة الكاريكاتورية عادة مستقلة بذاتها، تحتل مكانتها الخاصة في الصحيفة أو المجلة شأنها شأن المقال الصحفي وهذا ما جعل المخرجون الصحفيون يهتمون بها ويختارون لها الأماكن (الإستراتيجية) على الصفحة، والمواضيع القصيرة كالإشارة لأهميتها، لذلك نجد أن إخراج الرسوم الكاريكاتورية يكون مختلفا عن إخراج الصور، فالصورة تنشر عادة صحبة مقال أو خبر وقد تنشر أكثر من صورة ضمن المقال الواحد، أما الرسم

¹ - نفس المرجع السابق، ص 178.

² - حمدان خضر السالم: الكاريكاتور في الصحافة، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص 27.

³ - Topuz, Hifizi : Caricature et société, édition mamr, France, 1970, p17.

⁴ - Morin, Violette : Le dessin humoristique, Ed Seuil, Paris, 1978, p102.

الكاريكاتوري فينشر¹ قائما بذاته، ويكون من أبرز محتويات الصفحة، وهذا بطبيعته تحتاج لمعاملة إخراجية معينة يختار له شكل في متميز يكون بمثابة الباب الثابت مثله في ذلك مثل الثوابت التي اعتادها قارئ الجريدة أو المجلة.²

خصائص الكاريكاتور: نجد أن من بين الخصائص التي تميز الكاريكاتور كنوع صحفي ما يلي:

- أنه عملية اتصالية تستهدف مردودا محددا، يتمثل في رجوع الصدى الذي يؤدي الى التصاق الرمز بالمقصود.

- له قدرة على إعطاء تأثيرات جمالية وفكاهية للأخبار والموضوعات التي يعبر عنها.

- يجعل المواطنين يفكرون لا أن يغير أفكارهم، بحيث يبسط أي قضية الى الحد الذي يصبح فيه أسلوب الرسالة مفهوما.

- كما ينجح رسام الكاريكاتور شأنه شأن كاتب الرأي على جعل الناس يفكرون في قضايا مهمة.

تحقق الصورة الكاريكاتورية العديد من الوظائف نذكر منها:³

- الوظيفة الإخبارية: يؤدي الكاريكاتور إلى إيصال الحوادث والوقائع والقضايا المعالجة بطريقة ساخرة ومتهكمة إلى الجماهير في نشر أخبار مصورة ومرسومة، فهو يقدم الأخبار بقلب تعبيرية هزلي كثيرا ما يكون أبلغ من المقال الصحفي وأقرب إلى المتلقي (الجمهور).

- الوظيفة الإشهارية: والإشهار فيما يعرف أنه: " مجموعة من الوسائل التقنية تستعمل لإعلام الجمهور وإقناعه بضرورة استعمال خدمة معينة أو استهلاك منتج معين".

فالكاريكاتور يتولى تقديم الخدمة الإشهارية بعرض وتقديم الأشياء ودفع الناس إليها.⁴

- الوظيفة التعليمية: يوظف الكاريكاتور لخدمة أغراض تربوية في المدارس والمؤسسات العمومية والإقتصادية.⁵

- الوظيفة الترفيهية: إذ تهدف نسبة كبيرة من وسائل الإعلام إلى تسلية الناس وإيناسهم، وثمة حقيقة هامة وهي أن المادة الترفيهية لا يقتصر أثرها على مجرد تسلية الجمهور فأثارها في معظم الحالات عميقة ومدشعبة، لذا يرى الكثير من المفكرين أن المادة الإعلامية الترفيهية يجب أن تضرب عصفورين بحجر واحد، ترفه عن الجمهور وفي نفس

¹ - ليلي عبد المجيد، محمود علم الدين: فن التحرير الصحفي للوسائل المطبوعة والإلكترونية، دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008، ص 190.

² - المرجع نفسه، ص 190.

³ - ألبرت ل- هستر: دليل الصحفي في العالم الثالث، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، د.س.ن، ص ص 149، 150.

⁴ - ساعد ساعد، عبيدة صبطي: الصورة الصحفية، دراسة سيميولوجية، ط1، دار خوارزم العلمية، المملكة العربية السعودية، 2018، ص 59.

⁵ - ساعد ساعد: فنيات التحرير الصحفي، ط2، الدار الخلدونية، الجزائر، 2009، ص 157.

الوقت تؤثر في اتجاه فلسفة موسومة للمجتمع ويطلق على هذا النوع من الرسم الموجه حيث يشغل رغبة الناس في الإستمتاع لتقديم مبادئ واتجاهات مرغوبة داخل المادة الإعلامية الترفيهية.¹

- الوظيفة الجمالية والفنية: الكاريكاتور فن قبل كل شيء، والفن فيما يعرف أنه كل ما هو عمل للإنسان في مقابل إبداع الطبيعة، فالأشكال والخطوط التي تميز الكاريكاتور لها قيمتها الجمالية والترفيهية.²

المبحث الثاني: أسس المعالجة الإعلامية للأزمات

المطلب الأول: أهمية البعد الإعلامي في الأزمات

1. أهمية البعد الإعلامي في الأزمات:

تتعاظم أهمية البعد الإعلامي في إدارة الأزمة في الزمن المعاصر بسبب تصاعد الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في المجتمع من خلال تقديم المعلومات وشرح الأحداث وبناء الوثام الاجتماعي وتخفيف حدّة التوتر والقلق، ومن ناحية أخرى بسبب الإندفاع الجماهيري نحو هذه الوسائل لإشباع نهمها وتعطشها للمعرفة والوقوف على تطورات الأحداث عند حدوث الأزمات، ويلاحظ أن دراسات الأزمة من المنظور الإعلامي قد تشكلت ملامحها في إطار تناول وسائل الإعلام وبالتحديد التغطية الخيرية للأزمات ذات الصبغة السياسية حيث ركزت على الصراعات العرقية وحوادث العنف والإرهاب والأزمات السياسية الداخلية والحروب الأهلية، وذلك بالتركيز على منهج دراسة الحالة، وقد تناولت بعض الدراسات دور الإعلام في إدارة الأزمات الداخلية (بيئة اجتماعية، واقتصادية) بالتركيز على دور وسائل الإعلام أثناء وبعد حدوث الأزمة كأحد مكونات استراتيجية مواجهة الأزمات، ويترتب على ذلك عدة حقائق ينبغي وضعها في الإعتبار عند إدارة الأزمة الإعلامية وهي:³

- أن الإعلام هو خط إلتماس الأول للتعامل مع الأزمة منذ مراحلها الأولى، بعكس البحث أو الكتاب أو الفيلم الذي يحكم طبيعته يحتاج لزمان أطول للتعرض للأزمة ومعالجتها.

- تصبح وسائل الإعلام طرفا فاعلا في المستويات المختلفة لإدارة الأزمة حيث يتوارى في الكثير من الأزمات الدور السياسي أو الدبلوماسي.

- تجذب الأزمة بمجرد حدوثها اهتمام وسائل الإعلام وبالتالي تجذب اهتمام الرأي العام.

- التغطية الإعلامية للأزمة تمثل حالة استثنائية في العمل الإعلامي حيث تستنفر كل وسيلة إعلامية طاقاتها وتحشد كل جهودها لمتابعة الحدث.

¹ - فتح الباب عبد الحليم، ابراهيم حفظ الله: وسائل التعليم والإعلام، عالم الكتب، مصر، دس ص ص 76، 75.

² - ساعد ساعد: فنيات التحرير الصحفي، مرجع سابق، ص 157.

³ - سهام الشجيري: البناء الإعلامي للأزمات، إشكاليات العرض والتناول، ط 1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2018، ص

وتكمن أهمية البعد الإعلامي للأزمات في الأسباب الآتية:¹

- تعدد وسائل الإعلام وقوة تأثيرها: إذ يتميز الإعلام المعاصر بالكثافة والتنوع مما أدى إلى شدة المنافسة فيما بين وسائل الإعلام للإستئثار بالفرد، وتزايد جهودها لتقديم رسائل مبتكرة ومتطورة وجذابة، قادرة على أن تنافس، وأن تصل وأن تؤثر.

- تزايد دور وسائل الإعلام في تكوين المعارف والقيم: إذ أن وسائل الإعلام هي الأساس لتكوين معارف وقيم وآراء الناس، وبالتالي لتحديد اتجاهاتهم ومواقفهم ومن ثمة سلوكهم.

- المناخ السيكولوجي (النفسي) للأزمة: الأزمة موقف استثنائي معقد، يخلق مناخا نفسيا يحوطه التوجس والتوتر، ويتميز بالسمات الآتية:

أ. الإحساس بنوع من التوتر والخوف كرد فعل لعنصري التهديد والخطر المصاحب للأزمة، مما يشد إنتباه الفرد، ويستدعي استجابات وردود أفعال، مما يبرز الحاجة للأمن والإحتواء.

ب. البحث عن إجابة للسؤال المحوري...ماذا حدث؟ والتعطش المصاحب له لمزيد من المعلومات والأخبار لماذا حدث؟ وماذا تم من جهود؟ وهل توقف الحدث الأزموي أم مازالت تداعياته في تصاعد؟

ج. ضعف مقاومة الناس، مما يؤدي إلى التأثر بأية أقوال أو مواقف أو رسائل إعلامية مغرضة أو غير واعية.

د. تزايد التعرض لوسائل الإعلام (مقروءة، مسموعة، ومرئية)، محلية ودولية، كما تصبح الأزمة موضوع مناقشات وحوارات الأفراد.

المطلب الثاني: التطور التاريخي لبحوث إعلام الأزمات

شكلت الأزمات على اختلاف أنواعها خاصة منذ بداية النصف الثاني من القرن الماضي إلى غاية يومنا هذا مادة خصبة لمختلف وسائل الإعلام وأصبحت تحظى بتغطية على نطاق واسع من قبل هذه الوسائل التي تسعى جاهدة لإرضاء جمهورها المتابع للأزمة وتطوراتها، وهو ما أدى إلى بروز العديد من البحوث العلمية في مجال إعلام الأزمات التي لاقت اهتماما واسعا من قبل الباحثين في هذا المجال.

ورغم حداثة مفهوم إعلام الأزمات إلا أنه يعد أحد المجالات البحثية التي نالت اهتمام الباحثين والمختصين الإعلاميين، حيث ترجع البداية العلمية الجادة لدراسة أدوار ووظائف الاتصال والإعلام أثناء الأزمات إلى الستينات من القرن العشرين، إذ تنبه الباحثون الأوائل إلى دور وأهمية الإذاعة في نقل رسائل التحذير من الكوارث، وركزت البحوث على عملية تصميم رسائل التحذير وخصائصها والعقبات التي تواجهها سواء استخدمت على الإذاعة أو

¹ - حمدي شعبان: الإعلام الأمني وإدارة الأزمات والكوارث، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، القاهرة، 2005، ص 132-133.

التلفزيون، لكن أغلب هذه البحوث لم تهتم بمجمل الإتصال الجماهيري خاصة في مرحلة ما قبل وما بعد انفجار الأزمة.¹

وفي أواخر الستينات من القرن الماضي ظهر عدد محدود من بحوث إعلام الأزمات والكوارث التي أجريت في مراكز بحوث الأزمات والكوارث ومراكز الرأي العام في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا واليابان، بينما ظهرت محاولات فردية لتحليل الجوانب المختلفة لإعلام الأزمات والكوارث حيث أعد 'إيفال ويليام' 'Evell Williams' عام 1953 رسالة ماجستير تضمنت تحليل مضمون لصحيفة نشرت رسائل وتقارير عن إعصار ضرب أحد المدن الأمريكية، وقد قام "هاري مور" Harry Moore بإعادة شرح وتحليل المواد الصحفية التي قام ويليامز بتحليلها عن نفس الكارثة.

وحسب "فيرتا تايلور" Virta Taylor فإن الباحثين الأوائل قد أخفقوا في إدراك الدور المزدوج للإعلام في وقت الأزمات، فوسائل الإعلام تقرر الأحداث وتنقل الوقائع وفي الوقت ذاته تعمل كمنظمات رئيسية في التحضير والإستعداد والإستجابة للأزمات، والملاحظ أن أغلب البحوث والاستخدامات الرائدة لإعلام الأزمات قد اهتمت بدور وسائل الإعلام في استخراج التقارير الأولية عن الأحداث وإبراز التقارير السلبية عن الأزمات، وهو ما طرح إشكالية مدى دقة ما تنقله وسائل الإعلام عن الأزمات.²

أما سنوات الثمانينات والتسعينات فقد شهدت زيادة مطردة وسريعة في بحوث واستخدامات إعلام الأزمات على المستويين المحلي والعالمي، كما ظهرت بحوث عبر ثقافة مقارنة لمواقف وتوجهات الإعلام أثناء الأزمات خاصة الإعلام الأمريكي والياباني، وما يلاحظ هنا هو أن البحوث التي ركزت على الصحافة كانت أكثر من البحوث التي أجريت على الإذاعة والتلفزيون، كذلك فإن الأطر النظرية لإعلام الأزمات والكوارث كانت محدودة للغاية وتكاد تكون امتدادا طبيعيا لما هو سائد في نظريات ونماذج التأثير الإعلامي.³

وبالرغم من زيادة الإهتمامات النظرية والعلمية بإعلام الأزمات، إلا أن الإهتمام بهذا المجال في الوطن العربي عامة ما يزال محدودا للغاية ويمثل بدايات رائدة تحتاج إلى مزيد من البحث والدراسة من جهة، والربط بين المجال النظري والعملي من جهة أخرى، وكل هذا راجع ربما إلى وجود عقبات عديدة تواجه تطور مثل هذه البحوث واستخداماتها، غير أن الإرتفاع المستمر في عدد ونوعية الأزمات من جهة وتطور تكنولوجيا الإعلام والإتصال من جهة أخرى قد دفع إلى زيادة الإهتمام ببحوث إعلام الأزمات، وفتح مجالات جديدة أمام الباحثين، وأكثر من هذا فهو يثير إشكالات عديدة خاصة بعد تطور وسائل وفنون التغطية الإعلامية لوسائل الإعلام والاتصال، بحيث يصعب إخفاء المعلومات عن رجال الإعلام.⁴

¹ - محمد شومان: الإعلام والأزمات مدخل نظري وممارسات عملية، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002، ص 127

² - قدرى علي عبد المجيد: اتصالات الأزمة وإدارة الأزمات، دار الجامعة الجديدة، د.ط. القاهرة، 2008، ص 182.

³ - محمد شومان، المرجع السابق، ص 128.

⁴ - المرجع نفسه، ص 128.

المطلب الثالث: مظاهر المعالجة الإعلامية للأزمات

تتحدد لأزمة الإعلام مظاهر عدة "تعد قرائن قاطعة وشهادات إدانة للممارسات الإعلامية التي يغلب عليها حرب الكلمات" بينما يفترض أنها ممارسة مسؤولة تسهم في حل المشكلات لا تعقيدها، وإنهاءها لا استمرارها وتراكمها، ومن أهم هذه الظواهر:¹

1- التطفيف الإعلامي: والذي يشير إلى تجزئية معينة في نقل الحقائق، وانتقائية متعمدة للقضايا والموضوعات والمواقف والنتائج حسب المصلحة.

2- إعلام المبالغة والتهويل: وهو جزء من نظام إعلامي يعتمد على خطوط المبالغة والكذب، وفيه تظهر المبالغات والتناقض قبل وبعد المشكلة أو الأزمة.

3- الحجر الإعلامي والتعتيم على الآراء المخالفة: وذلك في سياق إحتكار المعلومات لصالح جهات محددة.

4- التبعية الإعلامية: سواء بالنسبة للسلطة، أو للنظام الإعلامي الدولي وفق علاقات القوى والسيطرة على مصادر المعلومات.

5- عيوب التشخيص الإعلامي: الذي يتعامل مع الأشخاص والزعامات على حساب القضايا الأساسية، إلى عدم التوازن بين أدوار ووظائف الصحافة.

6- الخلل في المراحل المختلفة في حدوث وتطور المشكلة أو الكارثة، إذ تركز جهود الإعلام عادة على مرحلة احتواء الأضرار أو مواجهة المشكلة، بينما يقل الإهتمام ببقية مراحل وأطوار المشكلة والكارثة خاصة مرحلة استعادة النشاط والتعلم.

7- الإعلام يصنع الحروب: إن استخدام وسائل الإعلام حديثا بشكل متطور في صناعة الحروب، عن طريق خلق الذرائع وتركيب الواقع، والتضليل الإعلامي، وحجب المعلومات، أو امتصاصها إلى جانب الفعل الدعائي في بناء صورة إيجابية للذات، وأخرى سوداوية مصنعة للعدو.

إن التعامل مع الأزمات مهمة صعبة، تحتاج إلى خبير ماهر للتعامل معها، وعلى من يقع عليه هذا العبء، التعرف والإحاطة بطبيعة الموقف الأزمو، وحدود التحديات التي يفرضها هذا الموقف، والتي يمكن تحديدها فيما يلي:²

¹ سيف الدين عبد الفتاح: حرب الكلمات في أحداث الخليج، أزمة الإعلام وإعلام الأزمة، صياغة أولية، المؤتمر السنوي الخامس للبحوث السياسية، مركز البحوث والدراسات السياسية، جامعة القاهرة، 14-16 ديسمبر 1999، ص 37-40.

² حمدي شعبان: مرجع سبق ذكره، ص 121-122

- وجود مجموعة من القوى ذات الاتجاهات الضاغطة على الكيان الإداري ومنتخذ القرار، وغالبا ما تشكل تيارا من الضغط الرهيب نفسيا، أو ماديا أو اجتماعيا، أو إنسانيا، حتى يبلغ ذروة تصاعده، محققا أهدافه، ثم ينحصر تدريجيا بعد أن يكون قد حطم ودمر كل ما استهدفه
- يشكل هذا التيار الضاغط تهديدا أساسيا لمصالح الكيان الإداري، ويكون في الوقت ذاته مصدر خوف ورعب وهلع شديد، مع استمرار ضغطه وتتالي تداعياته.
- ان تخرج متطلبات معالجة الموقف عن مكنات الوسائل المعتادة في مواجهة المشكلات والمواقف الحرجة الأخرى، ويحتاج إلى استخدام وسائل غير عادية، بل والإستعانة أحيانا بقوى خارجية من أجل المساعدة في حل الأزمة.

وتحدد ادبيات إعلام الأزمات عدة إستراتيجيات للتعامل والتناول الإعلامي تستخدم خلال الأزمات للتصدي للشائعات، وهي على النحو الآتي:¹

- 1- إستراتيجية التركيز: ويقصد بها استخدام وسائل إعلامية متعددة لتوصيل رسائل إلى جماهير منتشرة في مناطق جغرافية بعيدة، ولا تستخدم إلا في حالة توافر إمكانيات وموارد كبيرة تسمح باستخدام أكثر من وسيلة.
- 2- الإستراتيجية الديناميكية - النفسية: وتعتمد على فرضيات ومساهمات علم النفس فيما يتعلق بالمتنبه والإستجابة عند الفرد، وتفتتح التركيز على عوامل إداركية أو عاطفية للتأثير في الفرد والجماعة، وتحقيق إستتمالات عاطفية أو إثارة إنفعالات ومخاوف، وقد أدخلت عليها تحسينات ركزت على أهمية الاعتقادات والاتجاهات والنوايا السلوكية، والسلوك فيما يتعلق بالإقناع.
- 3- الإستراتيجية الثقافية الاجتماعية: تفتتح هذه الاستراتيجية تقديم رسائل إعلامية مقنعة تحدد أو تعيد تحديد المتطلبات الثقافية وقواعد السلوك لدى الأفراد والجماعات داخل المجتمع، بحيث يؤدي إلى تعديل في السلوك الاجتماعي، والفكرة الأساسية لها هي أن سلوك الفرد تسيطر عليه توقعات وضوابط اجتماعية داخل النظم الاجتماعية، وبالتالي فإن إقناع الفرد يأتي عبر إحداث تعديل في الضوابط الاجتماعية والثقافية داخل المجتمع وإعادة صياغتها.
- 4- إستراتيجية بناء المعاني: تفترض هذه الاستراتيجية أن التأثير الإعلامي أو الإقناع يحدث عندما تنجح وسائل الإعلام في تعديل المعاني والصور، والرموز المحيطة بالإنسان وإكسابها معاني جديدة وتنطلق هذه الإستراتيجية من التسليم بأن وسائل الإعلام تخلق صوراً زائفة عن العالم في أذهان الناس، لكنهم يتعاملون بناءً على هذه الصور والرموز، وبالتالي فإن من المهم لتحقيق الإقناع تعديل أو تغيير هذه الصور والرموز.

¹ - عادل صادق محمد: الصحافة وإدارة الأزمات: الصحافة وإدارة الأزمات، مدخل نظري تطبيقي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص 31، 32.

5- استراتيجية الاتصال الوقائي: تتميز الاستراتيجيات السابقة بأن لها طابع دفاعي، من هذا برز التفكير في أهمية وضع إستراتيجية وقائية تستخدم كافة وسائل الإعلام من أجل توعية المواطنين بمفهوم الشائعات والظروف المرتبطة بنشأتها وتطورها والمخاطر الناجمة عنها، وتهدف هذه الاستراتيجية إلى تحقيق أهداف تربوية على المدى البعيد، مع بقاء المجتمع ومؤسساته في حالة وعي ويقظة بمناخ الشائعات وأساليب ترويجها.

كما اتفقت الأدبيات العلمية في مجال التناول الإعلامي للأزمات، على تحديد بعض إستراتيجيات التناول الإعلامي التي تستخدم في مواجهة الأزمات، وهي على النحو الآتي:¹

- إستراتيجية الكتمان والتحفظ: وتقوم هذه الاستراتيجية على رصد محاولات الأطراف الخارجية للحصول على المعلومات.

- الاستراتيجية القانونية Legal: وتقوم المعالجة الإعلامية فيما على الاستعانة بأراء الخبراء والمستشارين القانونيين للدولة، وتتمثل في ذكر أقل معلومات وإنكار الاتهامات الموجهة للدولة لتحويل المسؤولية لجهة أخرى.

- إستراتيجية الاستجابة والدفاع Respond and Defend: وتقوم هذه الاستراتيجية على إعداد دفاع يتضمن معلومات حقيقية يقوم به المتحدث الرسمي للدولة سواء بإسم وزارة الخارجية، أو الديوان الرئاسي أو الملكي، بالاستعانة بأراء وخبرات كافة المستشارين المعنيين بالأزمة.

- إستراتيجية الدفاع الهجومي Attacks defenses: وفيها تقوم وسائل الإعلام باستغلال الأزمة لخلق رأي عام إيجابي يساند الدولة وموقفها وطريقة إدارتها للأزمة.

المطلب الرابع: محتوى الرسالة الإعلامية في تغطية الأزمات

يطرح الدكتور "محمد قيراط" تساؤله بشأن الموضوعية والحياد في تغطية الأزمات مشيراً إلى أنه في وقت تنتشر فيه الأزمات بمختلف أنواعها وأشكالها وفي مختلف مناطق العالم، وفي ظروف صعبة يسودها التعقيم والتضليل والأفكار المسبقة وصراع الثقافات والحضارات وإقصاء الآخر، يتساءل الفرد في المجتمع عن مصداقية ما يشاهده ويسمعه ويقراه، أين هو الحياد والموضوعية والأخلاق في تغطية وسائل الإعلام لما يجري في أنحاء العالم العديدة؟، هل تتحول وسائل الإعلام في زمن الحروب والأزمات إلى آلات لإثارة الفتنة والتهويل والتضخيم والتسييس، بدلا من توعية الرأي العام؟، هل صحيح أن منطلق الحرب يقوم على أن "الحرب بدون تلفزيون ليست حرب"؟، وهل أن غوبلز على حق عندما قال: "اكذب ثلاث مرات ففي المرة الثالثة ستصدق كذبتك"؟، وكيف تتعامل وسائل الإعلام مع الأزمات المختلفة؟ وهل أداؤها في هذه الظروف يختلف عن أدائها في الأوقات العادية؟، هل تكتفي وسائل الإعلام بتغطية الأزمة أم تسعى إلى تقديم حلول حولها؟ أم أنها تسييسها وتستغلها لتحقيق أهداف ومصالح معينة؟، هل تواجه المؤسسات الإعلامية ضغوطا معينة عندما تتعامل مع الأزمات؟ هل هناك قرارات أخلاقية يلجأ القائمون على

¹ - المرجع السابق نفسه، ص ص 29-30.

المؤسسات الإعلامية إلى اتخاذها نظرا للرهانات والانعكاسات العديدة التي تتميز بها كل أزمة؟، وتتوفر مجموعة عناصر للتغطية الخيرية للأزمات يمكن توضيحها كالآتي:¹

- فورية نقل الحدث بما يساعد في فهم الأزمة وأسبابها وآثارها.
- الإهتمام بمضامين التقارير والتحليلات والتعليقات الخيرية حول تفصيلات الأزمة.
- أهمية اعتماد المادة الوثائقية المصاحبة للتغطية التلفزيونية على وجه الخصوص، وبما يفسر أسباب وأبعاد الأزمة وكيفية التعامل معها.
- تجنب حالة حجب المعلومات أو إخفاءها بحيث تكون وسائل الإعلام قادرة على جعل الصلة وثيقة بين صانعي القرار في الأزمة، ومع المتعاملين معها أو المسؤولين عنها وبين الرأي العام.
- إمكانية الوصول إلى موقع الأحداث لإجراء الحوارات واللقاءات مع شخوص الأزمة مثل المسؤولين عنها والشخصيات الرسمية والخبراء والمفكرين لمساعدة الرأي العام في تكوين رأي واضح إزاء الأزمة.
- تحديث الصورة التلفزيونية من أجل تشويق المشاهد وجذبه للتغطية التلفزيونية وهو ما يفضله المتلقي بشكل عام.
- مجابهة الأزمة يعد في كثير من الأحيان أمرا مصيريا، لأنها قد تمثل تهديدا للحياة الإنسان وممتلكاته، ومقومات بيئته، وقد تتطلب هذه المواجهة أنماطا غير تقليدية وخروجا عن التنظيمات المألوفة تمكن من استيعاب ومواجهة الظروف الجديدة المترتبة على التغييرات الفجائية.
- أزمة النظرية الإعلامية في تفسير سلوك الصحفيين والمؤسسات الإعلامية، فعلى عكس الظروف العادية والطبيعية، تواجه التغطية في زمن الحروب والأزمات رهانات وتحديات عديدة، وتصبح الممارسة الإعلامية جزءا لا يتجزأ من الحرب نفسها.
- التنافس في نقل الأخبار وما من شك في إن وقوع تلك الأزمة يعطي لوسائل الإعلام فرصة التنافس في نقل الأخبار لأن التغطية الإعلامية للأزمات تمثل حالة استثنائية في العمل الإعلامي.
- التغطية الإعلامية للأحداث والأزمات تمثل حالة استثنائية في العمل الإعلامي، إذ تستنفر الوسيلة الإعلامية كل طاقاتها، وتحشد كل جهودها لمتابعة الحدث وتقديم تقارير حية عن وقائعه ومستجداته، وهذه الحالة

¹ - نقلا عن: إسماعيل إمام: الصحفي المتخصص، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000، ص ص 26، 25. وأيضا: حنان يوسف: الفضائيات العربية وإدارة الأزمات، معالجة الفضائيات العربية لأزمة العراق (حالة احتلال بغداد) دراسة مسحية مقارنة، ضمن كتاب الفضائيات العربية ومتغيرات العصر، أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005، ص 392

الاستثنائية التي تعيشها وسائل الإعلام في تغطيتها للأزمات كانت مجال بحث ودراسة من قبل الباحثين والمتخصصين في الإعلام بشكل عام، والإعلام السياسي بشكل خاص، وأصطلح على تسمية هذه الدراسات بـ: إعلام الأزمات، ذلك لأن هذه الدراسات تتناول الوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام أثناء تغطيتها لمثل هذه الأحداث، ومعوقات التغطية الإعلامية من امتناع المؤسسات أو رقابة الحكومات على المعلومات.¹

وتركز بعض الدراسات الإعلامية المتخصصة في إعلام الأزمات على تحليل المراحل التي تمر بها التغطية الخبرية للأزمات وهذه المراحل هي:

- مرحلة التغطية العشوائية: أي أن الوسيلة الإعلامية لم تصل بعد إلى مستوى التنسيق المتكامل والسبب هو أن الأزمة ما تزال في مراحلها الأولى.

- مرحلة التعبئة المنظمة: وذلك بعد أن تعرف وسائل الإعلام أهمية الأزمة توجه مجموعة من الفنيين والإعلاميين إلى موقع الحدث للعمل على بث الأخبار أولاً بأول والتعليق عليها وتصل التغطية الإعلامية فيها إلى أعلى درجات التنسيق المنظم.

- مرحلة التكيف مع الواقع ما بعد الأزمة: وفيها تضع وسائل الإعلام إستراتيجية جديدة تتناسب مع ما آلت إليه الأمور في مجتمع الأزمة، وتعمل على المشاركة ببلورة المفاهيم الجديدة للمتغيرات وتقريبها للرأي العام ومساعدته على تقييمها.

رسالة الأزمة متعددة ومتنوعة، إذ أن لكل رسالة وسيلة تناسبها، وأن الوسيلة والرسالة لا بد أن يتناسبا مع طبيعة الجمهور والهدف المرجو من الاتصال وظروف القائم بالاتصال وإمكانياته، كما لكل رسالة وسيلة تقدر على تحريك الجمهور تجاه بعض التغييرات في الاتجاه والسلوك، وقد أشارت بعض الأبحاث إلى القدرة الإقناعية لوسائل الإعلام، وذلك بالتأكيد على أن ظهور وسائل جديدة لا يقلل من استعمال الوسائل السابقة، وأن الأشخاص الذين لديهم اهتمامات معينة بموضوع ما فإنهم يتتبعون هذا الموضوع في الوسيلة التي تقدم لهم المعالجة الكاملة أو الوسيلة التي اعتادوا عليها والوسائل الأخرى، وأن الاستجابات للوسائل تختلف طبقاً لمستوى التعليم وأن التأثير الشخصي بشكل عام أكثر قدرة على الإقناع من أية وسيلة من وسائل الإعلام.²

هناك شروط ومعايير عامة متفق عليها ومعروفة فيما يتعلق بإعداد رسالة إعلامية فعالة وقت الأزمات أهمها:³

¹ - حمدي شعبان: مرجع سبق ذكره، ص 249.

² - محمد عبد الوهاب، وحسن عشاوي: دور الصحف في إدارة الأزمات الأمنية، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، القاهرة، 2008، ص 78

³ - حمدي شعبان، مرجع سبق ذكره، ص 245-246

- إشباع احتياجات الجمهور المستهدف: حيث أن تحديد الجمهور المستهدف بالبرنامج الإعلامي يعد خطوة ضرورية وشرط لنجاح أي برنامج إعلامي، لأن معرفة فئات وخصائص الجمهور تساعد في تحديد الوسيلة المناسبة والبرامج أو الرسائل الإتصالية التي تلبى احتياجات الجمهور، ومن الضروري أن يحرص القائم بالاتصال عند تصميم الرسالة على إشباع احتياجات الجمهور سواء كانت مادية أو معنوية، منطقية أو عاطفية، لأن الجمهور سينصرف عن رسالتك الإعلامية إذا لم يجد فيها ما يشبع احتياجاته.
- مصداقية المصدر: يندرج في هذا الإطار طبيعة المصدر سواء كان شخص أو وثيقة ذات طابع رسمي أو غير رسمي، ومدى الثقة في المصدر في ضوء الخبرات والتجارب السابقة.
- الحديثة أو الفورية: يقصد بها نقل الحدث أو الواقعة فور حدوثها وفي أسرع وقت ممكن، والثابت أن هذه القاعدة هي مجال المنافسة بين الإعلاميين حيث يسعى كل منهم إلى تحقيق السبق الإعلامي أو الإنفراد بنشر الحدث أو الواقعة.
- الدقة والموضوعية: يتفق الباحثون والممارسون على أهمية توخي الدقة والموضوعية في نقل الأخبار والأفكار والتصريحات، والبعد عن المبالغة والإلتزام بالحياد عند نقل قضايا أو موضوعات يدور حولها جدل وصراع.
- إبراز الجوانب الإنسانية: وتعني التركيز على الحاجات والمطالب الإنسانية وإثارة النزعة الإنسانية من دون إثارة أو مبالغة أو إستغلال لأحزان ومعانات البشر أثناء مواجهة الجرائم أو الأزمات والكوارث أو الحروب.
- الجاذبية والتشويق: أن يتوافر في البرنامج الإعلامي عناصر جذب انتباه الجمهور المتلقي من خلال تقديم خبر جديد أو معلومة أو فكرة أو خبرة جديدة، مع صياغة عناصر ومكونات البرنامج بأسلوب منطقي تتوافر فيه عناصر التشويق بحيث يهتم به الجمهور المستهدف ويحرص على متابعتة.
- الوضوح والضمنية: بحيث يكون البرنامج واضحاً ومحدداً ومنطقياً، مع إبراز النتائج والأهداف، اعتماداً على الأدلة والحجج المنطقية أو ما يعرف بمسار البرهنة، أي الحرص على تقديم ما يبرهن على صحة النتائج أو التوصيات المتضمنة في البرنامج الإعلامي، إذ هناك تعدد وتنوع الأدلة والبراهين فهناك براهين دينية، عقلية، تاريخية، وسياسية...إلخ.
- استخدام الاستمالات العاطفية: إذا كان من الضروري الإعتماد على المنطق والبراهين العقلية، فمن الممكن استخدام الإستمالات العاطفية، وتتضمن أحياناً الترغيب، أو التخويف، وإثارة مشاعر عاطفية ترتبط بالحس الإنساني.
- تكرار المضمون مع تنوع الشكل: إذا كانت هناك فكرة أو موضوع مهم يركز عليه البرنامج، فإنه من المناسب الإهتمام به، وتكرار عرضها أو نشرها مع مراعات تنوع الأشكال بحيث لا يصاب المتلقي بالملل.

- الإعتقاد على الصورة والرموز: في عالم أصبحت فيه الصور والرموز تشكل معاني الأشياء وتحدد ملامح العالم الخارجي، والعلاقات بين الأشياء يكون من الضروري الإعتقاد في تصميم وتنفيذ البرامج الإعلامية على الصور والرموز الموحية، والتي تلخص وتكثف المعاني والمشاعر وتخلق عالم من الدلالات والرموز.

- مراعات الوقت أو المساحة ومدى توافر الإمكانيات المادية والبشرية: ويشتمل هذا العنصر على العديد من العناصر الفرعية التي تؤثر في القواعد المهنية، وعلى إعداد وتنفيذ البرامج الإعلامية، فقد تتوافر الإمكانيات المادية والعناصر البشرية المدربة إلا أن الوقت المتاح يكون محدودا، أو تتوافر الإمكانيات المادية ولا توجد الكوادر البشرية المدربة.

- مراعات ردود الأفعال: إذ أن الإستجابات الفردية للتحديات الناتجة عن الأزمات تكون "شخصية تماما" ولهذا يصعب التنبؤ بها تماما، حيث يكون من الصعب التحكم في المشاعر وقت الأزمة.

المطلب الخامس: دور الإعلام قبل، أثناء، وبعد حدوث الأزمة

يمر التناول الإعلامي للأزمات بثلاث مراحل يلعب الإعلام فيها دورا محددًا في كل مرحلة¹:

1- مرحلة نشر المعلومات أو مرحلة التغطية العشوائية: حيث تكون الأزمة في مراحلها الأولى على الإعلام مواكبة رغبة الجماهير في مزيد من المعرفة واستجلاء الموقف عن الأزمة ذاتها وآثارها وأبعادها.

2- مرحلة تفسير المعلومات: تقوم وسائل الإعلام في هذه المرحلة بتحليل عناصر الأزمة والبحث في جذورها وأسبابها ومقارنتها بأزمات أخرى مماثلة، وهنا تفسح وسائل الإعلام المجال أمام كل من يساعد على استجلاء الحقائق وتوضيحها سواء من مواد إيضاحية مفسرة أو من تحليلات وآراء للخبراء وكذلك لموقف المسؤولين وصانعي القرار تجاه الأزمة واحتواء آثارها.

3- المرحلة الوقائية: وهي مرحلة ما بعد الأزمة وانحسارها، حيث لا يتوقف دور وسائل الإعلام على مجرد تفسير الأزمة والتعامل مع عناصرها، بل يجب أن يتخطى الدور الإعلامي هذا البعد لتتقدم وسائل الإعلام للجماهير طرق الوقاية وأسلوب التعامل مع أزمات مشابهة.

إلا أن وسائل الإعلام الجماهيرية باتت تتبع مرحلة واحدة من هذه المراحل وهي نشر المعلومات وقت حدوث الأزمة وأهملت المراحل الأخرى والتي تعتبر من أهم المراحل خاصة الأولى، والتي تنبئ بوقوع الأزمة أو الكارثة وقد تمنع حدوثها في حال تم تسليط الضوء عليها ومعالجتها بشكل جيد.

وتتنوع وسائل الإعلام الجماهيرية بين المقروءة والمرئية والمسموعة وترتفع نسبة إعتقاد الجمهور على وسيلة دون أخرى وقت الأزمات، إلا أن الباحثين في مجال إعلام الأزمات يجمعون على أن الوسيلة الإعلامية المقروءة تتميز

¹ - هويدا مصطفى: الإعلام والأزمات المعاصرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، مصر، 2009، ص 23.

بأن لديها الوقت الكافي للتفكير في أفضل الطرق التي تنشر بها المعلومة وقت الأزمة بعكس الوسائل الأخرى التي هي بحاجة لتغطية الأزمات بطريقة عاجلة، وينطلق إعلام الأزمات من إستراتيجية إعلامية واضحة المعالم تعتمد على التخطيط الإعلامي والتنسيق بين المؤسسات الإعلامية، لتوحيد الجهد الإعلامي وإنتاج رسائل إعلامية واتصالية متوافقة في إطارها العام من منطلق التعامل الإعلامي مع الأزمات الذي لا يقتصر على نشر معلومات وإنتاج رسائل إعلامية بمضامين مختلفة، وإنما من خلال التركيز عليه كنظام إعلامي متكامل تشترك كافة الوسائل الإعلامية المتاحة في تجسيده كل حسب طاقته وقدرته وإمكاناته المتوفرة ونطاقه الجغرافي، فإعلام الأزمات هو تفعيل دور وسائل الإتصال والإعلام في التحذير من الأزمات المتوقع حدوثها، واحتواء الآثار السلبية لتلك التي حصلت فعلا، مع المحافظة على توفير البيانات والمعلومات للجماهير بالقدر الكافي مع ضرورة الأخذ بالاعتبار وضع أسس للتغطية الإعلامية للأزمات.

هناك نوعان من المعالجة الإعلامية للأزمات جاءت كما يلي:

1- **المعالجة المثيرة:** التي تستخدم تغطية تميل إلى التهويل والمعالجة السطحية، والتي ينتهي إهتمامها بالأزمة بإنهاء الحدث، وهي معالجة مبتورة تؤدي إلى التضليل وإلى تشويه وعي الجمهور، وتعد هذه المعالجة استجابة لما تفرضه اعتبارات السلطة في بعض الأنظمة أو احتياجات السوق الإعلامية، التي تقوم على اساس التركيز على الوظائف التسويقية للإعلام، دون النظر إلى الوظائف التربوية والثقافية.

2- **المعالجة المتكاملة:** وهي المعالجة التي تتعرض للجوانب المختلفة للأزمة (مواقف الأطراف المعنية، الأسباب، السياق، التطورات، الآفاق)، تتسم هذه المعالجة بالعمق والشمولية والمتابعة الدقيقة، التي تحترم موضوعها ومتلقيها، وتستخدم من أجل تحقيق ذلك من خلال أحد الأسلوبين الآتيين:¹

- **النمط العقلي:** وهو الذي يقوم على أساس تقديم المعلومات الصحيحة والموثقة، والإنطلاق من المستوى الواقعي لوعي الجماهير، وربط المعالجة بمصالح وإهتمامات الجماهير.

- **النمط النقدي:** وهو الذي يوم على أساس تقديم المعلومات مع محاولة إشراك الجمهور المتلقي، والإنطلاق من المستوى الواقعي لوعي الجماهير، وإعطاء صورة كاملة تتسم بالوضوح والإتساق والشمولية، لمختلف جوانب الأزمة، وتقديم تاريخ وسياق الأزمة، وكذلك تقديم آفاق تطورها، وهي تراعي في ذلك كله المستويات المختلفة للجمهور، والإعتماد على كوادر إعلامية مؤهلة ومعروفة.²

¹ - سهام الشجيري، مرجع سبق ذكره، ص 251.

² - نقلا عن: Doris, Graber: Mass media and american politics, New York, Longman, 1989, pp311-315. وكذلك: أديب

خضور: الإعلام والأزمات، مرجع سبق ذكره، ص 54.

تنعكس أهمية وسائل الإعلام عند مواجهة الأزمة من خلال زيادة اعتماد الجمهور عليها في معرفة تفاصيل تلك الأزمات، فهي تمثل المصدر الرئيسي للمعلومات عن الأزمة لدى الجمهور، وأيضاً في تشكيل اتجاهاته نحو الأزمة وكيفية إدارتها.

وقد أكدت العديد من الدراسات أن الجمهور بكل فئاته يعتمد على وسائل الإعلام كمصادر رئيسية لمعرفة تفاصيل الأزمة، وتظهر أهمية وسائل الإعلام أيضاً في مجال السيطرة على الشائعات التي تنتشر بسرعة بالغة وقت الأزمة، والتي تكون لها أحيانا تداعيات سلبية على إدارة الأزمة، فهي غامضة بطبيعتها ومن الصعب معرفة مصادرها لعدم توافر المعلومات الكافية عن الأزمة.¹

ويتوقف التعامل إعلامياً مع الأزمة على طبيعة الأزمة، ونوعيتها، وحجمها، وطبيعة النظام السياسي السائد، والجماهير المستهدفة، خاصة عند مواجهة أزمة على المستوى الوطني،² ذلك أن الإعلام يقوم بدور رئيسي في تفاعلات الأزمة إيجابياً وسلبياً، وقد تنامي هذا الدور مع الثورة المعلوماتية وانتشار البث الفضائي للدرجة التي جعلت الساسة ومنتخذي القرارات يعتمدون على وسائل الإعلام في تقييم الأوضاع الراهنة وصياغة المواقف والتحركات.³

أ- مرحلة ما قبل وقوع الأزمة:

لكل أزمة تجليات وبؤادر، فلا يمكن أن تحدث أزمة بدون أن تسبقها مؤشرات تدل عليها وتنبأ بوقوعها، ما يجعل أحيانا من إمكانية معرفة مكان وزمان وقوعها أمراً يكاد يكون في المتناول، كما يعد التخطيط لمرحلة ما قبل الأزمة عملية وقائية يمكن أن تجنب نشوب الأزمات المفاجئة أو على الأقل التقليل من تداعياتها إلى الحد الأدنى، ولهذا كان لزاماً على المؤسسة الإعلامية أن تدرك هذه المؤشرات جيداً لتحديد على ضوءها ما يناسبها من أدوار لكي تخرج عن السياق الإعلامي الذي تتبناه وتعمل في حدوده.

ولعل أولى الخطوات التي تمكنها من لعب دورها على أكمل وجه في هذه المرحلة بالذات هي:

- محاولة تحليل واستيعاب الأزمات السابقة المماثلة من خلال الإجابة على بعض التساؤلات المهمة الآتية: ما طبيعة الأزمة الحاصلة؟ ما الذي يحدث بدقة؟ هل لدينا نفس القراءة لهذه الأزمة أم أن هناك قراءات مختلفة؟ هل هناك أزمة أساسية وأخرى ثانوية أم أن ما حدث هو نهاية المطاف؟ كيف تنظر الجماهير لهذه الأزمة؟ كيف تم التعامل معها من قبل إعلامياً؟ ما الذي بدا جيداً أو سيئاً خلال التغطيات الإعلامية السابقة؟

- الإعداد لتغطية الأزمة إعداداً يقتضي إيجاد إجابة مقنعة للتساؤلات الآتية: مانوع القضية التي سوف نقوم بتغطيتها؟ ماهي الموارد والإمكانيات الكفيلة بضمان التغطية الكافية والمناسبة؟ ماهو الطاقم البشري المؤهل

¹ منى صلاح الدين شريف: إدارة الأزمات الوسيلة للبقاء، دار البيان للنشر، القاهرة، 1998، ص 197.

² محمد الشافعي: استراتيجية إدارة الأزمات والكوارث، مركز المحروسة للبحوث والتدريب والنشر، القاهرة، 2001، ص 217.

³ فهد أحمد شعلان: إدارة الأزمات، الأمس، المراحل، الآليات، ط1، مكتبة الملك فهد الوطنية، 1999، ص 118.

لهذا النوع من الأزمات؟ ماهي القنوات الموجودة مع كل الأطراف الفاعلين في الأزمة؟ ماهي أهداف الوسيلة الإعلامية بدقة؟

- معرفة طبيعة المتلقي من خلال معرفة: الخلفيات الفكرية والمشارب الإيديولوجية، التركيبة البشرية والعرقية، المؤثرات السوسولوجية والبيكولوجية، الظروف المحيطة والمؤثرين الفعليين، مدركات الجمهور.

- تحضير خطة عمل واضحة وخطة بديلة في حالة الضرورة بالإعتماد على الخطوات الآتية: توزيع المسؤوليات على العاملين في غرفة الأخبار بشكل دقيق وواضح وعلى أساس تسلسلي، وتكليف أشخاص تتوفر فيهم الإمكانيات والرغبة بمهام إستثنائية تفرضها أحيانا الأزمة، كمتابعة المكالمات الهاتفية الحساسة والطارئة مثلا، أو تنظيم الأخبار وترتيبها حسب الأولويات الخبرية، أو الإشراف على برامج سير المناوبة إذا استمرت الأزمة لعدة ساعات دون استراحة...إلخ.

- تحديد أفضل السبل التي تتلاءم مع نوعية الأزمة الحاصلة للحصول على الأخبار بشكل سريع ودقيق.

- صناعة بنك معلومات يحتوي على قاعدة بيانات دقيقة لكل ما لديه علاقة بالأزمة لتشكيل خلفية واضحة عما يجري وتسهيل الإتصال.

كل هذه الإجراءات المسبقة تسمح لنا من مواجهة الأزمة والتعامل معها بشكل طبيعي وغير مفاجئ، بل والأهم التعامل مع الأفراد بشكل يخفف عليهم وطئتها، ويترك أثر طيب عليهم ويخفف من وقع الصدمة.¹

ويلعب الإعلام دورا بارزا في مرحلة ما قبل الأزمة، كما أنها تمتد إلى مشاركة المجتمع في إدارة أزماته والتصدي لها عند وقوعها، فالإعلام له أهميته في التنبؤ بوقوع الأزمات من خلال دوره الرقابي والوعي والتنقيفي والإخباري وغير ذلك من الأدوار التي تمارس في نطاق ميثاق الشرف الإعلامي ومبادئه، وفي أغلب الأحيان فإن الإعلام يمكنه أن يمارس دورا بارزا في مرحلة ما قبل الأزمة من خلال متابعة الأحداث التي يمر بها المجتمع وعرضها على الجمهور أولا بأول، ومحاولة التنبؤ بوقوع الأزمات من خلال رصد ومتابعة الأحداث التي يشهدها المجتمع، وإجراء إستطلاعات للرأي عما يواجهه المجتمع من أحداث ومشاركة الجمهور في توقعها، وعرض وتحليل الأحداث القائمة ومعالجتها من خلال الاستعانة بالمتخصصين وقادة الرأي من المجتمع، وكشف قضايا الفساد والخلل في المجتمع، كما يقوم الإعلام بدور الإصلاح في المجتمع من خلال تسليط الضوء على الجوانب السلبية في الأداء ومن ثم دفع المسؤولين نحو معالجة أوجه الخلل وتطوير مؤسساتهم وبالتالي الإسهام في تفادي وقوع الأزمات وتحفيز المسؤولين للقيام بتأسيس منظومة متكاملة لإدارة الأزمات.²

¹ - منى صلاح الدين شريف: إدارة الأزمات وسيلة للبقاء، ط1، البيان للطباعة والنشر، 1998، ص 23-42.

² - محمد عبد الوهاب، حسن ع شماوي، مرجع سبق ذكره، ص 96.

وتتطلب معالجة وسائل الإعلام للأزمات **Handling the meadia** ما هو أكبر من مجرد التعامل مع وسائل الإعلام، إلا أنه من المهم أن ندرك أن وسائل الإعلام تمارس الدور الأكبر في تحويل الأزمة إلى فرصة -Crisis opportunity وعلى الرغم من كوننا نمضي أوقات كبيرة من حياتنا في القراءة والاستماع والمشاهدة لما تقدمه وسائل الإعلام، إلا أننا نحتاج إلى الصعود خطوة أخرى تتضمن "تحليل" "Analysing" محتويات وسائل الإعلام، وليس مجرد التعرض لها للحصول على الإعلام والترفيه والتعليم،¹ ويمكن وضع الأطر العامة التي تحدد كيفية التعامل إعلاميا مع الأزمة على النحو الآتي:²

- نوعية وطبيعة حجم الأزمة.
- طبيعة النظام السائد.
- نوعية المنظومة الإعلامية المتوفرة.
- نوعية وحجم الإمكانيات المادية والبشرية المتاحة.
- موقف الدول من الأزمة.
- إتباع استراتيجية لمواجهة الأزمة.
- نوعية الأزمة وحجمها.
- الجماهير المستهدفة خاصة عند مواجهة الأزمة على المستوى الوطني.

ب- خلال وقوع الأزمة:

يمكن أن تصل الوسيلة الإعلامية إلى القيام بدور إعلامي مميز خلال متابعتها لتفاصيل الأزمة إذا التزمت بالخطوط الآتية:³

- المعالجة الحيادية للأزمة من خلال: التفاعل والتفاهم مع مختلف أطراف الأزمة والمتأثرين بها بشكل مباشر أو غير مباشر.
- تحويل بعض صانعي الرسائل الخيرية إلى مصادر مستقلة.
- سرعة التصرف بعيدا عن الإملاءات والضغطات.

¹ - حسن عماد مكاي: الإعلام ومعالجة الأزمات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005، ص 159.

² - أديب خضور، مرجع سبق ذكره، ص 60، وأيضا: محمد محمد الشافعي، مرجع سبق ذكره، ص 217.

³ - د. فيصل فرحي: الأزمات العربية وأزمة الإعلام العربي، مجلة البحوث والدراسات العلمية، جامعة المدينة، المجلد 8، العدد 1، 31 جويلية 2014، ص ص 323-341.

- جمع قدر كبير من المعلومات الدقيقة والفورية الممكنة.

وتثير مسألة الحيادية الكثير من اللغط حول واقعية المفهوم أصلا، وخاصة في هذه الأوقات، التي تكثر فيها الصراعات وتباين خلالها الآراء والمواقف، وتصبح ساحة السجال مفتوحة على مصراعها امام مختلف التيارات والإتجاهات للتعبير عن نفسها وإبلاغ صوتها عبر منابرها الإعلامية، وهو ما يدخل الساحة الإعلامية في عملية إصطفاف وإستقطاب، تنبري خلالها كل وسيلة إعلامية للدفاع عن وجهة نظر الجهة التي تملكها أو توالها.

وإن كان هذا اللغط مقبول، على إعتبار أن الواقع الإعلامي العربي أو حتى الواقع الإعلامي الدولي يكاد يخلو من الحيادية المطلقة، فإن التقيد بالمهنية مطلوب في هكذا أوقات، لأن عملية نقل الأحداث كما تجري في حقيقة الواقع دون تزييف، تشكل إحدى أهم العوامل المساعدة على تجاوز الأزمة، وتجعل من المتلقي هو صاحب القرار الأول والأخير في ما يجري، بل وتمكنه من صناعة القرار بشكل صحيح.

- كبح المشاعر وإبقاءها تحت السيطرة، فالتعاطف لا يعني الإنسياق كثيرا والإنضمام إليه كما لو أنه تقدير وتصديق لتلك العواطف.

- الإبتعاد عن إطلاق الأحكام المبنية على ردود الأفعال فالأشخاص يختلفون في مدى إستجابتهم وتقبلهم للتأثيرات الأولية التي تخلفها الأزمة.

- الإختيار الدقيق للمادة الإعلامية التي يجب أن تنطوي على قدر كبير من التعاطف والإهتمام الإنساني وبث الطمأنينة، فحين يتصور الناس أنهم في ساعات الخطر لابد أن تشعرهم بأنهم موضع الإهتمام ولا بد أن نتأكد أنهم سوف يصدقون المعلومات الصادرة من مصادر خبيرة مستقلة، ومن ثم فالمادة الإعلامية من هذا المنطلق يجب أن تراعي النقاط الآتية:

• تحديد العبارات التي سوف تستخدم والتي يتم استبعادها

• الإبتعاد عن لغة الإقناع وتجنب رسائل الإستمالة.

• عدم الإستثمار السلبي للأزمة ومحاولة إستغلالها لزيادة الإنتشار الجماهيري على حساب القضية في حد ذاتها، وجعل ساحة المعركة فرصة للإغتناء.

ث- مرحلة ما بعد الأزمة:

على الوسيلة الإعلامية الإستمرار بعد إنتهاء الأزمة في رصد التدايعات والإحاطة بإفرازاتها حتى تقل حدتها وتتلشى نهائيا، كما تسهر في ذات الوقت على تقييم الأداء والمتابعة للوقوف عند النقائص، لتتمكن من وضع إستراتيجية مستقبلية واضحة وطويلة الأمد على ضوء ما تم ضبطه من نقائص تحسبا لبداية أزمة جديدة.

ولكي تستطيع الوسيلة الإعلامية تقييم أداؤها عليها الإجابة على الأسئلة الآتية:¹

هل تمت الإستجابة للأزمة بسرعة وفعالية؟ هل تمت تلبية الإحتياجات الضرورية للإحاطة بالأزمة بالشكل الذي يعطي الإنطباع بقدرتها في السيطرة على الأوضاع؟ هل تم العمل وفق المخطط المعد له؟ هل تم إيصال الرسائل الإعلامية للجمهور المستهدف بشكل صحيح؟ كيف تبدو صورة الوسيلة الإعلامية في أذهان الجماهير المتابعة؟ ومع أن الضبط الدقيق للوظائف ووضع الإستراتيجيات المناسبة لكل مرحلة من مراحل الأزمة يجنب الوسيلة الإعلامية الوقوع في الأخطاء، إلا أن هذا لا يعني البتة حصول الهفوات التي غالبا ما تحول دون الوصول إلى تحقيق الأهداف المرسومة بشكل كامل، فهامش الخطأ يجب أن يكون حاضرا في هذا النوع من التغطيات الإعلامية، وتحديد العقوبات المتوقعة ضروري لتجنب حصول الأسوء.

المطلب السادس: معالجة وسائل الإعلام للأزمات الاقتصادية:

استنادا للمدخل الوظيفي لوسائل الإعلام، قسم ستيرجس **Sturges** أنواع المعلومات التي يحتاجها الجمهور خلال الأزمات لثلاث فئات رئيسية:²

1- **معلومات إجرائية: Instructing Informations** تشمل كيفية التعامل مع الأزمة كرد فعل والاجراءات التي ينبغي على الأطراف المعنية اتباعها لحماية أنفسهم ماديًا وجسديًا من الأضرار الناجمة عن الأزمة.

2- **معلومات تكيفية: Adjusting Informations** تختص بمساعدة الأفراد نفسيا على التعامل مع الضغط وعدم التيقن الذي ينتج عن الأزمة، والتعبير عن التعاطف والاهتمام بهؤلاء الأطراف.

3- **معلومات استيعابية: Internalizing Informations** خاصة باعادة ترتيب الاوراق الداخلية وبناء السمعة داخل المؤسسة المعنية بالأزمة لحماية تواجدتها ومستقبلها، وتتضمن استراتيجيات الإنكار والتهوين وإعادة البناء والتعزيز.

أما سكورزينسكا ودايجنان **Scorzynska & Deignan** فقد ميزا بين نوعين مختلفين من الخطاب الاقتصادي في وسائل الإعلام:³

- **المسار العلمي Scientific Business Discourse** : يحتوي على مصطلحات متخصصة ويستهدف بالدرجة الأولى الباحثين والخبراء.

- **المسار الشعبي Popular Business Discourse** : يستهدف كلا من الخبراء وغير الخبراء من المواطنين العاديين.

¹ - المرجع نفسه، ص 330.

² -Sturges, D.L :Communication through crisis, a strategy for an organizational survival, management communication quarterly,7 ,1994, p297-316.

³ -Scorzynska,H ;&Deignan, A : Readership and purpose of the choice of economics Metaphors and sympol,2(12),2006,87-104.

وقد أتاح التنوع الإعلامي الفرص الخاصة بتحقيق المزيد من انخراط المؤسسات الخيرية في الإقتصاد بشكل عام، وأصبح من المتوقع أن يعكس المحتوى الخبري الاهتمامات الاقتصادية والسياسية للصفوة، الذين يمثلون بشكل أو بآخر معظم المصادر التي تعتمد عليها وسائل الإعلام بشكل مباشر للحصول على الأخبار أو التحليل أو التعليق، كذلك يتأثر الإعلام بشكل مباشر بالاقتصاد نتيجة لارتباط ارباحه بالإعلان، ومن ثم فإن المعلنين لا يميلون لتقديم أي دعم مادي لوسائل الإعلام التي تسمح بتقديم برامج أو أخبار اقتصادية من شأنها أن تمثل تهديدا لمصالحهم وأعمالهم.¹

ويؤكد سافورد **Safford** على أن الأزمات الاقتصادية لا يمكن معالجتها إعلاميا من خلال استضافة الخبراء أو المسؤولين الحكوميين فقط، ولكن الأمر يتطلب تكاتف العديد من الجهات في البحث عن حلول وتطبيقها مثل المواطنين وهيئات المجتمع المدني والمؤسسات التعليمية والخيرية وقطاع رجال الأعمال والمؤسسات غير الهادفة للربح، فلا يكفي أن يأتي الخبر عبر الوسيلة الإعلامية ليقرر ما يتعين القيام به، ولكنه يطرح أطرا عامة تمكن مختلف الأطراف المعنية من بناء القدرات الداخلية والاشترك في حل الأزمة والتصدي لها، وذلك إلى جانب تكثيف التغطية حيث تشير الدراسات إلى أن الموضوعات الاقتصادية جاءت على رأس القصص الخيرية التي تعالجها وسائل الإعلام الأمريكية على مدار أربع سنوات متواصلة منذ حدوث الأزمة الاقتصادية العالمية.²

ويتعين على القائم بالاتصال في القسم الاقتصادي أن "يقدم بيانات وأرقام أقل، في مقابل التركيز بشكل أكبر لصالح تفسير المصطلحات والقضايا والخيارات الاقتصادية التي تكمن أمام الجمهور المتلقي، وتبنى مدخل مختلف يضمن ربط الأحداث الاقتصادية بأنشطة الحياة اليومية."³

المطلب السابع: بعض معوقات الأداء الإعلامي أثناء تغطية الأزمات

إن البناء الإعلامي للأزمات يلعب دورا بارزا في إدارتها، وقوة تأثيرها على الجمهور المتلقي، وقدرتها على التأثير في القرار السياسي بمستوياته المختلفة، والضغط على المسؤولين بالمؤسسات على تبني أساليب الإدارة الحديثة، بالرغم من أن هناك عدة معوقات تواجه الصحفيين عند تغطية الأزمات منها:⁴

- 1- الضغوط السياسية التي تفرضها طبيعة الأزمات ونوعها، وامتداد تأثيرها .
- 2- قلة المعلومات المصاحبة لوقوع الأزمات.
- 3- عدم تعاون مسؤولي الاتصال بالمؤسسات مع الصحفيين عند سؤالهم عن أبعاد الأزمة.
- 4- تأثير السياسة التحريرية وثقافة المؤسسة الإعلامية على توجهات التغطية الإعلامية للأزمة.

¹ -McChesney,R :The problem of the media : US communication politics in the 21st centry, New York, Monthly Review press,2004.

² -Safford,S :Why the garden club couldn't save youngstown : the transformation of the rust belt,cambridge , Harvard university press, 2009.

³ -Smith,R : The media economics and education, Business horizons, july-August.1996,p1-4

⁴ - محمد عبد الوهاب حسن عشناوي، مرجع سبق ذكره، ص 97-98.

- 5- أخلاقيات الممارسة المهنية وميثاق الشرف الصحفي عند نقل الأحداث ومدى تعارضها مع سياسة الصحيفة.¹
- 6- ضعف تدريب الصحفيين على إدارة الأزمة وتغطية الأحداث الأزموية ورصد ما يتناسب مع توجهات الرأي العام واهتماماته.
- 7- عدم تفهم الكثير من الصحفيين الإجراءات التي تتخذها الأجهزة الأمنية من حفظ الأمن وقت الأزمات، وتوجيه الاتهامات لها بحجب المعلومات عن الصحفيين والعمل ضد مصالحهم.
- 8- أن الكثير من المراسلين الصحفيين يتعرضون إلى المخاطر التي تصل إلى حد الإغتيالات والإصابات والإختطاف وغيرها من تلك المخاطر.
- 9- عدم وجود الإمكانيات اللازمة لتغطية الأزمة.
- 10- الإفتقار لعنصري الخبرة والتخصص
- 11- غياب مصدر الخبر وحضور الإشاعة

¹ - فيصل فرحي، مرجع سبق ذكره، 340.

خلاصة :

من خلال ما سبق، يمكننا القول بأن الصحافة المكتوبة كوسيلة إعلامية ووسيلة اتصالية لازالت تحافظ على مكانتها لدى جمهورها من خلال ما تطرحه من مضامين بشكل دوري ومستمر ومنظم، فالتعود على أجندة هذه الوسيلة يجعل المتلقي يكون وفيًا لها، خاصة إذا تعلق الأمر بالإعتماد على معطياتها وقت الأزمات، حيث تعتبر المعالجة الإعلامية للأزمة حالة ظرفية تميز العمل الإعلامي وتجعله أكثر خصوصية وتنظيم أكثر من الفترات الأخرى للتغطية الخبرية الروتينية، حيث يعتبر إعلام الأزمات إحدى المجالات البحثية الحديثة التي ازداد الإهتمام بها في الفترات الأخيرة مع ظهور الصراعات وثورات الربيع العربي، التي زادت من أهمية الدور الذي يلعبه الإعلام قبل وأثناء وبعد هذه الأزمات، حيث يعمل على نقل وقائعها وحيثياتها وتتبع مسارها وتطورها، ونقل اهم الحلول المتبعة للخروج منها، لكن حسب خصوصية كل وسيلة إعلامية سواء كانت عامة أو خاصة، بهدف بناء الوعي الإجتماعي وتخفيف حدة الأزمة والعمل على احتوائها من جميع الجوانب، وهنا نجد أن بيئة العمل الإعلامي قد تتأثر بجملة من العوامل التي قد تجعل من التغطية والمعالجة الخبرية للأزمة تتسم بالغموض أو بالتهويل أو تكون تغطية جافة تقلل من قيمة وشدّة الأزمة حسب ما تمليه السياسة التحريرية للوسيلة.

الفصل الثالث:

تداعيات الأزمة المالية بالجزائر لسنة

2016 أسبابها ونتائجها

الفصل الثالث: تداعيات الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016 أسبابها ونتائجها

تمهيد

المبحث الأول: الأزمة بين الخصائص والأبعاد

المطلب الأول: العلاقة بين مفهوم الأزمة وبعض المصطلحات الأخرى

المطلب الثاني: خصائص الأزمة

المطلب الثالث: أبعاد الأزمة

المطلب الرابع: تصنيف الأزمة ومراحل تطورها

المطلب الخامس: نموذج المراحل الأربعة لدورة حياة الأزمة

المبحث الثاني: ماهية الأزمة المالية وتداعياتها على الاقتصاد الجزائري

المطلب الأول: خلفية تاريخية للأزمات المالية التي شهدتها العالم

المطلب الثاني: أنواع الأزمات المالية ومؤشرات حدوثها

المطلب الثالث: أسباب الأزمات المالية وقنوات انتقالها

المطلب الرابع: تداعيات الأزمة المالية لسنة 2016 على الجانب الاقتصادي والاجتماعي في الجزائر

المطلب الخامس: سياسة الجزائر في مواجهة الأزمة المالية الرهنة

خلاصة

تمهيد:

عرف العالم العديد من الأزمات المالية التي كانت لها آثار سلبية على مجمل الاقتصاد العالمي، وهددت الاستقرار الاقتصادي، السياسي والاجتماعي للبلدان المعنية، وقد تضاعف عدد هذه الأزمات بشكل مذهل مع حدوث ثورات الربيع العربي وما تلاها من أحداث سياسية واقتصادية عبر العالم، كما تغيرت طبيعتها تدريجيا مع تطور الاقتصاديات، وتعددت أسبابها وآثارها، مما جعلها من أكثر المواضيع تداولاً للدراسة، وباعتبار المفهوم النظري الركيزة الأساسية التي يبني عليها الموضوع، فقد اشارت هذه الدراسة من خلال هذا الفصل إلى العلاقة بين مفهوم الأزمة والمفاهيم المشابهة لها، بالإضافة إلى عرض مفصل لخصائص وأبعاد الأزمات وكذا مراحل تطورها، كما تم التطرق لخلفية تاريخية لأهم الأزمات المالية التي شهدتها العالم بشكل عام والجزائر بشكل خاص، مع الإشارة إلى أهم أسباب حدوث الأزمات المالية وأهم الآثار المترتبة عنها، كما تم عرض أهم الحلول التي طرحتها الحكومة الجزائرية للخروج من الأزمة المالية الحالية.

المبحث الأول: مفهوم الأزمة بين الخصائص والأبعاد

المطلب الأول: العلاقة بين مفهوم الأزمة وبعض المصطلحات الأخرى:

يعاني مفهوم الأزمة من إشكالية الخلط والتداخل بينه وبين عدد من المفاهيم القريبة الصلة منه مثل المشكلة **Problem** أو الصراع **Conflict** أو الكارثة **Disaster**، ذات الأثر الحاد والتدميري والتي قد تكون سببا لإحداث أزمة، والأزمة هي: خلل يؤثر تأثيرا ماديا على النظام كله ويهدد الافتراضات الرئيسية القائمة عليه، كما أنها نظام متكامل يحتوي على أربعة عناصر: مدخلات الأزمة، نظام تشغيل الأزمة، مخرجات نظام التشغيل، التغذية المرتدة، وهي عناصر تشكل الاستراتيجية المثلى لإدارة الأزمة وفي إنتاج الخطاب الإتصالي،¹ وتذكر بعض أدبيات الأزمة وجود خلط بين مفهوم الأزمة وغيرها من المفاهيم، والواقع أن هذا الخلط لا وجود له بدليل أن كل من يتعرض لتوضيح هذا الخلط أكد وجود فارق بين الأزمة وغيرها من المفاهيم التي تختلط بها، وفيما يأتي توضيح لمفهوم تلك المصطلحات والتفرقة بينها وبين الأزمة.²

تجدر الإشارة إلى أهمية التمييز بين مصطلح الأزمة **crisis** وعدد آخر من المصطلحات ذات الصلة الوثيقة بها، حيث يؤدي الخلط بين هذه المصطلحات إلى التوصل إلى استنتاجات خاطئة فيما يتعلق بفهم طبيعة الأزمة والتخطيط للتعامل معها وتقليص أثارها، وتتضمن هذه المصطلحات:

الحادث **Accident**، والمشكلة **problem**، التهديد، الواقعة **Incident**، والطوارئ **emergency**، والقضية **issue**، والكارثة **disaster**، الصدمة، النكسة والنكبة والهزيمة، الصراع والحرب على النحو التالي:

➤ الحادث: **Incident**

يمكن تعريف الحادث بأنه " فعل مادي له تأثير سلبي على الفرد أو المنظمة، فعلى سبيل المثال إذا اشتعلت النيران في أحد المصانع وتم حصارها وإخمادها بسرعة، وتسبب ذلك في بعض الخسائر المادية والبشرية، ومع ذلك لم يعرف الجمهور الخارجي شيئا عما حدث، ولم تتسرب أخباره إلى وسائل الإعلام، فإن توصيف ما وقع يسمى شيئا عما حدث، ولم تتسرب أخباره إلى وسائل الإعلام، فإن توصيف ما وقع يسمى حادثا **an incident**."³

¹ حنان يوسف: الفضائيات العربية وإدارة الأزمات، معالجة الفضائيات العربية لأزمة العراق (حالة احتلال بغداد)، دراسة مسحية مقارنة، ضمن كتاب الفضائيات العربية ومتغيرات العصر، أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005، ص392.

² حمدي شعبان: الإعلام الأمني وإدارة الأزمات والكوارث، مرجع سبق ذكره، ص 91.

³ حسن عماد مكاوي: الإعلام ومعالجة الأزمات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005، ص52.

المشكلة: Problem

يشير قاموس **webster** إلى أن المشكلة " حالة صعبة تتطلب حلاً"،¹ كذلك فإن المشكلة " حالات تتعقد فيها عوامل متشابكة تتصف بالغموض ويحتاج حلها إلى معرفة أسبابها وتحليل عناصرها وظروفها²، والمشكلة تعني عوائق وصعوبات تحول دون الوصول للهدف المأمول، ويؤدي تراكم المشكلات إلى ظهور الأزمات إذا تكررت حدوثها، أو إذا استمرت لفترة طويلة دون حل.³

➤ **التهديد:** يعبر التهديد عن إشارة أو إنذار للأخطار المحتمل حدوثها في المستقبل، ويمكن القول أن التهديد يمثل مواقف أو تغييرات بالبيئة الخارجية للجهة المعنية بالأزمة، تمثل خطراً قائماً أو محتملاً على مركزها التنافسي، أو تقلل من قدرتها على تحقيق رؤيتها ورسالتها واهدافها وذلك في حالة عدم نجاحها في تجنب هذا التهديد، ويمكن أن تكون مصادر التهديد خارجية، مثل إندماج بعض المنافسين أو داخلية مثل انخفاض الروح المعنوية للعاملين، أو عدم التعاون والصراع والامبالاة.

➤ **الواقعة:** هي شيء حدث وانقضى أثره، أي حدث انتهى أثره ولم يترتب عليه أية خسائر لأنه تم تداركه وعلاجه، مثال ذلك حدوث خلل في أحد الصمامات في مفاعل نووي تم تداركه وإصلاحه ولم يترتب عليه أية خسائر.

➤ **الصدمة:** وهي شعور مفاجئ حاد مركب بين الغضب والذهول والخوف.

➤ **النكسة والنكبة والهزيمة:** مصطلحات قريبة من الأزمة وحدثها يتسبب بخلق أزمة داخلية أم خارجية، أحد أسبابها الحروب بين الدول، كالحروب بين العرب وإسرائيل، ونكسة حزيران أو نكبة حزيران -هزيمة حزيران أو حرب الستة أيام*.

➤ **الصراع والحرب:** هناك تداخل المفاهيم بين الأزمة والصراع، والحرب، إذ يعد مفهوم الصراع من أكثر المفاهيم اقتراباً من مفهوم الأزمة، ويراه البعض مجرد اختلاف بين البشر في المبادئ والمعتقدات أو تعارض في الرغبات، ويمكن تعريفه إجرائياً على أنه تفاعلات عنيفة ومكبوتة أو معلنة يحاول أحد الأطراف فرض إرادته على الآخر.⁴

¹ - Webster : New World Dictionary of American English, Leyland, OH : Simon& Schuster , 1997, p1072.

² - أحمد بدوي: معجم المصطلحات الاجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت، 1982، ص 327.

³ - Lerbinger, O : The crisis manager facing risk and Responsibility, Mahwah N.J : Lawrence Erlbaum Associates, 1997, p 120.

*أن الفرق بين قولهم هزيمة ويقابلها نكسة أو نكبة، فالهزيمة ومنها التهمز: كسر أما النكسة، فالنكس: قلب الشيء على رأسه، والنكس: الرجل الضعيف، والناكس: المطأطأ رأسه من ذل. ومعنى النكبة: المصيبة من مصائب الدهر، وبذلك يكون استعمال هزيمة أقوى.

⁴ - سهام الشجيري: مرجع سبق ذكره، ص ص 30-31.

➤ الطارئ: Emergency

عبارة عن حدث مفاجئ يتطلب اهتماما فورياً، وفي حالة تكرار حدوثه قد يتسبب في تهديد سمعة المنظمة، إذا تداولته الجماهير ووسائل الإعلام.¹

➤ القضية: Issue

عبارة عن موضوع جدلي يتسع للاختلاف في وجهات النظر وتباين الآراء والحلول المقترحة، وتظهر القضية نتيجة تطور خلاف حول مسألة ما وتنطوي على آراء متعارضة،² وتنشأ القضية نتيجة الفجوة بين سلوكيات المنظمة وتوقعات قطاع أو أكثر من جماهيرها، وإذا استمرت القضايا دون علاج يمكن أن تؤثر على وظائف المنظمة وتطوراتها المستقبلية،³ تتشابه القضية مع الأزمة في أن كلاهما ينطوي على تهديد للمنظمة بشكل ما، غير أن الاختلاف بينهما يكون على المدى الزمني **time scale** حيث تأتي الأزمة عادة على غير توقع، وتدفع المنظمة إلى الاستعجال في اتخاذ الإجراءات، ويتم ذلك غالباً في إطار نقص المعلومات وعدم اليقين، بينما في حالة القضية يوجد كثير من الوقت لتحليل المعلومات ووضع البرامج المناسبة للعلاج، لذلك يمكن اعتبار "الأزمة قضية عاجلة" **a crisis is an issue in a hurry**، لذلك تكتسب دراسة معالجة الأزمة أهمية أكبر من دراسة معالجة القضايا.⁴

➤ الكارثة: Disaster

الكارثة عبارة عن " حدث يسبب تدميراً شامساً وأضراراً كبيرة وسوء حظ عظيم"⁵، وكلمة " كارثة" **disaster** مشتقة من اللغة اللاتينية ومكونة من مقطعين **Dic** وتعني القوة السلبية والثانية **ustrum** وتعني النجمة، والمعنى الحرفي للكلمة هو " النجمة السيئة" أو " سوء الطالع"، ويعرف العلماء الكارثة تعريفات تبرز خصائصها وتميزها عن الأزمة فهي: " حادثة مفاجئة مأساوية تترك الحياة اليومية بشكل بالغ وتوقع عديد من الخسائر المادية والبشرية، وتحطم الموارد المحلية، وتسبب مشكلات تستمر لفترات طويلة".

ولعل من أهم خصائص الكارثة أنها " تعبر عن حدث غير عادي ومربك وشديد الدمار ينطوي على ضحايا عديدين من الأبرياء، ويستلزم تدخل الحكومات والهيئات الرسمية والشعبية، ويصعب التنبؤ به إلى حد بعيد".⁶

ويمكن تشخيص تداخل المفاهيم وفق التعاريف الآتية:

أ- **بين الأزمة والصراع**: فالصراع نوع من التضاد أو التعارض في المصالح والقيم والأهداف يولد صراعاً بين إرادتين أو أكثر، وتفاعل سلبي بين الأفراد أو الإدارات أو المنظمات أو الجماعات أو الدول حيث تكون غير متفقة في وجهات النظر أو القيم أو الأهداف مثل الصراع العربي الإسرائيلي وهو يحدث خلافاً في النظام الإقليمي، ويعبر

¹ - Lesly N,J : The handbook of public relations and communications 4th ed, mcGraw-hill, book company, 1998, p 23.

² - Ibid : p23.

³ - Regester, M & J, Larkin : Risk issues and crisis management, London, Kogan page, 1997, p43.

⁴ - Bland ,M : Communicating out of a crisis , 1st ed, macmillan press , LTD, 1998, p 6-7.

⁵ - Schneider , S, K : Flirting with Disaster, public management in crisis situation ,N,Y, Sharpe, 1995, p 17.

⁶ - Webster : op-cit,p390.

الصراع عن تصادم إرادات وقوى معينة بهدف تحطيم بعضها كلياً أو جزئياً والإنتهاء بالسيطرة والتحكم في إدارة الخصم،¹ ويرى جيمس ليو James H.Laue أن الصراع هو منافسة طبيعية بين طرفين أو أكثر لديهم اعتقاد بأن أهدافهما متعارضة، ويسعى كل طرف الى تحقيق أهدافه على حساب الطرف الآخر، ويظهر الصراع في كافة المستويات بين الأفراد والجماعات والدول وهو أمر طبيعي وحتمي، ويفترض هذا التعريف حتمية الصراع.

ب- بين الأزمة والحرب: الحرب ظاهرة اجتماعية داخلية ودولية قديمة قدم التاريخ نفسه، وهي عبارة عن صراع يتضمن استخداماً منظماً للأسلحة والقوة المباشرة من قبل الدول أو المجموعات الكبرى الأخرى، وتحتل الفرق المتحاربة الأراضي غالباً التي يمكن أن تريحها في الحرب أو تخسرها، ومن بين التعاريف المتفق عليها لمفهوم الحرب أنها: نزاع مسلح ينشأ بين دولتين أو أكثر لأسباب سياسية، أو دينية، أو اقتصادية، أو إقليمية، وبهذا يمتد تعريف الحرب من وجهة نظر سياسية بأنها: جملة أعمال القوة التي تقوم بها دولة ما، أو جماعة دولية، لإجبار الخصم على الإنصياع لإرادتها، وتأسيساً على هذا يمكن القول أن هدف الحروب واحد لا يتغير ألا وهو التغلب على الخصم لإجباره على قبول وضع معين لم يكن يرضى به قبل الحرب.

ت- بين الأزمة والحدث: انطلاقاً من المسلمة الآتية: كل ما هو متوقع لا يشكل حدثاً، يستعرض الباحث والمؤرخ وينوك ميشال Winock Michel السمات الأربعة، التي تميز الحدث، وهي كالآتي:²

- الكثافة: ويمكن تكميمها، أي مامدى اتساع الحدث؟ كم هو عدد الأشخاص الذين قاموا به أو كانوا ضحية له أو معنيين به؟ أن الكم لا يملك أهميته إلا إذا ادرك في بعده الجغرافي وسياقه السياسي.

- عدم التوقع: الحدث يأتي مما هو غير متوقع فيفاجئ ويزعزع الأفكار السائدة.

- الأثر: الحدث هو ما يطلع عليه الناس، فالتفسير الوحيد لثراء التاريخ المعاصر بالأحداث مقارنة بالتاريخ القديم يعود الى التطور الرهيب في وسائل الإعلام التي أصبحت تتنافس، بشدة في استعراض الأحداث.

- الاستتبعات: إذا كان الحدث مهدماً (لنظام ما، لاستمرارية معينة، لتوازن محدد)، فإنه بالمقابل مبدع للتغيير، لكن استتبعات الحدث لا تعكس كثافته لأنها قد لا تظهر في الأجل القصيرة، بل قد تتجلى إلى آجال بعيدة. ورغم هيمنة الرؤية التاريخية للحدث وفي تشخيص سماته إلا أنه يبدو من أول وهلة أنها لا تتعلق بالحدث فقط، بل ترتبط أيضاً بالأزمة، ويمكن أن تكون الأزمة نتيجة لمجموعة من الأحداث المتعاضدة، وتترتب عنها مجموعة من الأحداث والوقائع التي لا تفهم على إنفراد، بل في إطار رؤية شاملة لتفاعلاتها وانعكاساتها، فهانات الأزمة اوسع وأعقد من الحدث الذي يكون محدوداً جداً في الزمان والمكان، إذ أن الحدث أو الأزمة في العصر الحالي لا توجدان إلا بفضل وسائل الإعلام التي تطلعنا عليها، وحتى تصدمنا بها، فوسائل الإعلام لا تكتفي بمتابعة الحدث أو الأزمة بل

¹ - السيد عليوه: إدارة الوقت والأزمات، وإدارة بالأزمات، دار الأمين للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص 80.

² - نصر الدين العياضي: وسائل الإعلام واستراتيجيات البناء الاجتماعي للأزمات، كلية الاتصال، جامعة الشارقة، 2014.

تسعى إلى تشكيلهما فمن النادر أنه يمكن فصلهما عن الوساطة الإعلامية، فالوساطة هي التجسيد المادي لهما، ولا وجود لهما بدونها، كما أن المكونات التي تنطوي عليها الأزمة وفق تأثيرها على الأفراد في إطار ما هو متوقع منهم أن يفعلوه، فقد ميز الباحثون والدارسون المختصون والعلماء بين نوعين من الموت الذي ينتج عن الأزمات، ويتسبب بخسارة حياة الناس هما الموت الفسيولوجي 'المادي' Death Physical والموت السيكولوجي 'النفسي' psychological death إذ ينشطر البناء الداخلي للخبرة الفردية ويتحطم أو يتعرض للتحدي بطريقة جارحة وكل نوع منهما يتطلب من الأفراد المقاومة بكل قوة ولعل ضمان البقاء واستعادة الحيوية يتطلب مراعات المكونات النفسية التي تنطوي عليها الأزمة وتشمل:¹

- الإحساس بالمشاعر الشخصية
- رؤية الذات ورؤية الآخرين
- مفهوم الذات
- تأكيد الذات
- القدرة على الفعل
- القدرة على الابتكار
- القدرة على تحقيق الذات
- القدرة على الشعور بالحياة ، وكيفية التغلب على الأزمات بالأدوات العلمية، والإدارية المختلفة، وتجنب سلبياتها، والاستفادة من إيجابياتها، فعلم إدارة الأزمات هو علم إدارة التوازنات ورصد حركة واتجاهات القوة، والتكيف مع المتغيرات المختلفة، وبحث أثارها في كافة المجالات.

ث- بين الكارثة والأزمة:

- تنطوي الكارثة على دمار واسع وضحايا أبرياء لا يشترط وجودها في الأزمة.
- تسترعي الكارثة اهتمام الرأي العام والحكومة بما يثير التعاطف مع الضحايا وتقديم المساعدات المادية والعينية للمنظمة، على خلاف الأزمة التي تجعل المنظمة المتعرضة لها مثار انتقادات شعبية ورسمية.
- اهتمام وسائل الإعلام بالكارثة يكون إيجابيا على عكس الأزمة، التي يكون اهتمام وسائل الإعلام بها سلبيا، الأمر الذي يجعل المنظمة المسئولة عن الأزمة في موضع المسائلة المستمرة والانتقادات الشديدة.

¹ - حسن عماد مكاوي: الإعلام ومعالجة الأزمات، مرجع سبق ذكره، ص 91-92.

- تقع الكارثة بشكل مفاجئ ويستحيل التنبؤ بها لاتخاذ التدابير لتجنبها، بينما تأتي الأزمة نتيجة تراكمات من الأخطاء والمشكلات، حتى تصل إلى درجة الانفجار.

- الهدف الأساسي عند التخطيط للتعامل مع الكارثة هو تحقيق درجة استجابة سريعة وفعالة لظروف الكارثة للحد من أخطارها ومحاولة احتوائها، ويتطلب تحقيق هذا الهدف تدخل وتعاون الهيئات والسلطات الحكومية والأهلية وأحيانا الاستعانة بهيئات وحكومات أجنبية.

أما الهدف الأساسي عند التخطيط للتعامل مع الأزمة فهو حماية سمعة المنظمة من الانهيار والتشويه وفقدان المصداقية، ويتطلب تحقيق هذا الهدف حشد كافة طاقات وموارد المنظمة وكسب تأييد جماهيرها المستهدفة¹.

نخلص مما سبق إلى أنه لا يوجد خط فاصل بين الكوارث، والأزمات، والطوارئ، ففي حالة الأزمة قد تواجه المنظمة مخاطر تهديد السمعة أو فقدان الثقة في المنظمة، وفي حالة الكارثة قد يكون هناك فقدان للحياة أو العمل على نطاق واسع، وفي حالة الطارئ فإن عدم الاستجابة له بشكل جيد قد يؤدي إلى وقوع كارثة، وفي جميع الأحوال تكون الكوارث والأزمات والطوارئ مثار اهتمام كبير من جانب وسائل الإعلام، فهي أحداث مقلقة تسبب الصدمة والفرع، وتحظى بقيمة إخبارية عالية. (يجب اضافة بعض المفاهيم المشابهة بالاعتماد على مرجع سهام الشجيري في الازمات).

المطلب الثاني: خصائص الأزمة

حين نتحدث عن خصائص وسمات الأزمة، نجد أن كثير من الباحثين والدارسين ركزوا على ذلك من خلال نظرتهم العلمية لمفهوم الأزمة، ووجدت من الإنصاف أن أنعرض لكل الخصائص والسمات التي تعرض لها الباحثون والمهتمون، إنصافا لأهميتها ويشخص لويس كمفورت L.Komfort ثلاث خصائص للأزمة تؤدي إلى إعاقة التعامل معها ومعالجتها وهي:²

- عامل الشك أو عدم التأكد **Uncertainty**

- عامل التفاعل **Interaction**

- عامل التشابك والتعقيد **Complexity**

ويرى بعض العلماء أن الأزمات تتسم بالخصائص الآتية:³

¹ - عثمان محمد العربي: اتصالات الأزمة، مسح وتقييم للتطورات النظرية فيها: المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الخامس، يناير-أفريل 1999، ص ص 103، 104

² - الشعلان فهد أحمد: إدارة الأزمات، الاسس، المراحل، الآليات، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2002، ص 56.

³ - د.علي فلاح الضالعين، وآخرون: الإعلام وإدارة الأزمات، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص 31.

- نقطة تحول تتزايد فيها الحاجة إلى الفعل المتزايد ورد الفعل لمواجهة الظروف الطارئة.
- تتميز بدرجة عالية من الشك من القرارات المطروحة.
- ينقص فيها التحكم في الأحداث.
- تسود فيها ظروف عدم التأكد ونقص المعلومات، فمديرو الأزمة يعملون في جو من الريبة والشك والغموض وعدم وضوح الرؤية.
- ضغط الوقت والحاجة إلى اتخاذ قرارات صائبة وسريعة مع عدم وجود احتمال للخطأ لعدم وجود الوقت لإصلاح الخطأ.
- الإدراك بأنها نقطة تحول¹.
- تتطلب قرارات سريعة.
- تهدد أهداف وقيم الأطراف المشاركة بها.
- فقدان السيطرة أو ضعف السيطرة على الأحداث.
- تتميز بضغط عامل الوقت والشعور بالضبابية والاضطراب مما يولد القلق.
- توفر عنصر المفاجأة بها ونقص المعلومات والتعقد والتشابك في الأمور أثناء حدوثها.
- اورد د.حسين الطراونة خصائص الأزمة كما يلي:²
- المفاجأة ، فهي غير متوقعة وحدثها سريع وغامض.
- جسامه التهديد، والذي قد يؤدي إلى خسائر مادية أو بشرية هائلة تهدد الاستقرار وتصل احيانا الى القضاء على كيان المنظمة.
- مربكة، فهي تهدد الافتراضات الرئيسية التي يقوم عليها النظام، وتخلق حالة من حالات القلق والتوتر، وعدم اليقين في البدائل المتاحة، خاصة في ظل نقص المعلومات الأمر الذي يضاعف من صعوبة اتخاذ القرار، ويجعل من أي قرار ينطوي على قدر من المخاطرة.

¹ - عبد الرزاق محمد الدليبي: الإعلام وإدارة الأزمات، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2012، ص99.

² - المرجع نفسه: ص 100.

- ضيق الوقت المتاح لمواجهة الأزمة، فالأحداث تقع وتتصاعد بشكل متسارع وربما حاد، الأمر الذي يفقد أطراف الأزمة، أحيانا القدرة على السيطرة في الموقف واستيعابه جيدا، حيث لابد من تركيز الجهود لاتخاذ قرارات حاسمة وسريعة في وقت يتسم بالضيق والضغط.

- تعدد الأطراف والقوى المؤثرة في حدوث الأزمة وتطورها، وتعارض مصالحها، مما يخلق صعوبات جمة في السيطرة على الموقف وإدارته، وبعض هذه الصعوبات إدارية أو مادية أو بشرية أو سياسية أو بيئية الخ.

المطلب الثالث: أبعاد الأزمة

بالرغم من أن الأبعاد المتعددة التي ترافق حدوث الأزمات، كالبعد السياسي والاجتماعي والاقتصادي والبيئي، وربما القانوني، إلا أن البعد الإعلامي أحتل مكانة مهمة في أدبيات دراسة الأزمات، وقد اهتمت الدراسات التي تناولت البعد الإعلامي في إدارة الأزمة بدراسة دور الإعلام وأجهزته في إدارة الأزمات وتحديد ملامح هذا الدور من خلال التعرض لأزمات محددة ذات طبيعة مختلفة فيما يعرف بدراسة الحالة، وكذلك وضع إطار نظري لمفهوم الإدارة الإعلامية للأزمات، كما اهتم جانب آخر من الدراسات بالتركيز على الدور الإعلامي في إدارة الأزمات الدولية أي تلك التي تتسع آثارها وتتعدد الأطراف الفاعلة فيها، وتأتي أهمية البعد الإعلامي في إدارة الأزمات: إذ يحتل البعد الإعلامي مكانة مهمة في أدبيات دراسة الأزمات، حيث يعد الإعلام أداة رئيسية فعالة من أدوات إدارة الأزمة سواء على المستوى الداخلي أو على المستوى الخارجي، ففي ظل هذا العالم المتطور الذي نعيش فيه، تتصاعد الطبيعة التنافسية التي تجعل من الأزمات التي تهدد النظام شيئا واردا، وتظهر الجهود الإعلامية كإحدى الدعامات الأساسية، وتؤكد الدراسات العلمية التي تعرضت للتأثير المتبادل بين الأزمة والإعلام على النتائج الآتية:¹

- أهمية الدور الوسيطي الذي تقوم به وسائل الإعلام، وخاصة ما يتعلق بإنجاز المهام الآتية: تقديم المعلومات، شرح أهمية ومغزى الأحداث، بناء الوفاق الاجتماعي، وتخفيف التوتر والقلق.

- تشير بعض الدراسات العلمية إلى أن الأزمة تؤدي إلى دعم ومساندة أدوار الإعلام وخاصة فيما يتعلق ببناء الوفاق وتخفيف التوتر، بينما يرى آخرون أن ظروف الأزمة وما تفرضه من تداخلات وقيود وإجراءات سوف تؤدي إلى تحجيم دور الإعلام.

- تجذب الأزمة وسائل الإعلام، ولكنها أيضا وبالمقابل تجذب اهتمام الرأي العام بوسائل الإعلام، الذي يصبح أكثر تعرضا واستخداما لها، وهذا ما يفسر حقيقة أن ظروف الأزمة تتميز دائما بالاستخدام المكثف لوسائل الإعلام.

¹- عادل صادق محمد: الصحافة وإدارة الأزمات، مدخل نظري تطبيقي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص 18.

ولعل تطوير أبعاد ومهام إعلام الأزمات والكوارث يظل عملية مطلوبة ومستمرة شرط أن ترتبط الجهود النظرية بالممارسة العملية، مع الإقرار بأهمية وضرورة مراعاة أمرين هما:¹

1- التوازن في أدوار ومهام الإعلام خلال المراحل المختلفة للأزمات والكوارث، ومراعاة عناصر التخطيط الإعلامي والاتصالي لتحقيق أكبر قدر من التنسيق والتعاون بين جهود وأنشطة الاتصال المباشر والاتصال الجماهيري، وكذلك بين الجهات أو الهيئات المختلفة ذات الصلة بالأزمة أو الكارثة.

2- أن يتم نقل كل المعلومات المتاحة بدقة بحيث تتواكب مع معطيات الواقع وسياق الأحداث انطلاقاً من أن معظم الناس تسمع أو ترى أو تقرأ عن الأزمة أو الكارثة من خلال وسائل الإعلام، وبالتالي فإن نقص الإهتمام الإعلامي بأزمة أو كارثة تصيب الناي ستجعلهم يشعرون بأن هناك تهيمش مقصود وعدم اهتمام بمعاناتهم.

هناك أربعة أبعاد رئيسية ترتبط مباشرة بمجال ووظائف الإعلام الجماهيري:²

1- البعد النفسي- الاجتماعي: يرتبط بأسباب ومراحل الأزمة والنتائج المترتبة عنها، وينعكس هذا البعد على السلوك الجمعي للجماهير وتعبيرات الرأي العام، وأنماط تعامله مع الأزمة، والإدارة الإعلامية للأزمة، إذ أن إغفال الأبعاد النفسية والاجتماعية في بعض الأزمات كان سبباً في حدوث حالات أدت إلى كوارث أكبر.

2- البعد السياسي: إذ تظهر أزمات داخلية اقتصادية أو اجتماعية إلا أن أية أزمة من هذه الأزمات خاصة إذا كانت أزمة عامة، لها بعد سياسي داخلي وخارجي، يتعلق بشرعية النظام السياسي، ومدى الإستقرار السياسي داخل المجتمع، فضلاً عن مكانة الدولة وعناصر قوتها في النظام الدولي، وتشير بعض الدراسات إلى أن البعد السياسي في بعض الأزمات يشكل أحياناً قيوداً على قرارات فريق إدارة الأزمة، إذ تظهر إعتبارات سياسية تفرض اختيارات معينة قد لا تكون دائماً أفضل الاختيارات أو القرارات.

3- البعد الثقافي – القيمي: إذا كانت الأزمة تؤدي إلى ارتباك المجتمع، إذ تؤثر على نسق القيم السائدة فيه، وبالتالي فإن معظم الأزمات تنطوي على بعد ثقافي – قيمي، ومن الواجب في أثناء إدارة الأزمة والتخطيط لها إدراك الجوانب الثقافية- القيمية المرتبطة بالأزمة، والتعامل الواعي معها نظراً للأهمية الثقافية والقيمية في عمليات التأثير الإعلامي، وتشكيل الرأي العام، حيث يسهل تحقيق أهداف الحملات الإعلامية إذا حرصت على احترام ثقافة المجتمع، وأنساقه القيمية وعملت من خلالها وبدون الصدام معها.

4- البعد الاعلامي: يتصل البعد الاعلامي بعمليات الاتصال والاتصال الجماهيري. لكن ينبغي التمييز بين أنشطة وعمليات الاتصال والاتصال الجماهيري.

ولا شك أن أبعاد ومهام الإعلام في الأزمات تواجهه مجموعة من المشكلات لعل أهمها:

¹ - محمد شومان: الإعلام والأزمات، مدخل نظري وممارسات عملية، ط1، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2006، ص ص 145-146.

² - نفس المرجع، ص 28-31.

- عدم التوازن بين أدوار ووظائف الاتصال والإعلام وبين المراحل المختلفة في عمر الأزمة، إذ تركز جهود الاتصال والإعلام على مرحلتين هما: الاستعداد والوقاية، واحتواء الأضرار أو مواجهة الأزمة، بينما يقل الاهتمام ببقية مراحل وأطوار الأزمة، خاصة مرحلة استعادة النشاط والتعلم، وعادة ما ترتبط جهود الإعلام في مرحلة الاستعداد والوقاية بنشر المعلومات والارتقاء بالوعي العام لدى الجمهور وتغيير السلوك والاتجاهات وبناء المعاني والصور، وهي أمور تدخل في نطاق ما يعرف بالتأثيرات غير المباشرة أو بعيدة المدى أو الطويلة للإعلام، وفي المقابل تنصب جهود وفعاليات الإعلام أثناء مواجهة الأزمة - احتواء الأضرار - إرسال التحذيرات وتنظيم جهود الحماية أو الإنقاذ، علاوة على احتواء المشاعر السلبية لدى الجمهور أو الحد منها، وهي عمليات تندرج ضمن ما يعرف بالتأثيرات المباشرة أو قصيرة المدى للإعلام.

- تعدد الأطراف التي تقوم بأنشطة اتصالية أو إعلامية أثناء الأزمات، فالأجهزة المحلية والقومية تمارس ادوارا اتصالية وإعلامية، كما تقوم إدارة العلاقات العامة والإعلام في الجهات ذات الصلة بالأزمات بأنشطة اتصالية، في الوقت ذاته فإن وسائل الإعلام (صحافة، إذاعة، تلفزيون) المحلية والقومية والدولية تقوم بأنشطة إعلامية، والمشكلة أن تعدد الأطراف يفتقر غالبا إلى التنسيق بحكم الموقف المربك للأزمات، وتعارض الأهداف والمصالح.

المطلب الرابع: تصنيف الأزمة ومراحل تطورها

أ. تصنيف الأزمة:

تتباين أسس تصنيفات الأزمات من حيث مراحل دورة حياة الأزمة، أو معدل تكرار الحدوث (ذات طابع دوري متكرر، وطابع فجائي عشوائي)، وعمق الأزمة (عميقة جوهرية وهيكلية التأثير، وغير عميقة وهامشية التأثير)، أو شدة الأزمة (عنيفة، جامحة، وهادئة ضعيفة)، أو الشمول أو التأثير (شاملة لجميع أجزاء المنظمة، وأخرى تصيب جزءا أو أجزاء محددة من المنظمة)، أو محور الأزمة (مادية، معنوية، أو الاثنين معا)، أو مستوى الأزمة (على مستوى الدولة، وعلى مستوى المنظمة).¹ تعتمد التصنيفات السابقة الذكر أساس واحد في التصنيف، فيما تتوجه البحوث الحديثة إلى استخدام أكثر من معيار في تصنيف الأزمات، وقد قدم ²Gundel أنموذجه الذي عبر عنه بمصفوفة الأزمة **Crisis Matrix**:

¹ - محسن أحمد الخضيرى: إدارة الأزمات، منهج اقتصادي لحل الأزمات على مستوى الإقتصاد القومي، ط2، مكتبة مدبولي، القاهرة،

2003، ص ص 71.72

² - Gundel, Stephan, Towards New Typology of crisis, Journal of contingencies & crisis Management, vol (13) , 2005,p112

الشكل رقم 02: يوضح مصفوفة Gundel الخاصة بالأزمة

قابلية التنبؤ بالأزمة	صعب	الازمات غير المتوقعة -2-	الازمات الاساسية -4-
	سهل	الازمات التقليدية -1-	الازمات العنيفة -3-
		سهل	صعب

قابلية التأثير في الأزمة

Source : Gundel, Stephan, Towards New Typology of crisis, Journal of contingencies & crisis Management, vol (13) , 2005,p112

من خلال المصفوفة الموضحة أعلاه، صنف **Gundel** الأزمات إلى 4 أنواع باعتماد معيارين لتحديد نوع الأزمة هما:

- قابلية التنبؤ بالأزمة **Predictability** : إذ تكون الأزمة قابلة للتنبؤ عندما يكون كل من المكان والزمان وأسلوب حدوثها معروفا، ولا يتم تجاهل احتمالية الحدوث، ولأن الكوارث الطبيعية على سبيل المثال قابلة للتنبؤ بشكل عام، فإن الحاجة إلى معيار ثانٍ للتصنيف يكون مهماً ويتمثل بإمكانيات التأثير.

- امكانيات التأثير في الأزمة: **Influence Possibilities**: إذ يمكن التأثير في الأزمة عندما تكون الاستجابات لمواجهتها أو تقليل أضرارها معروفة وممكنة التنفيذ، وذلك عبر مواجهة أسباب الأزمة.

تساهم مصفوفة الأزمة في تحديد أنواع مختلفة من الأزمات ومستوى تكرارها وتهيئة الإجراءات المضادة والمحددة بأزمة معينة، مما يجهز متخذ القرار بمجموعة من الوسائل المساعدة، وفي الآتي استعراضاً للمجالات الأربعة للأزمة التي تظهر في المصفوفة:¹

1- الأزمات التقليدية: **Conventional Crisis**: وتقع في المربع الأول من المصفوفة، وتكون قابلة للتنبؤ، وإمكانية التأثير فيها معروفة ومحددة، ويحدث هذا النوع من الأزمات بسبب استخدام الأنظمة التكنولوجية الخطرة وربما من النادر أن يتم تصنيف الكوارث الطبيعية والاجتماعية على أنها تقليدية.

وتكون احتمالية حدوث هذه الأزمات وتكاليف الوقاية منها والخسائر المحتملة والأضرار المصاحبة، وفقدان الحياة والعواقب السياسية الناجمة عن الأزمات التقليدية، وإن كانت كبيرة أحيانا، جميعها تكون معروفة وسهلة

¹ - علي فتاح الضلعين، وآخرون: الإعلام وإدارة الأزمات، ط1، دار الإعصار العلمي، عمان، الأردن، 2015، ص ص 50-53.

التوقع والمعالجة، ويمكن إدارتها وقيادة التأثير فيها من المنظمة والمجتمع، ذلك أن التدابير المضادة تكون محددة ومختبرة، كذلك إمكانية التدخل والتنفيذ سريعة بسبب تكرار حدوث مثل هذه الأزمات والخبرة المتراكمة في مواجهتها. وعلى الرغم من عدم تشابه الأزمات التقليدية فإنه يمكن منع وقوعها عن طريق تنفيذ نظام متكامل للجودة وإدارة الأزمة مع تهيئة التجهيزات والكفاءات إضافة إلى التدريب والتنظيم الفاعل عند تنفيذ الأنشطة والإجراءات الوثيقة الصلة بالأزمات التقليدية.

2- الأزمة غير المتوقعة **Unexpected Crisis**: وتقع في المربع الثاني من المصفوفة وهي الأزمات نادرة الحدوث التي لا يمكن التنبؤ بها مقارنة بالأزمات التقليدية كحوادث الحرائق إلا أنها حساسة للتأثير فيها، يحدث هذا النوع بسبب استخدام الأنظمة التكنولوجية ذات الخصائص الشادة أو بسبب الأنظمة الطبيعية، وتنطوي على تهديد كبير بالخطر إلا أنه يمكن التأثير فيها، وعلى الرغم من صعوبة إجراء وتنفيذ التدابير الوقائية بسبب عدم القابلية على التنبؤ بحدوث الأزمة إلا أنه يمكن تقليل مخاطر الحدوث المتكرر عن طريق الاستعداد الجيد من خلال تحسين تبادل المعلومات عن الأسباب قبل حدوث الأزمة، وإعداد مدراء الطوارئ وتشكيل وتدريب فرق عمل متجانسة ودائمة لمعالجة المهمات الصعبة وغير المتوقعة بشكل فاعل، مع أهمية منح اللامركزية في إتخاذ القرار لتأمين التدخل السريع عند حدوث الأزمات غير المتوقعة.

3- الأزمات العنيفة **Intractable Crisis**: وهي أزمات يمكن توقع حدوثها إلا أنه من النادر التأثير فيها لكونها أزمات عنيدة وغير مرنة، إذ يصعب السيطرة عليها وتوجيهها، كالانفجارات التي تحصل في المفاعلات النووية، والهزات الأرضية وحوادث الازدحامات والتدافع في الملاعب والمناسبات، وتتخطى المخاطرة والإضرار المصاحب لها حدود ما تسببه الأزمات غير المتوقعة كما يصعب تجاوزها على الرغم من أن الخطر الناجم عنها يكون معروفا ومن السهل تحديده في الزمان والمجال والنوع، ذلك أن الاستعداد والاستجابة والتدخل لعلاجها يكون صعبا أو شبه مستحيل لصعوبة التأثير فيها، وينحصر التعامل والسيطرة على هذا النوع من الأزمات في إيجاد إجراءات غير تقليدية وغير معروفة، تعتمد على دراسة وتفحص مستمرين للنظام المستخدم والتركيز على التوقع بهذه الأزمات وبسبب صعوبة مواجهة هذه الأزمات، ولا بد من جهد مشترك على الصعيد الخارجي ولاسيما بالنسبة للدول والمنظمات التي تواجه مخاطر الأزمات العنيفة.

4- الأزمات الأساسية **Fundamental**: وتمثل صنف الأزمات الأكثر خطورة وهي نادرة الحدوث ومجهولة كونها تجمع غياب القدرة على التنبؤ وإمكانيات التأثير المقيدة، مما يزودها باحتمالية تدميرية هائلة كالهجمات الإرهابية، وتظهر بشكل سريع ومفاجئ إلا أنها تستمر لفترات طويلة وتمتاز بسرعة التغيير وضعف الخبرة وهذا هو التحدي الذي يكاد يكون من الصعب التغلب عليه، ويكون الاستعداد والاستجابة لمثل هذه الأزمات غير معروفة وغير كفوءة، بسبب استحالة تقدير المؤشرات الضرورية للتحضير الى الازمات الأساسية، وخاصة الزمان والمكان، واحتمالية الحدوث، والاجراءات المضادة المناسبة، لذا من الصعب منع وتحييد هذا النوع من الأزمات .

ب. مراحل تطور الأزمة:

ظهرت عدة تقسيمات لمراحل تطور الأزمات زمن ثم مراحل إدارتها، وذلك انطلاقاً من أن لكل مرحلة من مراحل الأزمة تتطلب مهاماً وأدواراً مختلفة، ولعل من أولى تقسيمات مراحل تطور الأزمة وأوسعها انتشاراً التقسيم الذي يحاكي دورة الحياة للكائن الحي، فالأزمة _ أي أزمة _ تمر بمرحلة الميلاد، ثم مرحلة النمو والانتعاش، والمرحلة الثالثة هي مرحلة النضج، ثم الأزمة في مرحلة الانحسار والتقلص، والمرحلة الخامسة والأخيرة مرحلة الاختفاء، وتصل الأزمة إلى هذه المرحلة عندما تفقد بشكل شبه كامل قوة الدفع المولدة لها أو لعناصرها وجزئياتها التي تنتهي إليها، ومن ثم تتلاشى مظاهرها، وينتهي الإهتمام بها ويختفي الحديث عنها، إلا باعتبارها حدثاً تاريخياً، ويذكر الكثير من الباحثين بأن الأزمة تمر بخمس مراحل حتى تكتمل قوتها وتحدث أثراً تدميراً معيناً، ويمكن تحديد تلك المراحل فيما يأتي:¹

- 1- مرحلة الميلاد: وفيها تبدأ الأزمة في الظهور لأول مرة على شكل إحساس مهم بوجوه شيء ما يلوح في الأفق وينذر بقرب وقوع خطر مجهول المعلم والاتجاه والحجم، إذ أن الأزمة لا تنشأ غالباً من فراغ، وإنما هي نتيجة لمشكلة ما لم تتم معالجتها بالشكل الملائم، ومن هنا يأتي دور متخذ القرار في تنفيس الأزمة وافتقادها مرتكزات النمو ثم تجميدها أو القضاء عليها وهي وليدة دون أدنى خسائر مادية أو بشرية وقبل وصولها إلى مرحلة الصدام.
- 2- مرحلة النمو والانتعاش: كنتيجة للمرحلة الأولى وعدم معالجتها في الوقت المناسب فإن الأزمة تنمو وتدخل في الانتعاش حيث يغذيها محفزات ذاتية مستمدة من ذات الأزمة وكذا محفزات خارجية استقطبتها الأزمة وتفاعلت معها وبها.
- 3- مرحلة النضج: تعد من أخطر وأصعب مراحل الأزمة، ويندر أن تصل الأزمة إلى هذه المرحلة إلا إذا قوبلت باللامبالاة من قبل متخذ القرار في مراحلها الأولى، ومتى ما وصلت الأزمة إلى هذه المرحلة فإن الصدام لا مفر منه.
- 4- مرحلة الانحسار والتقلص: تبدأ الأزمة بالانحسار والتقلص بعد الصدام العنيف الذي يفقدها جزءاً هاماً من القوة، وهناك بعض الأزمات تتجدد لها قوة دفع جديدة عندما يفشل الصراع في تحقيق أهدافه.
- 5- مرحلة الإختفاء: وفيها تصل الأزمة إلى هذه المرحلة عندما تفقد بشكل كامل قوة الدفع المولدة لها أو لعناصرها حيث تتلاشى مظاهرها وينتهي الإهتمام بها، ويغيب الحديث عنها إلا عندما يذكر التاريخ ولا يغيب عن البال ضرورة الاستفادة من دروس الأزمة وتلاشي ما حدث من السلبيات المصاحبة لها مستقبلاً.

¹ - سهام الشجيري: مرجع سبق ذكره ، ص 52-53.

المطلب الخامس: نموذج المراحل الأربعة لدورة حياة الأزمة: The Crisis Life-Cycle

يشير تحليل الأزمات المختلفة إلى تشابه كبير مع النموذج البيولوجي في دورة الحياة، حيث يمر الكائن الحي بمراحل مختلفة من الميلاد ثم مرحلة النمو، والنضج، وصولاً إلى مرحلة الانحدار والموت، ويمكن أن نستخدم دورة حياة الأزمة لتعبر عن كل مرحلة من مراحل دورة الحياة.

في حين تظهر بوادر الأزمة أو ميلادها يمكن أن تتدخل فنون الإدارة لتحويل دون أن تصل الأزمة إلى مرحلة النمو والنضج، وفي هذه الحالة تستطيع الإدارة الرشيدة أن تقتل الأزمة في مهدها، وقد تنجح الإدارة الجيدة في تجنب الأزمة، قبل أن تولد بما يمكن أن نطلق عليه "إجهاض الأزمة"¹. Crisis abortion.

وحيث تتجاهل الإدارة معالجة الأزمة في مهدها، تكون الظروف المهيأة لميلاد الأزمة ونموها ووصولها إلى مرحلة النضج، التي تشكل تهديدا كبيرا لسمعة المنظمة.

وإذا استطاعت المنظمات التصدي للمشكلات قبل أن تستفحل وتنمو وتتحول إلى أزمات، فإنها سوف تتجنب التغطية البغيضة Unsavory، التي تقدمها وسائل الإعلام نتيجة نقص المعلومات وزيادة الغموض، كذلك يجب أن تدرك أن بعض الأزمات لا يمكن تجنبها واحتواؤها في مهدها.²

ويرى محمد الشافعي أن دورة حياة الأزمة تمر بثلاث مراحل:³

1- ماقبل وقوع الأزمة: وهو ما يعرف باستشعار الأزمة واتخاذ الإجراءات الوقائية Proactive حتى يمكن حصرها والتحكم فيها.

2- مواجهة الأزمة حال وقوعها: من خلال اتخاذ الإجراءات التي تحد من الآثار الضارة والعمل على تضييق نطاقها.

3- إجراءات ما بعد الأزمة: من خلال دراسة وتقييم ماذا حدث؟ ولماذا؟ وكيف حدث؟ ورسم سبل عدم تكرار أزمات مشابهة.

كذلك يتفق "جون بيرش" "John Birch" مع الرأي السابق بتقسيم دورة حياة الأزمة إلى ثلاث مراحل، ويرى أن هذه المراحل الأساسية لم تتغير منذ عام 1982 ولكن التطور السريع في تكنولوجيا الاتصال هو الذي أدى إلى إدخال وسائل جديدة عند التطبيق، حيث أدى إنتشار القنوات الفضائية، وقواعد البيانات، وشبكات المعلومات مثل شبكة الإنترنت، بما تحققه من تدفق سريع للأخبار والمعلومات، وما تنطوي عليه بعض هذه الأخبار من معلومات خاطئة أو غير دقيقة عن المنظمة نشرها وسائل الإعلام على نطاق واسع، ولذلك لا بد أن تحرص المنظمات

¹ - حسن عماد مكاوي: مرجع سبق ذكره، ص 73.

² - Gonzalez, Ferrero&Pratt : How to Manage a crisis before or whenever- it hits Public Relations quarterly, vol40, (1), spring1995, pp25-29.

³ - محمد الشافعي: استراتيجية إدارة الأزمات والكوارث، مركز المحروسة للبحوث والتجريب والنشر، القاهرة، 2001، ص ص 10-11.

على مراقبة هذه الوسائل الجديدة الواسعة الانتشار أن تعمل على إقامة روابط إيجابية معها من خلال إمدادها بالمعلومات الدقيقة أولا بأول.¹

ويطرح بيرش القواعد الأساسية لمعالجة مراحل الأزمة على النحو الآتي:²

أولا: مرحلة ما قبل الأزمة Pre-Crisis

- رسم خطة الاتصال لاحتمالات الأزمة
- التدريب على تنفيذ الخطة من خلال محاكاة مواقف الأزمة.
- إقامة ودعم العلاقات الإيجابية مع الحلفاء الحاليين والمحتملين والعمل على تحييد الخصوم والمنافسين.
- بناء سمعة جيدة للمنظمة.

ثانيا: مرحلة الأزمة Crisis

- تعرف المشكلة وأبعادها بدقة
- السيطرة على الإجراءات والرسائل الاتصالية (البيانات).
- تفصيل الخطة الموضوعية من قبل بعد تعديلها لمواكبة الظروف الراهنة.
- سرعة الاستجابة لمتطلبات الجماهير وتلبية حاجاتها للمعرفة.
- إقامة روابط اتصال قوية مع مندوبي وسائل الاتصال، مع التركيز على الحقائق المؤكدة فقط.

ثالثا: مرحلة ما بعد الأزمة

- الاستمرار في إقامة العلاقات الجيدة مع وسائل الإعلام والجماهير.
 - إتخاذ الاجراءات العلاجية Reactive لضمان عدم تكرار الأزمة والحد من أضرارها .
 - إعادة بناء سمعة المنظمة على النحو المرغوب
- ويذهب بعض الباحثين إلى أن دورة حياة الأزمة تمر بخمس مراحل رئيسية على النحو الآتي:

¹ - حسن عماد مكاوي: مرجع سبق ذكره، ص 74.

² -Brich,J : New Factors in crisis Planning and Response public relations quarterly, vol39(1),spring,1994,pp31-34.

1- مرحلة إشارات الإنذار: Signal Detection

غالبا ما يسبق الأزمة بعض علامات الإنذار المبكرة التي تنبئ باحتمال نشوب أزمة، وعادة ما تحدث الأزمات نتيجة عدم الإنتباه لتلك الإشارات من جانب المنظمة،¹ وعادة ما يسود المنظمات القابلة لحدوث أزمات ثقافة تنظيمية سلبية تجاه جهود إدارة الأزمات، حيث تعمل على تجاهل إشارات التحذير، وأحيانا تعمل على إسكاتهما، بل ومعاقبة من ينذر بتلك التحذيرات، فالثقة الزائدة تجعلهم يعتقدون أنهم محصنون وغير قابلين للتعرض للأزمات، أما المنظمات المستعدة للأزمات فيتوافر لها حساسية إلتقاط تلك الإشارات والتفاعل معها، ومن الملاحظ أن الإشارات التحذيرية تختلف باختلاف نوع الأزمة، فمثلا المطالب المالية للعمال قد تكون إشارة تحذيرية لوقوع اضطرابات، كذلك قد تكون زيادة أعطال بعض الأجهزة مؤشرا على فشل المعدات وإمكانية وقوع حوادث أو كوارث.²

2- مرحلة الاستعداد والوقاية Preparation/ Prevention

تعتمد هذه المرحلة على رسم سيناريوهات مختلفة لمواجهة الأزمات المحتملة، وكيفية التعامل معها، والحد من مخاطرها بأقصى سرعة لمنع تفاقمها.

3- مرحلة احتواء الأضرار Reactive:

وهي مرحلة حدوث الأزمة حيث يتم مراجعة الخطط الوقائية المعدة سلفا وإدخال التعديلات عليها في ضوء الموقف الفعلي للأزمة، وحجم التأثيرات الناتجة عنها، وتتضمن هذه المرحلة العمل على إصلاح التلفيات واستعادة النشاط.³

4- مرحلة استعادة النشاط Recovery

تشتمل على إعداد وتنفيذ برامج تستهدف استعادة الصورة الذهنية الإيجابية عن المنظمة، ومحاولة ترميم ما حدث، ويجب أن يستمر الاهتمام بالأنشطة الاتصالية التي تساعد على تأكيد سلامة أعمال المنظمة وتحافظ على صورتها الذهنية.

5- مرحلة استيعاب الدروس المستفادة Learning

وتتضمن رصد وتقييم حصيلة الخبرات التي اكتسبتها المنظمة نتيجة وقوع الأزمة وكيفية التعامل معها.⁴

- نموذج المراحل الأربع لدورة حياة الأزمة A Four Phase model

¹ - رجب عبد الحميد السيد: دور القيادة في صنع القرار بالتطبيق على إدارة الأزمات، رسالة دكتوراه غير منشوره، كلية التجارة، جامعة قناة السويس، 1999، ص 41.

² - منى صلاح الدين شريف: إدارة الأزمات الوسيلة للبقاء، دار البيان للنشر، القاهرة، 1998، ص 72.

³ - المرجع نفسه، ص 73.

⁴ - قدري عبد المجيد: دور وسائل الإعلام في إدارة الأزمات، مجلة كلية الدراسات العليا، كلية الدراسات العليا بأكاديمية مبارك للأمن، القاهرة، العدد الثامن، يناير/جانفي 2003، 2003، ص ص 156-158.

طرح كل من "جونزاليس هيريرو وبرات" "Gonzalez- Herrero& Pratt" نموذجا متكاملًا لشرح دورة حياة الأزمة، ويفترض هذا النموذج أن معظم الأزمات ويسبقها إشارات مبكرة تشير إلى مشكلات محتملة، ويرى الباحثان أن الاحساس بالمشكلات المحتملة هو الخطوة الأولى لتجنب وقوع الأزمة.

وينطلق هذا النموذج المتكامل من ثلاثة مبادئ:¹

1- إدارة القضايا Issues Management

2- التخطيط لمنع الأزمة Planning/ Prevention

3- الانجاز أو انحسار الأزمة Implementation.

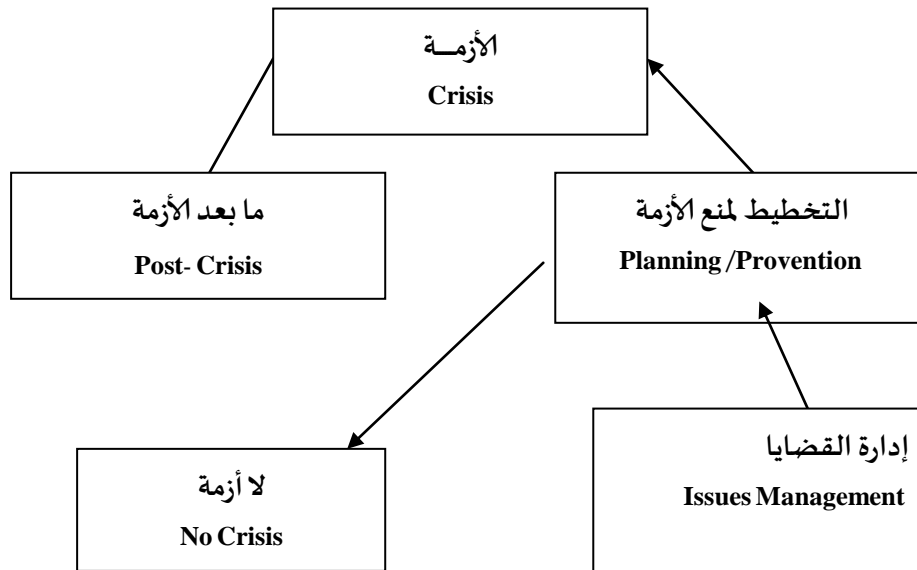
ويعتمد كل مبدأ من المبادئ السابقة على افتراضية:

1- أن لكل أزمة دورة حياة تتأثر بها **Life-Cycle**

2- أن أفضل وسيلة لتجنب التغطية الإعلامية السلبية هو العمل على "تعزيز السمعة" **Reputation-**

Enhancing من خلال الحرص على ممارسة أنشطة تدعم المسؤولية الاجتماعية للمنظمة.

شكل رقم(03): يوضح مراحل الأزمة في حالة احتوائها أو تفاقمها.



Source : Gonzalez-Herroero, A& C,B,Pratt : How to Manage a crisis before or whenever- it hits public relations quarterly, vol40(1), spring1995,pp25-29.

² وسوف يتم عرض دور الاتصال في كل مرحلة من المراحل الأربع على النحو التالي:

¹ - Gonzalez, Herrero&Pratt : op.cit, 1995, p p 26-29.

² - حسن عماد مكاوي: مرجع سبق ذكره، ص ص 78-80.

المرحلة الأولى: إدارة القضايا Issues Management

تعد مرحلة إدارة القضايا بمثابة الوقاية من حدوث الأزمة، وفي هذه المرحلة يكون دور اتصالات الأزمة على النحو الآتي:

- 1- مراقبة البيئة والبحث في الأفكار السائدة والاتجاهات المتعلقة بقضايا المنظمة، خاصة القضايا التي يمكن أن يكون لها تأثير ملحوظ في المستقبل القريب.
- 2- تجميع معلومات عن القضايا التي يحتمل أن تسبب إزعاجا أو قلقا للمنظمة وتقييم هذه المعلومات، ومدى ارتباطها بسمعة المنظمة.
- 3- تطوير استراتيجية اتصال تستهدف منع حدوث الأزمة أو إعادة توجيه القضايا، على النحو المرغوب من جانب المنظمة وجماهيرها.

المرحلة الثانية: التخطيط لمنع الأزمة Planning/ Prevention

في هذه المرحلة يتم استخدام المعلومات المرتبطة بمراقبة قضايا البيئة المحيطة، وإقامة نظم اتصال داخلية فعالة، كما يتم تسخير موارد المنظمة لكبح مصادر التهديد ومحاولة التحكم في مسار القضية ومنع تفاقمها وتحويلها إلى أزمة وهو ما يعرف "بالمنع" Prevention، وفي هذه المرحلة يتخطى التعامل مع القضية حدود مرحلة إدارة القضايا، حيث تستشعر المنظمة بزوغ أزمة قادمة تتطلب تقييم المعلومات المتاحة ووضع نظم التحذير لمراقبة تطور القضية.

وتعد مرحلة التخطيط لمنع الأزمة هي نقطة البداية الحقيقية في إدارة الأزمة، وبالتالي يكون الوقت مناسباً لاتخاذ الإجراءات الآتية:

- 1- وضع إجراءات وقائية لأبعاد الأزمة Proactive
- 2- إعادة تحليل صلات المنظمة مع مكوناتها المتعددة Multiple constituencies
- 3- إعداد خطط عامة وبرامج تفصيلية
- 4- تحديد الأعضاء المحتملين لفريق إدارة الأزمة
- 5- تحديد ممثلي المنظمة للتعامل مع وسائل الإعلام
- 6- تصميم وإقرار الرسائل الإتصالية والجماهير المستهدفة ووسائل الإعلام التي يمكن استخدامها في إنجاز خطة اتصالات الأزمة.

وفي مرحلة التخطيط لمنع الأزمة لا بد من تحديد:

- 1- أبعاد المشكلة

2- درجة السيطرة التي تملكها المنظمة على الموقف

3- إيجاد بدائل يمكن للمنظمة أن تختار من بينها عند تطوير خطة متخصصة لإدارة الأزمة .

وتقوم البحوث العلمية بدور مهم في تحديد اتجاهات الجماهير العامة والمتخصصة، ويؤدي إكتساب المعرفة بهذه الاتجاهات إلى تطوير ردود الأفعال المناسبة، وملاءمة خطة اتصالات الأزمة للأحداث.

وإذا استطاعت المنظمة إدارة القضية بفاعلية أثناء هذه المرحلة يمكن أن تتجنب وقوع الأزمة، وبالتالي تصل إلى نقطة اللاأزمة No Crisis point أو على الأقل تستطيع تخفيض النتائج السلبية في حالة وقوع الأزمة إلى أدنى درجة ممكنة.

المرحلة الثالثة: The Crisis

عندما تصل الأزمة إلى هذه المرحلة تكون قد فقدت كل عناصر الوقاية Proactive، وتتحول الاستجابة للأزمة من النمط الوقائي إلى النمط العلاجي Reacting، من خلال استخدام الأساليب التي تقلل من قدر الدمار والتأثيرات السلبية.

ووفق هذا النموذج، تتطلب المرحلة الثالثة اتباع ما يلي:

1- تقييم استجابة المنظمة للأزمة.

2- محاولة تقليل حدة النشر السلبي الضار بمكونات المنظمة.

3- إعداد وتنفيذ الرسائل المناسبة (البيانات) التي تبرز ما يحدث، والسعي للحصول على تأييد طرف ثالث Third Party من الخبراء، وإنجاز خطط الاتصالات الداخلية والخارجية.

المرحلة الرابعة: ما بعد الأزمة The Post- Crisis

إذا لم تكن الأزمة مدمرة تماما، فلا بد أن يعقبها مرحلة "ما بعد الأزمة" وهي المرحلة التي تسعى خلالها المنظمة إلى إعادة بناء السمعة Rebuild Reputation والتأهب لإستعادة أيام التألّق Glorious Days وتحرص المنظمة في هذه المرحلة على إتباع ما يلي:

1- الاستمرار في جذب إهتمام الجماهير نحو أنشطة المنظمة.

2- الاستمرار في مراقبة تداعيات الأزمة حتى تقل حدتها وتلاشى.

3- الاستمرار في تزويد وسائل الإعلام بالمعلومات حول الإجراءات التي تتخذها المنظمة لإعادة البناء وكسب ثقة هذه الوسائل.

4- إعادة تقييم خطة إدارة الأزمة وكيفية استجابة الإدارة والعاملين بالمنظمة لموقف الأزمة.

5- رصد ردود الأفعال الرسمية والشعبية واتجاهات الحلفاء والمنافسين للاستفادة منها في تجنب أزمات مستقبلية.

6- تطوير استراتيجية اتصال طويلة الأمد لتقليل الدمار الناتج عن الأزمة.

ولابد أن ندرك أن نهاية إحدى الأزمات عادة ما يكون بداية أزمة جديدة في عملية مستمرة Process تبدأ من إدارة القضايا، ثم التخطيط لمنع الأزمة.

وهكذا فإن إدارة الأزمة من المنظور الإعلامي تعني إدارة السمعة Crisis Reputation وهي عبارة عن جهود متواصلة تحظى بتعديلات مستمرة تواكب الأحداث والمستجدات التي تستهدف في النهاية صياغة وتعزيز الصورة الذهنية للمنظمة.

المبحث الثاني: ماهية الأزمات المالية وتداعياتها على الاقتصاد الجزائري

المطلب الأول: خلفية تاريخية للأزمات المالية التي شهدتها العالم

لقد شهد العالم خلال القرن العشرين عددا من الأزمات المالية والتي كان لها وقع وأثر كبير على اقتصاديات البلدان، ومن خلال هذا المطلب سوف نعرض أهم هذه الأزمات:

أولا: الأزمة الاقتصادية الكبرى 1929 أزمة الكساد الكبير

تعد من أشهر أزمات التي شهدتها الاقتصاد العالمي وأقواها أثرا، حيث اتصف الاقتصاد الأمريكي خلال تلك المرحلة بإصابات حادة، خاصة في سوق العقارات أين تضاعف سعر الشراء للأراضي والبيوت، كما أدى ذلك إلى ارتفاع الأسهم بشكل كبير عن قيمته الحقيقية، ومن هنا انفجرت الأزمة فإنهارت بورصة نيويورك، وتهافت أسعار الأسهم وخسرت من قيمتها نحو 32مليار دولار وأفلس على أثرها حوالي 3500مصرفا في يوم واحد.¹

➤ أسباب أزمة الكساد الكبير:²

- انهيار في سوق الأسهم
- تقليص حجم القروض جراء إفلاس المصارف التجارية بعد إنهيار أسواق الأسهم بشهور.
- إفلاس ما لا يقل عن 608 مصرفا، منها Bank of America
- قيام الاحتياطي الفدرالي بتخفيض سعر الفائدة بصفة دورية وضح أموال كبيرة في السوق.

¹ - عبد الرحمان تومي: قراءة في الأزمة المالية العالمية الراهنة، مجلة الدراسات الاقتصادية مركز البصيرة للبحوث والإستشارات والخدمات التعليمية، العدد13، الجزائر، سبتمبر 2009، ص ص 126-127.

² - عبد القادر بلطاس: تداعيات الأزمة المالية العالمية، أزمة Sup-Prime، ليجند للنشر، الجزائر، 2009، ص ص 137-138.

- تهافت الناس على بيع الدولار إثر إنتشار لإشاعات عن نية إدارة الرئيس فرانكلين روزفلت بخفض سعر الدولار.

➤ خصائصها:¹

- تسببت في زعزعت الاستقرار النسبي في النظام الرأسمالي بكامله.
- كان لها صفة دورية انطلاقا من ارتباطها الوثيق بالأزمات الاقتصادية الدورية في النظام الرأسمالي.
- الاستمرارية في المدة، حيث استغرقت حوالي 4 سنوات.
- عمق وحدة الأزمة بشكل استثنائي في الولايات المتحدة مثلا انخفضت الودائع لدى البنوك بمقدار 33% كما انخفضت عمليات الخصم والإقتراض بمقدار الضعف، وكان عدد البنوك منذ بداية عام 1929 حتى منتصف عام 1933 حوالي 40% من إجمالي عدد البنوك مما أدى إلى ضياع الكثير من مدخرات المودعين خاصة الصغار منهم.
- الإنخفاض الكبير في مستويات أسعار الفائدة: حيث تراجعت أسعار الفائدة من 55% سنة 1929 لتصل إلى 31% سنة 1933، وقد كان هذا الإنخفاض في البداية ناتجا عن تزايد الطلب على النقود لسداد القروض السابقة، لكن مع استمرار الأزمة انخفض الطلب على القروض بشكل حاد بسبب انخفاض الإنتاج الصناعي والمبادلات وزيادة عرض رؤوس الأموال.
- توافق الأزمة مع التقلبات الحادة في أسعار صرف العملات: وهذا ما أدى إلى إتهيار النظام الذهبي في معظم الدول، وتزامن ذلك مع تدهور القدرة الشرائية لمعظم العملات بسبب تزايد العجز في الموازنة العامة وموازن المدفوعات وإنخفاض حجم الاحتياطات الذهبية الرسمية.

ثانيا: أزمة الأسواق المالية لسنة 1987

تعرضت أسواق المال الأوروبية لأزمة حادة جراء انهيار الأسعار في بورصة وول ستريت، وقد امتدت آثار هذا الإتهيار إلى آسيا.

في هذا اليوم اندفع المستثمرون مرة واحدة الى بيع أسهمهم متسببين في هبوط مؤشر داو جونز بمقدار 508 نقطة في يوم واحد،² وسرعان ما انتشر الذعر الى باقي بورصات العالم، وكانت الخسائر كبيرة، حيث بلغت في بورصة نيويورك 26% وفرانكفورت 15% وأمستردام 12%.

¹ مروان عطوف: الأسواق النقدية والمالية والبورصات ومشكلاتها في عالم النقد والمال، ط3، الجزء2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص ص 100-103.

² عبد الرحمن تومي: مرجع سبق ذكره، ص 131.

➤ أسباب أزمة أكتوبر 1987:¹

- ظهور الكثير من المؤشرات حول حدوث أزمة اقتصادية مع بداية عام 1988.
- استمرار العجز في الميزان التجاري الأمريكي الذي قد يتجاوز 17 مليار دولار خلال شهر أكتوبر حسب النشرات الإحصائية لوزارة التجارة الأمريكية، وتوقعات المراقبين الاقتصاديين.
- توقع لجوء الولايات المتحدة الأمريكية إلى معالجة العجز في ميزانها التجاري عن طريق تخفيض قيمة الدولار، بهدف زيادة الصادرات والحد من الواردات، هذا ما أدى بتخفيض القيمة الحقيقية للموجودات بالدولار للمستثمرين الأجانب مما دفع هؤلاء المستثمرين للإسراع بالتخلص من أصولهم المالية المحررة بالدولار، وهو ما ساهم في زيادة عرض الأصول المالية خاصة الأسهم_ ومنه انهيار أسعارها.
- تحول الكثير من المستثمرين من حيازة الأسهم إلى السندات (خاصة السندات الحكومية الطويلة الأجل الصادرة عن السلطات الأمريكية)، مما زاد في عرض هذه الأسهم ومن ثم تدهور أسعارها.
- لجوء الكثير من المستثمرين الى استبدال أصولهم المالية الطويلة الأجل (الأقل سيولة) بأصول أخرى قصيرة الأجل (والأكثر سيولة)، مما يوفر لهم ضمانات أكثر لمواجهة أزمات أخرى متوقعة.
- ارتفاع أسعار الفائدة.
- تزايد حجم المديونية الخارجية الأمريكية التي وصلت إلى مستويات مرتفعة، أضعفت إلى حد بعيد الثقة بالدولار والأصول المالية المحدودة بهذه العملة.

➤ الإجراءات المتخذة لحل الأزمة:

- استوجبت الاضطرابات الخطيرة التي خلفتها أزمة أكتوبر في المعاملات النقدية والمالية الدولية تدخل السلطات النقدية في كل الدول التي شملتها أزمة بهدف معالجتها ووضع الأسس الكفيلة بعدم تكرارها، ومن أهم أشكال هذا التدخل:²
- إيقاف التعامل مؤقتا لبعض البورصات
 - استخدام سياسة تخفيض أسعار الفائدة لإيقاف تدهور أسعار الأوراق المالية
 - لجوء بعض الدول لشراء عدة مليارات من الدولارات بعملاتها الوطنية للحد من انخفاض قيمة الدولار

¹- المرجع نفسه، ص ص 200-201.

²- المرجع السابق، ص ص 200-201.

- قيام الحكومات بوضع قيود وضوابط جديدة لتنظيم عمليات البورصات والحدّ نوعا ما من اشتداد المضاربات.
- مطالبة الدول الأوروبية واليابان للولايات المتحدة الأمريكية باتخاذ إجراءات عاجلة وفعالة لمعالجة أوضاعها المالية، خاصة إيقاف انخفاض قيمة الدولار وتخفيض العجز في الميزان التجاري للموازنة العامة باستخدام مختلف أنواع السياسات.
- استخدام إجراءات اقتصادية أكثر شمولية، وفعالية في مواجهة مثل هذه الأزمات .
- لجوء بعض الحكومات لفتح تحقيقات حول المضاربات المشبوهة في البورصة.
- إعلان الحكومة الأمريكية عن إجراء تخفيض آخر في عجز الموازنة العامة إضافة إلى تخفيض عام 1988.
- تدخل الحكومات بشكل مباشر في عملية البيع والشراء كمتعامل.

ثالثا: أزمة النمو الآسيوية

شهدت الأسواق المالية لدول جنوب شرق آسيا إنهيارا كبيرا منذ الإثنين الموافق لـ 1997/10/27 بدأت الأزمة من تايلاندا ثم انتشرت بسرعة إلى بقية دول المنطقة حيث سجلت أسعار الأسهم انخفاضا حادا، فانخفض مؤشر Hang seng بنحو 1211 نقطة لأول مرة منذ أكثر من ثلاثين عاما، إضافة إلى انخفاض مؤشرات بقية بورصات دول المنطقة دون أن يكون متوقعا لإنهيار هذه الأسواق بهذه الدرجة والسرعة نظرا لما تتمتع به اقتصاديات الدول المعنية من معدلات نمو مرتفعة بين 7-8% كمتوسط وتنوع قاعدتها التصديرية، واندماج أسواقها واقتصادياتها في الأسواق العالمية.¹

➤ أسبابها: يمكن تفسير أسباب الأزمة المالية التي داهمت دول شرق آسيا لسنة 1997 إلى عدة عوامل من بينها:²

- الإفراط في الإقراض والإقتراض
- التحرير المالي
- الإختلالات الاقتصادية داخل الدول الآسيوية التي جعلتها عرضة للأزمات ومن بينها نذكر:
- اعتماد المفرط على التصدير لتحقيق النمو

¹ - زغدار أحمد، ناصر المهدي: الأزمة المالية الآسيوية والأزمة العقارية الأمريكية... الأسباب والدروس المستخلصة من الأزمات، الملتقى الدولي الثاني حول الأزمة المالية الراهنة والبدائل المالية والمصرفية، المركز الجامعي بخميس مليانة، يومي 5-6 ماي 2009، ص ص 5-6.

² - المرجع نفسه، ص ص 5-6

- الإعتماد الكبير على التدفقات المالية في شكل قروض أو استثمارات أجنبية مباشرة، هذا بالإضافة الاقتراض الخارجي غير المغطى من قبل القطاع الخاص المحلي.
- الإنخفاض الحاد في قيمة العملات المحلية
- ضعف الثقة بالأنظمة الاقتصادية والمالية نتيجة لضعف الثقة بالأنظمة السياسية القائمة أساسا.
- نقص الشفافية، وخاصة فيما يتعلق بالكشف عن الحجم الحقيقي للاحتياطات الدولية للبلدان المعنية من النقد الأجنبي، مما تسبب في فقدان كبير للثقة، وهروب رؤوس الأموال للخارج.

➤ نتائجها:¹

- تكبدت أسواق المال في دول جنوب شرق آسيا، مما جعلهم يسارعون إلى بيع حجم كبير من الأسهم لتقليص خسائرهم، وهو ما زاد من تدهور قيمة الأسهم وزعزعة الثقة لدى المستثمرين.
- الانسحاب المفاجئ لرؤوس الأموال الأجنبية في الوقت الذي أسهمت فيه هذه الأموال في رفع معدلات النمو لهذه الدول خلال السنوات الأخيرة قبل الأزمة.
- إفلاس وانهيار العديد من المصارف والشركات مما أدى إلى ارتفاع نسبة البطالة والتضخم.
- فشل النظام المصرفي في أداء مهامه الرئيسية وتردي أوضاع المؤسسات المالية والاقتصادية الأخرى.
- تراجع الثقة الناجمة عن انخفاض البورصة قد أدى إلى الحد من الاستهلاك وتردد الشركات في توظيف استثمارات جديدة.
- انخفاض الناتج المحلي الإجمالي وتراجع النمو الاقتصادي وهروب رؤوس الأموال وخفض الإنفاق العام والخاص وزيادة عجز الحسابات الجارية وموازين المدفوعات وتفاقم المديونية للخارج بدول الأزمة.

رابعا: الأزمة المكسيكية 1994

شهد الاقتصاد المكسيكي أزمة مالية حادة نهاية 1994 بسبب تزايد العجز في الميزان التجاري الخارجي بحيث أدى ذلك إلى خلق أزمة سعر صرف للعملة المحلية وكذلك انهيار النظام المصرفي نتيجة وقف تدفق رؤوس الأموال الأجنبية وخروج تلك التي كانت موجودة وبصورة مفاجئة، وأدى ذلك إلى أزمة مالية واقتصادية حادة.²

➤ أسباب أزمة المكسيك:¹

¹ - بوصبيح صالح رحيمة: التكتلات الاقتصادية في ميزان الأزمة، دراسة في العاقات السببية بين إنتشار الأزمات وتكتل الإقتصادي(دراسة حالة اليونان ضمن التكتل الأوربي)، مذكرة ماجستير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، ص ص72-73.

² - عبد القادر بلطاس: مرجع سبق ذكره، ص ص 72-73

هناك عدة تفسيرات وتحاليل تبين سبب تفاقم هذه الأزمة، ومن أهم العوامل التي ساعدت على ذلك نذكر

منها:

- ارتفاع قيمة العملة المحلية مما تسبب في خلق حالة اللاتوازن في النشاط الاقتصادي
- العجز في الموازنة التجارية الخارجية وإضعاف النظام المصرفي بعد خصخصته مع بداية التسعينات.
- التذبذب المستمر في النشاط الاقتصادي
- هروب الأموال إلى الخارج بعد تدهور نظام الصرف المحلي.

➤ نتائجها: مما سبق يمكننا استخلاص النتائج الآتية:²

- خسارة 2.4 مليون فرصة عمل خلال نصف عام، مما أدى إلى تضاعف البطالة.
- إفلاس 60 ألف شركة بناء.
- تقلص الناتج الإجمالي بما نسبته 10%
- ارتفاع معدل التضخم إلى 35% في الوقت الذي تقلص فيه الاستهلاك الخاص بحوالي 12%.
- انخفاض الرقابة على الصرف الأجنبي.

خامسا: الأزمة المالية العالمية 2008

تعتبر الأزمة المالية التي شهدتها الاقتصاد العالمي منذ شهر أوت 2008 من أسوأ الأزمات التي مر بها الاقتصاد العالمي منذ عقد الثلاثينات، بل وتعتبر الأخطر في تاريخ أزمات المالية، وتتفق الدراسات على أن الأزمة المالية العالمية هي تلك التداعيات الناجمة عن أزمة الرهن العقاري التي ظهرت على السطح عام 2007 بسبب فشل ملايين المقترضين لشراء مساكن وعقارات في الولايات الأمريكية في تسديد ديونهم للبنوك.

وأدى ذلك إلى حدوث هزة قوية للاقتصاد الأمريكي، وصلت تبعاتها إلى اقتصاديات أوروبا وآسيا محيطة في طريقها بعدد كبير من كبريات البنوك والمؤسسات المالية العالمية.³

¹ - المرجع نفسه، ص 132

² - زهية كواش وآخرون: الأزمات المالية وعلاقتها بسعر الفائدة، الملتقى الدولي الثاني حول الأزمة المالية الراهنة البدائل المالية والمصرفية، المركز الجامعي بخميس مليانة، الجزائر، 5-6 ماي 2009، ص ص 9-10.

³ - دبار حمزة: انعكاسات الأزمة المالية العالمية على الأمن الغذائي في الوطن العربي، دراسة تحليلية وفق نموذج Swot، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2012-2013، ص 17.

تميزت الأزمة المالية العالمية لسنة 2008 بأنها الأكبر في التاريخ المعاصر، حيث وصفها "بول فولكر" رئيس المجلس الاحتياطي الفدرالي بالولايات المتحدة الأمريكية سابقا بأنها "أم الكوارث المالية جمعاء" والتي نتجت عن أكبر فقاعة ائتمانية في التاريخ كما عبر عنها الاقتصادي الحائز على جائزة نوبل "بول جورجمان"¹.

بدأت أزمة المالية العالمية أساسا كمشكلة مصرفية استثمارية مالية أمريكية بحتة، نتجت عن تجاوزات كبيرة لمبادئ الإدارة الحكيمة لمخاطر الإئتمان في سوق الرهن العقاري، شارك في إنتاج هذه الأزمة وتفاقمها سماسرة عقار ومؤسسات مالية، ويمكن القول أن من جملة سلسلة الأسباب التي حفزت على تشكيل الفقاعة العقارية ونشوب الأزمة المالية العالمية هي:²

➤ أسبابها:

- خفض الطويل الأجل لأسعار الفائدة الربوية (2001-2006) :

تعود جذور الأزمة المالية العالمية إلى فترة نهايات العام 2000 وبدايات العام 2006 في وجهة نظر الباحثين، حيث أظهرت مختلف التوقعات الإقتصادية التي أجريت فيها وجود احتمالات كبيرة لحدوث حالة من الركود الاقتصادي ستلقي بظلالها على الاقتصاد الأمريكي الحقيقي بعد حوالي 10 أعوام من التوسع والإنتشار، وقد استندت تلك التنبؤات بشكل أساسي في افتراضاتها إلى الإرتدادات المتوقعة من أزمة التراجع الحاد التي مست قطاع تكنولوجيا المعلوماتية، وبفعل التداعيات المؤكدة للحدوث جراء أحداث 11 سبتمبر 2001.³

ولمعالجة هذا المشكل لجأ المصرف الفيدرالي الأمريكي إلى اعتماد سياسة نقدية مضمونها خفض أسعار الفائدة الربوية حتى وصلت إلى 1%، تشجيعا للإقتراض، أملا في إنعاش الإقتصاد لتجاوز حالة ضعف الطلب الكلي، فقد تم تخفيض مؤشر أسعار فائدة الإقراض الربوي بين المصارف إلى أكثر من 10 مرات خلال عام 2001 ووحدة، وهو ما أدى إلى زيادة مستويات الطلب على مختلف أنواع القروض.⁴

- توريق القروض وغبن تصنيفها:

وجدت معظم المصارف التي انتهجت هذا الأسلوب في تقديم نفسها في وضع حرج ومتأزم، وعرضه للإفلاس، وبالمقابل أيضا وجد ما يقارب المليونيين من المقترضين في الولايات المتحدة أنفسهم مفلسين مدمرين ماديا، والسبب هو أنهم لا يقدرّون على تسديد الديون.

¹ - قحطان عبد سعيد السامرائي: دراسة في جذور الأزمة في الاقتصاد الرأسمالي، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الثالث لكلية العلوم الإدارية والمالية في جامعة الإسراء، عمان، 28-29-أفريل 2009، ص 22.

² - عقبة عبد اللاوي، نور الدين جوادي: الأزمة المالية العالمية الراهنة تحليل عينة للدراسة أعداد مجلة بحوث اقتصادية عربية ما بين 2007 إلى 2010، مجلة بحوث اقتصادية عربية، القاهرة، العددان 55، 56، 2011، ص ص 37-38.

³ - دبار حمزة، مرجع سبق ذكره، ص 19

⁴ - نور الدين جوادي: الأزمة المالية العالمية، مقارنة نظرية، حوليات جامعة بشار، العدد 8 خاص، الجزائر، ص 196.

وفي محاولة منها للحد من مخاطر هذه الإلتزامات الجديدة، استخدمت المصارف نظام التوريق Titrison أي التعامل بالأوراق المالية، حيث قامت بتحويل هذه القروض إلى أوراق مالية وطرحها في الأسواق المالية وبيعها لمصارف استثمارية ومؤسسات مالية أخرى محلية وأجنبية.¹

وتشير الاحصائيات إلى أن حجم تلك القروض المورقة والمغطاة بقروض الرهن العقاري قد بلغت نهاية عام 2007 إلى حدود 10 آلاف مليار دولار أمريكي، متضاعفة بما يقارب الثلاث مرات عما كانت عليه عام 1997، ومستحوذا سوقها على أكثر من 40% من سوق السندات الأمريكية.²

- تراخي قيود إقراض وضعف الرقابة المالية

عرفت السنوات الأخيرة موجات التحرير المالي الحادة التي مست قطاع العقارات في الولايات المتحدة الأمريكية، وظهور كذلك ما يسمى بالإبتكارات المالية، حيث تراجعت إلى الحضيض آليات الرقابة المالية على آليات منح القروض العقارية وغيرها، وبشكل حاد.³

ومن مظاهر هذا التراجع كذلك تعدد جهات الرقابة بين اتحادية ومحلية وعدم كفاءة مواردها البشرية ضمن قطاع الرقابة المصرفية وتفشي ظاهرة الفساد الإداري، وتدخل الحسابات السياسية والسلوك الإقتصادي... الخ، مما أدى بالمدير التنفيذي لصندوق النقد الدولي FMI "دومنيك سترواس" إلى القول أنه: "من الواضح أن الأزمة المالية العالمية ناتجة من تقصير رقابي وتنظيمي في الدول المتقدمة اقتصاديا، ومن إخفاق حاد في آلية انضباط الأسواق".⁴

- الفقاعة العقارية

لاشك أن التوسع الكبير في حجم السيولة والظروف الغريبة للإقراض، حركت غريزة التملك والكسب السريع، وروح المراهنات لدى كافة شرائح المجتمع الأمريكي، فمن ليس لديه منزل وجدها فرصة ليمتلك منزلا، ومن كان لديه منزل صغير وجدها فرصة لتوسيع منزله واستبداله بآخر، وهناك من وجد العقارات هي نوع آخر من أنواع الاستثمارات خاصة بعد انهيار أسواق الأسهم عام 2000، وبالتالي أدى كل هذا إلى ارتفاع الطلب على المساكن، حيث

¹ - أحمد عامر: تداعيات الأزمة المالية العالمية على الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية بالجزائر، مجلة بحوث اقتصادية عربية، القاهرة، العدد 48، خريف 2009، ص ص 79-80.

² - دبار حمزة، مرجع سابق، ص 21.

³ - يوسف خليفة: الأزمة المالية والاقتصاديات الخليجية، أسبابها وانعكاساتها، مجلة المستقبل العربي، العدد 358، الجزائر، ديسمبر 2008، ص 19.

⁴ - إلياس سباء: الأزمة المالية العالمية، أسبابها وانعكاساتها، مجلة المستقبل العربي، العدد 360، الجزائر، 2009، ص 15.

شهدت أسعار المنازل ارتفاعات غير مسبوقه بلغت نسبتها 100% لتظهر المشكلة والتي تعرف بالفقاعة العقارية une bulle immobilière¹.

وقد انتفخت الفقاعة العقارية حتى وصلت ذروتها في صيف 2007 حيث هبطت قيمة العقارات ولم يعد الأفراد قادرين على سداد ديونهم حتى بعد بيع عقاراتهم المرهونة، وفقد أكثر من مليوني أمريكي أصولهم وملكيتهم العقارية المرهونة وأصبحوا مكبلين بالالتزامات المالية طيلة حياتهم من جهة ومن جهة أخرى أصبحوا في عداد المشردين واللاجئين والمهاجرين والفقراء والمساكين، نتيجة لتضرر البنوك بسبب عدم سداد المقترضين لقروضهم هبطت قيمة أسهمهم في البورصة وأعلنت شركات عقارية عديدة عن إفلاسها.²

سادسا: الأزمة المالية بالجزائر (2016)

تمر الجزائر منذ منتصف عام 2014 بأزمة مالية خانقة جراء تراجع مداخيل الدولة وإنخفاض قيمة العملة الوطنية، حيث يدفع تواصل سيناريو تراجع أسعار المحروقات الخزينة العمومية وصندوق ضبط الإيرادات بشكل خاص لتحمل أعباء إضافية، وفي هذا الشأن أوضح الخبير الاقتصادي المفوض العام للبنوك والمؤسسات المالية سابقا "عبد الرحمان بن خالفة": أن لجوء الحكومة إلى الإغتراف من هذا المورد يرتفع نظرا لعاملين: الأول يتعلق باستمرار وتيرة تراجع أسعار البترول، والثاني ارتفاع مستويات الإنفاق في الميزانية العامة سنويا بما يتراوح بين 10 و15%، الأمر الذي يلجئ السلطات العمومية إلى سحب حوال 1000 مليار دينار من بين قرابة 4000 مليار دينار الموجودة في صندوق ضبط الإيرادات لتغطية مصاريف السنة الجارية 2015.³

➤ أسبابها:

- انخفاض أسعار النفط:

يعود السبب الرئيسي لدخول الإقتصاد الجزائري في أزمة مالية، الى تراجع أسعار النفط في الأسواق العالمية، بداية من النصف الثاني لسنة 2014، إن السبب وراء تراجع الأسعار الحالي يعود بالدرجة كبيرة إلى أساسيات السوق، إذ أن أسواق النفط الحالية متخمة بالإمدادات، والسبب هو زيادة إنتاج النفط الصخري في الولايات المتحدة الأمريكية.⁴

وتتحرك الحكومة في كافة الاتجاهات بحثا عن مصادر جديدة لتمويل الميزانية بعد أن نزل سعر البترول إلى 30.44 دولار للبرميل، فيما أشارت مصادر أخرى إلى بلوغه قبل ذلك بساعات 25.69 دولارا، وهو السعر الأقل لأول

¹ - يوسف خليفة، مرجع سبق ذكره، ص 19.

² - زيدي بلقاسم، ميلودي مهدي: الأزمة المالية العالمية أسبابها وأبعادها وخصائصها، الملتقى العلمي الدولي حول الأزمة المالية العالمية وكيفية معالجتها من منظور النظام الإقتصادي العربي والإسلامي، جامعة الجنان، لبنان، 13-14 مارس، 2009، ص 11.

³ - ضياء مجيد الموسوي: الإقتصاد الجزائري في مواجهة تهاوي أسعار الطاقة 2014، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2015، ص 25.

⁴ - المرجع نفسه، ص 20.

مرة من خام تكساس الأمريكي والذي بيع أمس بـ30.83 دولارا وسط تفرّج الدول الأعضاء، في وقت يحذّر الخبراء من انعكاسات خطيرة لانخفاض سعر الذهب الأسود، ويتوقعون إجراءات صارمة لشد الحزام في الجزائر خلال المرحلة المقبلة¹.

- انخفاض الاحتياطي النقدي من العملة:²

أدى التدهور الحاد في سوق النفط، الذي بدأ في النصف الثاني من سنة 2014، إلى أول عجز للرصيد الإجمالي لميزان المدفوعات في الجزائر منذ سنة 1998. وعلى الرغم من الإنخفاض الكبير في الواردات من السلع، المقدر بـ11.8%، أدى التراجع الحاد في أسعار البترول في سنة 2015 بنسبة 47.1% إلى عجوزات في الحساب الجاري وكذا في الرصيد الإجمالي لميزان المدفوعات تقدر بـ27.3 مليار دولار 27.5 مليار دولار على التوالي. وفي سنة 2016، أدى الانخفاض المستمر في أسعار البترول بنسبة 15.2% إلى انخفاض الصادرات من المحروقات بنسبة 15.6% ومع ذلك، سمح تراجع الواردات من السلع بنسبة 6.1% المتزامن مع التقلص الحاد في عجز بند "مداخيل عوامل الإنتاج"، في الحد من العجز في الحساب الجاري والرصيد الإجمالي لميزان المدفوعات إلى حوالي 26 مليار دولار.

- الوضعية المالية الخارجية:³

أدت العجوزات القياسية في ميزان المدفوعات المسجلة في 2015 و2016 إلى تراجع حاد لاحتياطيات الرسمية للصرف، حيث انتقلت من 178.94 مليار دولار في نهاية ديسمبر 2014 إلى 144.13 مليار دولار في نهاية ديسمبر 2015 ثم إلى 114.14 مليار دولار في نهاية 2016.

مع ذلك، لا يزال مستوى احتياطيات الصرف عال، ممثلا ما يقارب 23 شهرا من الواردات من السلع والخدمات. وقد سمح هذا المستوى من الإحتياطيات، بتخفيف آثار الصدمة المالية الكبيرة على الإقتصاد الوطني. في حين، قد يؤدي استمرار الصدمة الخارجية إلى تآكل صلابة الوضعية المالية الخارجية للجزائر بشكل سريع، خصوصا أن مستوى الواردات لا يزال عاليا، مما يمثل عامل خطر إضافي على المدى المتوسط لميزان المدفوعات الخارجية. يدعو هذا المستوى للواردات من السلع والخدمات، غير القابل للإستمرار إلى تحكّم أفضل في مستوى الإستعاب المحلي.

فيما يخص الدين الخارجي، وبعد الدفع المسبق والمعتبر في 2006، عرف إجمالي الدين الخارجي للجزائر، الذي سجل في 2015 أدنى مستوى له (3.02 مليار دولار)، ارتفاعا طفيفا ليصل 85,3 مليار دولار في نهاية سنة 2016.

¹ - موقع جريدة الشروق اليومي: مقال تحت عنوان: إنهيّار تاريخي لسعر البترول... والحكومة تحت الصدمة، متوفر عبر الموقع :

<https://www.echoroukonline.com/%D8%A7%D9%86%D9%87%D9%8A%D8%A7%D8%B1-%D8%AA%D8%A7%D8%B1%D>

تم الإطلاع عليه بتاريخ: 2016-02-20

² - التقرير السنوي 2016 لبنك الجزائر، التطور الإقتصادي والنقدي للجزائر، ص49، متوفر على الموقع <https://www.bank-of-algeria.dz/pdf/rapportba2016ar.pdf>

تم الإطلاع عليه بتاريخ: 2017-08-18.

³ - المرجع نفسه، 56.

- سوق الصرف وسعر الصرف:¹

في سياق التقلبات الحادة في أسواق الصرف العالمية والمستوى المتدني لأسعار البترول، واصل بنك الجزائر، تدخله النشط في سوق الصرف ما بين المصارف، بصفته الموفر الرئيسي للعمليات الأجنبية مقابل الدينار الجزائري، لضمان هدفه في هذا المجال، وهو الحفاظ على سعر الصرف الفعلي الحقيقي للدينار قريبا من مستواه التوازني، يجدر بالذكر أن المستوى التوازني لسعر الصرف الفعلي الحقيقي للدينار يتم تحديده حسب أهم أساسيات الإقتصاد الوطني، لاسيما أسعار البترول، مستوى الإنفاق العام والفوارق في الإنتاجية وفي التضخم بين الجزائر وشركائها التجاريين الرئيسيين .

وفي سياق اتساع فارق التضخم بين الجزائر وشركائها التجاريين الرئيسيين وتراجع أسعار البترول ترافقا مع تدهور المستوى التوازني لسعر الصرف الفعلي الحقيقي للدينار، انخفض سعر الصرف الإسمي للدينار من جديد، في 2016 مقابل عملي الدولار والأورو، ولكن بوتيرة أضعف من تلك المسجلة في 2015 .

مقابل الدولار الأمريكي، انتقل متوسط سعر الصرف السنوي للدينار من 100.46 دينار للدولار الواحد في 2015 إلى 109.47 دينار في 2016، أي انخفاضا بنسبة 8.2% مقابل انخفاضا قدره 19.8% في سنة 2015 .

وفي الوقت نفسه، انخفضت قيمة الدينار الجزائري بنسبة 8.03% مقابل الأورو بين سنتي 2015 و2016، لتبلغ 121.18 دينار للأورو الواحد في 2016، مقابل 111.44 دينار للأورو الواحد في 2015 .

بالمتوسط الشهري، تراجع سعر الدينار مقابل الدولار طوال الفترة الممتدة من جانفي 2014 حتى ماي 2016، من 78.11 دينار للدولار إلى 86.99 دينار للدولار في ديسمبر 2014، ثم إلى 107.27 دينار للدولار في ديسمبر 2015 وإلى 109.79 دينار للدولار في ماي 2016 .

تميزت الفترة الممتدة من جوان 2016 إلى ديسمبر 2016، من جهةها، باستقرار نسبي لسعر صرف الدينار مقابل الدولار (100.15 دينار للدولار الواحد في جوان 2016 مقابل 110.90 دينار للدولار الواحد في ديسمبر 2016). مقابل الأورو، عرف تطور سعر صرف الدينار ثلاث مراحل: استقرار نسبي بين جانفي 2014 وأفريل 2015، وانخفاض مستمر في قيمة الدينار خلال الفترة ما بين ماي 2015 وماي 2016، وارتفاع في قيمة الدينار ما بين جوان وديسمبر 2016 .

¹- المرجع نفسه، ص 64.

المطلب الرابع: أنواع الأزمات المالية ومؤشرات حدوثها

هناك أنواع مختلفة للأزمات المالية حسب طبيعتها نذكر منها:

1- الأزمة المصرفية:

وتسمى أيضا "الذعر المالي"، "Financial Panic"، وهي عبارة عن حالة من عدم الاستقرار تحدث نتيجة إهيار أحد المصارف، وذلك عندما يقوم المقرضون (المودعون) قصيرو الأجل بسحب قروضهم (ودائعهم) من مقرض غير قادر على السداد، وتتحقق ظاهرة الذعر المالي عند توافر الشروط الآتية:¹

- أن تزيد المديونية قصيرة الأجل عن الأصول قصيرة الأجل
- ألا يحتوي السوق على دائن كبير يكون قادرا على توفير التسهيلات اللازمة لسداد الإلتزامات قصيرة المدى.
- عدم وجود مقرض أخير أو مقرض نهائي.

كما تحدث الأزمة المصرفية عندما يؤدي إندفاع فعلي أو محتمل على سحب الودائع من أحد البنوك، أو إخفاق البنوك، بإيقاف قابلية التزاماتها الداخلية للتحويل، أو إلى إرغام الحكومة على التدخل لمنع ذلك، بتقديم دعم مالي واسع النطاق للبنوك لمنع حدوث آثار سلبية واسعة النطاق في الدولة.²

وفي هذا السياق يرى كل من ديمرغ كينت وديترجياش Demirguc Kunt & Detragiache, 1997 أن الأزمة المصرفية تحدث إذا كانت نسبة القروض غير المؤداة إلى إجمالي الأصول تفوق 10%، وأن تكلفة عمليات الإنقاذ تفوق 2%، من قيمة الناتج الداخلي الإجمالي للبلد المعني، كما يمكن أن يحدث في هذه الحالة تأمين للبنوك أو ضمان للودائع، كما يستعمل كل من كابريو وكلينجبيال Caprio & Klingebiel, 1999 خسائر القروض وتآكل مال البنك في تعريف الأزمة المصرفية.³

وتميل الأزمة المصرفية إلى الإستمرار وقتا أطول من أزمات العملة ولها آثار أشد على النشاط الاقتصادي وقد كانت هذه الأزمات نادرة في الخمسينات والستينات من القرن العشرين بسبب القيود على رأس المال والتحويل، ولكنها أصبحت أكثر شيوعا منذ سبعينات القرن ذاته، وتحدث بالترادف مع أزمات العملة،⁴ كما أن من الصعب التعرف عليها، نظرا لطبيعة المشكلة كم جهة ونقص البيانات والمعلومات من جهة أخرى.

¹ - شذا جمال الخطيب: الأزمة المالية والنقدية في دول جنوب شرقي آسيا، مجلة دراسات استراتيجية، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، 2001، ص 23.

² - كريستيان ملدر: تقييم المخاطر: تحديد مكامن التعرض للمخاطر المالية مفتاح الوقاية من الأزمات، مجلة التمويل والتنمية، صندوق النقد الدولي، ديسمبر 2002، ص 6.

³ - Iris Santor: Banking crises and contagion, Empirical Evidence, Working paper (bank of canada), 2003, p10.

⁴ - كريستيان ملدر، مرجع سبق ذكره، ص 6.

وهنا يمكن تمييز نوعين من الأزمات المصرفية،¹ الأولى تتمثل في "الأزمة المصرفية العادية" التي قد تهتز فيها قدرة بعض المصارف عن الوفاء بالتزاماتها، وتتأثر نتيجة لزيادة الأصول المتعثرة مما يؤدي الى تآكل قاعدتها الرأسمالية، وبين "الأزمة المصرفية المنظومية"، اين يصاب النظام المصرفي بالشلل الكامل وتدفع حتى البنوك السليمة الى إقفال أبوابها، ولعدم إمكانية التمييز بين البنوك الضعيفة والسليمة بسبب عدم وضوح المعلومات، فإن المودعين يتجهون إلى سحب نقودهم مهما كانت حالة البنك، وهو ما يسبب زعر مالي،² وهذا النوع من السلوك يعبر عنه "بسلوك القطيع".

2- أزمة الديون:

تحدث أزمة الديون عندما يتوقف المقرض عن السداد أو عندما يعتقد المقرضون أن التوقف عن السداد ممكن الحدوث، زمن ثمة يتوقفون عن تقديم قروض جديدة، ويحاولون تصفية القروض القائمة، وقد ترتبط أزمة الديون بدين تجاري (خاص)، أو بدين سيادي (عام)، وتؤدي المخاطر المتوقعة بأن يتوقف القطاع العام عن سداد إلتزاماته، إلى تراجع حاد في تدفقات رأس المال الخاص، وإلى أزمة في الصرف الأجنبي،³ ومن أمثلة ذلك أزمة المديونية لسنة 1982 في بلدان أمريكا اللاتينية، أين كان حجم القروض الموجهة إلى البلدان النامية ينمو بمعدل 27% خلال الفترة (1973-1982)، وقد أدى التوظيف السيء للرأس المال المصرفي الدولي، وانسيابه الى منافذ الاستثمار القصير المدى في هذه البلدان، الى ارتفاع متوالي في أسعار الفوائد، وهو ما أرهق كاهل الاقتصاديات النامية التي تحولت اعتبارا من سنة 1982-وهي سنة انفجار أزمة المديونية، إلى مصدرة صافية لرأس المال،⁴ وذلك كنتيجة طبيعية لزيادة حجم خدمة الديون السنوية عن حجم القروض الجديدة.

3- أزمة الأسواق المالية:

تعرف أيضا بأزمة انفجار الفقاعة المالية والتي تعرف بالأزمات المالية الشاملة **Systemic Financial Crisis** وهي أزمات متعلقة باضطرابات شديدة في الأسواق المالية نتيجة ما يعرف بـ **Bubble** والتي تحدث عندما يرتفع سعر الصرف الأصلي بشكل يتجاوز قيمته العادلة نتيجة ظاهرة الفقاعات* بشدة المضاربة ويكون من شراء الأصل هو الربح الناتج عن الإرتفاع في سعره وليس سبب قدرته على توليد الدخل، ولكن بمجرد رجوع الأسعار لقيمتها الحقيقية يحدث الإنهيار في الاقتصاد الحقيقي،⁵ ونظرا لأن أسواق الأوراق المالية هي الإطار الذي تتحدد فيها القيمة

¹ - عمرو معي الدين: أزمة النمو الآسيوية، دار الشروق للنشر، القاهرة، 2000، ص ص 181، 180.

² -K,Michael Finger&Ludger Schuknecht :Commerce, Finance et Crises Financières,Organisation Mondiale du commerce,1999,p22.-

³ - كريستيان ملدر، مرجع سبق ذكره، ص 6.

⁴ - صالح صالح: إصلاح صندوق النقد الدولي وتنميين دوره في مواجهة التحديات الحالية والمستقبلية، دورية دراسات اقتصادية، العدد الأول، 1999، ص 11.

⁵ - نسيم أوكيل: الأزمات المالية وإمكانية التوقي منها والتخفيف من آثارها(دراسة حالة جنوب شرق آسيا)، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2007-2008، ص ص 105، 104.

السوقية للأدوات المالية، فإن مخاطر الاستثمار فيها ترتبط عموما بعدم اليقين بالعائد، بمعنى احتمال عدم تحقق العائد، وربما احتمال وقوع خسائر رأسمالية.

وعليه فقد زاد إهتمام إدارة السوق بكفاءة أسواق الأوراق المالية ومؤشراتها، ووفقا لمفهوم الكفاءة يتوقع أن تستجيب مثلا أسعار الأسهم في سوق الأوراق المالية وعلى وجه السرعة لكل معلومة جديدة ترد الى المتعاملين فيه يكون من شأنها تغيير نظرتهم في الشركة المصدرة للسهم وتتجه أسعار الاسهم صعودا أو هبوطا تبعا لطبيعة الأنباء، إذا كانت إيجابية أم لا، وفي سوق يمتاز بالكفاءة يعكس سعر سهم الشركة المعلومات المتاحة عنها سواء كانت تلك المعلومات على شكل قوائم مالية أو معلومات تتعلق بأنشطتها، أو تتعلق بالسجل التاريخي لسعر السهم أو غيرها من تحليلات وتقارير حول الحالة الاقتصادية العامة لأداء المنشأة، والذي يتضمن مستويات العوائد الفعلية ورقم الأعمال وغيرها، ويعكس سعر السهم في ظل السوق الكفؤة توقعات المستثمرين بشأن المكاسب المستقبلية وبشأن المخاطر التي تتعرض لها هذه المكاسب، ولكن رغم توافر المعلومات لجميع المتعاملين في السوق إلا أن ذلك لا يعني بالضرورة تطابق تقديراتهم المستقبلية والمخاطر المحيطة بها تماما،¹ ولكي تتحقق كفاءة سوق الأوراق المالية يجب أن تتوفر فيه خاصيتين أساسيتين وهما:²

- كفاءة التسعير: يطلق على كفاءة التسعير بالكفاءة الخارجية ويقصد بها أن المعلومات الجديدة تصل الى المتعاملين في السوق بسرعة دون فاصل زمني كبير بما يجعل أسعار الأسهم مرآة تعكس كافة المعلومات المتاحة، ليس هذا فقط، بل أن المعلومات تصل الى المتعاملين بدون أن يتكبدوا في سبيلها تكاليف باهضة، بما يعني أن الفرصة متاحة للجميع للحصول على تلك المعلومات، وبهذا يصبح التعامل في ذلك السوق بمثابة مباراة أو لعبة عادلة، فالجميع لهم نفس الفرص لتحقيق الأرباح إلا أنه يصعب على أي منهم أن يحقق أرباحا غير عادية على حساب الآخرين.

- كفاءة التشغيل: يطلق على كفاءة التشغيل بالكفاءة الداخلية ويقصد بها قدرة السوق على خلق التوازن بين الطلب والعرض، دون أن يتحمل المتعاملون تكلفة عالية.

ان انفجار الفقاعة المالية لا يمكن النظر اليه بمعزل عما يحدث في بقية النظام المالي والنظام الاقتصادي، وتعتبر المضاربة العامل الرئيسي المسبب لحالات عدم الاستقرار في الأسواق المالية وذلك للاعتبارات الآتية:³

- إن معظم التداولات الآجلة والعاجلة في السوق يقوم بها مضاربون كبار وصغار مما يعني أن أداء السوق يتحدد بشكل كبير بسلوكيات وتوجهات المضاربين.

¹ - بوكساني رشيد: معوقات أسواق الأوراق المالية العربية وسبل تفعيلها، رسالة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005-2006، ص 106.

² - المرجع نفسه، ص 107، 106.

³ - نبيل بوفليح وعبد الله الحرثسي حميد: التمويل الاسلامي كأسلوب لمواجهة تحديات الأزمة المالية العالمية، الملتقى الدولي حول أزمة النظام المالي والمصرفي الدولي وبديل البنوك الإسلامية، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، 06-07 أبريل 2009، ص 8.

- يستند سلوك المضارب في السوق المالية إلى إعتبارات فردية، تتمثل في تحقيق أعظم ربح ممكن بأقل تكلفة وفي أقل مدة زمنية ممكنة دون الأخذ بعين الإعتبار ظروف السوق، وهو ما يعني طغيان المصلحة الفردية على حساب المصلحة الجماعية مما يؤدي في معظم الأحيان إلى خسارة جميع المتعاملين في السوق المالي بما فيهم المضاربون في حال حدوث أزمة مالية.

- إن سلوك القطيع الذي ينتهجه كبار وصغار المضاربين يؤدي إلى سوء تخصيص الموارد في السوق المالي، حيث تتركز معظم المعاملات والتداولات في قطاعات معينة، وهو ما يؤدي إلى تكوين فقاعات مالية تؤدي في حال انفجارها إلى وقوع أزمات مالية في السوق المالي على غرار أزمة قطاع التكنولوجيا التي شهدتها سوق المال الأمريكي مع بداية العقد الأول من القرن الواحد والعشرين.

- إن التوقعات المستقبلية للمضاربين حول توجهات السوق قد تكون غير صحيحة نتيجة حالة عدم التأكد وعدم اليقين الذي يميز المستقبل القريب والبعيد، مما قد يسبب خسائر كبرى للمضاربين فضلا عن باقي المتعاملين في السوق المالي.

إلى جانب الأشكال الأساسية للأزمات المالية، هناك عدة ظواهر مالية يمكن اعتبارها أزمات مالية هي:

4- أزمة السيولة الدولية:¹

وتعرف أيضا بأزمة شح السيولة الدولية، وهي تنتج عن عدم الإتساق أو التوافق بين آجال استحقاق كل من الأصول والخصوم الدولية لهذا النظام، فإذا عجزت أصول هذا البلد المقومة بالعملة الأجنبية * قصيرة الأجل عن تغطية خصومه وإلتزاماته قصيرة الأجل المقومة بالعملة الأجنبية فإن النظام المالي يفقد سيولته الدولية ويصبح عاجزا عن الإستجابة والتصدي لأي صدمة خارجية، ويرى العديد من الإقتصاديين أن أزمة شيلى عام 1982، وأزمة المكسيك عام 1984 والأزمة المالية الآسيوية عام 1997، تتسم جميعها بفقدان النظام المالي لسيولته الدولية، الشيء الذي يخلق أزمة ثقة ويدفع إلى سيادة الذعر المالي.

5- أزمة عملة وأسعار الصرف:

ويطلق عليها أحيانا أزمة الصرف الأجنبي، أو أزمة ميزان المدفوعات، وتحدث الأزمة في النقد الأجنبي، عندما تؤدي إحدى هجمات المضاربة على عملة بلد ما إلى تخفيض قيمتها أو إلى هبوط حاد فيها، أو ترغم السلطات النقدية (البنك المركزي) على الدفاع عن العملة ببيع مقادير ضخمة من احتياطياته، أو رفع سعر الفائدة بنسبة كبيرة، وتعني

¹ - نادية العقون: العولة الاقتصادية والأزمات المالية، الوقاية والعلاج، دراسة لازمة الرهن العقاري في الولايات المتحدة الأمريكية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2012-2013، ص 11.

* أصول البلد بالعملة الأجنبية تعني رصيد الإحتياطي الرسمي من العملات الأجنبية لدى السلطات النقدية، أما الخصوم الأجنبية في المدى القصير فتتضمن المديونية الأجنبية قصيرة الأجل، والودائع تحت الطلب المقومة بالعملات الأجنبية، أنظر في ذلك: عمرو محي الدين، ص ص 94.95.

المضاربة بمعناها الواسع وفقا لكولبواز P.Coulbois "كل قرار اقتصادي يؤخذ حاليا تبعا لتوقع حول القيمة المستقبلية لمتغير أو لعدة متغيرات تعتبر هامة بالنسبة للوكيل الاقتصادي المقرر"، فإذا تم مثلا توقع انخفاض في إئتمان الأوراق المالية في المستقبل (أي أن سعر الفائدة سيرتفع)، فإنهم يؤجلون عمليات الشراء ويحتفظون بالنقود سائلة، ويتوقف حجم هذا الجزء من الطلب على النقود على توقعات الأفراد بالنسبة للإئتمان في المستقبل بما في ذلك سعر الفائدة، أي يتوقف على التوقعات خاصة تلك السائدة في سوق الأوراق المالية.¹

ويميز المحللون بين أزمات العملة ذات "الطابع القديم" أو "الحركة البطيئة"، وبين أزمات "الطابع الحديث"، فالأولى تلبغ ذروتها بعد فترة من الإفراط في الإنفاق، والارتفاع الحقيقي في قيمة العملة التي تؤدي الى اضعاف الحساب الجاري، وهذا ما يكون غالبا في سياق من الضوابط المتزايدة على رأس المال، مما يؤدي في النهاية الى تخفيض قيمة العملة، أما في الحالة الثانية فإن القلق الذي ينتاب المستثمرين بشأن جدارة ميزانيات جزء مهم من الاقتصاد (سواء كان عاما او خاصا) بالثقة يمكن أن يؤدي في مناخ الأسواق المالية الأكثر تحررا وتكاملا الى الضغط سريع على سعر الصرف، ومن ثم تحدث الأزمة.²

6- الأزمة المالية المنظومية:

حتى تتمكن من تحديد فكرة حول خطر النظام يجب أولا تعريف "الحدث المنظومي"، وهنا نجد نوعين الأول يخص شعور مسبق بـ"أثر الدومينو **The Domino Effect**"، أي أن أي خبير سيء يخص مؤسسة مالية أو أكثر يؤثر في سلسلة من المؤسسات المالية الأخرى، أما الحركة الثانية فتتم من خلال شعور مسبق "بالكارثة" أي أن أي صدمة على مستوى الاقتصاد الكلي تؤثر في نفس الوقت على الظروف المالية لعدد كبير من المؤسسات والأسواق، وتحدث على ردة فعل سلبية ومشتركة، وفي كلتا الحالتين فإن العدوى هي القناة التي من خلالها يتحول حدث منظومي إلى أزمة مالية، وعلى هذا الأساس فإن الأزمة لا تقتصر على قطاع واحد ولكنها تمتد إلى المنظومة ككل، وهذا يعني أن النظام نفسه يحمل مسببات الإضطراب كما أن الأزمة يمكن أن تنتقل من نظام مالي إلى آخر بفعل عولمة الأسواق المالية وتأخذ الأزمة في هذه الحالة بعدا عالميا، وهناك عدة سمات تميز الأزمة المالية المنظومية وهي:

- تتولد الأزمة المنظومية، أو يتم تضخيمها في الأسواق المالية، وبصورة أكثر دقة فإن هذه المخاطر تتولد في عملية التمويل، أي أنها لا تنشأ إذا كان التمويل يتم ذاتيا، وهنا تلعب نسبة المديونية دورا هاما.
- تنطوي الأزمة المنظومية على عنصر العدوى، وعلى فقدان ثقة المستثمرين، الشيء الذي يدفعهم إلى تخفيض حجم السيولة الذي كانوا على استعداد لتوفيره.
- ينتج عن الأزمة المنظومية تكاليف عالية جدا، كانخفاض الانتاج وتراجع الكفاءة الاقتصادية، فإنهايار سوق الأسهم لا يمكن اعتباره أزمة منظومية، إذا ترتب عليه فقط إعادة توزيع الثروة بين المضاربين دون التأثير في

¹ - وسام ملاك: الظواهر النقدية على المستوى الدولي، قضايا نقدية ومالية، دار المنهل اللبناني للطباعة والنشر، لبنان، 2001، ص 203.

² - نادية العقون: مرجع سبق ذكره، ص 7.

مستوى النشاط الاقتصادي، وحتى تصبح الأزمة منظومية لا بد أن تسبب معاناة للمواطن العادي، وألا تقتصر المعاناة على المتعاملين في البورصة فقط.

- تكمن خطورة الأزمة المنظومية في أنها تحمل خطرا كليا، غير قابل للتحويل أو التنويع، لأن المؤسسات المالية لا تستطيع في هذه الظروف اعتماد إستراتيجية تنويع الاستثمارات، أو استعمال المشتقات المالية (كإستراتيجية للتحويل) للتقليل من الأخطار، لأن من خصائص الأزمة المالية النظامية ظهور أزمة السيولة وما ينجر عنها من آثار سلبية على نشاط الأسواق المالية بشكل عام، ويتجلى ذلك في:

- تضائل عدد المتدخلين في السوق المالي نتيجة انعدام الثقة.
- فقدان الأصول المالية للسيولة نتيجة انهيار أسعارها لارتباطها بمخاطر عالية.
- فقدان الأصول المالية لخاصية الشفافية ومن ثم لا يستطيع السعر التعبير عن حقيقة قيمة الأصل المالي.

7- أزمة المديونية الخارجية:

تعرف المديونية على أنها تلك العملية التي تتميز بحركة تدفقات رؤوس الأموال في إتجاه البلد المقترض من الدولة الدائنة، وعند إنقطاع حركة التدفقات والتي تحدث أزمة المديونية، ويكون سبب هذا الإنقطاع في أغلب الأحيان راجع لعدم قدرة الطرف المقترض للوفاء بالتزاماته فهي قيمة الإلتزامات القائمة والموزعة في أي فترة من الزمن للمقيمين في الدولة المعنية اتجاه غير المقيمين لدفع أساس بدون فائدة، وقد يؤدي هذا النوع من الأزمات إما عندما يتوقف المقترض عن السداد أو عندما يعتمد المقترضون أن التوقف عن السداد قد يحدث وسيعودون لمواجهة أزمات ومن ثم يتوقفون عن تقديم القروض الجديدة، ويعلنون عن تصفية القروض، وقد ترتبط أزمة الديون بدين تجاري خاص أو دين سيادي عام، كما أن المخاطر المتوقعة بأن يتوقف القطاع العام عن سداد ديونه والتزاماته، قد يؤدي لهبوط حاد في تدفقات رؤوس الأموال الخاصة إلى الداخل أو إلى أزمة الصرف الأجنبي¹، فقد ينجم عن عبء خدمة الديون بوضع الطرف المدين أو البلد امام خيارين كالنمو والتنمية من جهة وخدمة الديون الخارجية من جهة أخرى، فإذا اهتمت الدول النامية بجوانب النمو والتنمية فإنها قد تجد نفسها عاجزة عن الوفاء بالتزاماتها الدولية، وإن وضعت اهتماماتها ووفائها في المرتبة الأولى، فإنها لا بد لها أن تضحي إلى حد كبير بإمكانيات النمو والتنمية.

على ضوء ما سبق، يمكن القول أن الأزمات المالية ذات جذور مشتركة، فالأزمة قد تبدأ في شكل نوع واحد فقد من الأزمات ثم تتطور لتشمل عناصر الأنواع الأخرى، وهي تتسم بدرجة كبيرة من الترابط بينها أو التتابع في بعض الأحيان، إذ قد تتزامن عناصر أزمات العملة والبنوك والدين في وقت واحد، غير أن الأزمات المصرفية غالبا ما تسبق أزمات العملة، وبصفة خاصة في البلدان النامية، كما حدث في تركيا وفنزويلا في منتصف التسعينات من القرن العشرين، كما أن المشاكل المصرفية عادة ما تسبق أزمات المديونية كما حدث في الأرجنتين والشيلي خلال فترة (1981-1982).

¹ - عرفات تقي الدين: التمويل الدولي، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص ص 233-234.

المطلب الثالث: أسباب الأزمات المالية ومؤشرات حدوثها:

تختلف أسباب حدوث الأزمات المالية حسب نوع الأزمة التي حصلت، إلا أن هذا لا يحول دون انتقال بعض الأزمات إلى قطاعات أخرى حسب درجة الترابط:

أ- أسباب الأزمات المالية

تحدث الأزمات المالية بتضافر مجموعة من الأسباب أهمها:

1- عدم استقرار الاقتصاد الكلي:

إن أحد أهم مصادر الأزمات الخارجية هو التقلبات في شروط التبادل التجاري، فعندما تنخفض شروط التجارة يصعب على عملاء البنوك المشغلين بنشاطات ذات علاقة بالتصدير والاستيراد الوفاء بالتزاماتهم خصوصا خدمة الديون، وتعتبر التقلبات في أسعار الفائدة العالمية أحد المصادر الخارجية المسببة للأزمات المالية، فالتغير الكبير في أسعار الفائدة عالميا لا تؤثر فقط على تكلفة الاقتراض بل تؤثر على تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر إلى الدول ودرجة جاذبيتها، ويقدر ما بين 50 إلى 67 بالمائة من تدفقات رؤوس الأموال من وإلى الدول النامية خلال حقبة التسعينات كان سببها مباشرة أو غير مباشر لحدوث العديد من الأزمات المالية، أما في الجانب المحلي فهناك التقلبات في معدل التضخم التي تعتبر عنصرا حاسما في مقدرة القطاع المصرفي على القيام بدور الوساطة المالية وخصوصا منح الإئتمان وتوفير السيولة، وقد اعتبر الركود الاقتصادي الناتج عن ارتفاع مستويات الأسعار سببا مباشرا لحدوث الأزمات المالية¹.

2- اضطرابات في القطاع المالي:²

يعتبر القاسم المشترك في حدوث الأزمات المالية هو الإفراط في منح الإئتمان، والتدفق الكبير لرؤوس الأموال من الخارج بالإضافة إلى إنهيار أسواق الأوراق المالية، حيث شهد القطاع المالي في تلك الدول خلال الثمانينات والسبعينات توسعا كبيرا، وأدى هذا التوسع إلى حدوث ظاهرة تركيز الإئتمان، سواء في نوع معين من القروض مثل القروض الاستهلاكية أو العقارية كما في حالة الأزمة المالية بكوريا الجنوبية، أو لقطاع واحد كالقطاع الحكومي أو الصناعي أو التجاري، كما حدث في حالة الأزمة المالية في تايلاندا، ومن الأمور التقليدية في جميع الأزمات المالية التي شهدتها الدول النامية والصناعية، حصول انتعاش كبير في منح القروض.

3- تشوه نظام الحوافز:

إن أي نظام للحد من الكوارث والأزمات المالية لن يعمل بنجاح إلا إذا كان القائمون بالعمل لديهم الحافز المناسب لعدم تشجيع قبول المخاطر المتزايدة وإتخاذ إجراءات تصحيحية في مرحلة مبكرة، ويجب أن يكون هناك

¹ ناجي التوني: الأزمات المالية، سلسلة جسر التنمية، المعهد العربي للتخطيط، العدد 29، ماي 2004، الكويت، ص 4-8.

² شريط عابد: معدل الفائدة ودورية الأزمات في الإقتصاد الرأسمالي، مجلة بحوث اقتصادية عربية، مركز الدراسات الوحدة العربية، العددان 48، 49، بيروت، 2009-2010، ص 51.

إحساس مشترك لدى كل من أصحاب البنوك والمديرين والمقترضين وكذلك السلطات الإشرافية على البنوك بأن هناك شيئا ما سنفقدده جميعا إذا فشلنا في العمل بالطريقة التي تتفق والتزامات كل منا.¹

4- سياسات سعر الصرف:

لقد دلت الصدمات الخارجية السابقة أن الدول التي اتبعت سياسة سعر الصرف الثابت أكثر عرضة للأزمات المالية لهذا النظام من صعوبات على السلطات النقدية للقيام بدور مصرف الملاذ الأخير للإقتراض بالعملات الأجنبية، بحيث يؤثر سلبا في رصيد احتياطياتها من العملة الأجنبية مما يؤدي إلى أزمة عملة مثل حالة المكسيك والأرجنتين، وقد تمخض من أزمة العملة وجود عجز في ميزان المدفوعات وبالتالي نقص في عرض النقود وارتفاع في أسعار الفائدة المحلية، أما بالنسبة للدول التي تنتهج سياسة سعر صرف سري سوف يؤدي حدوث أزمة العملة إلى تخفيض قيمة العملة وزيادة الأسعار المحلية، مما يؤدي إلى تخفيض قيمة أصول وخصوم المصارف إلى مستوى أكثر اتساقا مع متطلبات الأمان المصرفي.²

- مفهوم المؤشرات الدالة عن حدوث الأزمات المالية:

تعتبر هذه المؤشرات كأداة إنذار والتحذير لمتخذي القرارات وصانعي السياسات العامة لتجنب الأزمات المالية من مخاطر السيولة والإئتمان واستخدمت هذه المؤشرات لدعم البنوك والمؤسسات المالية للحد من المخاطر وقياس صحة الجهاز المصرفي، وقد تم اقتراح نظام Camel والذي يعني:

C رأس المال - A الإدارة - M الربحية - L السيولة

➤ أنواع المؤشرات الاقتصادية للأزمات المالية:

أولا: مؤشرات متصلة بالسياسات الاقتصادية الكلية:

- 1- نمو الديون الخارجية وزيادة في العملات الأجنبية
- 2- انخفاض الإحتياطي النقدي من العملات
- 3- انخفاض حقيقي في معدلات الصادرات
- 4- العجز المالي المتزايد للدول
- 5- ارتفاع في معدلات البطالة وارتفاع معدلات الفائدة على الودائع والقروض المحلية
- 6- ارتفاع الرقم القياسي للعجز في الحسابات الجارية إلى إجمالي الناتج المحلي الإجمالي.

¹ - عبد النبي إسماعيل الطوخي: التنبؤ المبكر بالأزمات المالية باستخدام المؤشرات المالية الفائدة، كلية التجارة، جامعة أسيوط، مصر، متاحة على <http://www.kantakji.com/figh/manage.htm>، تاريخ الإطلاع: 12-08-2018، ص.6.

² - بريش عبد القادر، طرشي محمد: التحرير المالي وعدوى الأزمات المالية، ملتقى دولي ثاني حول الأزمة المالية الراهنة والبدائل المالية والمصرفية- النظام المصرفي الاسلامي نموذجاً، جامعة خميس مليانة، يومي 6-7 ماي 2009، ص.12.

- 7- ارتفاع معدل التضخم، ومعدلات الأسعار والأرباح، وانخفاض معدلات النمو الاقتصادي
8- تراجع التدفقات النقدية الواردة، وتزايد التدفقات النقدية العكسية، وتزايد عجز الموازين الخارجية.

ثانيا: مؤشرات تخص الهياكل البنوية للأسواق المالية:

1- ضعف الجهاز الإداري المشرف على أسواق المال وقطاعات البنوك

2- غياب الشفافية والإفصاح اللتان ستلزمان التطبيق الفعال لمعايير المحاسبة الدولية

3- الرقابة على المؤسسات التي أثرت على الدخول في السوق والخروج منه.

جدول رقم (05) يوضح المؤشرات الاقتصادية التقليدية الدالة على وقوع الأزمات المالية:

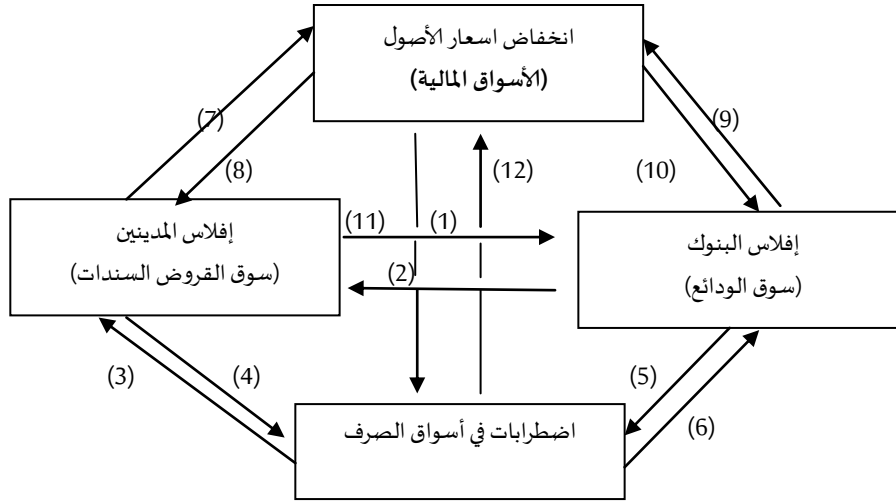
الخصائص الهيكلية أو البنوية	التطورات في الاقتصاد الكلي
- نظام جمود معدلات التبادل	- ارتفاع معدل التضخم
- إستراتيجية النمو المتزايد في الصادرات	- نمو سريع في التدفق النقدي
- قطاع التصدير أكثر تركيزا	- انخفاض حقيقي لمعدل نمو الصادرات
- ارتفاع معدل التغير للديون الخارجية	- عجز مالي متزايد
- ارتفاع حجم الدين الخارجي قصير الأجل.	- ارتفاع معدل التبادل بالنسبة للاتجاه السائد
- تحرر سوق المال الحديث	- النمو السريع في الاعتمادات المالية المحلية كنسبة مئوية من الناتج القومي الإجمالي.
- إطار ضعيف للإشراف على الأموال وتنظيمها.	- ارتفاع نسبة القروض غير المنتجة إلى إجمالي القروض
- أسواق المال مضمونة بأصول مالية أو عقارية.	- ارتفاع نسبة العجز في الحسابات الجارية كنسبة مئوية من الناتج القومي الإجمالي.
- انخفاض الاكتتاب في سوق الأسهم	- نمو الديون الخارجية وزيادة الديون في العملات الأجنبية.
- سيطرة بعض المؤسسات على سوق الأسهم	- انخفاض الاحتياطي العالمي.
- سيطرة بعض الصناعات على سوق الأسهم.	- انخفاض النمو الاقتصادي الحقيقي.
- الرقابة على دخول السوق والخروج منه.	- ارتفاع معدل الأسعار والأرباح
	- ارتفاع معدلات الفائدة المحلية وارتفاع معدل البطالة.

المصدر: زايدي عبد السلام، مقران يزيد: الأزمة المالية العالمية وانعكاساتها على الإقتصاديات العربية، دراسة حالة الجزائر، تونس، المغرب، ليبيا، مصر، ملتقى دولي حول: الأزمة المالية الراهنة والبدائل المالية المصرفية، جامعة خميس مليانة، الجزائر، يومي 6-7 ماي 2009، ص08.

ب- قنوات انتشار الأزمات المالية:

تعرف الأزمة المالية على أنها مجموعة من حلقات الإضطراب التي تقود إلى الأخطار، هذه الإضطرابات تمس أحد الأسواق الآتية: سوق الإستدانة (سوق القروض والسندات)، سوق الصرف، سوق الودائع المالية، لكن سرعان ما تنتقل إلى أسواق أخرى عبر قنوات الإنتشار، يمكن توضيحها في الشكل الموالي:

الشكل رقم (04) يوضح قنوات انتشار الأزمات المالية



المصدر: كمال رزيق: الجوانب النظرية للأزمات المالية، المؤتمر العلمي الدولي السابع، تداعيات الأزمة الاقتصادية على منظمات الأعمال "التحديات، الزمن، الأفق"، جامعة الزرقاء، الخاصة، الأردن، يومي (10-11) نوفمبر 2009، ص ص 13-12.

يوضح هذا الشكل قنوات انتقال أو انتشار الأزمة المالية عبر أقسام النظام المالي الواحد، حيث شملت هذه القنوات أسواق أساسية على النحو الآتي:¹

- القناة (1): تمثل إنتقال المديونية من سوق القروض والسندات نحو الجهاز المصرفي فالإنقطاع عن دفع خدمة الديون الخاصة من طرف بعض الدول قد يؤثر سلبا على البنوك ويزيد من احتمال إفلاسها.
- القناة (2): توضح الحالة العكسية للقناة الأولى، حيث أن ظهور حالات الإفلاس لدى البنوك سيؤدي إلى انخفاض تقديم القروض الى المدينين وبالتالي احتمالات إفلاسهم كذلك.
- القناة (3): أزمة سعر الصرف من شأنها أن تؤدي إلى اضطرابات في أسعار السندات نتيجة تخلي المستثمرين عنها والتحول إلى سندات بعملة أخرى.
- القناة (4): إفلاس المدينين من شأنه أن يحدث هلعاً لدى المستثمرين (الأجانب خاصة) فيقومون بالتخلي عن تلك السندات فيحدث هناك اضطراب في سعر صرف عملتها نتيجة كميات البيع الكبيرة المعروضة.

¹ - كمال رزيق: المرجع السابق، ص ص 13-14.

- القناة (5): قد يؤدي تخفيض قيمة العملة أو مجرد توقعات بذلك إلى ظهور موجة من سحب الودائع لدى البنوك قصد تحويلها إلى عملات أجنبية لتفادي خسائر في رأس المال (خسائر الصرف) وهو ما يسبب أزمة مصرفية لدى البنوك.
- القناة (6): إذا تم إفلاس العديد من البنوك ذات الإلتزامات مع الخارج خاصة، يؤدي ذلك إلى تسجيل خسائر الصرف من طرف الأعوان الذين يقومون بعمليات مع الخارج.
- القناة (7) و(8): تمثلان إنتقال الأزمة من أسواق الأسهم إلى أسواق السندات وهي غالبية الحدوث بالنظر إلى أن الإستثمار في السندات هو بديل عن الإستثمار في الأسهم.
- فنتيجة ارتفاع سعر الفائدة تصبح قديمة الإصدار أقل مردودية من تلك الحديثة الإصدار بالإضافة إلى هذا تصبح الأسهم بدورها أقل مردودية من السندات الحديثة الإصدار وهذا ما يدفع بالمستثمرين إلى إستبدال الأسهم مقابل السندات الجديدة الإصدار مما يعني حدوث أزمة في سوق الأموال الخاصة.
- القناة (9) و(10): وتعتبر عن انتقال الأزمة من أسواق الودائع إلى أسواق المال والعكس، حيث أن عدد كبير من البنوك تعتبر كمتعاملين في السوق المالية، سواء كوسطاء ماليين أو تجار أوراق مالية، كما أن البنوك الخاصة في الدول المتقدمة تمتلك حصة كبيرة من رسملة السوق المالية.
- القناة (11) و(12): وهي انتقال الأزمة من سوق الصرف إلى سوق المال، حيث يؤدي تخفيض قيمة العملة إلى حدوث هلع للمستثمرين الأجانب فيقومون بالتخلي عن أصولهم المالية المقيمة بتلك العملة وبالتالي يتسبب بإنخفاض في أسعار الأصول المالية في سوق المال.

المطلب الرابع: تداعيات الأزمة المالية لسنة 2016 على الجانب الاقتصادي والاجتماعي في الجزائر

➤ تداعيات الأزمة المالية على النمو الاقتصادي ومستوى المبادلات

عاشت معظم الدول التي تعرضت لأزمات مالية من تدهور وتراجع في معدل النمو الاقتصادي، فالأزمات المالية، بما يترتب عنها من غياب الثقة وعدم التأكد تجعل البنوك تتردد أكثر في منح قروض جديدة لزيائتها الذين تكون ملاءتهم غير واضحة، وحتى المؤسسات السليمة ماليا تواجه صعوبات في الحصول على قروض جديدة سواء من طرف البنوك التي اعتادت التعامل معها، لكون هذه الأخيرة تعاني من صعوبات مالية، أو من طرف البنوك الأخرى التي تشك في مدى ملاءة هذه المؤسسات، وهو ما يؤثر سلبا على وتيرة الانتاج كما أن الأزمات المالية يمكن أن يكون لها انعكاسات على وتيرة النمو في البلدان الأخرى، فالبنوك تكون مجبرة على تقليص نشاطها الإقراضي، ليس فقط في بلد الأزمة بل أيضا نحو البلدان الأخرى.

كما يؤدي التراجع في منح القروض الى الإضرار بالصادرات والواردات بسبب الارتفاع في تكاليف تمويل المبادلات، من خلال الارتفاع في معدلات الفائدة، وبالتالي يعاني المنتجون من صعوبات كبيرة في تمويل أنشطتهم

التجارية، فالبنوك في هذه البلدان ليس لها سيولة كافية لتمويل الواردات اللازمة لانتاج السلع التصديرية) خاصة المشاريع الاستثمارية الممولة من طرف البنوك والتي تتطلب عادة في عملية الانتاج بعض السلع المستوردة)، كما أن عدم الاستقرار في معدلات الصرف يؤدي الى التردد في تحرير خطابات الاعتماد بالعملية الصعبة.

بالإضافة الى ما سبق ذكره فقد خلفت الأزمة المالية الراهنة أثارا بارزة على الجانب الاقتصادي والاجتماعي في الجزائر وتتمثل أهمها في مايلي:

➤ الميزان التجاري:

سجلت الجزائر خلال الأشهر التسعة الأولى من سنة 2014 فائضا تجاريا قدره نحو 5.39 مليار دولار مقابل 6.6 مليار دولار مقارنة بنفس الفترة من السنة الماضية مسجلا بذلك تراجعا قدره 18%. حيث بلغت قيمة الصادرات الجزائرية منذ شهر جوان إلى غاية سبتمبر 2014 نحو 49.23 مليار دولار مقابل 48.53 مليار دولار خلال نفس الفترة من سنة 2013، أما بالنسبة للواردات فقد بلغت قيمتها 43.83 مليار دولار مقابل 41.93 مليار دولار من نفس الفترة، مما يعني ارتفاعا قدره 4.55% حسب أرقام المركز الوطني للإعلام والإحصاء التابع للجمارك الجزائرية.

وحسب نفس الإحصائيات فإن نسبة تغطية الواردات بالصادرات قد بلغت 112 بالمائة خلال الأشهر التسعة الأولى من سنة 2014م مقابل 116 بالمائة خلال نفس الفترة من سنة 2013م، وحافظت المحروقات على حصة الأسد من مجموع الصادرات الجزائرية أي ما نسبته 95.83% من الصادرات قدرها 47.18 مليار دولار مقابل 46.97 مليار دولار خلال نفس الفترة.¹

➤ ميزان المدفوعات:

أثر التراجع المستمر لأسعار النفط على قدرة الجزائر المالية على مقاومة الصدمات والمتطلبات المتزايدة على ميزان المدفوعات الخارجية خاصة وأن احتياطات الصرف الحالية تسمح للجزائر بمواجهة الصدمات المتزايدة على ميزان المدفوعات الخارجية خاصة في الأجل القصير، إلا أن هذه القدرة على مقاومة الصدمات قد تتآكل بسرعة لو بقيت أسعار النفط على مستويات منخفضة.

فعندما انخفض سعر البترول إلى 70 دولار للبرميل الواحد سجل إجمالي ميزان المدفوعات عجزا خلال السداسي الأول من سنة 2014 قدر بـ 1.32 مليار دولار مقابل فائض قدر بـ 0.88 مليار دولار في نفس الفترة من العام السابق، ونتيجة لذلك تقلصت الإحتياطيات الرسمية للصرف حيث تراجع احتياطي الجزائر من العملة الصعبة إلى 193 مليار دولار في نهاية جوان 2014، بعد أن بلغ في نهاية 2013، حوالي 194 مليار دولار²، قبل أن

¹ - مريم شطبي محمود: انعكاسات انخفاض أسعار النفط على الإقتصاد الجزائري، مداخلة مقدمة في الندوة المنظمة من طرف قسم الإقتصاد والإدارة حول: أزمة أسواق الطاقة وتداعياتها على الإقتصاد الجزائري قراءة في التطورات في أسواق الطاقة، يوم 14 جوان 2015، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، 2015، ص5.

² - نفس المرجع: ص6

تنخفض مرة أخرى إلى 185 مليار دولار في نهاية شهر سبتمبر فتكون الجزائر بذلك قد خسرت 8 مليار دولار من احتياطات صرفها خلال سنة بسبب أزمة البترول.¹

وتشير التوقعات إلى استمرار تراجع احتياطات البلاد من النقد الأجنبي إلى 172.6 مليار دولار بنهاية عام 2015 ما يعادل 28 شهرا من الواردات السلعية مقارنة مع 193 مليار دولار نهاية النصف الأول من عام 2014 التي كانت تعادل 40 شهرا من الواردات.²

➤ الناتج الداخلي الخام:

إن الانكماش في الواردات سيمتد إلى الناتج الداخلي الخام، والذي سينخفض إلى 208 مليار دولار لسنة 2015 مقارنة مع حوالي 211 مليار دولار كان متوقعا عام 2014 على أساس نمو سنوي في حدود 4% مما يعني انخفاض معدل نمو الاقتصاد الجزائري حيث أنه لن يتجاوز 3.9% عام 2015 مقارنة مع 4.5% لعام 2014 نظرا لاستمرار الهشاشة في النمو وعجز السلطات عن التنوع في مجال الاقتصاد.³

➤ صندوق ضبط الموارد:

أدى الاعتماد المتزايد على الإيرادات النفطية الخاضعة لتقلبات أسعار البترول في الأسواق العالمية إلى تعقيد السياسة المالية للدولة المنتجة للنفط ومنها الجزائر، ولمعالجة هذه الاختلالات قامت الكثير من الدول المنتجة والمصدرة للبترول بإنشاء صناديق تعددت مسمياتها لكنها اشتركت في أهدافها وقواعد عملها حيث سمي هذا الصندوق في الجزائر بـ "صندوق ضبط الموارد".

يمثل صندوق ضبط الموارد أداة مالية رئيسية تستخدمها السلطات العمومية كألية تثبيت وضبط وتعديل الميزانية العامة للدولة حيث يلعب دور كبير في سد عجز الميزانية العامة نتيجة تراجع إيرادات الجباية البترولية التي يمكن أن تكون أقل من تقديرات وتوقعات قانون المالية، حيث أثبت من خلال التجربة أنه أداة فعالة لإمتصاص الآثار السلبية للصدمات الخارجية مثل صدمة أسعار النفط على الموازنة العامة للدولة، وأثبت أيضا فعاليتها في تسديد وتسوية المديونية العمومية الداخلية والخارجية.⁴

عرف الصندوق خلال الفترة الأخيرة تقلبات نتيجة التراجع المحسوس في عائدات البلاد، مع انخفاض الإنتاج والصادرات ونسب نمو قطاع الطاقة، وهو ما ساهم في عدم تحقيق التوقعات المعلن عنها سابقا من قبل وزير المالية ببلوغ قيمة حصيلة الصندوق 7226.4 مليار دينار مع قانون المالية 2014 أي ما يعادل 89.4 مليار دولار، بينما قدر الرصيد الإجمالي للصندوق سنة 2014 بحوالي 4774 مليار دينار أي ما يعادل قرابة 59 مليار دولار، وهو ما يعكس

¹ - نفس المرجع ص 6.

² - الموقع الإلكتروني: <http://www.el-hourria.com>. تمت زيارة هذا الموقع بتاريخ: 2017-02-03.

³ - نفس الموقع

⁴ - بوفليخ نبيل: صندوق ضبط الموارد في الجزائر أداة لضبط وتعديل الميزانية العامة في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، العدد الأول، بدون سنة، ص 05.

التأثير الكبير لتقلبات أسعار النفط، ويضع هذا العامل الجزائر تحت الضغط نتيجة توقعات ارتفاع قيمة العجز في الميزانية والخزينة إلى أكثر من 46 مليار دولار برسم توقعات قانون المالية 2015، وهو ما يعني اقتطاع أكبر قيمة من صندوق ضبط الموارد.¹

فنظرا لتراجع مداخيل النفط في الجزائر إلى 60 مليار دولار سنة 2014 مقابل 63 مليار دولار سنة 2013 و70 مليار دولار سنة 2020 أي بنسبة انخفاض تقدر بـ 15 % ما بين 2012 و2014 يفقد بذلك صندوق ضبط الموارد في ظرف تسعة أشهر تقريبا 10 مليارات دولار أي ما يعادل 757.10 دينار جزائري، وهذا مؤشر مقلق في حد ذاته، خاصة وأنه لم يتم ضخ الكثير في صندوق ضبط الموارد إلى حدود 3 إلى 4 مليار دولار مقابل 10 مليار دولار في السابق في وقت تزداد كلفة نفقات التجهيز والواردات ويسجل ميزان المدفوعات عجزا هذه السنة، وإذا استمر سعر البترول في التراجع فإننا سنواجه مشكلا كبيرا في الميزانية.

➤ تداعيات الأزمة المالية على الجانب الاجتماعي في الجزائر:²

خلفت الأزمة المالية بالجزائر العديد من الآثار الاجتماعية، حيث كان تأثيرها واضحا في العديد من الجوانب نذكر منها:

➤ تقلص فرص التشغيل وبرامج التنمية:

إن هناك علاقة عكسية بين أسعار النفط ومعدلات البطالة باعتبار أن كل تحسن في الأسعار يعني زيادة في العوائد والإيرادات والتي يمكن من خلالها تنفيذ الخطط التنموية المعتمدة بدورها على تشجيع الاستثمارات ومن ثم تقليص البطالة في المجتمع الجزائري.

فمن بين الإجراءات التقشفية التي اتخذتها السلطات الجزائرية لمواجهة انخفاض أسعار النفط وتراجع العوائد منذ جوان 2014 هو تجميد التوظيف في الوظيفة العمومية لسنة 2015، وعلاوة على ذلك تم تجميد المشاريع الكبرى التي لا ترتدي طابعا عاجلا ولا تحظى بالأولوية وليس لها أثر اقتصادي واجتماعي مثل ورش الترامواي والنقل الحديدي والطريق السيار.

كما أن استمرار تراجع أسعار النفط أدى إلى العجز عن تنفيذ المخطط الخماسي 2015-2019 بما فيه من مشاريع سكنية واقتصادية واجتماعية... تحت ضغط عجز الموازنة حيث يتطلب تنفيذ المخطط معدل 55.2 مليار دولار سنويا وذلك لمدة 5 سنوات.

¹ - الموقع الإلكتروني: <http://www.elkhabar.com> تمت زيارة هذا الموقع بتاريخ 2017-02-15

² - مريم شطبي محمود: مرجع سبق ذكره، ص ص 11-9.

➤ انخفاض القدرة الشرائية للمواطنين:

من المتوقع أن القدرة الشرائية للجزائريين ستراجع من 3 إلى 5% خلال عام 2015 مقارنة بسنة 2014 خاصة وأن أسعار المواد الغذائية المستوردة ستشهد ارتفاعا يصل لنحو 10% خلال نهاية الثلاثي الأول من سنة 2015 إضافة إلى رفع الدعم عن المواد الإستهلاكية الأساسية من طرف الدولة بسبب تقليص ميزانية التسيير. ويعتبر إلغاء المادة 87 مكرر عامل رئيسي في تراجع القدرة الشرائية خاصة وأن سياسة الأجور ليست مرتبطة بمعدل معين. ففي معظم البلدان عندما تتقرر الزيادات في الأجور تتحسن القدرة الشرائية تلقائيا، أما في الجزائر يحدث العكس تماما ففي كل مرة تكون زيادات في الأجور ترتفع أسعار السلع والخدمات.

➤ تهديد السلم الاجتماعي:

إن استمرار انهيار أسعار النفط الذي خلف أزمة مالية خانقة بالجزائر من شأنه التأثير بشكل مباشر على الجهة الاجتماعية في الجزائر، حيث إن أزمة المالية تلعب دورا في تغذية التوترات الاجتماعية وهو ما لا تبدو الجزائر في منأى عنه بالنظر إلى دور إيرادات النفط في تحقيق التنمية وتوفير مناصب الشغل للبطالين، حيث تتواصل الاحتجاجات الاجتماعية في العديد من مناطق القطر الوطني وهي احتجاجات من المتوقع أن تصبح أكثر حدة مستقبلا بسبب تقلص فرص التشغيل وبرامج التنمية.

كما أن تدهور القدرة الشرائية للمواطنين وارتفاع الأسعار قد يؤدي إلى غضب شعبي كبير في الأجل القريب مما يهدد السلم الاجتماعي.

➤ تقليص المساعدات الخارجية الممنوحة للدول الفقيرة:

لا تزال تداعيات التراجع المستمر لأسعار النفط تلقي بظلالها على سير عمل الحكومة، فبعد الإجراءات التقشفية التي اتخذت على الصعيد الاقتصادي جاء الدور هذه المرة على المساعدات الخارجية الموجهة إلى الدول الفقيرة حيث أعطيت تعليمات رئاسية إلى كل من وزارتي الشؤون الخارجية والمالية بتخفيض قيمة المساعدات السنوية التي اعتادت الجزائر تقديمها إلى بعض الدول الإفريقية، وهي إما دول مجاورة للجزائر أو تنتمي إلى منطقة الساحل وجميعها يعتبر من أكثر الدول فقرا في العالم مثل موريطانيا والنيجر ومالي وبوركينا فاسو، فالمبلغ الذي كانت تستفيد منه هذه الدول بعنوان المساعدات الخارجية للجزائر يعادل 80 مليون دولار، وسينخفض إلى أقل من النصف في محاولة للحد من تداعيات تراجع أسعار النفط على الخزينة العمومية.

ويستثنى من القرار المساعدات المتعلقة ببرامج التدريب العسكري والأمني ومنح الدراسة في الجامعات والمعاهد الجزائرية المتخصصة وهي المساعدات التي تمنحها الجزائر سنويا لنحو 14 دولة إفريقية، وهو القرار الذي جاء في سياق تنفيذ التزامات الدولة الجزائرية إزاء دعمها للتنمية في إفريقيا.

سوف يتترك هبوط أسعار النفط إذا استمر لأكثر من ثلاث سنوات آثار واسعة النطاق على الجزائر، ابتداء تراجع معدل النمو الاقتصادي* وزيادة عجز الميزانية وانخفاض قيمة العملة المحلية وتراجع فائض ميزان المدفوعات وزيادة البطالة وخفض التحويلات الإجتماعية وتوقف البدء في إنشاء مشروعات جديدة خصوصا مشروعات البنية الأساسية المكلفة وتدفع الإستثمارات إلى الخارج، ولمواجهة هذا الإنخفاض يجب على الحكومة التوجه نحو ترشيد النفقات العمومية، سيما على مستوى ميزانية التسيير وترشيد الواردات وتعزيز مراقبة عمليات تمويل التجارة الخارجية بغية تفادي كل أشكال تهريب رؤوس الأموال.¹

كما نتج عن الأزمة المالية تأثيرات غير مرغوبة على الإقتصاد الوطني أهمها:²

- انخفاض فادح في إيرادات تصدير النفط، بعدما كانت مداخل صادرات النفط في الجزائر سنة 2014 تقدر بـ27.35 مليار دولار، انخفضت تقريبا إلى النصف سنة 2015 لتقدر بـ14.91 مليار دولار.

- خسائر كبيرة في أرصدة المالية العامة: حيث تضاعف عجز المالية العامة ليصل تقريبا إلى 16% من إجمالي الناتج المحلي سنة 2015.

- عجز في الحسابات الخارجية: نظرا لتراجع الصادرات وارتفاع الواردات حدث اتساع حاد في عجز الحساب الجاري وبلغ 7.78 مليار دولار في النصف الأول من سنة 2015.

- احتياطات الصرف بلغت سنة (2013) 194 مليار دولار إلا أنها عرفت انخفاض سنة 2015 لتبلغ 143 مليار دولار.

- لجأت الحكومة إلى صندوق ضبط الإيرادات لمواجهة الإنخفاض في المداخل النفطية والوفاء بالنفقات العامة، إلا أن هذا الصندوق قد تراجع بـ1714.6 مليار دج في الفترة الممتدة بين نهاية جوان 2014 ونهاية جوان 2015 أي انخفاض بـ33.3% على مدى 12 شهرا .

المطلب الخامس: سياسة الجزائر في مواجهة الأزمة المالية الراهنة:

شكل ارتفاع أسعار البترول مع مطلع الألفية الثانية وضعا مربحا للدول الريعية ومن بينها الجزائر، حيث شهدت الإيرادات العامة التي يشكل البترول مصدرها الأساسي تزييدا ملحوظا، ورغم البحبوحة المالية التي عاشتها الجزائر خلال السنوات الماضية وتزايد احتياطات الصرف الأجنبي، إلا أن هذا لم يستغل لتطوير القطاعات المساهمة في الإقتصاد خارج قطاع المحروقات.

¹ - *النمو الاقتصادي: هو يشير مصطلح النمو الإقتصادي الى ارتفاع الدخل أو الناتج القومي، فعندما يزيد الإنتاج من السلع والخدمات في دولة ما بأي شكل من الأشكال، فإن ذلك يسمى بالنمو الإقتصادي، كما يعبر هذا النمو عن زيادة دخل الفرد الحقيقي، بمعنى أن معدل النمو لا بد أن يفوق معدل النمو السكاني. أنظر: بوغزالة محمد نجلاء: الوساطة المالية والنمو الإقتصادي، دراسة حالة الجزائر، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، غير منشورة، جامعة الجزائر، 2015-2016، ص123.

² - رزاي سعاد: أثر السياسة المالية على النمو الإقتصادي في الجزائر بعد إنهيار أسعار النفط(2000-2015)، مجلة المدير، العدد7، ديسمبر2018، ص 212.

وفيما يلي صورة عامة حول تلك القطاعات التي يعول على تطويرها للخروج من الأزمة:¹

- **قطاع الفلاحة:** عند الحديث عن الهدف الأساسي الذي تسعى الجزائر إلى تحقيقه منذ الإستقلال ألا وهو الخروج من دائرة الاقتصاديات الريعية، يعتبر قطاع الفلاحة أول القطاعات المعول عليها لتوفير تنويع اقتصادي خارج المحروقات وتحقيق الأمن الغذائي الذي يعتبر أولوية ملحة، لدى سعت الجزائر إلى محاولة تدارك النقص الحاصل في المجال الزراعي لتحقيق الأمن الغذائي من خلال مجموعة من السياسات والمخططات التي كان آخرها سياسة التجديد الفلاحي والريفي وذلك في إطار الخطة الخماسية للتنمية للفترة (2009-2014) كمسعى لتطوير القطاع،² والأمر لم يتوقف هنا بل تم تسطير خطط لتطوير القطاع ضمن خطة الفلاحة 2019 تركز على معدل نمو للقطاع في حدود 5% مع محاولة تحقيق الإكتفاء من الحليب والقمح اللذان يشكلان النسبة الكبيرة من الواردات الغذائية التي تمول أساسا من عائدات البترول، كما تسعى هذه الخطة إلى توفير ما يقارب 1.5 مليون وظيفة في قطاع الفلاحة،³ ويعتبر التطور الذي شهدته بعض الشُعب الفلاحية مثل البطاطا في واد سوف مثال محفز لمدى نجاح قطاع الفلاحة في المساهمة بالخروج من الأزمة.

- **قطاع السياحة:** من بين مقومات التي يزخر بها الإقتصاد الجزائري يعتبر قطاع السياحة أحد أهم القطاعات التي يمكن التعويل عليها كأداة للتنويع والخروج من دائرة الريع، ذلك أن العديد من الخبراء يجمعون على أن القطاع السياحي يعتبر مصدرا مهما يمكن التعويل عليه لحل أزمة الإقتصاد الجزائري، مع العلم أن هذا التوجه ليس استثناء، حيث تلقى السياحة إهتمام متزايد من طرف الدول النامية والمتقدمة على حدٍ سواء، ويساهم القطاع بشكل ضئيل جدا في الناتج الكلي للجزائر لا يكاد يتراوح بين 3.3% سنة 2014 و3.5% سنة 2015 رغم المؤهلات الكبيرة المتوفرة، وكمحاولة للهبوض بقطاع السياحة في الجزائر، وفيما يتعلق بالآفاق المستقبلية فقد تم تسطير المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT ويتعلق هذا المخطط بأفاق 2030 من أجل تنمية السياحة بالجزائر، حيث يشكل المخطط التوجيهي للتنمية السياحية مرجعا لسياسة جديدة تبنتها الدولة ويعد جزءا من المخطط الوطني لتهيئة الإقليم في أفاق 2030 فهو المرآة التي تعكس لنا مبتغى الدولة فيما يخص التنمية المستدامة وذلك من أجل الرقي الإجتماعي والاقتصادي على الصعيد الوطني طيلة العشرينية القادمة، حيث يضم المخطط كهدف أول وأساسي ترقية اقتصاد بديل للمحروقات ضمن خمسة أهداف أخرى،⁴ ومن خلال هذا يمكن أن تعوض السياحة جزءا كبيرا من مداخل العملة الصعبة بدل المحروقات مما يساهم لا محالة في الحفاظ على توازن احتياطات الصرف الأجنبي التي استنزفت مؤخرا.

¹ - سفيان بوقطاية، عبد الوهاب بن زاير، مبارك بن زاير: أثر انهيار أسعار البترول على الاقتصاد الجزائري- التداعيات والحلول-، مجلة اقتصاديات المال والأعمال JFBE، العدد السادس، جوان 2018، ص 357.

² - حول سياسة التجديد الريفي والفلاحي أنظر: القانون 8-16 المؤرخ في 03 أوت 2008 والمتضمن للتوجيه الفلاحي، الجريدة الرسمية، العدد 46 الصادر في 08 أوت 2008، ص 06.

³ - مخطط الفلاحة 2019، وزارة الفلاحة والتنمية الريفية الجزائرية، <http://www.minagri.dz>

⁴ - الوكالة الوطنية للتنمية السياحية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT - [www.andt-dz.org/ar/?action-formunik&type-](http://www.andt-dz.org/ar/?action-formunik&type-menu&idformunik-22)

menu&idformunik-22 تصفح بتاريخ 2017/07/23

- قطاع الصناعة: يعتبر تشكيل قاعدة صناعية متينة ومتنوعة هدفا منشودا من طرف السلطات الجزائرية منذ وضع الخطوط العريضة للسياسة الاقتصادية الجزائرية، حيث ورد في ميثاق طرابلس سنة 1962 "إن التنمية الحقيقية والطويلة المدى بالنسبة للوطن، مرتبطة بإقامة صناعات قاعدية ضرورية من أجل فلاحه متطورة، على هذا الأساس منحت الجزائر امكانيات كبيرة للصناعات البترولية وصناعات الحديد والصلب، وفي هذا الإطار تتحمل الدولة مسؤولية توفير الظروف والوسائل الكفيلة بإنشاء صناعات ثقيلة،¹ ورغم كل الجهود المبذولة من شراكة وفتح باب أمام الاستثمارات الأجنبية خاصة مع الإتحاد الأوروبي الذي يعتبر شريك استراتيجي حيث كان الهدف الأساسي للجزائر من خلال اتفاق الشراكة مع الإتحاد الأوروبي الاستفادة من مزايا التي تتمتع بها دول الإتحاد الأوروبي مما يؤدي الى تعزيز التنافسية لدى المؤسسات الجزائرية أمام المنافسة التي تتعرض لها خاصة في ظل منطقة التبادل الحر آفاق 2017 إضافة الى رغبة الجزائر في توازن العلاقات الاقتصادية والاجتماعية وتوسيعها وغيرها إلا أن قطاع الصناعة يظل يراوح مكانه.

- الإهتمام بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة: تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة آلية الجديدة لتطوير وتنويع الاقتصاديات خارج الربيع خصوصا النامية منها، وضمن هذا الإطار ذلك توالى القوانين الهادفة الى تحفيز إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال مجموعة من القوانين والأوامر على رأسها الأمر رقم 01-03 المتعلق بتطوير الإستثمار والمتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المؤرخ في 20 أوت سنة 2001 ويليه القانون المعدل والمتم رقم 06-08 المؤرخ في 15 جويلية سنة 2006 والذي تم بموجبه تقديم مجموعة من المزايا الكفيلة بتشجيع الاستثمار، وإنشاء المجلس الوطني للإستثمار والموضوع تحت سلطة ورئاسة الحكومة، إضافة إلى هذا تم بموجب هذا القانون إنشاء صندوق لدعم الإستثمار والذي يوجه لتمويل المزايا الممنوحة للإستثمار.

- وينص القانون التوجيهي الخاص بترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إضافة إلى ما سبق على تأسيس هيكل ومراكز خاصة هدفها تسهيل إجراءات التأسيس وإعلام وتوجيه ودعم ومتابعة المؤسسات، ومن بين هذه الوكالات نجد الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب (ANSEJ)، الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة، القرض المصغر، الوكالة الوطنية لدعم الإستثمار، بالإضافة إلى استحداث مجموعة من حاضنات الأعمال ومشاتل المؤسسات.²

- قطاع الطاقات المتجددة: تمثل الطاقات المتجددة الطاقات التي يتم الحصول عليها من مختلف الموارد الطبيعية التي تتجدد وتمثل أساسا في: الطاقات الشمسية، طاقة الرياح، الطاقة المائية، المصادر البحرية، طاقة الهيدروجين، الطاقة الحرارية الجوفية، الطاقة النووية، وتمتاز هذه الطاقات بأنها غير ملوثة وغير ناضبة، وتنمية الطاقات المتجددة في الجزائر أصبح يحظى بإهتمام خاص لاسيما في ظل الأزمة المالية الحالية، حيث تسعى السلطات العمومية إلى إعطائه دفعا جديدا في بناء اقتصاد خارج قطاع المحروقات.

¹ - الجريدة الرسمية، العدد 47، الصادر في أوت 2001، ص 4

² - محمد قوجيل، يوسف قريشي: سياسة دعم المقاولاتية في الجزائر، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 04، 2015، ص 158.

تتوجه الجزائر في السنوات الأخيرة بقوة نحو تكثيف الاستثمارات في الطاقات المتجددة استعدادا لدخول عهد جديد من الطاقة النظيفة بعد سنوات طويلة من الاعتماد على المصادر التقليدية التي أصبحت مثار قلق حماة البيئة و المنظمات الدولية التي تكافح من أجل كوكب خال من آثار مدمرة بدأت تلوح في الأفق بسبب التغيرات المناخية التي تطال مختلف دول العالم .

وأيامنا منها بأهمية الطاقات البديلة، و التزامها بالاتفاقيات الدولية للمحافظة على المناخ و مواجهة التغيرات المضرة بكوكب الأرض، بدأت الجزائر تنفيذ برنامج واعد لإنتاج الكهرباء و الوقود الحيوي باستعمال تكنولوجيا الطاقات المتجددة، حيث تعكف فرق بحث متخصصة على إعداد مخططات وبرامج واعدة قد تبدأ نتائجها في الظهور بين سنتي 2020 و 2030 ، حيث تراهن الجزائر على تغطية جزء هام من الطلب الوطني على الكهرباء من الطاقات المتجددة، و يتوقع الوصول إلى تغطية 40 بالمائة من الطلب الوطني على الكهرباء بواسطة الطاقة النظيفة بعد 13 سنة.¹

بناء على ذلك، فإن السلطة الحاكمة في الجزائر ستحاول أن تستثمر في الطاقات المتجددة وجعلها بديلا عن النفط للمحافظة على استمرارية الاقتصاد الريعي على المدى البعيد، ففي حالة تحول الجزائر إلى بلد مصدر للطاقة الناتجة من المصادر المتجددة لاسيما تصدير الطاقة الكهربائية نحو أوروبا، فإن الأموال التي ستحصل عليها هي ريع خارجي مشابه للريع النفطي. وهذا يعني أن السلطة الحاكمة في الجزائر تتجه نحو إعادة بناء الدولة الريعية من جديد بواسطة الانتقال من الدولة المبنية على الريع النفطي إلى الدولة المبنية على ريع الطاقات المتجددة. ويبدو أن السلطة الحاكمة تسير في هذا الاتجاه وفق سياسة مدروسة وتدرجية تبدأ بتوظيف الطاقات المتجددة كمصدر مكمل لقطاع النفط، ثم استغلال الغاز الصخري في مرحلة مؤقتة تتزامن مع تطوير المصادر البديلة للنفط وفي نفس الوقت محاولة ربح وقت أكثر، لتصل في المستقبل البعيد إلى بناء اقتصاد يعتمد على ريع الطاقات المتجددة ولاسيما الطاقة الشمسية.²

حيث أوضح وزير الطاقة "نور الدين بوطرفة" في حوار مع الشروق اليومي، عن استراتيجية القطاع مستقبلا لتجاوز الأزمة الحالية إنها ستركز على تطوير الطاقات المتجددة منها الطاقة الشمسية، وطاقة الرياح، موضحا أن برنامج تطوير الطاقات المتجددة سيتمكن من إنتاج 22.000 ميغاواط من الكهرباء، انطلاقا من الطاقة الشمسية أو الهوائية إلى غاية 2030، مؤكدا أن الجزائر ستستثمر حوالي 60 مليار دولار في مجال الطاقات المتجددة على مدى 14 سنة.³

¹ - موقع جريدة النصر: مقال تحت عنوان: الطاقات المتجددة في الجزائر بديل آمن للبيئة والاقتصاد، متوفر على ال موقع:

<https://www.annasronline.com/index.php/2014-09-30-11-05-07/2014-09-08-19-53-12/78426-2017-08-26-18-17-40>

تم الإطلاع عليه بتاريخ: 2018-02-20.

² - لقرع بن علي: استثمار الطاقات المتجددة في الجزائر بين الأبعاد الجيوسياسية وإعادة بناء الدولة الريعية، مجلة العلوم السياسية والقانون، العدد 1، 2017، متوفر على الموقع: <http://www.democraticac.de/?p=43849> تم الإطلاع عليه بتاريخ: 2018-01-13.

³ - الشروق اليومي، العدد رقم 5130 الصادر بتاريخ 14 جوان 2016، ص 03.

بالإضافة إلى الحلول التي تم طرحها سابقا، فقد سطرت الحكومة الجزائرية العديد من الإجراءات التي من شأنها تخفيض حدة الأزمة في العديد من الجوانب نذكر منها:

- الإجراءات التقشفية:

يراد بالتقشف هنا بمعنى ترشيد النفقات العمومية في العمل الحكومي، أول قرار حكومي للتقشف أوجب فيه وزير المالية "محمد جلاب" على الجزائريين دفع ثمن الخدمات الصحية بالمستشفيات، بينما ثاني قرار حكومي تعلق بتجميد التوظيف في قطاع الإدارة العمومية، وطالت تدابير التقشف أيضا تجميد المشاريع التنموية الضخمة.

وفي ظل استمرار الأزمة لجأت الحكومة الى اتخاذ حزمة من الإجراءات التقشفية للتقليل من وطأة الأزمة، وهذا ما تضمنه قانون المالية لسنة 2016 من مواد أثير النقاش حولها بين أحزاب الموالاتة والمعارضة، كالمادة 66 التي تنص على فتح رأسمال المؤسسات الاقتصادية العمومية إزاء المساهمة الوطنية، والمادة 71 التي تنص على إدراج آلية تسمح بتجميد أو إلغاء الاعتمادات المالية في حال اختلال التوازنات المالية وغيرها من المواد.¹

ومن أبرز ما لجأت إليه الحكومة كإجراءات لترشيد النفقات العمومية، خلال سنة 2016 الزيادة في أسعار الوقود وتجميد المشاريع التنموية للبنى التحتية، وأخرى للمنفعة العامة، كتجميد مشاريع انجاز خمس مستشفيات ومراكز صحية كبرى، بالإضافة إلى تجميد عمليات التوظيف في مختلف القطاعات باستثناء أربعة منها هي التربية والتكوين والصحة والتعليم العالي وذلك من خلال تعليمة الوزير الأول رقم 348 المؤرخة في 25 ديسمبر 2014 الخاصة بترشيد نفقات التسيير والتحكم في عمليات التوظيف.²

¹ - ضياء مجيد الموسوي، مرجع سبق ذكره، 40.

² - المرجع نفسه، ص 41.

خلاصة:

انطلاقا مما سبق يمكننا القول بأن الأزمات هي حالة استثنائية تمر بها المجتمعات، وهي نقطة تحول تزداد فيها ردود الفعل لمواجهة الظروف الطارئة، مع عدم توفر المعلومات الكافية حولها وعدم وضوح الرؤية في أسبابها ومعطياتها، مع ضيق الوقت لمواجهةها، مما يولد ضغطا كبيرا على أصحاب القرار وقت الأزمة، هي إذن معطيات أو خصائص تميز الأزمة كظرف إستثنائي، وتتعدد أبعادها من بعد سياسي واجتماعي واقتصادي، وبيئي، وربما قانوني، إلا أن البعد الإعلامي له مكانة كبيرة في أدبيات دراسة الأزمة، حيث يقع على عاتق وسائل الإعلام النقل الفوري والآني والدوري لأحداث ومعطيات الأزمات، على طول مرحلة أو دورة حياة الأزمة قبل، أثناء، وبعد الأزمة، ونجد أن من بين الأزمات الأكثر شيوعا وانتشارا في المجتمعات هي الأزمات الاقتصادية ومنها الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016 التي نتجت عن تهاوي أسعار النفط في الأسواق العالمية ابتداء من النصف الثاني من سنة 2014، ما أدى إلى حدوث اضطرابات على عدة مستويات كان لها تأثير على مصالح الفرد والمجتمع والدولة، الأمر الذي دعى الحكومة الجزائرية إلى البحث عن حلول مستعجلة لإحتواء الأزمة وتقليل من حدتها، وطرح بدائل لتوفير الإيرادات المالية للخزينة العمومية لاستمرار تدفق السيولة لمواجهة العجز المالي الذي خلفته الأزمة المالية لسنة 2016.

الفصل الرابع:

المعالجة الإعلامية للأزمة المالية في الجزائر خلال سنة
2016 في صحيفة النصر والشروق اليومي

الفصل الرابع:

المعالجة الإعلامية للأزمة المالية في الجزائر خلال سنة 2016 في صحفية النصر والشروق اليومي

تمهيد

أولا : عرض ومناقشة نتائج التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل

ثانيا : عرض ومناقشة نتائج التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون

ثالثا: عرض ومناقشة نتائج الدراسة التحليلية المقارنة

نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات

نتائج الدراسة في ضوء نظريتي "ترتيب الأولويات" و"الأطر الإعلامية"

الخاتمة

الملاحق

قائمة المصادر والمراجع

الفهارس

تمهيد:

من أجل تحقيق أهداف الدراسة والإجابة على الإشكالية المطروحة وأسئلتها، تم تحليل محتوى عينة من المواد الخيرية المنشورة حول الأزمة المالية بالجزائر في الصحف المكتوبة، والمتمثلة تحديدا في صحيفة النصر (العمومية) وصحيفة الشروق اليومي (الخاصة)، وذلك بهدف معرفة كيف عالجت كل من الصحيفتين الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016، حيث يلجأ الباحث في هذه المرحلة من خلال الأساليب والطرق الإحصائية إلى تبويب وتصنيف الفئات المحددة وجدولة الوحدات وقياسها أو التعبير عن النتائج بقيم عديدة تحدد المدى الذي تقع فيه هذه الوحدات،¹ حيث يقوم الباحث بالإعتماد على العدّ والقياس باستخدام الأرقام، كما أنه وسيلة تستخدم لزيادة كفاءة التحليل ودقته وشموليته وتعبيره تعبيرا صحيحا عن فئات التحليل.

كما سعت هذه الدراسة من خلال هذا الفصل التطبيقي إلى تحليل النتائج المتعلقة بفئات الشكل والمضمون، لتبيان أوجه التشابه والاختلاف بين المعالجة الإعلامية لموضوع الأزمة بين صحف الدراسة للتوصل إلى نوع المعالجة الإعلامية التي تبنتها كل من الصحيفتين، استنادا إلى الإطار النظري لنظرية ترتيب الأولويات (الأجندة)، ونظرية تحليل الأطر الإعلامية.

كما تضمن هذا الفصل دراسة استكشافية للمواد الخيرية المتضمنة في عينة الدراسة، حيث تم الاحتفاظ بأعداد الصحف التي تناولت موضوع الدراسة واستبعاد الأعداد التي لم تتناول الموضوع، ويتعلق الأمر بجميع المواد التي نشرت في شكل خبر صحفي، تقرير، روبرتاج، مقال صحفي، افتتاحية، عمود، تعليق، حديث صحفي، تحقيق صحفي، كاريكاتور، خلال الفترة الزمنية الممتدة من 2016/01/01 الى غاية 2016/12/31.

وبعد القيام بترميز فئات التحليل التي تم وضعها في استمارة تحليل المضمون، والمدرجة في ملاحق الدراسة مرفقة بالدليل، سيتم عرض النتائج المتوصل إليها من خلال تفرغ بيانات التحليل شكلا ومضمونا، من خلال ما تعكسه تكرارات ظهور كل فئة ضمن المادة الخيرية للصحف محل الدراسة، وكذا نسب كل فئة.

وعليه تم تقسيم نتائج الدراسة التحليلية الى عدة محاور نوردتها في الآتي:

أولا: عرض نتائج التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل والمقارنة بينهما.

ثانيا: عرض نتائج التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون والمقارنة بينهما.

ثالثا: عرض و مناقشة نتائج الدراسة التحليلية المقارنة.

¹ - محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص 24.

أولاً: عرض ومناقشة نتائج التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل

تجيب فئات الشكل على السؤال كيف قيل؟ أو كيف قدم المضمون الإعلامي وهي تشمل بدورها عدة أنواع من الفئات يمكن استخراجها من المضامين المعالجة وهي:

المعالجة الإعلامية من حيث الشكل: تم تصنيف فئات التحليل في جانبها الشكلي إلى خمس فئات من فئات كيف قيل؟

1. فئة المساحة.
2. فئة الموقع.
3. فئة الانواع الصحفية.
4. فئة الدعائم (وسائل الدعم والإبراز).
5. فئة المصدر

1- توزيع فئة مساحة العناوين والنصوص التي عالجت موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016 ضمن الصحف محل الدراسة:

فئة المساحة هي الفئة التي من خلالها "يتم قياس الحجم المتاح من الجريدة أو المجلة، حيث يشير عنصر الحجم إلى مدى الاهتمام بعرض الموضوع وتقديمه، فكلما زادت المساحة كان ذلك دليلا على ازدياد الاهتمام، كما أن قارئ الصحف يمكنه أن يدرك الفرق بين المواضيع التي احتلت مساحة كبيرة من جريدته اليومية والمواضيع الأخرى".¹

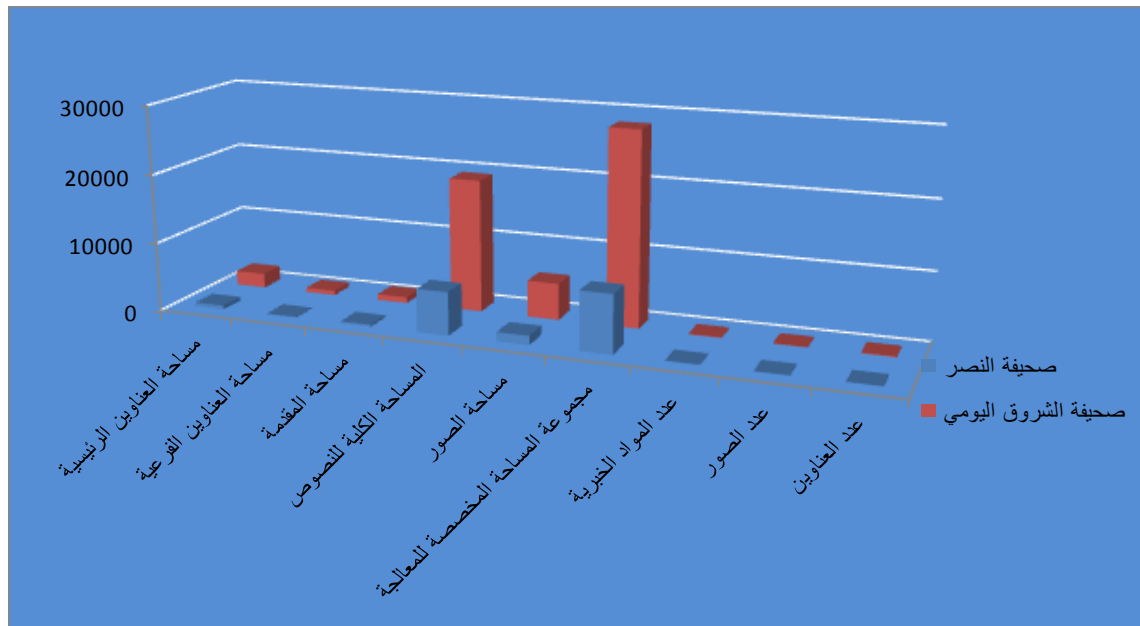
لذا نحاول في الآتي التعرف على مدى اهتمام كل من صحيفة "النصر"، وصحيفة "الشروق اليومي"، بمعالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016 من خلال معطيات الجدول الآتي:

جدول رقم (06): يوضح فئة المساحة الخاصة بمعالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016 في الصحف محل الدراسة:

صحيفة الشروق اليومي		صحيفة النصر		الصحف
				فئة المساحة
3610.75	2102.5	884.25	522.5	مساحة العناوين الرئيسية
	651.5		116.5	مساحة العناوين الفرعية
	856.75		245.25	مساحة المقدمة
19309.5		6235		المساحة الكلية للنصوص
5321		1314		مساحة الصور
28241.25		8433.25		مجموعة المساحة المخصصة للمعالجة
76		64		عدد المواد الخيرية
58		36		عدد الصور
125		76		عدد العناوين

الوحدة: سم²

¹ - يوسف تمار: تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، دار طاكسينج توم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007، ص 27.



الشكل رقم(05) يوضح المساحة الخاصة بمعالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016 في الصحف محل الدراسة

نلاحظ من خلال معطيات الجدول رقم (6) المتعلق بمساحة المواد الخبرية والعناوين المتعلقة بهذه الدراسة في الصحف محل التحليل، تفاوت كبير في مساحة العناوين التي وظفتها كل من جريدة "الشوق اليومي"، وجريدة "النصر"، حيث تمثل أكبر مساحة لهذه الفئة بـ 3610.75 سم² كمساحة كلية للعناوين الخاصة بجريدة الشروق اليومي، التي بلغ عددها 125 عنوانا، مقارنة مع مساحتها بجريدة النصر التي قدرت بـ 884.25 سم² لـ 76 عنوانا، في حين شكلت مساحة العناوين الرئيسية المقدرة بـ 2102.5 سم² في جريدة الشوق اليومي أكبر مساحة مقارنة مع مساحتها في جريدة النصر التي قدرت بـ 522.5 سم²، نفس الشيء نجده في مساحة العناوين الفرعية ومساحة المقدمة، أما فيما يخص المساحة الكلية للنصوص نلاحظ أن أكبر مساحة خصصت لموضوع الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016 كانت لصحيفة الشوق اليومي بمساحة 19309.5 سم²، في حين خصصت جريدة النصر ما مساحته 6235 سم² كمساحة كلية للنصوص.

فيما يتعلق بمساحة الصور المصاحبة للمادة الخبرية المتعلقة بمعالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016 في الصحف محل الدراسة، نجد أن صحيفة "الشوق اليومي" خصصت ما مساحته 5321 سم² كمساحة للصور التي بلغ عددها 58 صورة، أما جريدة النصر فقد خصصت لها 1314 سم² كمساحة تمثل 36 صورة فقط.

من خلال العرض التفصيلي لفئة المساحة المتعلقة بكل من مساحة العناوين والنصوص والصور، التي تم توظيفها من طرف الصحف محل الدراسة، شكلت المساحة المخصصة لمعالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016، بجريدة الشوق اليومي المساحة الأكبر إجمالاً مقارنة مع المساحة التي خصصتها جريدة النصر لمعالجة

هذا الموضوع، وهذا ما تشير إليه عدد العناوين والمواد الخبرية الموظفة من كلتا الصحيفتين، حيث جاء اجمالي المواد الخبرية المتعلقة بمعالجة موضوع الدراسة في جريدة الشروق اليومي بـ 76 مادة خبرية، في حين قدرت بـ 64 مادة خبرية بجريدة النصر.

كما نجد أن مجموع المساحة المخصصة لمعالجة موضوع الدراسة، قد بلغت 28241.25 سم² في صحيفة الشروق اليومي وهي تمثل أكبر مساحة مقارنة مع جريدة النصر، التي بلغت مساحة معالجتها لموضوع الدراسة 8433.25 سم² وهو ما يثبت أن صحيفة الشروق قد خصصت ضعف المساحة التي خصصتها النصر لتغطية ومعالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016، ويعود هذا التفاوت في حجم المعالجة من حيث المساحة التي شغلها المادة الخبرية لكلتا الصحيفتين، إلى أن عدد المواد التي تم تحليلها خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2016 إلى غاية 31 ديسمبر 2016 كانت مختلفة من حيث حجم الأعداد التي تناولت موضوع الدراسة، فقد بلغت 45 عددا ممثلا لجريدة الشروق اليومي، و 31 عددا ممثلا لجريدة النصر، ما يعني أن حجم المعالجة والتناول لموضوع الدراسة سيكون متفاوتا بين الصحيفتين وهو ما وضحته معطيات الدراسة التحليلية لفئة المساحة المخصصة للمعالجة.

2- توزيع فئة موقع نشر المادة الخبرية التي تناولت موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016 في الصحف محل الدراسة:

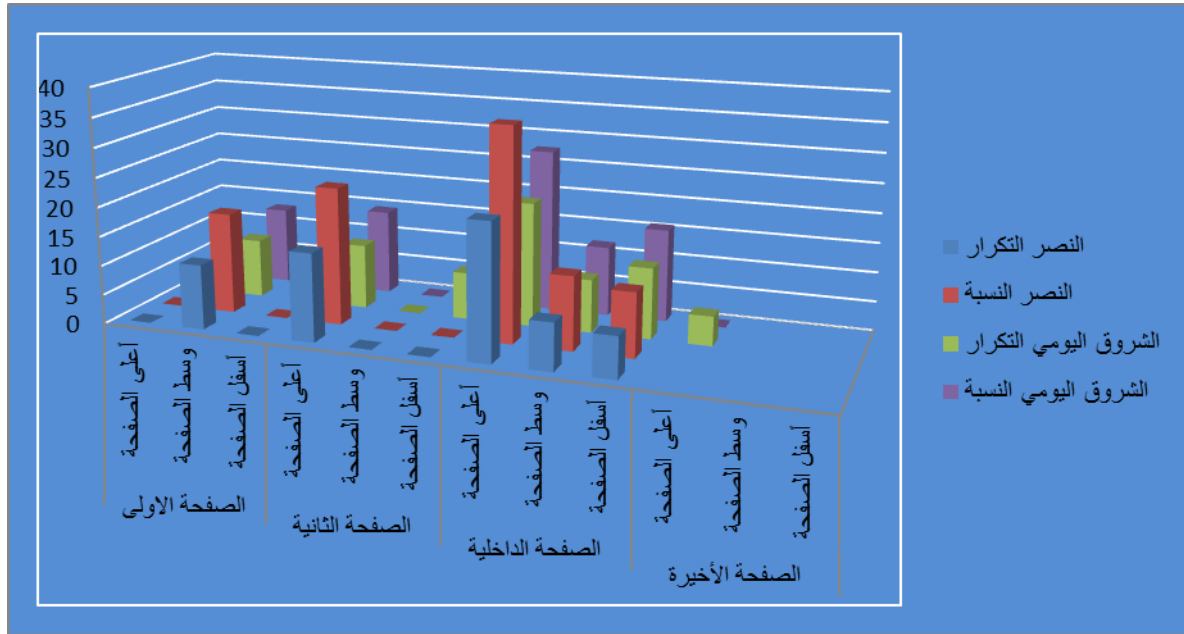
الموقع له أهمية كبيرة في تأثير المحتوى على القارئ أو المستمع أو المشاهد، لذلك فإن الموقع له دلالة مقصودة لوضع المادة الخبرية في موقع دون آخر، خاصة بعدما تأكد من خلال عدة دراسات على الجمهور، أن الصفحة الأولى من الصحيفة مثلا أول جزء يقرأه الفرد من الجريدة ثم الصفحة الأخيرة، وبعدها صفحات الوسط، ثم باقي الصفحات، فإن الموقع يلعب دور كبير هنا، فالصفحات اليسرى -في اللغة العربية- أهم من اليمنى، والنصف العلوي أهم من السفلي، والربع الأعلى الأيسر من الصفحة اليسرى أهم أجزائها وهكذا...¹

ويقصد به موقع الصفحة التي تم فيها نشر المضمون المدروس، فهي تعد من الفئات التي تساعد في التعرف على الأهمية النسبية لكل موضوع من المواضيع الخاضعة للتحليل: ويمكن عرض نتائج التحليل الكمي الخاص بهذه الفئة على النحو الآتي:

¹ - يوسف تمار: المرجع السابق، ص 28-29.

جدول رقم (07) يوضح موقع نشر المادة الخبيرة المتعلقة بموضوع الدراسة في الصحف محل التحليل:

الشروق اليومي		النصر				الصحف		
%	المجموع	التكرار	%	المجموع	التكرار	نوع الصفحة		
/	10	/	/	11	/	أعلى الصفحة		
13.15		10	17.18		11	وسط الصفحة		
/		/	/		/	أسفل الصفحة		
%24.99	19	11	23.43	15	15	أعلى الصفحة		
		/	/		/	وسط الصفحة		
		8	/		/	أسفل الصفحة		
%55.25	42	21	%59.36	38	23	أعلى الصفحة		
		9			12.5	8	وسط الصفحة	
		12			10.93	7	أسفل الصفحة	
6.57%	5	5	/	/	/	أعلى الصفحة		
/		/	/		/	وسط الصفحة		
/		/	/		/	أسفل الصفحة		
100	76	76	100	64	64	المجموع:		



الشكل رقم (06): يوضح موقع نشر المادة الخبيرة المتعلقة بموضوع الدراسة في الصحف محل التحليل

تركز إهتمام معالجة جريدة "النصر" لموضوع الأزمة المالية في الجزائر خلال سنة 2016 في الصفحات الداخلية، والصفحة الثانية، والصفحة الأولى، حيث نلاحظ من خلال القراءة الكمية لمعطيات الجدول رقم (7) الذي يبين توزيع موقع المادة الخبيرة لموضوع الدراسة، أن موقع الأخبار المتعلقة بموضوع الدراسة جاء في معظمه في الصفحات الداخلية لجريدة "النصر"، بنسبة بلغت 59.36% بمجموع 38 موضوعا مقسما إلى 23 موضوعا جاء أعلى الصفحات الداخلية، و 8 مواضيع تم نشرها وسط هذه الصفحات، و 7 مواضيع كان موقعها الجزء السفلي لهذه الصفحات، وهذا ما عبرت عنه كل من الأعداد رقم 14886، 14920، 14927 والتي تبين أن أكثر من نصف المواد الخبيرة التي تم معالجتها في صحيفة "النصر" تم نشرها في الصفحات الداخلية، لكن هذا لا ينفي عدم نشر جريدة "النصر" للمواضيع المتعلقة بالأزمة في الصفحة الأولى والصفحة الثانية، حيث شكلت نسبة 17.18% نسبة المواضيع المنشورة في الصفحة الأولى، و 23.43% نسبة المواد الخبيرة المنشورة في الصفحة الثانية، في حين نجد أن جريدة "النصر" لم تنشر أي موضوع يتعلق بالأزمة في الصفحة الأخيرة كونها مخصصة لنشر المواضيع المتعلقة بالمواضيع الاجتماعية والمعنونة بـ'ناس وحوادث' حيث تتعلق أغلب المواضيع المنشورة على هذه الصفحة بالحوادث والجرائم والجنگ.

أما فيما يخص جريدة "الشروق اليومي"، فنلاحظ من خلال ما تعبر عنه المعطيات الكمية للجدول رقم (7)، أن جريدة الشروق اليومي ركزت على نشر المواضيع المتعلقة بالأزمة المالية بالجزائر في الصفحات الداخلية بنسبة بلغت 55.25% بمجموع 42 موضوعا، مقسمة إلى 21 موضوعا تم نشره أعلى هذه الصفحات، و 12 موضوعا جاء في أسفل هذه الصفحات، في حين تم نشر 9 مواضيع فقط وسط الصفحات الداخلية، ويعزى ارتفاع عدد المواضيع المنشورة ضمن الصفحات الداخلية مقارنة مع عددها في الصفحات الأخرى من الجريدة، كون الصفحات الداخلية

تعتبر عن أكثر من صفحة فهي تمثل الصفحة الثالثة الى غاية الصفحة 23 من الجريدة، أي 21 صفحة باستثناء صفحات الجريدة التي تتضمن أخبار الرياضة والتي عادة ما يكون ترقيمها 12-13-14-15، أي 15 صفحة من إجمالي صفحات الجريدة ومثال على ذلك ما تعبر عنه الأعداد الآتية:

العدد رقم 4974 الصادر بتاريخ 10 جانفي 2016، العدد رقم 4982 الصادر بتاريخ 18 جانفي 2016، والعدد رقم 5005 الصادر بتاريخ 10 فيفري 2016، والعدد رقم 5023 الصادر بتاريخ 28 فيفري 2016 والعدد رقم 5106 الصادر بتاريخ 21 ماي 2016.

كما نجد أن جريدة الشروق اليومي نشرت 10 مواضيع في الصفحة الأولى (المانشيت)، من المواضيع التي تعتبرها جريدة "الشروق اليومي" لها أهمية بالغة لدى القارئ فركزت عليها من خلال نشرها وسط صفحة المانشيت لتبرزها أكثر، وهو ما نجده في كل من الأعداد رقم 5031، 5015، 4990، 4982، 5055، 5039، 5057، 5073، 5081، 5106، 5130، 5161، 5210، 5232، 5234، 5273، 5323، 5299.

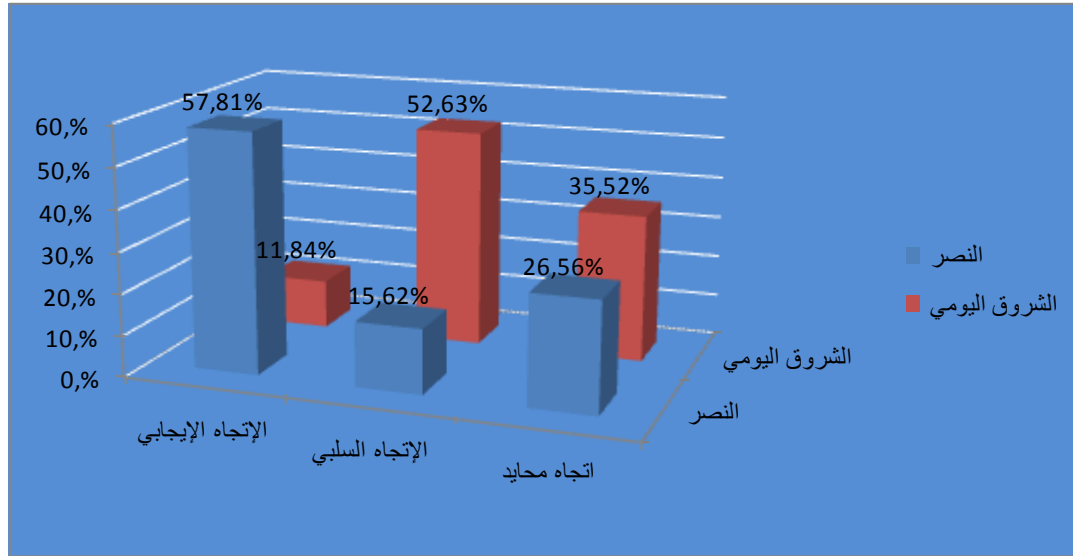
كما نلاحظ أيضا اعتماد جريدة الشروق اليومي على نشر المواضيع المتعلقة بالأزمة ضمن الصفحة الثانية وهي تقع تحت تسمية "مراصد الشروق" من الجريدة، بمجموع 19 موضوعا، 11 موضوعا منها جاء أعلى هذه الصفحة ويتعلق الأمر بكل من الكاريكاتور والمقال الإفتتاحي كون هذه الصفحة تتضمن في العادة هاذان النوعان بالإضافة إلى المقال والخبر الصحفي، كنوعين ثابتين بها، و جاءت 8 مواضيع أو مواد خبرية أسفل هذه الصفحة، وهذا ما عبرت عنه كل من الأعداد الآتية: العدد رقم 4966، 4982، 5055، 5047، 5097، 5146، 5161، 5232، 5315، 5323.

كما لم تستثني ذات الجريدة الصفحة الأخيرة منها حيث نشرت 5 مواضيع متعلقة بالأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016، جاءت جلّ هذه المواضيع أعلى الصفحة الأخيرة وكانت أغلبها في شكل كاريكاتور أو عمود، كون هذه الصفحة مخصصة لنشر الكاريكاتور والعمود كنوعين صحفيين ثابتين بها.

جدول رقم (08): يبين النسب المقارنة لفئة موقع نشر المادة الخبرية المتعلقة بالأزمة المالية بالجزائر خلال سنة

2016 في الصحف محل الدراسة:

موقع النشر	جريدة	النصر	الشروق اليومي
الصفحة الأولى		17.18%	13.15%
الصفحة الثانية		23.43%	24.99%
الصفحات الداخلية		59.36%	55.25%
الصفحة الأخيرة		/	6.57%



الشكل رقم (07): يوضح النسب المقارنة لفئة موقع نشر المادة الخبرية المتعلقة بالأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016 في الصحف محل الدراسة.

يتضح من خلال الجدول رقم (8) المتعلق بالنسب المقارنة لعناصر فئة موقع المادة الخبرية المتعلقة بموضوع الأزمة المالية بالجزائر في كل من صحيفة "النصر"، وصحيفة "الشروق اليومي" أن كلتا الصحيفتين ركزت بشكل واضح على الصفحات الداخلية في تغطيتها ومعالجتها لموضوع الأزمة، حيث جاءت الصفحات الداخلية بالمرتبة الأولى في جريدة النصر بنسبة 59.36% وهي نسبة تفوق النصف، وهو ما نجده أيضا في جريدة الشروق اليومي حيث احتلت الصفحات الداخلية المرتبة الأولى في تغطية ومعالجة موضوع الأزمة بنسبة 55.25%، لتأتي الصفحة الثانية في المرتبة الثانية في كل من الجريدتين محلّ التحليل، تليها الصفحة الأولى (المانشيت) في المرتبة الثالثة في جريدة النصر بنسبة 17.18%، وفي جريدة الشروق اليومي بنسبة 13.15% لتليها الصفحة الأخيرة في المرتبة الرابعة والأخيرة بنسبة 6.57% في نفس الجريدة، وهنا نلاحظ أن جريدة النصر العمومية لم تنشر أي موضوع ضمن الصفحة الأخيرة على العكس من جريدة الشروق اليومي التي عالجت موضوع الأزمة في الصفحة الأخيرة وخصصت له موقعا ضمنها.

يعود الاختلاف بين الصحيفتين في إختيار موقع نشر مادتها الخبرية المتعلقة بموضوع الأزمة رغم التوافق الواضح في أهم الصفحات التي عالجت هذا الموضوع في طبيعة كل صفحة وعنوانها وأهم المواضيع التي يتم نشرها على مستوى كل صفحة، وهذا ما تفرضه خصوصية كل جريدة، فصحيفة النصر هي صحيفة عمومية ولها سياستها التحريرية الخاصة بها، حيث تركز النصر على الصفحات التي تحتوي على الأنواع الإخبارية أكثر من تلك التي تركز على أنواع الرأي، وهو ما تعكسه تقسيمات صفحاتها فهي تختلف تماما عن صفحات جريدة الشروق اليومي كونها جريدة خاصة تركز على الصفحات التي تحتوي على الأنواع الفكرية في تحرير المادة الخبرية ويتعلق الأمر بالصفحة الثانية والصفحة الأخيرة هاتان الصفحتان تحتويان على كل من الكاريكاتور والعمود والمقال والمقال الافتتاحي، كما تعكس هذه الصفحات الخط الافتتاحي والسياسة التحريرية لجريدة الشروق اليومي.

وفي الغالب يتم التركيز على الصفحات الداخلية كونها تحوي العديد من الصفحات التي يطلع عليها القارئ، فكلى الجريدتين ركزت على تغطية ومعالجة موضوع الدراسة ضمن هذه الصفحات لما لها من أهمية بالغة فهي تعبر عن كل الصفحات التي تلي الصفحة الأولى وتقع بينهما وبين الصفحة الأخيرة من الجريدة، ولقد بينت نفس الدراسات السابقة بأن أكثر تلك الصفحات أهمية هما صفحتا الوسط والصفحات التي تلي الصفحة الأولى مباشرة، إضافة إلى بعض الصفحات المتخصصة أو الخاصة بملف أو موضوع معين تعطيه الصحيفة أهمية أو تورده في ركن ثابت على أحد تلك الصفحات، أما الصفحات المتبقية الأخرى فتخصص للإشهار أو للتسليية أو للمواضيع الأقل أهمية بالنسبة للصحيفة.¹

كما نلاحظ أن كلتا الجريدتين ركزتا على الصفحة الثانية، مع إغفالهما للدور الكبير الذي تلعبه كل من الصفحة الأولى والصفحة الأخيرة، حيث تعد الصفحة الأولى بمثابة واجهة الصحيفة من خلال ما تعكسه من جوانبها المتميزة، المتمثلة في شخصيتها الخاصة المرتبطة بسياساتها التحريرية والمؤثرة في عمليات الإنتاج التي يتحدد على ضوئها الشكل الأساسي للصفحات والعناصر الطباعية المستخدمة في بناء الوحدات، إضافة إلى طريقة استخدام هذه الوحدات في وضع التصميم الأساسي للصفحات، ولعل هذه الأهمية التي تحتلها هذه الصفحة من كونها مثابة الباب الذي ينفذ منه القراء إلى الصحيفة، حيث تؤثر على نفسية القارئ بمظهرها قبل محتواها، وهذا المظهر الذي تعكسه الصفحة الأولى.²

ويختصر سامي ذبيان "كل ذلك فيقول:"³ إن الصفحة الأولى هي مختصر العمل الإعلامي في الصحيفة ووجهها الذي تقابل به القراء، إنها النهر الذي تصب فيه روافد عدة، تلك الروافد هي أقسام الجريدة".

وفي نفس الوقت نجد أن كلتا الصحفيتين لم توليا أهمية كبيرة لكل من الصفحة الأولى والصفحة الأخيرة، حيث نجد أن النصر ركزت بصفة أكبر على الصفحة الأولى دوناً عن الصفحة الأخيرة ولكن بنسبة ضئيلة مقارنة مع باقي الصفحات، في الوقت الذي كان تركيز صحيفة الشروق اليومي على الصفحة الأخيرة، حيث نجد أن ما يقال عن الصفحة الأولى يكاد ينطبق على الصفحة الأخيرة، فهي إلى جانب الصفحة الأولى يسميان إعلامياً بالصفحات الواجهة للجريدة "Les pages vitrines"، وجميع الصحف تهتم بها وتعطيها أولوية على بقية الصفحات، كما أن بعض الصحف تسميها الصفحة الأولى رقم (2)، ونجد أن بعض الدراسات المنجزة حول مقروئية الصحف قد أثبتت فعلاً أن الصفحة الأخيرة تلي الصفحة الأولى مباشرة من حيث الأهمية لدى القراء.⁴

¹- ريتشارد بد وآخرون: ترجمة ناجي الجوهر، تحليل مضمون الإعلام المنهج والتطبيقات العربية، دار قدسية للنشر والتوزيع، 1992، ص 140.

²- محمد محلا: التحرير والإخراج الصحفي: ط1، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003، ص 87

³- سامي ذبيان: الصحافة اليومية والإعلام، دار المسيرة للطباعة والنشر والتوزيع، 1987، ص 349.

⁴- ريتشارد بد وآخرون: مرجع سبق ذكره، ص 140.

هذه الصفحة التي لم تعتمد عليها صحيفة النصر إطلاقاً في نشر المادة الخبرية المتعلقة بموضوع الدراسة ويرجع ذلك لطبيعة المادة الخبرية المنشورة في هذه الصفحة فهي تتعلق فقط بالمواضيع الإجتماعية التي تمس المجتمع الجزائري.

3- توزيع فئة الأنواع الصحفية المستخدمة في معالجة موضوع الدراسة في الصحف محل

التحليل:

الأشكال أو الأنواع الصحفية هي الصورة أو الشكل النهائي الذي يخرج أو ينشر فيه موضوع ما، وتعدد الأشكال الصحفية وتختلف، حيث نجد الصحيفة الواحدة تستخدم معظم أو جل الأشكال الصحفية الموجودة، بحيث يتناول كل موضوع من خلال قالب صحفي معين مناسب له، كما يمكن أن يتناول موضوع واحد في أكثر من شكل أو أكثر من قالب صحفي واحد، وذلك عندما تريد الصحيفة التأثير على الجماهير، وتحاول تشكيل آراء لديهم حول هذا الموضوع، وهذا دليل على الإهتمام الخاص الذي توليه الصحيفة لموضوع معين، ومحاولتها بالمقابل جلب الإهتمام الجماهيري به.

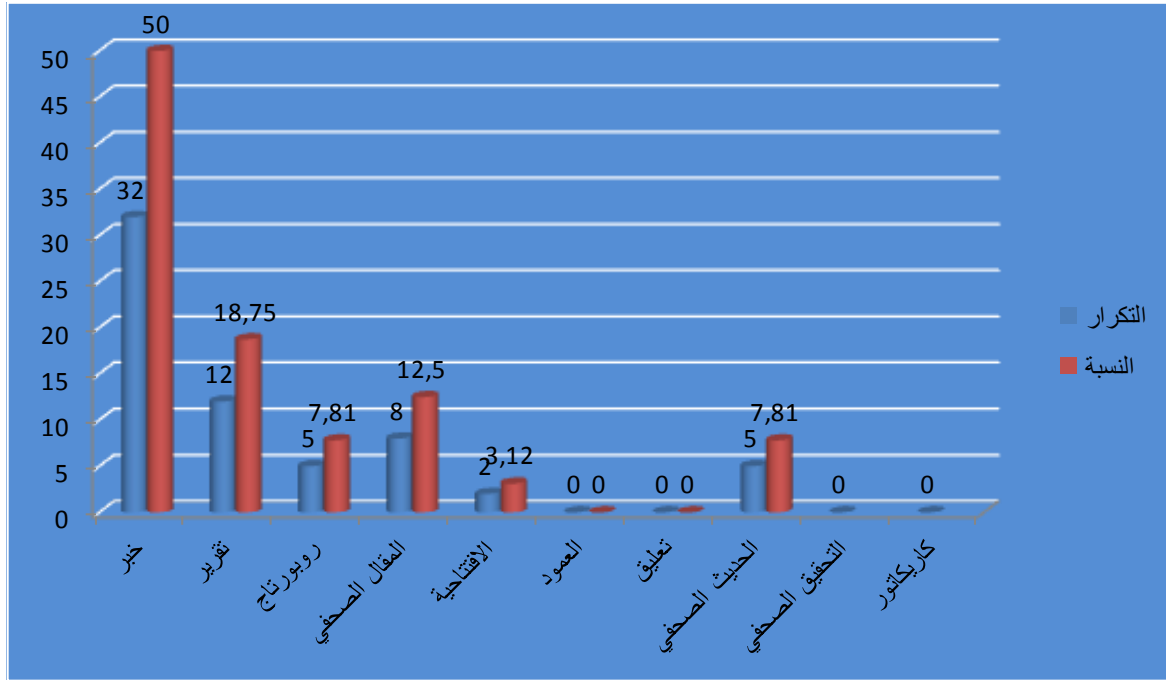
تستخدم هذه الفئة للفرقة بين الأشكال والأنماط المختلفة التي تتخذها المادة الإعلامية.¹ سواء كان خيراً أو تعليقا أو مقالا أو رسوم كاريكاتورية.²

¹ - عاطف عدلي العبد وزكي أحمد عزمي: الأساليب الإحصائية واستخداماتها في بحوث الرأي العام والإعلام، د.ط، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993، ص42.

² - عامر مصباح: منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلامية، د.ط، ديوان المطبوعات الجامعية، 2007، ص 106

جدول رقم (09) يبين الأنواع الصحفية المستخدمة في معالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016 في صحيفة "النصر":

النصر		جريدة الأنواع الصحفية
%	التكرار	
50	32	خبر
18.75	12	تقرير
7.81	5	روبورتاج
12.5	8	المقال الصحفي
3.12	2	الافتتاحية
/	/	العمود
/	/	تعليق
7.81	5	الحديث الصحفي
/	/	التحقيق الصحفي
/	/	كاريكاتور
100	64	المجموع



الشكل رقم(08): يبين الأنواع الصحفية المستخدمة في معالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016 في صحيفة "النصر".

ترتبط مسألة الشكل الصحفي الذي يقدم به الموضوع الذي ينشر في الصحيفة بعدة اعتبارات منها ما هو متعلق بطبيعة الموضوع والحقائق المتوفرة فيه، وكذا أطرافه وحيثياته، ومنها ما هو متعلق بخصائص الجمهور المستهدف، وموقف الصحيفة نفسها من الموضوع، ومن أكثر الأشكال والقوالب الصحفية شيوعاً نجد الخبر الصحفي، الروبورتاج، المقال، التعليق، الحديث الصحفي، العمود، الكاريكاتور، وتعتبر الأشكال أو الأنواع الصحفية بمثابة الصورة النهائية التي يظهر بها الموضوع، وإذا سجلت عدة إختلافات بين القوالب الصحفية فهذا يرجع إلى سمات وخصائص كل شكل من الأشكال المعتمدة من طرف مختلف الصحف، وكذا يرجع ذلك إلى إختلاف مجالات وأهداف استخدامها.¹

من خلال القراءة الكمية للجدول رقم (9) يتبين أن صحيفة النصر اعتمدت على الخبر في المقام الأول وهذا راجع إلى أن الخبر الصحفي هو أحد الأنواع الصحفية الأكثر اعتماداً من طرف الصحف العمومية، وصحيفة النصر هي صحيفة عمومية يومية إخبارية ومن الطبيعي أن تهتم بالجانب الإخباري، إذ أن النوع الصحفي الغالب في تغطية ومعالجة صحيفة النصر لموضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016 هو الخبر الصحفي بنسبة 50% وبمجموع 32 تكراراً من بين 64 تكراراً كلياً، وهي نسبة تمثل النصف من إجمالي الأنواع الصحفية الأخرى المستخدمة في هذه الصحيفة. وهذا أمر طبيعي ومحتمل الحدوث كما سبق وأشرنا إلى أن صحيفة النصر صحيفة عمومية يومية

¹- نصر الدين العياضي: اقترابات نظرية من الأنواع الصحفية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1999، ص 14.

إخبارية بالدرجة الأولى، حيث يرى في هذا الصدد فاروق أبو زيد: " بأن الوظيفة الأولى للجريدة اليومية هي متابعة الأحداث الجارية"¹.

كما اعتمدت صحيفة النصر العمومية على التقرير الصحفي بالدرجة الثانية بنسبة 18.75% بمجموع تكرار 12 مرة، ليأتي بعده في المرتبة الثالثة المقال الصحفي بنسبة 12.5% أي بمجموع تكرار 8 مرات، ثم يأتي الحديث الصحفي والروبورتاج في المرتبة الرابعة بتكرار 5 مرات ما نسبته 7.81% لكل منهما، وتجدر الإشارة هنا إلى إختلاف التسميات التي يستخدمها المختصون في فنيات التحرير ورجال الإعلام على "الحديث الصحفي"، فمنهم من يطلق عليها تسمية "المقابلة الصحفية"، وهناك من يسميها "الحوار الصحفي"، وآخرون يسمونها الحديث الصحفي، أو "اللقاء الصحفي" وغيرها من التسميات، وعلى الرغم من إختلاف التسميات، فالحديث الصحفي يعد أحد أهم الأنواع الصحفية إستخداما في الصحافة المكتوبة حيث يقول الاستاذ 'إميل لودفيج' في هذا الصدد: "يعتبر الحديث الصحفي من أمتع الفنون الصحفية في الوقت الحاضر ومن أكثرها استهواء للقارئ، وقد تظن أن الحديث الصحفي لا يزيد عن كونه مجرد تسجيل لمناقشة، أو حوار دار بين طرفين، غير أن حقيقة الأمر هي أن الحديث الصحفي أهم من ذلك، لأنه يتطلب قدرا كبيرا من المهارة والتفنن، ويحتاج الى توافر صفات من نوع خاص في المندوب الصحفي."²

كما نلاحظ اعتماد هذه الصحيفة على 'الإفتتاحية' كنوع من الأنواع الفكرية، لكن تم توظيفها فيما يتعلق بموضوع الدراسة مرتين فقط، بنسبة 3.12% من إجمالي الأنواع الصحفية الأخرى، وعادة ما تسمى الإفتتاحية 'المقال الإفتتاحي'، وهي من أهم أنواع المقال، لأنه يعبر عن وجهة نظر الصحيفة، أو عن موقفها تجاه القضايا والأحداث والوقائع، والموقف هو أعلى درجات الرأي، فالمقال الإفتتاحي يعبر بالضرورة عن سياسة الصحيفة التي تنشره في مساحة صغيرة 'عمود' أو صفحة من حجم 'طبليويد'، في مكان ثابت، عادة ما تكون الصفحة الثانية أو الثالثة³، وهو ما لاحظناه في جريدة النصر حيث نشرت مقالا إفتتاحيا على مستوى الصفحة الثالثة وكان ذلك في العدد رقم: 15157 الصادر بتاريخ 19 نوفمبر 2016، تحت عنوان: "المكاسب لا تدوم"، دون ذكر كاتب الإفتتاحية والاكتفاء فقط بتوقيع النصر، كما نجدها أيضا في عدد رقم: 15191، الصادر بتاريخ 29 ديسمبر 2016، إفتتاحية تحت عنوان: "الحقيقة الإقتصادية" وفيها تمت الإشارة إلا الوضع المالي والاقتصادي الذي تعيشه الجزائر، والحديث أيضا على طرح مشروع قانون المالية لسنة 2017 مع توقيع جريدة النصر وعدم ذكر كاتب هذه الإفتتاحية.

تدل القراءة الكمية لمعطيات الجدول رقم (9) أن صحيفة "النصر"، تعتمد على الخبر بشكل كبير وهذا راجع إلى أنه أحد السمات التي تميز صحافة الخبر، وهذا ما تعكسه أيضا نسبة استخدامها لكل من التقرير الصحفي والروبورتاج مقارنة لاستخدامها لباقي الأنواع الصحفية مثل المقال والحديث الصحفي كونهما ينتميان إلى الأنواع الفكرية (أنواع الرأي)، كما نلاحظ عدم استخدام "النصر" لكل من العمود والتعليق، كأنواع صحفية لصحافة

¹ - فاروق أبو زيد: فن الكتابة الصحفية، عالم الكتب، القاهرة، 1995، ص 184.

² - ساعد ساعد: فنيات التحرير الصحفي، ط2، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2009، ص 216.

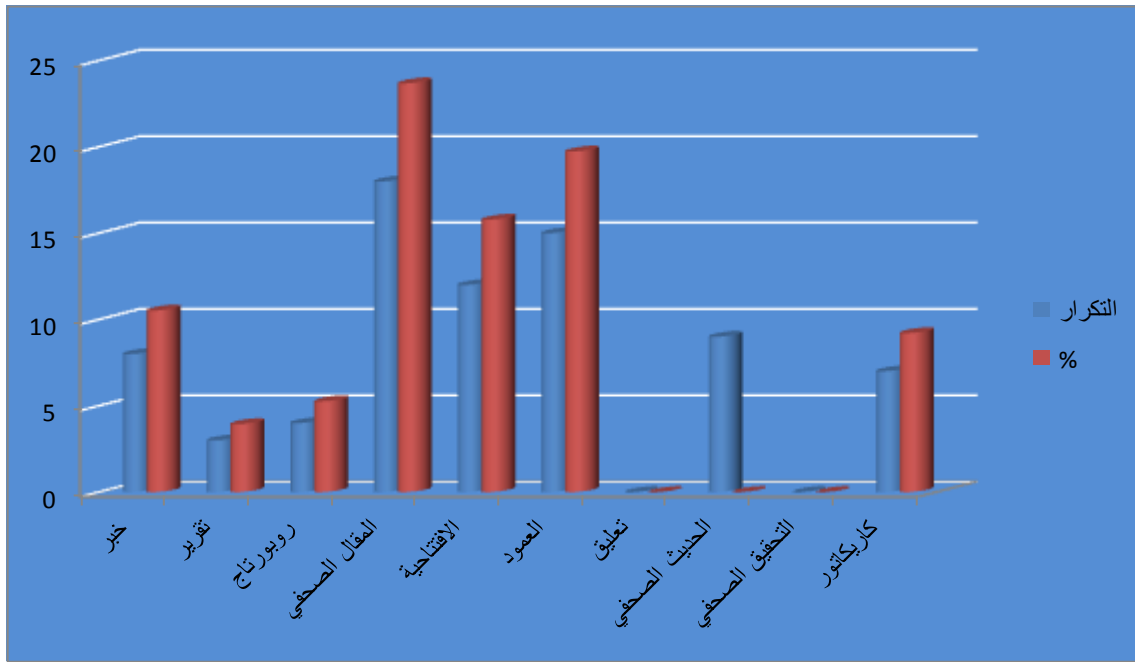
³ - محمد لعقاب، الصحفي الناجح، دليل علمي للطبة والصحفيين وخلايا الإتصال، ط3، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010، ص 97.

الرأي، ونجد أن الأنواع الاستقصائية والتعبيرية (التحقيق الصحفي، الكاريكاتور) غائبة أيضا في تغطية ومعالجة هذه الصحيفة لموضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016 .

جدول رقم(10) يبين الأنواع الصحفية المستخدمة في معالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016

في صحيفة "الشروق اليومي":

الشروق اليومي		جريدة	الأنواع الصحفية
%	التكرار		
10.52	8		خبر
3.94	3		تقرير
5.26	4		روبورتاج
23.68	18		المقال الصحفي
15.78	12		الافتتاحية
19.73	15		العمود
/	/		تعليق
11.84	9		الحديث الصحفي
/	/		التحقيق الصحفي
9.21	7		كاريكاتور
100	76		المجموع



الشكل رقم(09): يوضح الأنواع الصحفية المستخدمة في معالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016 في صحيفة "الشروق اليومي".

من خلال القراءة الكمية لمعطيات الجدول رقم (10)، يتبين أن صحيفة الشروق اليومي استخدمت المقال الصحفي بالدرجة الأولى في تغطيتها ومعالجتها لموضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016، بتكرار 18 مرة ما نسبته 23.68%، إذ يعتبر "المقال الصحفي" نوع فكري تشكل الأحداث والظواهر والتطورات الراهنة موضوعه، يتميز بمعالجة هذه الموضوعات العامة والآنية بقدر كبير من الشمولية والعمق، مستخدماً أسلوب العرض والتحليل والتقييم والإستنتاج، يهدف إلى تقديم رؤية نظرية إيديولوجية معمقة لهذه الأحداث والظواهر والتطورات وربطها بعضها ببعض وبمجموع التطور المادي والفكري الحاصل في المجتمع،¹ كما اعتمدت ذات الصحيفة على العمود الصحفي بنسبة 19.73% ليأتي بذلك في المرتبة الثالثة بمجموع 15 عموداً عالجت من خلاله الشروق اليومي موضوع الأزمة المالية بالجزائر، والمقال العمودي يسمى مباشرة "العمود"، ذلك أنه يكتب في مساحة صغيرة في شكل شقولي أو عمودي، وهو يعبر عن رأي كاتبه، ولا يعبر بالضرورة عن سياسة الجريدة، وإن كان أخلاقياً لا ينبغي أن يتعارض معها، ويتميز المقال العمودي بمجموعة من الخصائص منها:²

- له تسمية ثابتة: مثال "عمود حق الرد"، عمود "منامات" أو "أصداء" في جريدة الشروق اليومي.

¹-أديب خضور: أدبيات الصحافة، مطبعة الداودي، دمشق، 1986

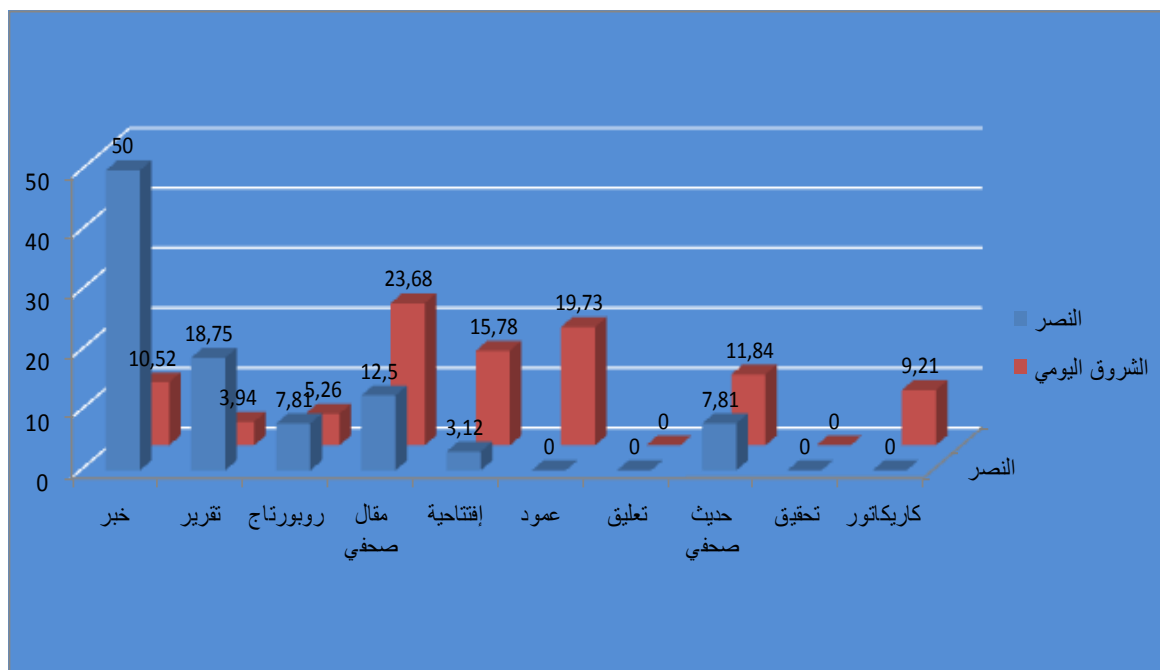
²- محمد لعقاب، مرجع سابق، ص 98.

- أن تكون له مساحة ثابتة : مثال ذلك 103.6 سم² بالنسبة للعمود الذي يتم نشره في الصفحة الرابعة 'الحدث' وعادة ما يأتي تحت تسمية 'حق الرد'، و162.25 سم² بالنسبة للعمود الذي يتم نشره في الصفحة الأخيرة من الجريدة الشروق اليومي وتأتي تسميته في غالب الاحيان " منامات " أو " أصداء".
- أن يكون له مكان مباشر ثابت لا يتغير في صفحة ثابتة لا تتغير: مثال نجد في صحيفة الشروق اليومي عادة يكون موقع "العمود" في الصفحة الرابعة "الحدث"، أو في الصفحة الأخيرة.
- أن يكون منتظم الصدور.
- أن يكون له كاتب واحد لا يتغير، ويوقع باسمه الحقيقي أو باسم شهرته: وهذا ما نجده في جريدة الشروق اليومي، حيث يوجد كاتب واحد للعمود لا يتغير وهو "جمال لعلامي" في الصفحة رقم 4، "وعماريزلي" كاتب العمود في الصفحة الأخيرة، وقلما يتم تغيير هاذين الكاتبين في حالة تغير الموضوع الذي يعالجه العمود مثال ذلك نجد أن جريدة الشروق اليومي نشرت عمود للكاتب "جمال لعلامي" في الصفحة الرابعة من العدد رقم 5057، الصادر بتاريخ 02 أفريل 2016 جاء تحت عنوان: "ياسعدك يا لطرش"، "حبيب راشيدي" في الصفحة الأخيرة من العدد رقم 5148، وعمود للكاتب "أ.محمد الهادي حسني" في الصفحة الأخيرة من العدد رقم 5161. وهو ما يعكس اعتماد جريدة الشروق اليومي على العديد من كتاب العمود الصحفي ويختلف توظيف كل كاتب حسب الموضوع الذي يعالجه العمود، لكن ما نؤكد عليه أن صحيفة الشروق اليومي لها قائمة ثابتة بأسماء كتاب العمود الصحفي ثابتين في أعداد الصحيفة التي خضعت للدراسة التحليلية.
- يلي العمود استخدام الشروق اليومي للإفتتاحية أو ما يسمى بالمقال الإفتتاحي بنسبة 15.78%، بواقع 12 مادة خبرية جاءت في شكل مقال إفتتاحي، ثم يأتي في المرتبة الرابعة الحديث الصحفي بنسبة بلغت 11.84% بواقع 9 مواد خبرية جاءت في شكل حوار صحفي، اما في المرتبة الخامسة نجد الخبر الصحفي بنسبة 10.52%، بواقع 8 مواد خبرية، وهي نسبة تعبر عن الخبر القصير الذي نشرته الشروق اليومي حول موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016، ثم يأتي بعده الكاريكاتور بنسبة 9.21% لـ 7 مواد خبرية جاءت في شكل كاريكاتور، وجاء في تعريف "أبراهام مولز A.Moles" للكاريكاتور بأنه: " نوع من الاتصال، رسالة ذات طابع فني توظف كنموذج تخطيطي معبرة جدا قائمة على النكتة والفكاهة وتحليل الظروف أو الواقع، وهي عبارة عن لمحة بصر، أي رسائل قصيرة تعجب القارئ أو تغضبه ولمحات البصر هذه تساعد على بناء الذهنيات، والصورة الكاريكاتورية صورة صراع **Picture of conflict** فهي توظف كفن تخطيطي يعبر عن النقد الاجتماعي،¹ كما خصصت الشروق اليومي نسبة ضئيلة جدا لكل من التقرير الصحفي قدرت بـ 3.94%، و 5.26% كنسبة معبرة عن استخدام الروبورتاج، بينما نجد أن هذه الصحيفة لم توظف كلا من التعليق والتحقيق.

¹ - ساعد ساعد: فنيات التحرير الصحفي، ط2، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2009، ص 244.

جدول رقم (11): يوضح النسب المقارنة لعناصر فئة الأنواع الصحفية المستخدمة في كل من صحيفة النصر والشروق اليومي:

الشروق اليومي	النصر	الصحف عناصر الفئة
10.52	50	خبر
3.94	18.75	تقرير
5.26	7.81	روبورتاج
23.68	12.5	مقال صحفي
15.78	3.12	إفتتاحية
19.73	/	عمود
/	/	تعليق
11.84	7.81	حديث صحفي
/	/	تحقيق
9.21	/	كاريكاتور



الشكل رقم (10): يوضح النسب المقارنة لعناصر فئة الأنواع الصحفية المستخدمة في كل من صحيفة النصر والشروق اليومي

يكشف هذا الجدول رقم (11) عن نسبة استخدام الأنواع الصحفية في كل من صحيفة النصر وصحيفة الشروق اليومي في معالجتهما لموضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016، إذ يتضح أن مسار هذا الاستخدام عرف تباينا واضحا من خلال ما توضحه معطيات الجدول أعلاه، حيث نجد أن صحيفة النصر اعتمدت على الخبر الصحفي في تغطيتها ومعالجتها لموضوع الأزمة بالدرجة الأولى بنسبة 50%، وهي نسبة جد عالية تعبر عن اعتماد الصحافة العمومية على الوصف أكثر من التحليل حيث تركز الصحف العمومية على نقل الأخبار وتفادي التعليقات على كثير من الأحداث والأخبار وهذه طبيعة الصحف المؤيدة للنظام حيث يرى باحث الإتصال "الفريد سميث": "أن الصحفي المؤيد للنظام يصبح مجرد ناقل للمعلومات الإيجابية عن النظام"، في حين نجد أن جريدة الشروق اليومي اعتمدت على الخبر الصحفي بنسبة 10.52% وهي نسبة ضئيلة مقارنة مع نسبة استخدامه في جريدة النصر، كما نلاحظ اعتماد صحيفة النصر على التقرير الصحفي في المقام الثاني بنسبة 18.75%، مقارنة مع استخدامه في صحيفة الشروق اليومي بنسبة 3.94%، وما نلاحظه من خلال عرض هذه النسب أن الصحافة العمومية والمتمثلة في جريدة النصر ركزت على الصحافة الخبرية من خلال عرض معطيات معالجتها لموضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016 في كل من الخبر والتقرير والروبورتاج، في نفس الوقت لم تركز على استخدام الأنواع الصحفية المعبرة عن صحافة الرأي والمتمثلة في كل من المقال الصحفي والعمود والتعليق والحديث، باستثناء استخدامها للمقال الصحفي بنسبة 12.5% وعلى الحديث الصحفي بنسبة 7.81%، والافتتاحية بنسبة 3.12%، مقارنة مع صحيفة الشروق اليومي وهي تعبر عن الصحافة الخاصة بالجزائر، فإنها ركزت على أنواع الرأي المتمثلة في كل من المقال الصحفي الذي جاء في المقام الأول بنسبة 23.68% يليه العمود بنسبة 19.73%، ثم المقال الإفتتاحي في المركز الثالث بنسبة 15.78% وهو ما يوضح أن جريدة الشروق اليومي من بين الصحف الخاصة التي تنتمي إلى صحافة الرأي، عكس جريدة النصر العمومية التي تنتمي إلى الصحافة الإخبارية، لكن هذا الإختلاف لا ينفي وجود نقاط مشتركة بين الصحيفتين حيث أنهما استثنيتا بعض الأنواع الصحفية الأخرى مثل التعليق، والتحقيق الصحفي، لكن النقطة الجوهرية التي لا بد من الإشارة لها، أننا لم نسجل اعتماد صحيفة النصر على الكاريكاتور عكس ما وجدناه في صحيفة الشروق اليومي التي اعتمدت في الكثير من الأحيان في معالجة موضوع الأزمة عن طريق استخدام الكاريكاتور سواء على مستوى الصفحة رقم 2 (مراصد الشروق)، أو على مستوى الصفحة الأخيرة منها.

ما نستنتجه من خلال عرض وقراءة النسب المعبرة عن استخدام الأنواع الصحفية سواء كانت إخبارية أو فكرية أو استقصائية أو تعبيرية، أن الصحيفتين محل التحليل ركزتا على تغطية ومعالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر حسب ما تفرضه بيئة عملهما وسياستهما التحريرية، أو سياسة المؤسسة الإعلامية والتي تعتبر بمثابة مجموعة من المبادئ والقواعد والخطوط العريضة التي تتحكم في الأسلوب والطريقة التي يقدم بها المضمون الصحفي، وتكون في الغالب مكتوبة، بل مفهومة من جانب أفراد الجهاز التحريري، وتظهر في سلوكهم، وممارستهم، للعمل الصحفي، وتخضع لقدر من المرونة تختلف درجته من صحيفة لأخرى، ومن فترة لأخرى داخل الصحيفة

نفسها، أكون صحيفة النصر عالجت موضوع الأزمة من منظور الصحافة العمومية، وصحيفة الشروق اليومي هي الأخرى عالجت موضوع الأزمة من منظور الصحافة الخاصة فالأولى ركزت على الأنواع الصحفية الخبرية، والثانية ركزت على أنواع الرأي التي تعبر عن رأي اتجاه الواقع، أو تفسر الواقع وتشرحه للجمهور المتلقي، وفي هذا الإطار نشير إلى أن جريدة الشروق اليومي ركزت على توظيف المقال الصحفي والعمود، حيث نجد هاذان النوعان ثابتان تقريبا في كل الأعداد التي تناولت موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016 وهو ما تعبر عنه الأعداد الآتية: العدد رقم 4974 تضمن مقال بعنوان: "الاقتصاد الجزائري لم يستفد من البحبوحة المالية"، كما وردت هذه الأنواع أيضا في العدد رقم 4982، والعدد رقم 5106.

في حين نجد أن صحيفة النصر ركزت على توظيف الخبر والتقرير الصحفي، في كل من الأعداد الآتية 14886، والعدد رقم 14956، العدد رقم 14964، 14985، 14978. وركزت على الحديث عن أسباب ظهور الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016. في حين طرحت ذات الصحيفة بعض الحلول للخروج من الأزمة في كل من الأعداد رقم: 15019، 15026، 15080، 15095.

4- توزيع فئة المعالجة التيبوغرافية (وسائل الدعم والإبراز) في الصحف محل الدراسة:

نقصد بهذه الفئة الكيفية التي يتم بها اخراج المادة الاعلامية حيث يعد هذا الجانب ذو أهمية كبيرة في التأثير على نفسية القراء، إذ يرتاحون لحسن تقديم المادة ويطلعون على المزيد منها،² ويندرج ضمن العناصر المكونة لهذه الفئة: الصور، الألوان، الرسومات.

وجاءت وسائل الدعم والابراز في هذه الدراسة حسب تقدير الباحثة على النحو الآتي:

- الصور: والصورة عبارة عن شكل من أشكال التعبير، وهي ذات أهمية بالغة في مجال الاتصال، حيث تعتبر الصورة الصحفية والرسوم رموز مطبوعة غير لغوية يمكن أن تخضع لقواعد المنهج العلمي في التحليل، لذلك فإن فئة الصورة عبارة عن جرد وتحليل محتواها، أنواعها، موقعها من المادة المدروسة.³

- الألوان: لا تستعمل الألوان في مضمون وسائل الإعلام الجماهيرية لزيادة الجمال فحسب بل لزيادة جلب انتباه القارئ والمتفرج لفكرة أو موضوع معين.

- الرسوم التوضيحية: وهي رسومات تساعد على إيضاح المعلومات المتضمنة في المواد الخبرية المنشورة كالخرائط والرسومات البيانية.

عرف "محمود أدهم" الصورة الصحفية في تعريف طويل وشامل، تناول فيه ما ذكر من تعريفات، كما أشار إلى الأساسيات المتصلة بها، وجاء تعريفه كما يلي:

¹ - ليلى عبد المجيد، محمود علم الدين: فن الكتابة الصحفية، القاهرة، 1991، ص 83.

² - يوسف تمار: مرجع سبق ذكره، ص 32.

³ - المرجع نفسه، ص ص 34.30.

"هي الصورة الفنية، البيضاء والسوداء أو الملونة، ذات المضمون الحالي المهم الواضح والجذاب، والمعبرة وحدها أو مع غيرها في صدق وأمانة وموضوعية، في أغلب الأحوال عن الأحداث أو الأشخاص أو الأنشطة أو الأفكار أو القضايا أو النصوص والوثائق، أو المناسبات المختلفة المتصلة غالبا بمادة تحريرية معينة، تنشرها أو تكون صالحة للنشر على صفحات جريدة أو مجلة أو توزعها وكالات الأنباء، أو صور على سبيل المثال التأكيد والتوضيح والتفسير والدعم والإضافة ولفت الأنظار وزيادة الإهتمام، وقابلية القراءة والإمتاع والمؤانسة وزيادة التوزيع، وكمعلم وركيزة إخراجية والتي تلتقطها عدسة مصور بطريقة تعكس حسنا فنيا اتصاليا وفهما لوظيفتها، بعد إعداد خاص أو بدونه، أو مفاجأة أو تحصل عليها بمعرفة محرر أو الوكالات، أو من مصدر محترف أو حر، أو من أحد الهواة أو نقلا عن وسيلة نشر أخرى، أو بواسطة من يتصل بموضوعها عن قرب....وغالبا ما تكون إخبارية أو تكون تسجيلية أو تفسيرية، أو جمالية أو وثائقية، وقد تكون قديمة متجددة الأهمية، وتقدم بواسطة أحد هذه المصادر نفسها، أو بمعرفة مركز المعلومات، أو أرشيف الصور الخاص بوسيلة النشر، أو دور المحفوظات والوثائق، كما قد تكون مرسومة بريشة أو قلم الرسام الخاص، أو أي رسام آخر، ما دامت مناسبة¹.

وقد استعملت الصحيفتين محل الدراسة الصور الفوتوغرافية على النحو الآتي:

- صورة شخصية: وهي الصورة التي تمثل شخصية ما تكون محور الموضوع، وتروي تفاصيل هذه الصورة ملامح شخصية، وينبغي أن تتمتع الصورة الشخصية بحركة أو إنفعال.
- الصورة الإخبارية: هي تلك الصورة المستقلة بنفسها كموضوع كامل، وتروي بتفاصيلها وبما يصاحبها من سطور قليلة خبرا أو حدثا عاما، وتكون هذه الصورة عادة ذات حجم كبير كما توضع عادة في صدر الصفحة.

جدول رقم (12): يوضح نوع الصور المستخدمة في معالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016 في

صحيفتي النصر والشروق اليومي:

جريدة الشروق اليومي		جريدة النصر		وسائل الدعم والإبراز (الصور)					
%		التكرار		%		التكرار			
76.29	26.31	58	20	56.23	36	11	حديثه	شخصية	
	7.89		6				5		من الأرشيف
	22.36		17			20.31	13	حديثه	إخبارية
	19.73		15			10.93	7	من الأرشيف	
23.68		18	43.75		28		مادة خبرية بدون صورة		
100		76	100		64		المجموع:		

¹ - Ouldbostami Mohamed : Press photo, edited by foxit reader, copyright by foxit software company,2008,p04.



الشكل رقم(11):يوضح نوع الصور المستخدمة في معالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016 في صحيفتي النصر والشروق اليومي

تشير معطيات الجدول رقم (12) والذي يوضح الصور التي اعتمدت عليها الصحف محل الدراسة في معالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر من خلال ما توضحه المادة الخبرية لهذه الصحف، نجد أن جريدة النصر اعتمدت بصفة أكبر على توظيف الصورة في مادتها الخبرية مقارنة مع صحيفة الشروق اليومي حيث تمثل نسبة المواد الخبرية التي تم إرفاقها بصور في جريدة النصر 56.23% مقارنة مع نسبة توظيف الصورة في المادة الخبرية لجريدة الشروق اليومي التي بلغت 76.29%، من إجمالي المواد الخبرية التي عالجت موضوع الدراسة في كلتا الصحيفتين، نجد أن الشروق اليومي كان اعتمادها أكبر على توظيف الصورة مقارنة مع النصر، فبالإضافة إلى كون الصورة تعادل ألف كلمة وتختزل الموضوع المنشور في الصحيفة أو تدعّمه، فهي أيضا لها وظائف أخرى عدة كالوظيفة البصرية التي تعمل على جذب القراء، لأن الإخراج الصحفي يعتمد على البصر، ووظيفة التوازن عبر الصفحات من جراء كونها عنصر ثقيل يتوازن مع العناصر الطباعية الأخرى، إضافة إلى ما تنطوي عليه من وظيفة جمالية قادرة على استيقاف النظر وإثارة البهجة في نفوس القراء.¹

حيث وظفت الشروق اليومي صور شخصية (لشخصيات) حديثة بنسبة 26.31%، وهي نسبة معبرة لأن طبيعة الموضوع تتطلب توضيحات وتعريفات حول الشخصيات الرئيسية في الموضوع وهو ما ساعد أيضا على ربط الأحداث ومجريات الأزمة المالية وتطوراتها على الصعيدين المحلي والدولي، والتعرف على شخصيات حديثة مرتبطة بهذا الموضوع، وهذا ما نجده في العدد رقم 4982، الصادر بتاريخ 18 جانفي 2016، والذي تضمن مقال تحت عنوان "بن خالفة : عذاب أليم ينتظر مكتنزي الأموال خارج البنوك، وقال إن 2016 سنة عصيبة....ودعا الجزائريين إلى التعامل مع المصارف"، حيث تضمن هذا المقال صورة شخصية (حديثة) لوزير المالية "عبد الرحمن بن خالفة"،

¹ - محمد عبد الحميد، السيد الهنسي: تأثيرات الصورة الصحفية، النظرية والتطبيق، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص.51.

ونجد أيضا العدد رقم 5106 الصادر بتاريخ: 21 ماي 2016 مقالا تحت عنوان: "غياب احصائيات شفافة في ظل وضع مالي حرج، لعبة الأرقام تكبد الجزائر خسائر بملايير الدولارات"، احتوى على صورة شخصية للخبير الاقتصادي "عبد المالك سراي"، كما اعتمدت الشروق اليومي على صور إخبارية حديثة بنسبة 22.36% والمقصود بالصور الإخبارية: هي تلك الصورة المستقلة بنفسها كموضوع كامل، وتروي بتفاصيلها وبما يصاحبها من سطور قليلة خبرا أو حدثا عاما، وتكون هذه الصورة عادة ذات حجم كبير كما توضع عادة في صدر الصفحة. وتجدر الإشارة هنا أن صحيفة الشروق اليومي قد نشرت صورة إخبارية في العدد رقم 5106، الصادر بتاريخ 21 ماي 2016، حيث تضمن هذا العدد مقال تحت عنوان: "الحكومة تطلب أجور الموظفين والعمال لمواجهة الأزمة المالية!" ونجد في هذا المقال صورة لأوراق نقدية من فئة 1000 دج، كما تضمن العدد رقم 5232 الصادر بتاريخ 29 سبتمبر 2016 صورة لإجتماع دول الأوبك "قمة الجزائر"، بقاعة المحاضرات 'عبد اللطيف رحال'، وأرفقته بمقال صحفي تحت عنوان: "الأوبك" تقرر خفض الإنتاج..... وأسعار البترول تنتعش". كما نجد في العدد رقم 5224 الصادر بتاريخ 21 سبتمبر 2016 حديثا صحفيا تحت عنوان: "خبراء اقتصاديون في منتدى الشروق اليومي حول قانون المالية 2017: قانون مالية تكميلي 'أكثر صرامة'... غير مستبعد"، تضمن هذا الحديث صورة إخبارية حديثة كتب أسفلها 'منتدى الشروق أمس، كما تم ذكر مصدر الصورة من تصوير يونس أوباعيش.

في حين نجد أن صحيفة النصر اعتمدت على نوع آخر من الصور ووظفته بصفة أكبر وهي الصور الإخبارية الحديثة بنسبة 20.31%، ليلها استخدامها للصور الشخصية الحديثة بنسبة 17.18%، وهو ما نشرته النصر في كل من العدد رقم: 14956 الصادر بتاريخ 23 مارس 2016، الذي تضمن صورة لمحافظ بنك الجزائر "محمد لكساسي" كانت مرفوقة بمقال تحت عنوان: "لكساسي": الصدمة الخارجية أثرت على قيمة الدينار ولا بد من تسيير حذر لاحتياطات الصرف". والعدد رقم: 15053 الذي تضمن مقالا صحفيا مرفوقا بصورة حديثة لرئيس قسم الشرق الأوسط وآسيا الوسطى بصندوق النقد الدولي السيد "جان فرونسوا دوفين"، ونفس الصورة جمعت مع نائب مدير هذا القسم "عدنان مزارى"، وجاء عنوان هذا المقال: "سجل وجود هوامش لإجراء تحول هادئ، الأمامي يعتبر تراجع أسعار النفط فرصة لكي تنوع الجزائر اقتصادها، في ظل الصدمة النفطية التي تواجهها منذ عامين تقريبا".

ونلاحظ أيضا من خلال معطيات الجدول أعلاه وجود تقارب بين الصحيفتين في الاعتماد على صور أرشيفية متعلقة بشخصيات مهمة في الحكومة الجزائرية حيث بلغت نسبة اعتماد جريدة النصر على هذا النوع من الصور 7.81%، ونجد ذلك في كل من العدد رقم: 14971 الذي تضمن حوار صحفي مع رئيس فيديرالية النسيج وقيادي في الاتحاد العام للعمال 'أعمر تقجوت' جاء عنوان هذا الحوار: "خبراء وشركاء يتحدثون للنصر: النموذج الجديد سيجنب البلاد أزمة إقتصادية" في الصفحة 03 ملف من هذا العدد، كما نشرت النشر في نفس العدد الصفحة 04 ملف 'يتبع الحوار الصحفي السابق، الذي تضمن صورة لشخصية من الإرشيف 'كاتب الدولة الأسبق للإستشراف والإحصائيات 'بشير مصيطفى'، ونجد أيضا في العدد رقم: 14978 مقالا صحفيا تضمن صورة

لشخصية من الأرشيف للخبير الإقتصادي الدكتور 'محمد حميدوش' وجاء عنوان المقال: "القرض السندي سيعرف نجاحا في الإكتتاب لتوفر الموارد المالية المدخرة".

كما اعتمدت جريدة الشروق اليومي على صور شخصية من الأرشيف بنسبة بلغت 7.89% وذلك من خلال العدد رقم: 5210 الصادر بتاريخ 05 سبتمبر 2016 والذي تضمن مقالا صحفيا مرفقا بصورة من الأرشيف لمدير ديوان رئاسة الجمهورية 'أحمد أويحيى'، والعدد رقم 5013 الصادر بتاريخ 18 فيفري 2016، تضمن مقالا صحفيا مرفقا بصورة من الأرشيف لوزير الداخلية 'نور الدين بدوي'، جاء هذا المقال تحت عنوان: "بدوي: احذروا... كثيرون يراهنون على أزمة إقتصادية للعبث بمستقبل الجزائر". كما اعتمدت الشروق اليومي على صور إخبارية من الأرشيف بنسبة بلغت 19.73% وهو ما عبر عنه العدد رقم: 5258 الصادر بتاريخ 25 أكتوبر 2016، مقالا صحفيا تحت عنوان: "عرض مشروع قانون المالية... حاجي بابا عمي: تجميد البرامج الجديدة... وتمويل المشاريع قيد الإنجاز، فقط"، مرفقا بصورة من الأرشيف تعبر عن مشاريع قيد الإنجاز أو مشاريع قد توقف إنجازها، جاءت أعلى يمين الصفحة 05،

وتجدر الإشارة إلى أن كلتا الصحيفتين نشرت مواد خبرية متعلقة بموضوع الدراسة ولم ترفقها بصور، حيث جاءت نسبة المواد الخيرية التي لم تتضمن صور في جريدة النصر 43.75% بواقع 28 مادة من أصل 64 مادة خبرية عالجة موضوع الدراسة، ويتعلق الأمر بمواد التي تم نشرها في كل من الأعداد الآتية: 14920 حيث تضمن هذا العدد مقالا صحفيا نشر في الصفحة 03 'الحدث'، ولم يتضمن صورة، جاء تحت عنوان: "الخبير الإقتصادي 'عبد الرحمن مبتول' للنصر: "الحكومة بحاجة إلى إستحداث وزارة للإقتصاد للتعامل مع الأزمة الراهنة".

كما نشرت النصر في العدد رقم: 14985 مقالا صحفيا أسفل وسط الصفحة 04 'الحدث' بدون صورة، جاء عنوانه "توقع إنخفاض الناتج الداخلي الخام إلى 166 مليار دولار هذه السنة، صندوق النقد الدولي يدعوا لمزيد من التقشف في الجزائر"، ونجد أيضا في العدد رقم 15005 مقالا صحفيا أسفل الصفحة 05 لم يتضمن صورة، جاء تحت عنوان: "أوصى بالإستدانة من الخارج وخصوصة شركات عمومية، الأقمامي يقر بمحدودية الصدمة النفطية على نمو الإقتصاد الجزائري".

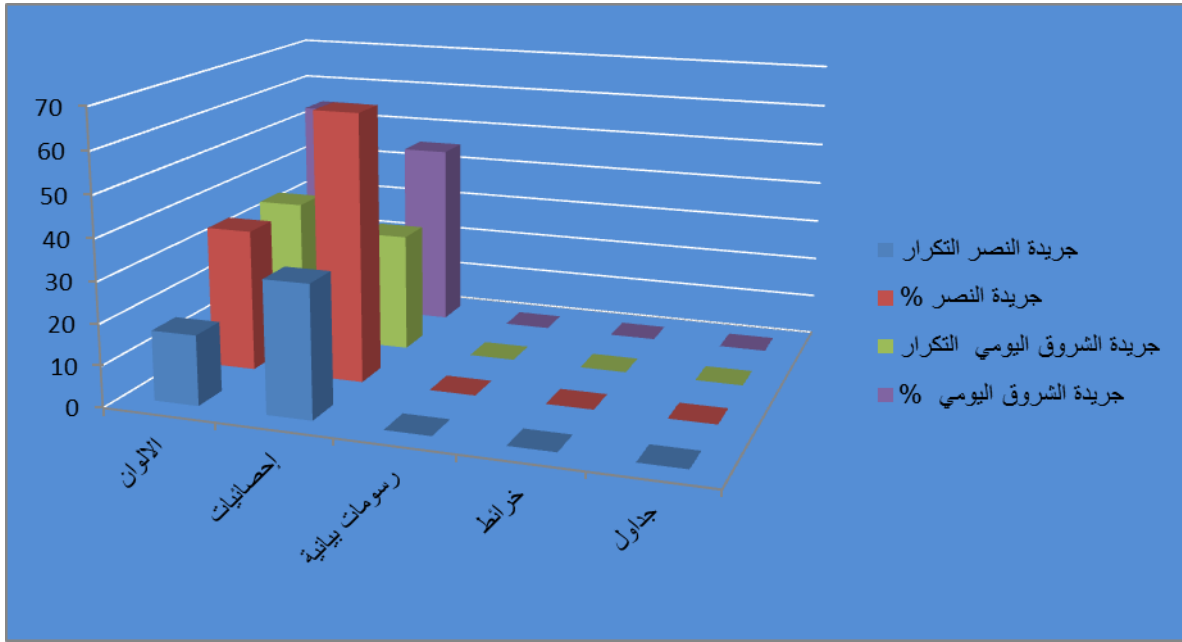
أما جريدة الشروق اليومي فقد نشرت 18 مادة خبرية دون صور، ما نسبته 23.68%، من إجمالي المواد الخيرية 76 مادة تناولت موضوع الدراسة، ونجد ذلك في الأعداد الآتية: العدد رقم: 4974 الصادر بتاريخ 10 جانفي 2016، والذي تضمن خبرا صحفيا بدون صورة تحت عنوان: "الإقتصاد الجزائري لم يستفد من البحبوحة المالية"، كما نجد أيضا في نفس العدد الصفحة رقم 5 مقالا صحفيا تم نشره بدون صورة، جاء تحت عنوان: "في تقرير أسود للبنك العالمي حول المؤشرات الإقتصادية: 9 ملايين فقير في الجزائر... ربعمهم يعيش بـ4 دولارات يوميا!"، كما نشرت الشروق اليومي خبرا صحفيا لم يتضمن صورة جاء تحت عنوان: "شهاب صديق: كل الحكومات المتعاقبة تتحمل تداعيات أزمة البترول"، ونجد مثالا آخر في العدد رقم 5097 الصادر بتاريخ 12 ماي 2016: حيث تضمن هذا العدد مقالا صحفيا بدون صورة نشر أسفل يسار الصفحة رقم 5، تحت عنوان: "في تعليمة مستعجلة لوزارة

المالية: هذه هي القطاعات المعنية بالتقشف". ونجد أيضا في العدد رقم: 5122 الصادر بتاريخ 06 جوان 2016 خبرا قصيرا لم يتضمن صورة، جاء تحت عنوان: "في تعليمة من وزارة المالية إلى الولاية وأمناء الخزينة: "إضمنوا السيولة طيلة العام بما لديكم من أموال"، كما نشرت ذات الصحيفة في العدد رقم: 5130 الصادر بتاريخ: 14 جوان 2016، مقالا صحفيا بدون صورة تحت عنوان: "جفاء السيولة المالية في البنوك وشركات التأمين والبورصة"، كما تضمن العدد رقم: 5802 الصادر بتاريخ 28 أوت 2016 حديثا صحفيا بدون صورة مع الخبير الإقتصادي 'عبد الرحمن مبتول'، وتم نشره على مستوى الصفحة 03، تحت عنوان: "الجزائر ليست بحاجة إلى لقاءات الكلام....والحل في غرف اقتصادية جهوية". ونجد أيضا في العدد رقم 5250 الصادر بتاريخ 17 أكتوبر 2016، مقالا صحفيا بدون صورة، تحت عنوان: "البنك الدولي يحذر الجزائر من البطالة والتضخم"، كما نشرت الشروق اليومي في العدد رقم: 5315 الصادر بتاريخ: 21 ديسمبر 2016، والذي تضمن مقالا صحفيا بدون صورة جاء تحت عنوان: "رغم إجراءات الحكومة لكبح الإستيراد وترشيد النفقات: عجز الميزان التجاري يقفز إلى 17 مليار دولار!".

جدول رقم (13) يوضح وسائل الدعم والإبراز التي تم توظيفها لمعالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر في كل

من صحيفة النصر والشروق اليومي:

جريدة الشروق اليومي		جريدة النصر		وسائل الدعم والإبراز	
%	التكرار	%	التكرار	الألوان	
54.68	35	34.69	17	إحصائيات	
45.31	29	65.30	32	رسومات توضيحية	رسومات بيانية
/	/	/	/	خرائط	جداول
100	64	100	49	المجموع:	



الشكل رقم(12):يوضح وسائل الدعم والإبراز التي تم توظيفها لمعالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر في كل من صحيفة النصر والشروق اليومي.

تشير معطيات الجدول رقم(13) والمتضمن وسائل الدعم والإبراز المصاحبة للمادة الخبيرة المتعلقة بمعالجة موضوع الدراسة، والتي تم حصرها في كل من : استخدام الألوان، ورسومات التوضيحية المتمثلة في الرسومات البيانية، الخرائط والجداول، حيث نجد أن صحيفة الشروق اليومي وظفت الألوان بصفة أكبر في نشر المادة الخبيرة المتعلقة بموضوع الدراسة على صفحة المانشيت والصفحة الثانية والصفحة الأخيرة، لان هذه الصفحات هي صفحات ملونة عكس الصفحات الأخرى في جريدة الشروق اليومي التي تأتي باللونين الأبيض والأسود، وهو ما عبرت عنه النسبة 54.68%، وكان اعتماد جريدة النصر على استخدام الألوان في صفحاتها التي تضمنت مادة خبيرة عن موضوع الدراسة بنسبة أقل من الشروق اليومي حيث عبرت عنه نسبة 34.69%، لتعكس هذه النسبة المواد الخبيرة المنشورة في صفحة المانشيت والصفحات الداخلية من هذه الجريدة .

وتعتبر الألوان احد ابرز وسائل الدعم والابراز التي تعتمد عليها الصحف المكتوبة لزيادة جمال المادة الصحفية بالإضافة إلى كونها أكثر وسائل الدعم والإبراز جلبا للانتباه لما لها من تأثير على نفسية الفرد وإدراكه ومدى استرجاعه للمعلومة المرتبطة بها، وتم استعمالها في عينة الدراسة وراعينا استخدامها في العناوين، والصور، والرسومات الكاريكاتورية حتى في الكتابة العادية.

كما توضح معطيات الجدول أعلاه على اعتماد الصحف محل التحليل على الإحصائيات المتعلقة بالوضع المالية والاقتصادية للجزائر، خاصة في ظل الأزمة، وكذا الإحصائيات المتعلقة بموارد الدولة وقيمة العملة وصندوق المداخيل، والتي تم ذكرها في المادة الخبيرة المتعلقة بموضوع الدراسة لزيادة اثناء الموضوع من جميع الجوانب والوقوف عند معطيات واقعية تنور الرأي العام، وهو ما يزيد من الاهتمام بالموضوع من طرف الصحف لإثبات

صحة ما ينشر وعدم تعميم الرأي العام بمعطيات مغلوطة، وفي هذا الإطار نجد أن هناك تفاوت بين الصحيفتين في الإعتماد على الإحصائيات حيث بلغت نسبة اعتماد الناصر عليها 65.30% في حين اعتمدت الشروق اليومي على توظيف الاحصائيات في مادتها الخبرية بنسبة بلغت 45.31%.

وتجدر الاشارة هنا الى عدم توظيف الرسومات التوضيحية في كلتا الصحيفتين محل الدراسة، والمتعلقة بكل من: توظيف الرسومات البيانية، الخرائط، الجداول .

4- توزيع فئة مصدر المادة الخبرية الخاصة بمعالجة الأزمة المالية في الجزائر لسنة 2016 في صحف الدراسة:

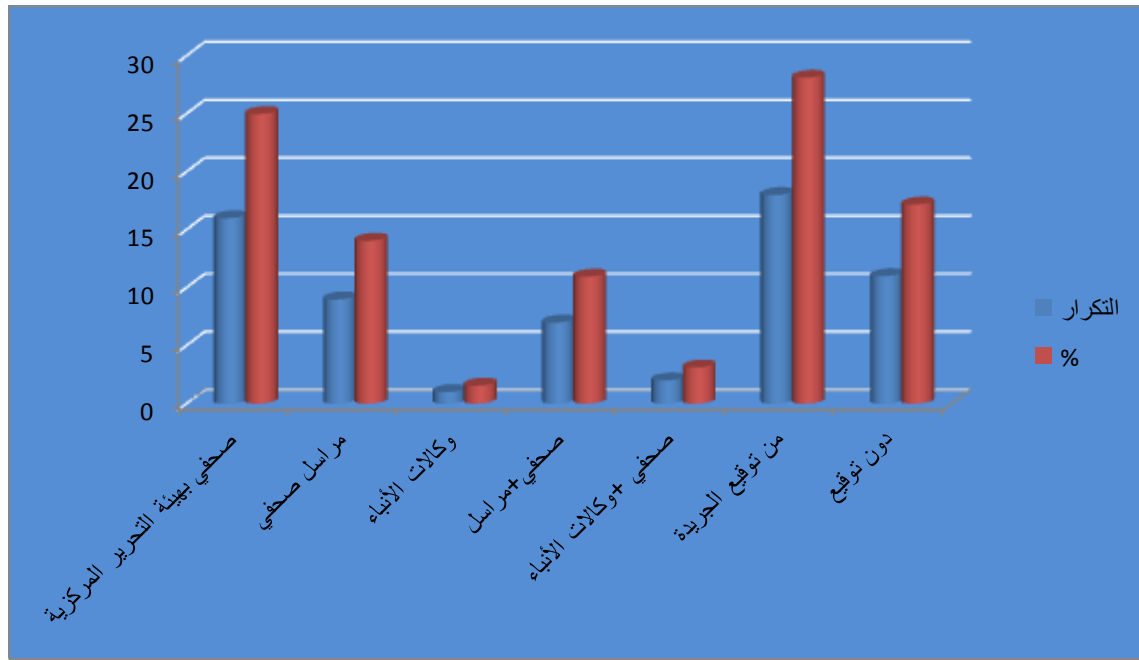
يرتبط استخدام مصطلح المصدر في الصحافة بالأخبار، ومعناه ينصرف إلى الجهاز أو الأجهزة أو الأشخاص الذين يرجع إليهم الصحفي للحصول على الأخبار والمعلومات المتعلقة بأحداث وقعت، فالمصدر هو الجهة التي نستقي منها الخبر مهما كانت طبيعتها.

وهناك من قسم المضامين الإعلامية في الصحف اليومية على أساس مصادرها إلى مضامين مجهولة المصدر، بمعنى عدم ذكر المصدر تحديدا كأن يقال: "صرحت مصادر مطلعة أو مصدر مسؤول أو ما شابه ذلك من العبارات، وهناك مضامين إعلامية محددة المصدر وهي التي تذكر مصادرها صراحة وهو ما يفيد الصحف اليومية كثيرا في زيادة مصداقيتها لدى القراء، ومن جهة ثانية هناك تقسيم للمضامين الإعلامية في الصحف على أساس طبيعة المصدر نفسه، فهناك مضامين من مصادر رسمية وأخرى غير رسمية.

برزت عناصر هذه الفئة في كل من صحيفة "الناصر" وصحيفة "الشروق اليومي" على النحو الموضح في الجدول الآتي:

جدول رقم (14) يوضح مصدر المادة الخبرية المتعلقة بمعالجة موضوع الدراسة في صحيفة "الناصر":

الناصر		الصحيفة
التكرار	%	المصادر الخبرية
16	25	صحفي بهيئة التحرير المركزية
9	14.06	مراسل صحفي
1	1.56	وكالات الأنباء
7	10.93	صحفي+مراسل
2	3.12	صحفي+وكالات الأنباء
18	28.12	من توقيع الجريدة
11	17.18	دون توقيع
64	100	المجموع:



الشكل رقم (13): مصدر المادة الخبرية المتعلقة بمعالجة موضوع الدراسة في صحيفة "النصر".

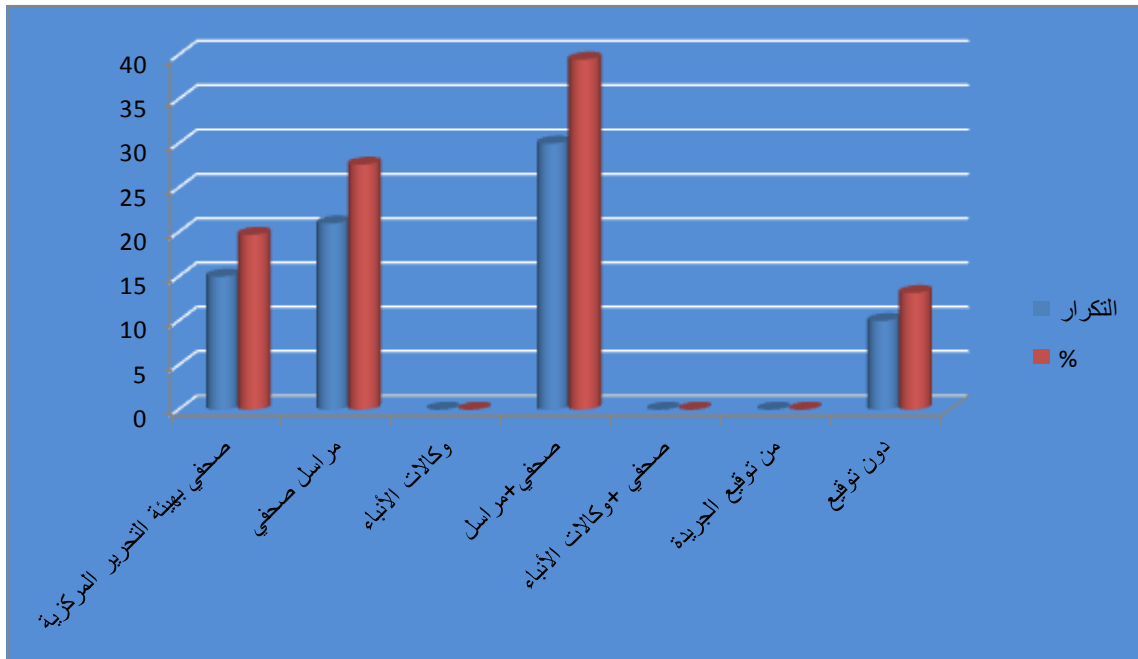
يتضح من خلال معطيات الجدول رقم (14) الذي يعرض تكرارات فئة مصدر المادة الخبرية المتعلقة بمعالجة موضوع الدراسة، أن صحيفة "النصر" قد اعتمدت بالدرجة الأولى على كونها مصدرا صحفيا بنسبة بلغت 28.12%. بواقع 18 مادة خبرية لم يتم الإشارة إلى مصدرها وتم الاكتفاء بذكر "من توقيع النصر"، وهو ما نجده في العدد رقم: 14971، الصادر بتاريخ 10 أبريل 2016، والذي تضمن إفتتاحية تحت عنوان: "إقتصاد دون حاسي مسعود"، وجاءت هذه الإفتتاحية من توقيع النصر، كما نجد أيضا في العدد رقم 15191 الصادر بتاريخ 29 ديسمبر 2016، إفتتاحية تحت عنوان: "الحقيقة الإقتصادية"، وجاءت هي الأخرى من توقيع النصر، كإشارة لمصدرها، يلها في المرتبة الثانية الصحفي بيئة التحرير بنسبة 25%، بواقع 16 مادة خبرية جاءت من توقيع الصحفي المحرر لهذه المواد، حيث نجد أن النصر إتمدت على أسماء صحفيين ثابتين في تغطية ومعالجة موضوع الأزمة ونذكر من بينهم: "إلياس بوملطة" في العدد رقم: 15136 الصادر بتاريخ 25 أكتوبر 2016، والذي تضمن مقالا صحفيا تحت عنوان: "في وضع إقتصادي ووضع إقليمي مضطرب، ولد خليفة يدعوا النواب إلى مشاركة فعالة في مناقشة قانون المالية لسنة 2017"، كما نجد توقيع الصحفي "أنيس نواري" في العدد رقم: 14949، الصادر بتاريخ 15 مارس 2016، من خلال خبر صحفي تحت عنوان: "مسؤول الأمامي: يقترح ضرورة خفض النفقات مع الحفاظ على المشاريع التي تكتسي أهمية إجتماعية"، وفي بعض الأحيان نجد أن هذه الصحيفة قد أشارت إلى اسم الصحفي بكتابة الأحرف الأولى من اسمه ومثال ذلك نجد: توقيع الصحفي مراد.ح في الحوار الصحفي الذي نشرته النصر في العدد رقم: 15080 الصادر بتاريخ 18 أوت 2016، والذي يحمل عنوان: "الخبير الإقتصادي عبد الرحمن مبتول: للنصر: الحكومة مطالبة بتنفيذ إصلاحات عميقة لتجنب اللجوء إلى صندوق النقد الدولي"، ونجد توقيع الصحفي أن.في في الخبر الصحفي الذي نشرته النصر في العدد الصادر بتاريخ 06 جوان 2016، والذي جاء تحت

عنوان: "الأزمة النفطية فرصة لإعادة بعث الصناعة الوطنية". وفي المرتبة الثالثة المواد الخيرية التي جاءت دون ذكر المصدر بواقع 11 مادة خيرية ما نسبته 17.18%، كما اعتمدت النصر على المراسل الصحفي كمصدر للمادة الخيرية لموضوع الأزمة بنسبة 14.06%، يليها في مرتبة الخامسة مصدر صحفي+ مراسل بنسبة 10.93%، بواقع 7 تكرارات، بالإضافة الى هذه المصادر اعتمدت النصر على وكالة الأنباء الجزائرية مرة واحدة وكان ذلك في العدد رقم 15053: الصادر بتاريخ: 18 جويلية 2016، والذي تضمن مقالا تحت عنوان: "الأفامي يعتبر تراجع أسعار النفط فرصة لكي تنوع الجزائر إقتصادها" والذي جاء من توقيع و.أ.ج، وتعد هذه أهم المصادر التي اعتمدت عليها صحيفة النصر في حصولها على الأخبار المتعلقة بالأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016.

وعليه تبين قراءة معطيات الجدول الخاصة بمصادر الأخبار التي تعتمد عليها صحيفة النصر والتي تم توضيحها أعلاه، نجد أن هذه الصحيفة استخدمت مصادر متنوعة للحصول على المعلومات المرتبطة بموضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016، وكان تركيزها على استخدام مصادرها الداخلية المتمثلة في الصحفيين والمراسلين الصحفيين، كما بينت نتائج الدراسة التحليلية لفئة مصدر المادة الخيرية المتعلقة بالأزمة أن جريدة النصر تعتمد طريقة عدم التصريح بمصدر المضمون الإعلامي حيث تم تسجيل 18 مادة خيرية لهذه الصحيفة جاءت من توقيع النصر، بالإضافة إلى وجود مواد أخرى لم يتم ذكر مصدرها وتم إدراجها في خانة المواد الخيرية دون مصدر بواقع 11 مادة خيرية.

جدول رقم (15) يوضح مصدر المادة الخيرية المتعلقة بموضوع الدراسة في صحيفة "الشروق اليومي":

الشروق اليومي		الصحيفة
التكرار	%	
15	19.73	المصادر الخيرية
21	27.63	صحفي هيئة التحرير المركزية
21	27.63	مراسل صحفي
/	/	وكالات الأنباء
30	39.47	صحفي+مراسل
/	/	صحفي+وكالات الأنباء
/	/	من توقيع الجريدة
10	13.15	دون توقيع
76	100	المجموع:



الشكل رقم (14): يوضح مصدر المادة الخبيرة المتعلقة بموضوع الدراسة في صحيفة "الشروق اليومي"

من خلال القراءة الكمية للجدول رقم (15)، الخاص بتوزيع المصادر التي اعتمدت عليها صحيفة "الشروق اليومي" في تغطيتها ومعالجتها لموضوع الدراسة، نلاحظ أن الصحيفة اعتمدت بالدرجة الأولى على الصحفي + المراسل وذلك بنسبة 39.47% بواقع 30 مادة خبرية جاءت بالإعتماد على هذه الفئة من المصادر الصحفية، يليه اعتمادها على المراسل الصحفي بنسبة 27.63%، بواقع 21 مادة خبرية، ويعتبر هذا المصدر من أهم مصادر الخبر الصحفي نظرا لدوره الحيوي في العملية الإعلامية، فالمراسل الصحفي يطلق عليه عبارة جندي مشاة عالم الأخبار، لأنه يضطلع بمهمة الكتابة عن الأحداث من موقعها، فهو كالصياد يخرج للبرية كي يعود وفي جعبته زاد اليوم والمراسل الصحفي هنا رجل المهمات العامة الذي يكون على استعداد دائم لتغطية أي حدث يكلف به.¹ ثم في المرتبة الثالثة يأتي اعتماد الشروق اليومي على الصحفي بيئة التحرير بنسبة 19.73% بواقع 15 مادة خبرية، وما يلاحظ على صحيفة الشروق اليومي أن أغلب المواد الخبيرة التي تناولت فيما موضوع الأزمة المالية بالجزائر تحمل توقيع كل من "إيمان عويمر"، "إيمان كيموش"، و"سميرة بلعمري"، و"جمال لعلامي" وهذا يعكس أن الصحيفة أوكلت تغطية ومعالجة موضوع الأزمة لهؤلاء الصحفيين كونهم يتمتعون بقلم مختص وممتاز في تحرير المواضيع والأخبار الإقتصادية، كما نجد أيضا أن معظم المواد الخبيرة التي ارتبطت بتوقيع الصحفي من هيئة التحرير كانت تحمل إشارة بالأحرف الأولى لاسم الصحفي مثال ذلك خبر صحفي من توقيع س.ب، في العدد الصادر 02 جانفي 2016، الصفحة رقم '3' مقال تحت عنوان: "الإقتصاد الجزائري لم يستفد من البجوحة المالية"، وخبر آخر من توقيع ح.حميد، في العدد الصادر بتاريخ 18 جانفي 2016، الصفحة رقم 15 كانت تحمل خبرا قصيرا تحت عنوان: "مسيرة

¹- دليله صالح: الواقع السوسيو مهني للمراسل الصحفي في الجزائر، مجلة الدراسات والبحوث الإجتماعية، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، العدد 10 مارس 2015، ص 93.

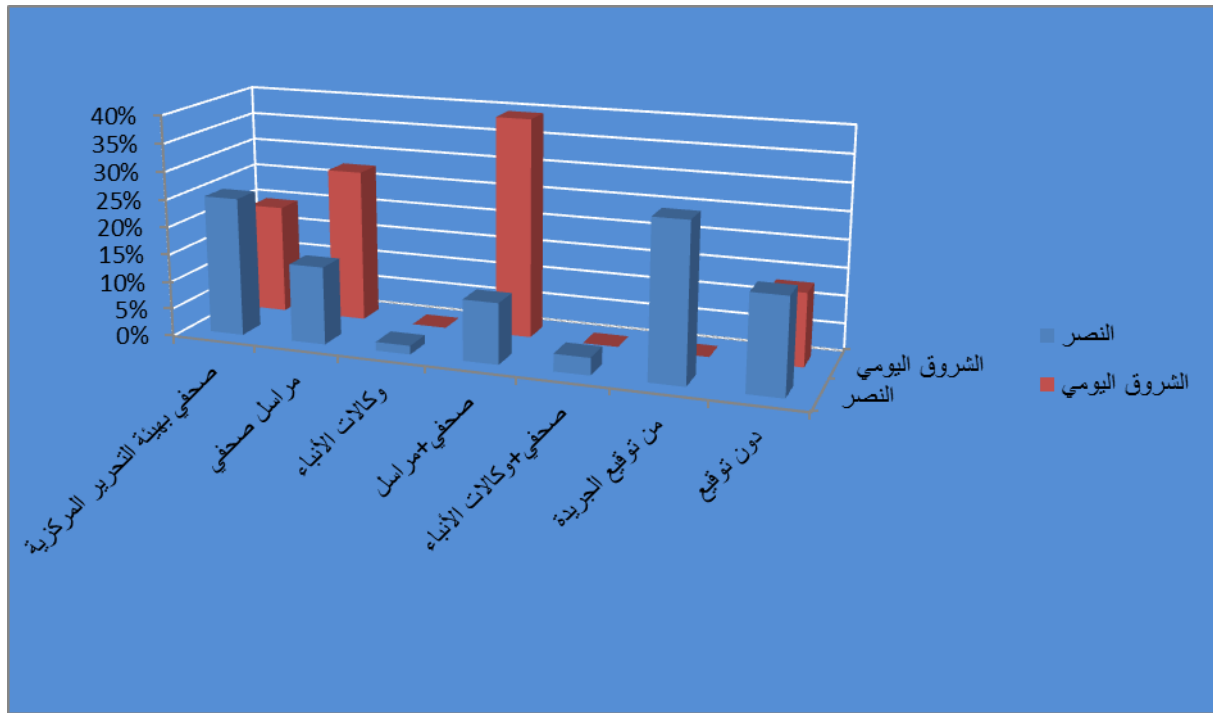
ضد إرتفاع أسعار المواد الإستهلاكية"، ونجد في العدد الصادر بتاريخ 26 جانفي 2016 الصفحة رقم 5 تحمل خبرا قصير تحت عنوان: "كل الحكومات المتعاقبة تتحمل تداعيات أزمة البترول"، من توقيع ب.ع. .

في حين شكلت المواضيع والأخبار غير الموقعة 'بدون مصدر' 13.15% بـ 10 تكرارا، فالواضح من خلال الجدول رقم (15) أن صحيفة الشروق اليومي تعتمد بشكل كبير على مصادرها الداخلية من صحفيين ومراسلين، وتستهني وكالات الأنباء سواء كانت وطنية أو أجنبية كمصدر خبري لموضوع الأزمة المالية بالجزائر حيث لم نسجل أي توقيع يحمل اسم و.أ.ج، أو الأجنبية منها.

ويمكن استعراض أهم الفروقات بين صحف الدراسة حول نسب ظهور عناصر فئة مصدر الموضوع على النحو الذي يوضحه الجدول الآتي:

جدول رقم (16) يوضح نسب المقارنة لفئة مصدر الموضوع في الصحف محل الدراسة

الشروق اليومي	النصر	الصحيفة المصدر
19.73%	25%	صحفي بهيئة التحرير المركزية
27.63%	14.06%	مراسل صحفي
/	1.56%	وكالات الأنباء
39.47%	10.93%	صحفي+مراسل
/	3.12%	صحفي+وكالات الأنباء
/	28.12%	من توقيع الجريدة
13.15%	17.18%	دون توقيع



الشكل رقم (15): يوضح نسب المقارنة لفئة مصدر الموضوع في الصحف محل الدراسة

يتضح من خلال معطيات الجدول رقم (16) المتعلق بالنسب المقارنة لعناصر فئة المصدر أن صحيفة "النصر" اعتمدت بالدرجة الأولى على كونها مصدرا صحفيا لمعطيات المادة الخبيرة التي عالجت موضوع الدراسة، بنسبة 28.12%، وهذا راجع إلى كون الصحف العمومية تعتبر نفسها مصدرا رسميا وكذلك تركيزها على محتوى المادة الصحفية دون الإهتمام بكيفية تقديمها للقارئ فتمويلها لا يعتمد على درجة رواجها أو مقربتها، لأنها تعتمد على تمويل الدولة والإشهار العمومي،¹ كما توجد نسبة لا بأس بها من المواد الخبيرة التي جاء مصدرها الصحفي المحرر في حد ذاته وهو ما عبرت عنه النسبة 25%، ونجد أيضا بعض المواد الخبيرة التي جاءت بدون مصدر حيث شكلت نسبة 17.18% في صحيفة النصر المواد التي جاءت دون توقيع، بينما نجد في الصحف الخاصة والممثلة في صحيفة الشروق اليومي، أنها تعتمد اعتمادا كليًا على مصادرها الداخلية وبالدرجة الأولى على الصحفيين والمراسلين العاملين بهيئة التحرير المركزية وهو ما عكسته النسبة 39.47% والتي عبرت عن اعتماد الشروق اليومي على كل من الصحفي + المراسل في تغطية ومعالجة موضوع الدراسة، يليه اعتمادها على المراسل بنسبة 27.63% ثم الصحفي بشكل منفرد بنسبة 19.73%، ونفسر هذا الاعتماد على عدد معين ومحدد من الصحفيين الذين تثق فيهم وتعتمد عليهم الشروق اليومي في نقل وتغطية الأخبار، المتعلقة بموضوع الأزمة كون هذا الموضوع يتطلب مراسلين بالدرجة الأولى ويتطلب أيضا صحفيين مختصين في تحرير وصياغة المواضيع الإقتصادية، بالإضافة إلى كونه موضوع وطني

¹ - يوسف عبد العالي: دراسة لمشاريع قانون الإعلام في الجزائر من خلال الصحف (الخبر، الشعب، الوطن، المجاهد)، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، بن يوسف بن خدة، 2006/2007، ص 126.

يمكن تغطيته ومعالجته من طرف صحفيين عاملين بهيئة التحرير، فضلا على أن الصحفي من المصادر التي لا تكلف الصحيفة كثيرا، لذا نجده من المصادر المعتمدة لقلّة التكلفة وسهولة وسرعة الحصول على الأخبار ونشرها.

وما نلاحظه سواء في الصحف العمومية أو الصحف الخاصة أن معظم المواضيع المتناولة مصدرها هو الصحفي نفسه المحرر، وهذا ما يجعل أفكاره الذاتية تطفئ على المحتوى المقدم، ويؤكد في نفس السياق حسن عماد مكاوي على خطورة أن يكون المصدر هو نفسه الصحفي المحرر حيث يقول: "حين يكون مصدر الصحيفة هو نفسه المحرر في هذه الحالة فإن الخطأ المحتمل في التعبير عن أفكاره ينبع من عجزه الشخصي عن صياغة هذه الأفكار في رموز واضحة، أو نقل المعنى بصورته الحقيقية، ويكون المصدر في هذه الحالة غير قادر على إعطاء المعلومات والأخبار التي يحتاجها المتلقي".¹

أما من جهة المواد الخبرية المتعلقة بموضوع الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016، غير مذكورة المصدر ولم تحمل أي توقيع، فيمكن ارجاع ذلك الى أن الشخصية أو المصدر الذي تم الإعتماد عليه لا يريد التصريح باسمه، أو أن الموضوع المطروح حساس مما يثير ضجة إعلامية، كما يعود ذلك للسياسة التحريرية للجريدة، فهي تعتمد في بعض الأحيان هذه الطريقة – عدم التصريح بمصدر الخبر-، وذلك لخصوصية الموضوع والمعلومات التي يتضمنها.

ثانيا: عرض ومناقشة نتائج التحليلي الكمي والكيفي لفئات المضمون ماذا قيل؟

تهدف هذه الفئة الى الإجابة على السؤال: حول ماذا يدور موضوع المحتوى؟ كما تفيد في الكشف عن مراكز الإهتمام في المحتوى، ذلك أن الوسيلة الإعلامية تعطي اهتماما للموضوعات التي تتفق مع سياستها التحريرية، فما ينشر أهم مما لا ينشر، وما ينشر بتوسع يعتبر أهم أيضا مما ينشر في مجالات محدودة، أو أوقات متفرقة، أو يقل تكرار النشر فيها عن غيرها مما يحتل الإهتمام لدى الوسيلة الإعلامية.²

المعالجة الإعلامية من حيث المضمون: تم تصنيف فئات التحليل من حيث المضمون إلى خمس فئات من

فئات ماذا قيل؟

1. فئة الموضوع

أ- فئة أسباب ظهور الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016

ب- فئة الآثار المترتبة عن الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016

ت- فئة الحلول التي اقترحتها الحكومة الجزائرية للخروج من الأزمة .

2. فئة اللغة المستخدمة في المعالجة

3. فئة وظيفة المضمون محل التحليل

¹ - حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2002، ص 175.

² - محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، دار مكتبة الهلال، بيروت، 2009، ص 120-121.

4. فئة الأطر الإعلامية

5. فئة الفاعلين

6. فئة اتجاه المعالجة

1- فئة الموضوع:

وهي من أكثر الفئات استخداما في بحوث الإعلام والاتصال وذلك للسهولة النسبية التي تتطلبها، إذ أنها تحاول الإجابة عن السؤال: على ماذا يدور المحتوى؟ أي ما هي المواضيع الأكثر بروزا في المحتوى؟ وفي هذه الحالة يبدأ الباحث بتصنيف المواضيع التي يريد دراستها، والتي يمكنها الإجابة عن إشكالية بحثه فيقوم بتقسيم كل موضوع إلى مواضيع فرعية يمكن من خلالها حساب وضبط المواضيع الرئيسية،¹

وعليه تم تحديد المواضيع المرتبطة بهذه الفئة كما يلي:

1-1- فئة أسباب ظهور الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016:

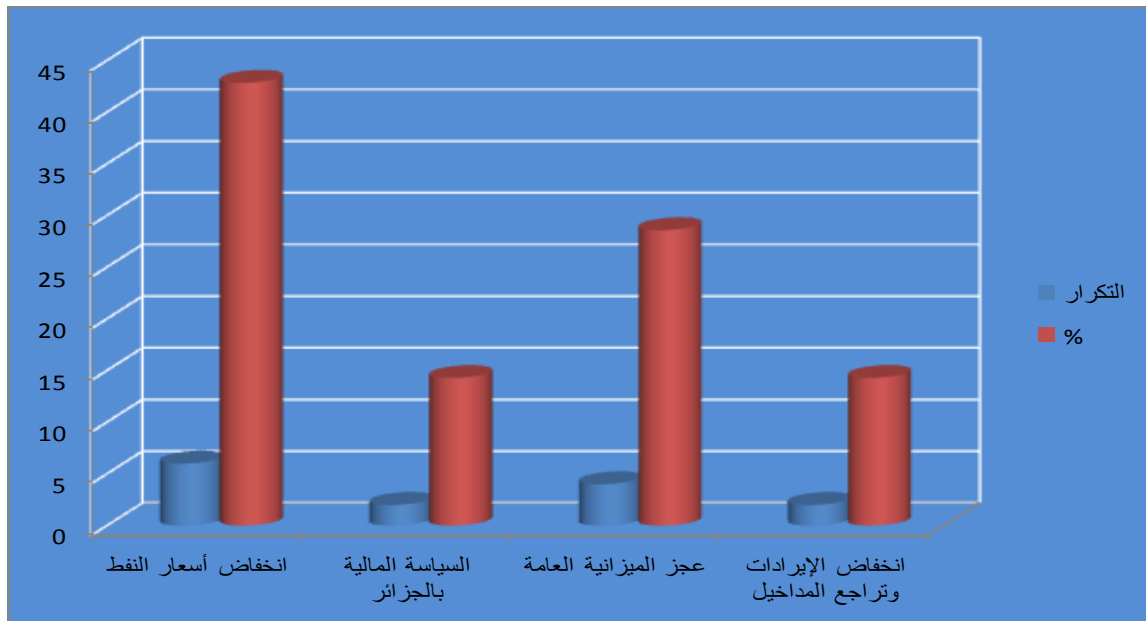
من خلال هذه الفئة نحاول إبراز أهم الموضوعات التي أثير حولها النقاش فيما يخص أسباب ظهور الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016، وذلك من خلال ما عرضته الصحف محل الدراسة من مواضيع وأخبار حولها، وقد تم تقسيم هذه الفئة إلى فئات فرعية استنادا إلى معطيات الإطار النظري لهذه الدراسة والتي وجدنا أنها تخدم بشكل كبير هذه الفئة وجاءت أسباب ظهور الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016 على النحو الآتي:

- انخفاض أسعار النفط
- السياسة المالية بالجزائر
- عجز الميزانية العامة
- انخفاض الإيرادات وتراجع المداخيل.

¹- يوسف تمار: مرجع سبق ذكره، ص 35.

جدول رقم (17): يوضح أسباب ظهور الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016 من خلال ما نشرته صحيفته النصرة:

صحيفة النصرة		أسباب ظهور الأزمة
%	التكرار	
42.85	6	انخفاض أسعار النفط
14.28	2	السياسة المالية بالجزائر
28.57	4	عجز الميزانية العامة
14.28	2	انخفاض الإيرادات وتراجع المداخيل
100	14	المجموع



الشكل رقم (16): يوضح أسباب ظهور الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016 من خلال ما نشرته صحيفته النصرة.

من خلال قراءة معطيات الجدول رقم (17)، الذي يوضح أسباب ظهور الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016 المتمثلة في 4 متغيرات: انخفاض أسعار النفط، السياسة المالية بالجزائر، عجز الميزانية العامة، انخفاض الإيرادات وتراجع المداخيل، من خلال ما نشرته المادة الخيرية للصحف محل الدراسة، يتضح أن صحيفة النصرة قد اعتبرت أنه من بين أحد أهم الأسباب التي أدت إلى ظهور الأزمة المالية بالجزائر هو انخفاض أسعار النفط، حيث جاء هذا الموضوع في المقام الأول بنسبة 42.85% بـ 6 تكرارات، وأشارت ذات الصحيفة إلى أنه من أحد الأسباب المؤدية إلى

دخول الجزائر في مرحلة مالية حرجة هو انخفاض مداخيلها من إيرادات النفط، وذلك في كل من العدد رقم 14920 الصادر بتاريخ 10 فيفري 2016، حيث تضمن هذا العدد حديث صحفي في الصفحة رقم 3 (الحدث)، تحت عنوان: "الحكومة بحاجة إلى استحداث وزارة للإقتصاد للتعامل مع الأزمة الإقتصادية الراهنة" مقابلة مع الخبير الإقتصادي 'عبد الرحمان مبتول'، حيث تمت الإشارة في هذه المقابلة إلى أن من أسباب الأزمة الراهنة هو إنخفاض أسعار النفط التي من المتوقع انها ستواصل انهيارها في الأعوام المقبلة وذكر أنه من المستبعد أن تعود الأسعار إلى الإرتفاع إلى معدلاتها السابقة نظرا لعدة أسباب منها دخول إيران إلى السوق الدولية بحوالي 3ملايين برميل يوميا، وأضاف مبتول أنه في حالة إنهيار الإقتصاد العالمي وحدث أزمة مالية عالمية في العام المقبل مثل تلك التي حدثت عام 2008 من المرجح أن تنخفض أسعار النفط إلى حدود 10 دولارات للبرميل، كما نجد أن صحيفة النصر قد نشرت مقالا صحفيا في العدد رقم 14900 الصادر بتاريخ 18 جانفي 2016، في الصفحة 3 من الجريدة، تحت عنوان: "بن خالفة: كل الفرضيات لم تتوقع وصول تهاوي أسعار النفط إلى هذا الحد"، حيث تضمن هذا المقال الحديث عن الظرف المالي والاقتصادي الصعب الذي تمر به الجزائر في ظل تهاوي أسعار النفط، كما نجد في العدد رقم 15005 الصادر بتاريخ 21 ماي 2016، أن صحيفة النصر قد نشرت مقال في الصفحة رقم 5 تحت عنوان: "الأفامي يقر محدودية الصدمة النفطية على نمو الإقتصاد الجزائري"، حيث تمت الإشارة في هذا المقال إلى أن آثار صدمة أسعار النفط كانت كبيرة على أرصدة المالية العامة والحساب الخارجي، حيث سجل تقرير صندوق النقد الدولي (الأفامي) زيادة عجز الميزانية العامة الى الضعف ليصل الى 16% من اجمالي الناتج المحلي بسبب الإنخفاض في إيرادات المحروقات.

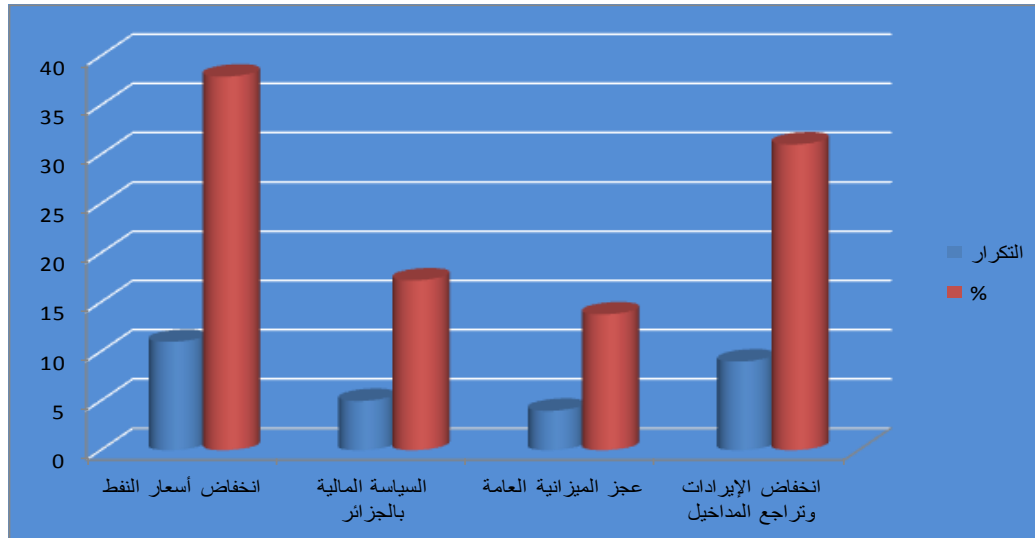
وحسب نفس الجدول، نجد أن من أحد الأسباب التي اعتبرتها صحيفة النصر مهمة لظهور الأزمة المالية بالجزائر هو عجز الميزانية العامة، ومن خلال ما نشرته صحيفة النصر جاء موضوع "عجز الميزانية العامة للدولة" في المرتبة الثانية بنسبة 28.57% بـ4 تكرارات، حيث تم تناول هذا الموضوع في كل من العدد رقم 14956 الصادر بتاريخ 23 مارس 2016، من خلال ما نشرته هذه الصحيفة في شكل مقال صحفي في الصفحة رقم 4 (وثيقة)، وتضمن هذا المقال تقديم معطيات حول الوضع المالي والاقتصادي للبلاد حيث سُجل عجز في ميزان المدفوعات الخارجية كما ترجمت الصدمة الخارجية لسنة 2014 بتراجع الاحتياطيات الرسمية للصرف، حيث بلغت 178.94 مليار دولار مقابل 194.01 مليار دولار نهاية 2013، كما نجد في السياق نفسه أن صحيفة النصر نشرت مقال في العدد رقم 14985، الصادر بتاريخ 24 أفريل 2016، تحت عنوان "توقع انخفاض الناتج الداخلي الخام إلى 166 مليار دولار هذه السنة، صندوق النقد الدولي يدعو إلى المزيد من التقشف في الجزائر"، وهذا ما كشفت عنه تقارير بنك الجزائر التي أشارت الى تآكل في احتياطيات الصرف وتراجعها إلى حدود 176 مليار دولار بعد استهلاك نحو 8 مليار دولار منها، حيث مازالت الحكومة الجزائرية تعتمد على صندوق ضبط الإيرادات بدخولها في وضعية مالية حرجة.

وتشير معطيات الجدول (17) إلى أن السياسة المالية بالجزائر وانخفاض الإيرادات جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة 14.28%، بتكرار ظهور هذا الموضوع مرتين، وهذا واضح من خلال ما نشرته صحيفة النصر في كل من الأعداد رقم: 14964، 14956 حيث تم الحديث عن السياسة النقدية التي تتبعها الجزائر والتي لم تتمكن من وقف إهيار قيمة العملة الوطنية أمام العملات الأجنبية ليستمر تدهور قيمة الدينار حسب معطيات المقال الذي تم نشره بتاريخ 23 مارس 2016 في الصفحة 4 من العدد 14956، كما تضمن مقال آخر تم نشره في العدد 14964 الصادر بتاريخ 2 أبريل 2016، الحديث عن انخفاض قيمة الدينار حيث أوضح الخبير الاقتصادي "محمد الشريف بلميهوب" أنه في حال تسجيل نسب تضخم أكبر بكثير من الدول التي يجري التعامل معها اقتصاديا خاصة في مجال الاستيراد سيكون لزاما على بنك الجزائر خفض قيمة الدينار للتحكم في الاقتصاد الحقيقي وضمان استمرارية النشاط الاقتصادي والتحكم في الانتاج ومواجهة العجز في ميزانية الدولة، في ظل الأوضاع المالية الحرجة التي تواجهها. كما أشارت الصحيفة انه في حالة ما اذا تواصلت قيمة الدينار في الإنخفاض وارتفع سعر الواردات ستزداد نسب التضخم وتزداد معها أسعار المنتوجات.

جدول رقم (18): يوضح أسباب ظهور الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016 من خلال ما نشرته صحيفة

الشروق اليومي:

صحيفة الشروق اليومي		أسباب ظهور الأزمة
%	التكرار	
37.93	11	انخفاض أسعار النفط
17.24	5	السياسة المالية بالجزائر
13.79	4	عجز الميزانية العامة
31.03	9	انخفاض الإيرادات وتراجع المداخيل
100	29	المجموع



الشكل رقم (17): يوضح أسباب ظهور الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016 من خلال ما نشرته صحيفة

الشروق اليومي

من خلال الجدول رقم (18) نلاحظ أن من أحد أهم أسباب ظهور الأزمة المالية بالجزائر خلال 2016، هو إنخفاض أسعار النفط، بنسبة تكرار ظهور هذا الموضوع في صحيفة الشروق اليومي 37.93% أي بواقع 11 مادة صحفية تناولت هذا الموضوع، وتم نشره في صفحات هذه الصحيفة طيلة سنة 2016، نجد أن هذه الصحيفة تناولت هذا الموضوع في العديد من الأعداد منها العدد رقم 4982 الصادر بتاريخ 18 جانفي 2016، من خلال عمود تحت عنوان: "متى سنحتفل بتصدير آخر برميل نفط"، والعدد رقم 5089 الصادر بتاريخ 15 مارس 2016، حيث نشرت الشروق اليومي مقال تحت عنوان "الحكومة تلتهم 100 مليون دولار يوميا من احتياطي الصرف! الأفاي ينصح الجزائر بالإستدانة بـ"الدوفيز" وبيع مؤسسات عمومية للخواص"، وحسب معطيات الجدول رقم (18)، فإن من الأسباب الأخرى التي شكلت الأزمة المالية بالجزائر هو إنخفاض الإيرادات وتراجع المداخيل وذلك بنسبة 31.03 % أي بتكرار 9 مرات، ويتضح ذلك من خلال ما نشرته صحيفة الشروق اليومي في العدد رقم 5122 في صفحة المونشيت تحت عنوان "سلاسل يؤكد في اجتماع الثلاثية ان الوضع المالي للجزائر صعب"، كما أرجعت ذات الصحيفة أن من أسباب ظهور الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016، تراجع مداخيل الدولة تآكل في احتياطي الصرف وهذا ما نشرته في العدد رقم 5122 الصادر بتاريخ 06 جوان 2016، في شكل مقال صحفي تحت عنوان: "بن خالفة: "لم يبقى لنا في الخزينة سوى ما يضمن 30 شهرا فقط!"، حيث تمت الإشارة في هذا المقال إلى تآكل احتياطي الصرف الذي يفرض تقشف آخر في قانون المالية لسنة 2017.

لتبلغ نسبة تناول موضوع السياسة المالية بالجزائر خلال سنة 2016/2015، 17.24% أي بتكرار 5 مرات، وهو ما نشرته صحيفة الشروق اليومي في كل من العدد رقم 5047 الصادر بتاريخ 23 مارس 2016 في شكل مقال صحفي يتحدث عن انهيار وعجز في البورصة بسبب انهيار قيمة الدينار ونجده أيضا في العدد رقم 5281 الصادر

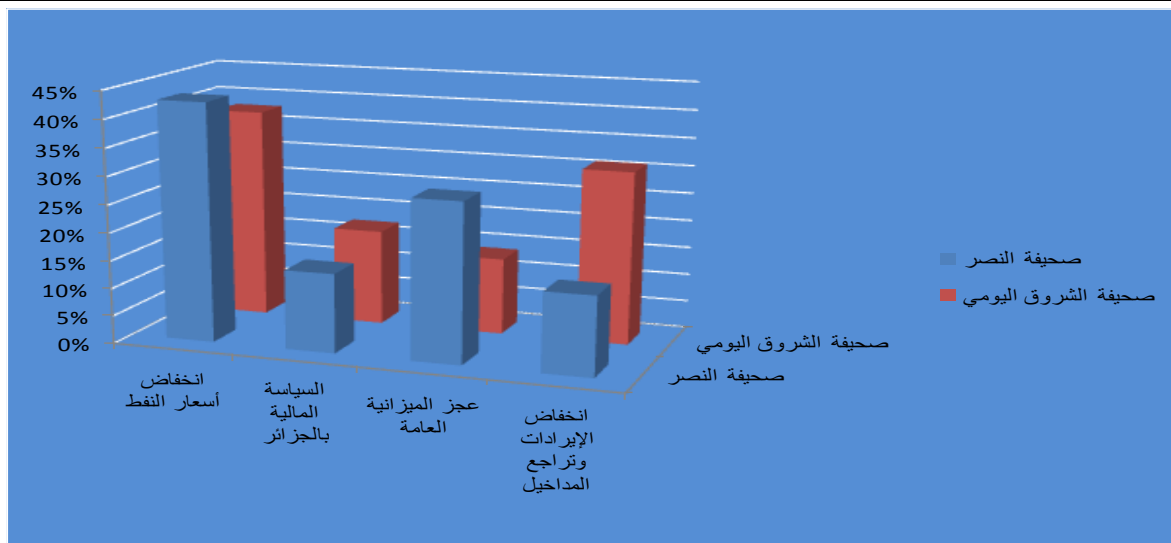
بتاريخ 17 نوفمبر 2016، في شكل حديث صحفي مع عضو لجنة المالية بالمجلس الشعبي الوطني "عبد الكريم منصور"، وتمت الإشارة إلى الوضعية المالية الحرجة التي تمر بها الجزائر والتي ترجع أحد أسبابها إلى تدهور قيمة الدينار.

أما في المرتبة الرابعة نجد موضوع عجز الميزانية العامة والذي تحدثت عنه صحيفة الشروق اليومي كأحد الأسباب المؤدية إلى ظهور الأزمة المالية بالجزائر، بنسبة 13.79%، بواقع 4 مواد خبرية، حيث نشرت هذه الصحيفة مقال صحفي في العدد رقم 5315 الصادر بتاريخ 21 ديسمبر 2016، الصفحة 3 (الحدث)، جاء تحت عنوان: "رغم إجراءات الحكومة لكبح الإستيراد وترشيد النفقات"، "عجز الميزان التجاري يقفز إلى 17 مليار دولار"، تناولت فيه الشروق اليومي موضوع تراجع إحتياطيات الصرف إلى 121 مليار دولار مع نهاية شهر سبتمبر لسنة 2016، بالإضافة إلى تسجيل عجز في الميزان التجاري بنسبة قاربت 12% نتيجة وجود فارق بين ما تصدره الجزائر وبين فاتورة ما تستورده والذي تجاوز 1700 مليار دينار، أي 170 ألف مليار سنتيم، ما يوضح أن الوضع المالي قد سجل عجز في الميزانية العامة لدولة، حسب معطيات المادة الخيرية لصحيفة الشروق اليومي.

جدول رقم (19) يوضح النسب المقارنة لأسباب ظهور الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016 في الصحف محل

الدراسة:

أسباب ظهور الأزمة	صحيفة النصر	صحيفة الشروق اليومي
انخفاض أسعار النفط	42.85%	37.93%
السياسة المالية بالجزائر	14.28%	17.24%
عجز الميزانية العامة	28.57%	13.79%
انخفاض الإيرادات وتراجع المداخيل	14.28%	31.03%



الشكل رقم (18): يوضح النسب المقارنة لأسباب ظهور الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016 في الصحف

محل الدراسة

يتضح من خلال الجدول رقم (19) المتعلق بالنسب المقارنة لعناصر فئة أسباب ظهور الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016، أن الصحيفتين محل الدراسة اعتبرت أنه من أولى أسباب ظهور هذه الأزمة الانخفاض الحادّ لأسعار النفط في الأسواق العالمية والذي بدأت تداعياته منذ النصف الثاني من سنة 2014، لتمتد إلى بدايات سنة 2016، حيث بلغت نسبة ظهور هذا الموضوع في كل من صحيفة النصر 42.85%، و 37.93% في صحيفة الشروق اليومي، وعليه توضح كلتا النسبتين تقارب في معالجة هذا الموضوع في الصحف محل الدراسة، في حين نجد أن جريدة النصر اعتبرت أنه من بين الأسباب المؤدية إلى حدوث هذه الأزمة بعد السبب الأول _انخفاض اسعار النفط_ هو عجز الميزانية العامة للحكومة الجزائرية، حيث بلغت نسبة 28.57%، ليليه موضوع السياسة المالية بالجزائر كأحد أسباب ظهور هذه الأزمة الذي بلغت نسبته 14.28% في جريدة النصر وهي نفس النسبة التي مثلها موضوع انخفاض الإيرادات وتراجع المداخيل في نفس الصحيفة، على عكس ما ركزت عليه صحيفة الشروق اليومي حيث أدرجت السبب الثاني في ظهور الأزمة المالية بالجزائر هو انخفاض الإيرادات وتراجع المداخيل بنسبة بلغت 31.03%، ليليه الحديث عن موضوع السياسة المالية بالجزائر الذي بلغ نسبة 17.24% ثم يأتي بعده موضوع عجز الميزانية العامة بنسبة 13.79%.

2-1- الآثار المترتبة عن الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016:

أثر الأزمة المالية على النمو الاقتصادي ومستوى المبادلات ينتج من خلال الارتباط الكبير بين سرعة الاستجابة اتجاه الأزمة خاصة ما يتعلق بضبط سعر الصرف وتحرير السياسة التجارية وقوة استرجاع مستوى النمو بعد الأزمة.

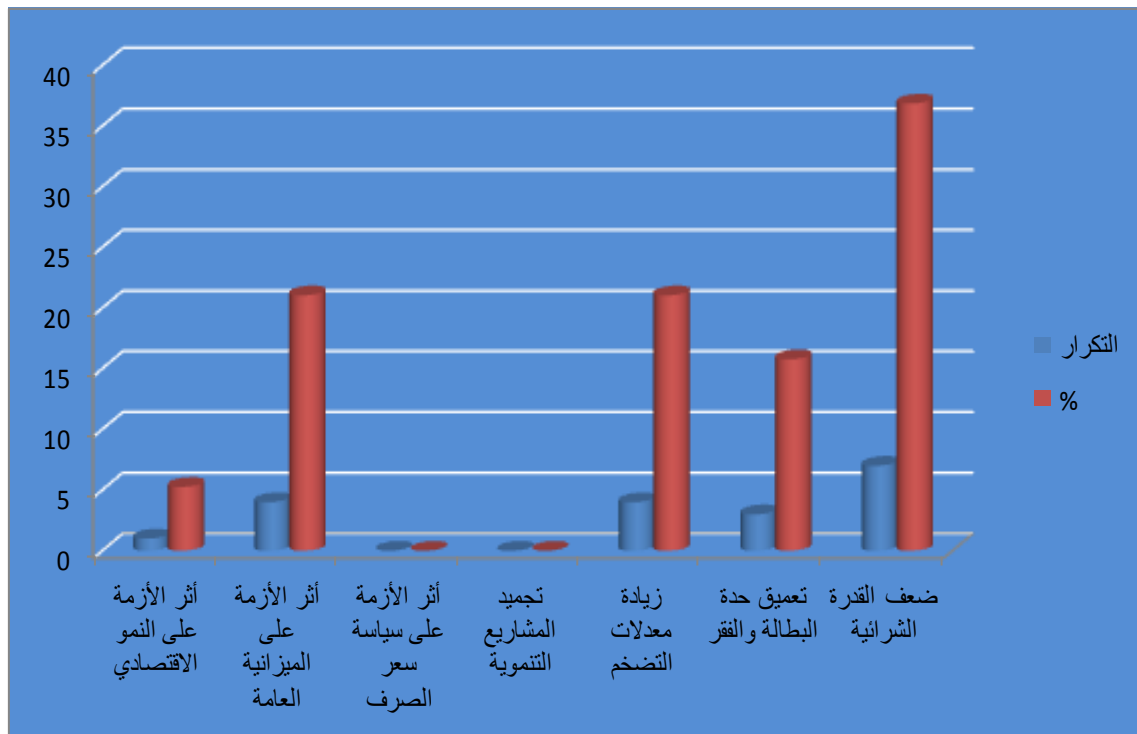
حيث تم تحديد الآثار المترتبة عن الأزمة المالية الحالية بالجزائر من خلال عدة مؤشرات بعد الرجوع إلى الإطار النظري لهذه الدراسة:

- أثر الأزمة على النمو الاقتصادي
- أثر الأزمة المالية على الميزانية العامة
- أثر الأزمة على سياسة سعر الصرف
- تجميد المشاريع التنموية
- أثر الأزمة المالية على معدل التضخم.
- أثر الأزمة في تعميق حدة البطالة والفقر.
- ضعف القدرة الشرائية.

جدول رقم (20) يوضح الآثار المترتبة عن الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016، من خلال ما نشرته صحيفه

النصر:

النصر		صحيفة
%	التكرار	
5.26	1	آثار الأزمة على النمو الاقتصادي
21.05	4	آثار الأزمة على الميزانية العامة
/	/	آثار الأزمة على سياسة سعر الصرف
/	/	تجميد المشاريع التنموية
21.05	4	زيادة معدلات التضخم
15.78	3	تعميق حدة البطالة والفقر
36.84	7	ضعف القدرة الشرائية
100	19	المجموع



الشكل رقم (19): يوضح الآثار المترتبة عن الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016، من خلال ما نشرته صحيفه

النصر

يتبين من خلال معطيات الجدول أعلاه، والمتضمن الآثار المترتبة عن الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016، حسب ما نشرته المادة الخبيرة لصحيفة النصر، أن موضوع 'ضعف القدرة الشرائية' جاء في المرتبة الأولى بنسبة

معالجة بلغت 36.84%، ومثال ذلك ما نشرته هذه الصحيفة في العدد رقم 14956 الصادر بتاريخ: 23 مارس 2016، صفحة رقم 04 تضمنت مقال صحفي تحت عنوان: "محافظ بنك الجزائر أمام نواب الغرفة السفلى: لا بد من التسيير الحذر لاحتياجات الصرف"، والذي تم فيه الحديث عن الزيادات في أسعار المواد الإستهلاكية والقدرة الشرائية للمواطن. والعدد رقم 14964 الصادر بتاريخ 02 أبريل 2016، الصفحة رقم 6 (الحدث) التي تضمنت الحديث عن تدني القدرة الشرائية للفرد الجزائري، أما في المرتبة الثانية فقد جاء موضوع أثر الأزمة المالية على الميزانية العامة بنسبة 21.05% كما مثلت هذه النسبة أيضا موضوع أثر الأزمة في زيادة معدلات التضخم، وللإشارة حول هذا الموضوع نشرت النصر مقالا في العدد رقم 14971 الصادر بتاريخ 10 أبريل 2016، صفحة رقم 6 تضمنت مقالا صحفيا، تم فيه الإشارة إلى نسب التضخم في الجزائر بالإضافة إلى الحديث عن العجز في الميزانية العامة للدولة نتيجة تدهور قيمة الدينار وارتفاع سعر الواردات هو ما دعى إلى الحاجة إلى تنويع الاقتصاد خارج قطاع المحروقات في ظل الوضعية المالية الحرجة.

كما نجد أن صحيفة النصر تناولت موضوع أثر الأزمة في تعميق حدة البطالة والفقر بنسبة 15.78% في العدد رقم 15019 الصادر بتاريخ 06 جوان 2016، تشير النصر من خلال مقال تحت عنوان: "سلال: لم نوقف أي مشروع والتجميد طال المشاريع التي لم تنطلق"، إلى الإجراءات التي تبنتها الحكومة الجزائرية في ظل الأزمة المالية الراهنة والتي تضمنت تجميد عمليات التوظيف في العديد من القطاعات ما نجر عنه إحالة عدد كبير من الشباب الجزائري نحو البطالة، حيث قدرت نسبة البطالة لدى الشباب الجزائري سنة 2016 بـ 25.2%، ونتيجة لعدم توفر فرص شغل في الجزائر زاد عدد العائلات والأسر الفقيرة التي لا تملك أدنى مدخول لتوفير لقمة العيش.

أما عن أثر الأزمة على النمو الاقتصادي فجاءت نسبة معالجة النصر لهذا الموضوع 5.26% ومثال ذلك ما نشرته في مادتها الخيرية الصادرة بتاريخ: 06 جوان 2016 العدد رقم 15019 في الصفحة رقم 02 مقال تحت عنوان: "الأزمة النفطية فرصة لإعادة بعث الصناعة الوطنية"، و نجد في هذا المقال الحديث عن تراجع النمو الاقتصادي في ظل الأزمة حيث أوضح الأمين العام للمركزية النقابية "عبد المجيد سيدي سعيد" أن الأزمة الاقتصادية الحالية أظهرت على محدودية النموذج الاقتصادي المتبع منذ سنوات.

في حين نجد أن المادة الخيرية لصحيفة النصر لم تتناول موضوع: أثر الأزمة على سياسة سعر الصرف، وأثار الأزمة في تجميد المشاريع التنموية.

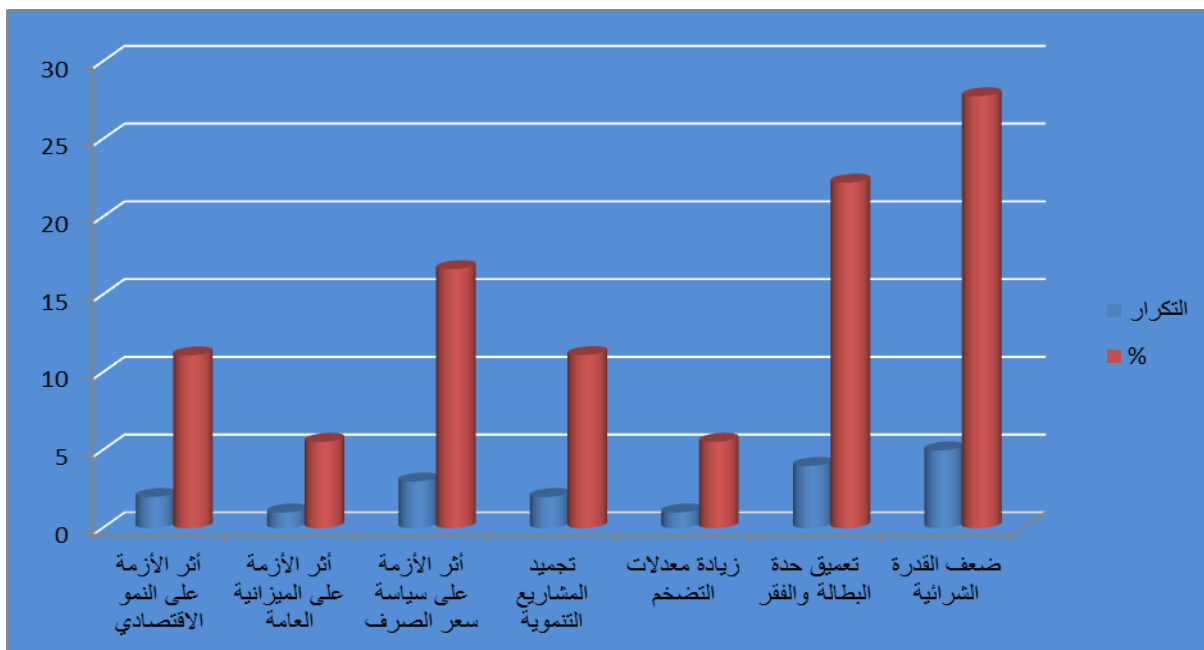
النتائج الموضحة أعلاه تعطي دلالة على أن الآثار التي خلفتها الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016، راجعة لعدة مؤشرات من بينها طرح قانون المالية لسنة 2017 وما ترتب عنه من قوانين، خاصة تلك المتعلقة بزيادة الأسعار للمواد ذات الإستهلاك الواسع، وزيادة في الرسوم والضرائب وحقوق الطابع لتعويض بصفة جزئية تدهور مداخيل الجباية النفطية بالإضافة إلى رفع الضريبة على القيمة المضافة من 17% إلى 19%، وارتفاع القروض الموجهة للاقتصاد إلى 9% في الأشهر الأولى لسنة 2016، حيث بلغت احتياطات الصرف 136.9 مليار دولار مع تسجيل سيولة نقدية في

البنوك تصل الى 1.684 مليار دج، هذه المعطيات الذي أولتها صحيفة النصر للأثار المترتبة عن الأزمة المالية بالجزائر.

جدول رقم (21) يوضح الأثار المترتبة عن الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016، من خلال ما نشرته صحيفة

الشروق اليومي:

الشروق اليومي		صحيفة	الآثار المترتبة عن الأزمة
%	التكرار		
11.11	2	أثر الأزمة على النمو الإقتصادي	
5.55	1	أثر الأزمة على الميزانية العامة	
16.66	3	أثر الأزمة على سياسة سعر الصرف	
11.11	2	تجميد المشاريع التنموية	
5.55	1	زيادة معدلات التضخم	
22.22	4	تعميق حدة البطالة والفقر	
27.77	5	ضعف القدرة الشرائية	
100	18	المجموع	



الشكل رقم (20): يوضح الأثار المترتبة عن الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016، من خلال ما نشرته صحيفة

الشروق اليومي:

تبين معطيات الجدول رقم (21) الذي يمثل الأثار المترتبة عن الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016، أن صحيفة

الشروق اليومي أولت إهتماما كبيرا لموضوع ضعف القدرة الشرائية للفرد الجزائري بنسبة بلغت 27.77%، وهذا ما

توضحه المادة الخيرية لهذه الصحيفة والصادرة بتاريخ 2016/11/19 العدد رقم: 5283 في الصفحة رقم 07، حيث

نشرت الشروق مقالا تحت عنوان " الشروق اليومي تستطلع أسواق الجملة والمحلات التجارية"، هذه هي المواد الإستهلاكية التي ارتفعت أسعارها"، وفيه تم تقديم عرض مفصل حول أهم المواد واسعة الاستهلاك والتي تعتبر من الحاجات اليومية للمواطن الجزائري والتي ارتفعت أسعارها تزامنا مع الأزمة المالية التي تمر بها البلاد، كما اشارت الشروق اليومي في هذا المقال إلى أن فوضى ارتفاع الأسعار ستستمر إذا لم يصدر قانون يضبط التعاملات التجارية، وتجدر الإشارة هنا أن ارتفاع اسعار المواد واسعة الاستهلاك مرتبط بطريقة مباشرة بالقدرة الشرائية للمواطن الجزائري، كما نشرت ذات الصحيفة خبرا صحفيا في العدد الصادر بتاريخ 29 سبتمبر الصفحة رقم 3، تحت عنوان: "في تصنيف لمنتهى الاقتصاد العالمي "دافوس": الجزائر الأولى إفريقيا والرابعة عالميا في فرض الضرائب"، وتحدثت فيه الصحيفة عن أكثر من 30 ضريبة ورسم ترهق القدرة الشرائية للفرد الجزائري، كبدايل سريعة لمواجهة الأزمة المالية الناجمة عن تراجع أسعار النفط، وحسب ما قدمته تقارير المنتدى العالمي للاقتصاد، تتجاوز عدد الضرائب المفروضة على الجزائري 35 ضريبة في مقدمتها الرسم على القيمة المضافة التي يدفعها كل مواطن جزائري بغض النظر على مستوى دخله، وتقدر نسبتها بـ 17% على جميع المواد الاستهلاكية والخدمات المختلفة، وفيما تضمن قانون المالية لسنة 2017 زيادات في الضرائب تبعا للأزمة المالية الراهنة، يدفع الفرد الجزائري منذ عدة سنوات ضريبة على الدخل الاجمالي، والرسم على العقار، والرسم على التطهير للمياه المستعملة والفضلات المنزلية أعزكم الله، والضريبة على الممتلكات. وفي نفس الموضوع نشرت صحيفة الشروق اليومي كاريكاتور في العدد رقم 5055 الصادر بتاريخ 31 مارس 2016، والذي يعبر عن تدني القدرة الشرائية للمواطن الجزائري، "القدرة الشرائية تحت المحك"، حيث يعبر الكاريكاتور عن مواطن جزائري بسيط وهو يصارع من أجل تحمل ضغط سندان مفك البراغي وهو ما يدل على أن ارتفاع اسعار المواد الاستهلاكية قد أثقلت كاهله.

بالرجوع الى معطيات الجدول أعلاه، نجد أن صحيفة الشروق اليومي عالجت موضوع أثر الأزمة المالية الراهنة في زيادة حدة البطالة والفقر في المرتبة الثانية بنسبة 22.2%، وهو ما توضحه المادة الخبيرة لهذه الصحيفة الصادرة بتاريخ 17 أكتوبر 2016، في مقال صحفي يتحدث عن تقرير لهيئة البنك الدولي لشهر أكتوبر 2016، والتي تشير الى تفاقم نسب البطالة والتضخم في الجزائر، حيث توقع البنك الدولي أن تباطئ إجمالي الناتج المحلي الحقيقي في الجزائر عام 2016، سيأثر في ارتفاع نسب البطالة وكذا إنفاق الأسر الجزائرية، في حين نجد أن هذه الصحيفة تناولت موضوع أثر الأزمة على سياسة سعر الصرف بنسبة 16.66% وجاءت في المرتبة الثالثة، في العدد رقم 5015 الصادر بتاريخ 20 فيفري 2016، وتضمن هذا العدد في صفحته 03، خبرا صحفيا حول سعر صرف العملات الأجنبية مقارنة مع العملة الوطنية الدينار، حيث أشار الخبراء الاقتصاديون في هذا الموضوع الى أن ارتفاع سعر العملة الصعبة بالسوق الموازية سيقود الى ارتفاع اسعار المواد الاستهلاكية المستوردة من الخارج، حتى وان لم يشمل هذا الارتفاع بنك الجزائر إلا أن نتائجه وخيمة على الاقتصاد الجزائري، حيث ان هناك علاقة طردية نتيجة انهيار حاد في قيمة الدينار والذي سترتفع معه أسعار المواد المستوردة، ليلها موضوع أثر الأزمة على النمو الاقتصادي بنسبة 11.11% وهي نفس النسبة التي عبرت عن معالجة الشروق اليومي لموضوع أثر الازمة في تجميد المشاريع التنموية

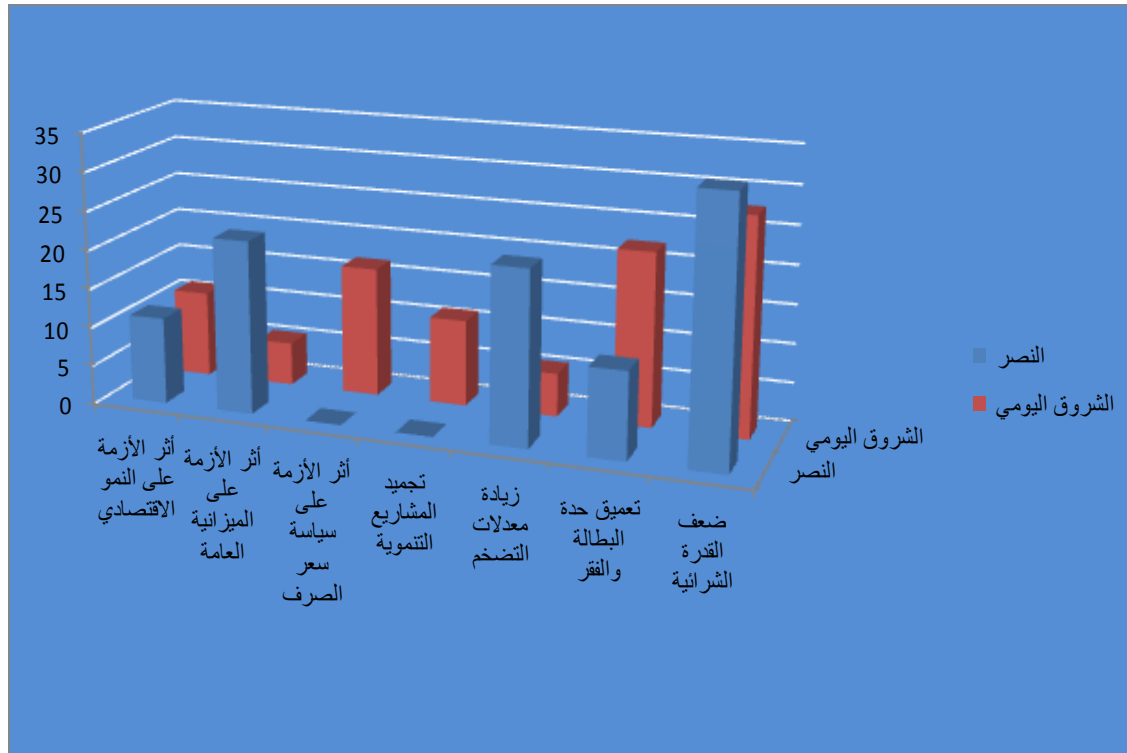
ومثال على ذلك ما نشرته في العدد الصادر بتاريخ 21 ماي 2016، والذي تضمن عمود تحت عنوان: "أيام العرب والعجم"، "من دخل بيت الأفامي (صندوق النقد الدولي)" فهو آمن"، وتضمن العمود الحديث عن الوضع الاقتصادي في الجزائر من خلال معطيات التقرير السنوي لمجلس إدارة صندوق النقد الدولي. أما عن موضوع تجميد المشاريع التنموية فقد نشرت هذه الصحيفة مقالا في العدد الصادر بتاريخ 21 أفريل 2016، تحت عنوان: "المشاريع التي لم تنطلق خلال الخماسي الأخير في خبران"، وفيه تمت الإشارة إلى تجميد العديد من المشاريع التنموية التي كانت مدرجة ضمن المخطط الخماسي 2015-2019 نتيجة للظرف المالي الصعب الذي تمر به الجزائر، وفي السياق ذاته عرضت الشروق اليومي تعليمة لوزارة المالية برقم 16/004 مؤرخة في 15 مارس 2016 موجهة إلى الأمرين بالصرف لميزانية الدولة، موقعة من طرف وزير المالية "عبد الرحمن بن خالفة"، الوثيقة تهدف إلى كفاءات إدارة عملية تطهير الفترة الخماسية السابقة لدونة الاستثمارات العمومية، استنادا للمعطيات المالية للدولة خلال هذه الفترة حيث سيتوقف فيها انجاز مشاريع المخطط الخماسي.

في حين نجد ان اثر الأزمة على الميزانية العامة بلغت نسبته 5.55% وهي نفس النسبة التي عبرت عن معالجة الشروق اليومي لموضوع أثر الأزمة في زيادة معدلات التضخم من خلال ما نشرت في العدد رقم 5250 الصادر بتاريخ 17 أكتوبر 2016، الصفحة رقم 5، والتي تضمنت مقالا تحت عنوان: "البنك الدولي يحذر الجزائر من البطالة والتضخم"، حيث كشف تقرير البنك الدولي أن الاقتصاد الجزائري قد شهدا نموا في النصف الأول من عام 2016 بمعدل 3.6% مقارنة بعام 2015 والذي كان 3.9%، حيث تم تعويض الانخفاض الحاد في أسعار النفط بزيادة إنتاج المواد الطاقوية وخفض مستوى الإنفاق العام، ما أدى الى ارتفاع معدلات البطالة والتضخم، كما حذر التقرير من تباطؤ النمو على مدى سنتين الى ثلاث سنوات مقبلة، مع تطبيق الحكومة إجراءات ضبط الأوضاع المالية العامة.

جدول رقم (22) يوضح النسب المقارنة بين عناصر فئة الآثار المترتبة عن الأزمة المالية بالجزائر لسنة

2016 من خلال ما نشرته المادة الخيرية للصحف محل الدراسة:

الشروق اليومي	النصر	صحف الدراسة الآثار المترتبة عن الأزمة
11.11	11.11	أثر الأزمة على النمو الاقتصادي
5.55	22.22	أثر الأزمة على الميزانية العامة
16.66	/	أثر الأزمة على سياسة سعر الصرف
11.11	/	تجميد المشاريع التنموية
5.55	22.22	زيادة معدلات التضخم
22.22	11.11	تعميق حدة البطالة والفقر
27.77	33.33	ضعف القدرة الشرائية



الشكل رقم(21): يوضح النسب المقارنة بين عناصر فئة الآثار المترتبة عن الأزمة المالية بالجزائر لسنة

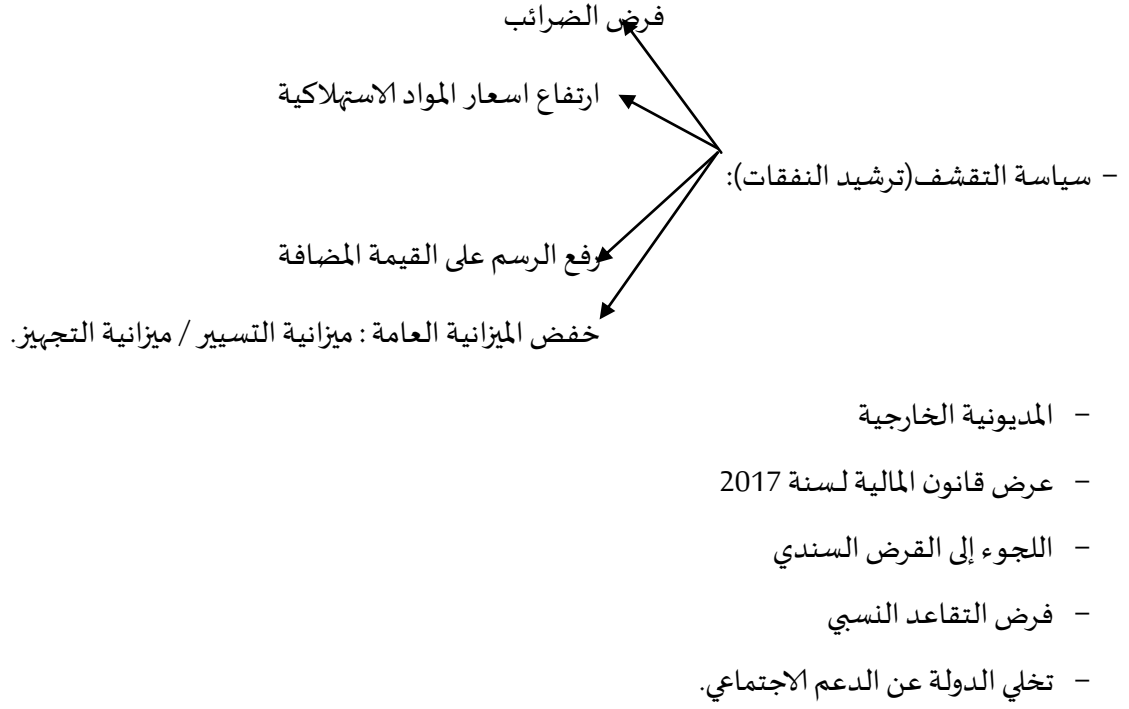
2016 من خلال ما نشرته المادة الخيرية للصحف محل الدراسة

نلاحظ من خلال معطيات الجدول رقم(22)، الذي يوضح النسب المقارنة لمعطيات فئة الآثار المترتبة عن الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016، أن كل من الصحيفتين محل الدراسة ركزت في المقام الأول على ضعف القدرة الشرائية للمواطن الجزائري في ظل الأزمة الراهنة حيث جاءت نسبتها في صحيفة النصر 33.33% كأعلى نسبة، و 27.77% في صحيفة الشروق اليومي، في حين تباينت النسب التي مثلت الفئات الفرعية الأخرى وجاءت على النحو الآتي:

ركزت صحيفة النصر في المقام الثاني على آثار الأزمة على الميزانية العامة على العكس منه في جريدة الشروق اليومي التي أدرجت في المقام الثاني أثر الأزمة في تعميق حدة البطالة، أما في المقام الثالث ركزت صحيفة النصر على آثار الأزمة في زيادة معدلات البطالة، في حين ركزت صحيفة الشروق اليومي على آثار الأزمة على سياسة سعر الصرف، كما نلاحظ أن صحيفة النصر ذكرت في المقام الرابع آثار الأزمة على النمو الإقتصادي وهو نفس الموضوع الذي أدرجته صحيفة الشروق اليومي في المركز الرابع ليليه الحديث عن آثار الأزمة في تعميق حدة البطالة والفقر في صحيفة النصر، و الحديث عن تجميد المشاريع التنموية في صحيفة الشروق اليومي كأحد تداعيات الأزمة.

كما نلاحظ أن صحيفة النصر لم تدرج ولا موضوع في ما يخص تجميد المشاريع التنموية الذي جاء في ظل تأزم الوضع المالي في الجزائري، كما لم تدرج ولا موضوع عن سعر الصرف وتأثره بالأزمة المالية الراهنة.

1-3- الحلول التي قدمتها الحكومة الجزائرية للخروج من الأزمة:



جدول رقم (23) يوضح الحلول التي قدمتها الحكومة الجزائرية للخروج من الأزمة المالية بالجزائر لسنة

2016 من خلال ما نشرته المادة الخبيرة لجريدة الناصر:

النصر		التكرار		صحيفة	الحلول المقترحة للخروج من الأزمة
%					
61.30	9.67	19	3	-فرض الضرائب	سياسة التقشف ترشيد النفقات
	16.12		5	-الزيادة في اسعار المواد الاستهلاكية.	
	16.12		5	-رفع الرسم على القيمة المضافة.	
	19.35		6	-خفض الميزانية العامة: ميزانية التجهيز ميزانية التسيير	
16.12		5		المديونية الخارجية	
16.12		5		عرض قانون المالية لسنة 2017	
6.45		2		اللجوء إلى القرض السندي	
/		/		فرض التقاعد النسبي	
/		/		تخلي الدولة عن الدعم الاجتماعي	
100		31		المجموع	



الشكل رقم (22): يوضح الحلول التي قدمتها الحكومة الجزائرية للخروج من الأزمة المالية بالجزائر لسنة

2016 من خلال ما نشرته المادة الخبيرة لجريدة الناصر

من خلال معطيات الجدول رقم (23) ، الذي يوضح أهم الحلول التي قدمتها الحكومة الجزائرية للخروج من الأزمة المالية لسنة 2016، تبين لنا أن صحيفة النصر ركزت من خلال مادتها الخبيرة على سياسة ترشيد النفقات التي تبنتها الدولة كحلولة مبدئية للخروج من الأزمة المالية، أو ما يطلق عليها بسياسة التقشف ويقصد بترشيد الإنفاق بأنه إتخاذ مجموعة من التدابير من أجل تأجيل النفقة العامة، للقيام بتحقيق المنفعة العامة بأقل التكاليف وأعلى جودة للسلع والخدمات، مما يؤدي إلى رفع مردودية النفقة العامة.¹ كما نجد أنه من بين الأسباب المؤدية إلى ترشيد الإنفاق هو تدهور الوضع المالي والإقتصادي وذلك من خلال العمل على ارساء قواعد بناء سليم وتحقيق معدل نمو اقتصادي مرضٍ في مختلف المجالات، الى جانب الخروج من الأزمة المالية التي تعرضت لها الجزائر باعتبار البترول المصدر الأول والمعتمد عليه لتمويل اقتصاد الجزائر.²

نسبة معالجة صحيفة النصر للمواضيع المرتبطة بترشيد الإنفاق 61.30%، مقسمة إلى 4 متغيرات : فرض الضرائب، ارتفاع اسعار المواد الاستهلاكية، رفع الرسم على القيمة المضافة، خفض ميزانية التسيير وميزانية التجهيز.

حيث ركزت صحيفة النصر بالدرجة الأولى على نشر المواد الخبيرة المتعلقة بخفض الميزانية العامة المتعلقة بكل من ميزانية التجهيز وميزانية التسيير بنسبة بلغت 19.35% بواقع 6 مواد خبيرة نشرتها النصر حول هذا الموضوع، ثم تأتي في المرتبة الثانية المواد الخبيرة المتعلقة بموضوع ارتفاع أسعار المواد الاستهلاكية، ورفع الرسم على القيمة المضافة*، والمديونية الخارجية، وعرض قانون المالية لسنة 2017 بنفس النسبة 16.12% بواقع 5 مواد خبيرة لكل موضوع من المواضيع السابقة الذكر.

أما في المرتبة الثالثة تناولت المادة الخبيرة لصحيفة النصر موضوع فرض الضرائب بنسبة 9.67% بتكرار 3 مرات، ونجد ذلك واضحا من خلال المواد الصحفية التي تناولت طرح الحكومة الجزائرية لقانون المالية لسنة 2017، والذي تضمن فرض الضرائب على العديد من التعاملات في الإعداد الآتية: العدد رقم 15095 والعدد رقم 15136 والعدد رقم 1514 .

¹ - صبرينة كردودي: ترشيد الإنفاق العام ودوره في علاج الموازنة العامة للدولة في الاقتصاد الاسلامي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014، ص 145.

² - عادل احمد حشيش: أصول الفن المالي للاقتصاد العام، مدخل لدراسة الأساسيات المالية العامة، دار المعرفة الجامعية، 1997، ص ص 104، 105.

* فالرسم على القيمة المضافة هو الرسم العام على الاستهلاك يطبق على العمليات ذات الطابع الصناعي، التجاري، الحرفي... الخ ، وهو يقع كليا على المستهلك و يحصل كلما حدثت عملية 7 خاضعة للضريبة، أنظر في ذلك : دنيدي يحي: المالية العمومية، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر 2010.

بالإضافة إلى ما سبق فإنه من خلال لجوء الدولة إلى ترشيد نفقات فإنها تسعى للمحافظة على المال العام، وذلك للخروج من الأزمة المالية تجنباً للجوء للإقتراض، وتنظيم عملية ضبط النفقات في المجال المالي يساعد في تلبية حاجات المجتمع في الوقت الذي كان المجتمع الجزائري بحاجة ماسة إليها.¹

وتشير معطيات الجدول رقم (23) إلى حلول أخرى تبنتها الحكومة وتم الإشارة لها في المادة الخيرية لصحيفة النصر، حيث ركزت هذه الصحيفة على الحديث عن موضوع لجوء الحكومة الجزائرية إلى المديونية الخارجية كأحد الحلول المقترحة للخروج من الأزمة المالية وذلك بنسبة 16.12% وهي نفس نسبة معالجة النصر لموضوع عرض قانون المالية لسنة 2017، وهو ما يشير إليه العدد رقم: 15149 الصادر بتاريخ 9 نوفمبر 2016 صفحة 4 والذي تضمن مقال صحفي تحت عنوان "مشروع قانون المالية 2017 تضمن زيادة بنسبة 02% في الضرائب"، وفي عدد آخر صادر بتاريخ 17 نوفمبر 2016 تضمن في صفحته 03 مقال تحت عنوان: "وزير المالية يرد على تساؤلات النواب ويؤكد: قانون المالية متوازن ويضمن استمرارية النمو ويحافظ على القدرة الشرائية"، ونجد أيضاً في عدد آخر من النصر الصادر بتاريخ 27 نوفمبر 2016 صفحة 03 مقالا تحت عنوان: "قانون المالية سي جلب عائدات إضافية للخزينة قدرت بـ11 ألف مليار"، وفي نفس الموضوع نشرت النصر في العدد رقم 15191 الصادر بتاريخ 29 ديسمبر 2016، مقالا تحت عنوان: "الرئيس بوتفليقة يعطي الضوء الأخضر لتنفيذ قانون المالية 2017".

ونجد أن النصر عالجت موضوع فرض الضرائب كأحد الحلول المطروحة من طرف الدولة للخروج من الأزمة المالية لسنة 2016، بنسبة 9.67% بواقع 3 مواد خبرية تناولت هذا الموضوع، كما عبرت بنسبة 6.45% عن اللجوء إلى القرض السندي كأحد الحلول المقترحة للخروج من الأزمة، ونجد ذلك في العدد رقم: 14978 الصادر بتاريخ: 18 أبريل 2016، الذي تضمن في صفحته 02 (الحدث)، حديثاً صحفياً مع الخبير الاقتصادي "د. محمد حميدوش" "القرض السندي سيعرف نجاحاً في الإكتتاب لتوفر الموارد المالية المدخرة"، حيث أفاد المتحدث أن عملية الإكتتاب في القرض السندي ستكون ناجحة بالنظر إلى توفر السيولة لدى المتعاملين الاقتصاديين، والمؤسسات والشركات مؤكداً أن هذه الآلية سترفع إيرادات الدولة وتنقص من العجز وتحافظ على الموارد الموجودة في صندوق ضبط الإيرادات.

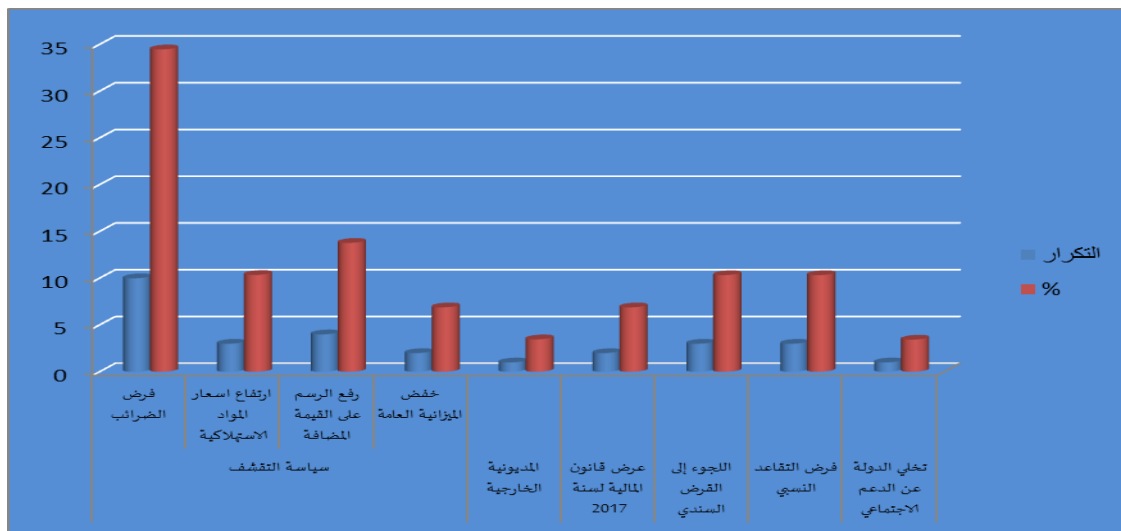
وللإشارة فإن صحيفة النصر لم تنشر أي مادة خبرية حول موضوع فرض التقاعد النسبي، وموضوع تخلي الدولة عن الدعم الاجتماعي.

¹ - مسعود دراوسي: السياسة المالية ودورها في تحقيق التوازن الاقتصادي لحالة الجزائر 1990، 2004، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006، ص 171.

جدول رقم (24) يوضح الحلول التي قدمتها الحكومة الجزائرية للخروج من الأزمة المالية بالجزائر

لسنة 2016 من خلال ما نشرته المادة الخبيرة لجريدة الشروق اليومي:

الشروق اليومي		صحيفة		الحلول المقترحة للخروج من الأزمة
%	التكرار			
65.51	34.48	19	10	-فرض الضرائب
	10.34		3	-ارتفاع اسعارالمواد الاستهلاكية.
	13.79		4	-رفع الرسم على القيمة المضافة.
	6.89		2	-خفض الميزانية العامة: ميزانية التجهيز ميزانية التسيير
3.44		1		المديونية الخارجية
6.89		2		عرض قانون المالية لسنة 2017
10.34		3		اللجوء إلى القرض السندي
10.34		3		فرض التقاعد النسبي
3.44		1		تخلي الدولة عن الدعم الاجتماعي
100		29		المجموع



الشكل رقم (23) : يوضح الحلول التي قدمتها الحكومة الجزائرية للخروج من الأزمة المالية بالجزائر لسنة

2016 من خلال ما نشرته المادة الخبيرة لجريدة الشروق اليومي

من خلال قراءة معطيات الجدول (24) الذي يمثل أهم الحلول المتخذة من طرف الحكومة الجزائرية لمواجهة الأزمة المالية لسنة 2016 من خلال ما نشرته المادة الخيرية لصحيفة الشروق اليومي، نجد أن هذه الصحيفة قد أعطت أهمية كبيرة لسياسة ترشيد النفقات (الإجراءات التقشفية) التي دعت الحكومة الى تنفيذها تزامنا مع استمرار تداعيات الأزمة المالية على الجانب الاقتصادي والسياسي والتنموي في البلاد، والتي حظيت باهتمام بالغ حيث بلغت نسبة معالجة الشروق اليومي لهذا الموضوع 65.51%، وهو ما عبرت عنه الأعداد رقم: 5055 الصادر بتاريخ 31 مارس 2016، والذي تضمن مقال في الصفحة رقم (5)، تحت عنوان: "في تعليمة وجهها وزير المالية إلى الأمرين بالصرف: "تقشفوا أكثر... كل المشاريع الجديدة مؤجلة إلى ما بعد 2016!"، وفي العدد رقم 5079 نشرت الشروق اليومي خبرا صحفيا تحت عنوان: "في تعليمة مستعجلة لوزارة المالية: هذه هي القطاعات المعنية بالتقشف، حيث أكدت وزارة المالية على الإجراءات التقشف وترشيد النفقات لميزانياتي التجهيز والتسيير لسنة 2016"، ودعت الى تقليص الإنفاق إلى الحد الأدنى بخصوص الميزانيات المحلية وصندوق التضامن للجماعات المحلية، والصندوق الولائي لإعادة تأهيل الحضائر العقارية للبلديات، وفي العدد الصادر بتاريخ 06 جوان 2016، صفحة 5: مقال تحت عنوان: "تآكل احتياطي الصرف يفرض تقشفا من نوع آخر في قانون المالية لـ2017"، يليه موضوع فرض التقاعد النسبي، وموضوع اللجوء الى القرض السندي في المرتبة الثانية بنسبة 10.34% لكل منهما، حيث يعتبر القرض السندي أحد الحلول لتغطية العجز المالي الذي تواجهه الجزائر جراء الأزمة المالية التي قلصت من الموارد المالية للخزينة العمومية مما دعى الى طرح بدائل للحصول على موارد مالية بديلة، جاء في مقدمتها الحصول على قرض سندي، وهو ما تحدثت عنه المادة الخيرية للشروق اليومي في العدد رقم: 5122 في الصفحة 3، مقال تحت عنوان: "سلال يؤكد أن الوضع المالي للجزائر صعب والغد غامض: الإبقاء على سن 60 للتقاعد... وإلغاء المسبق والنسبي كأحد الحلول لتخفيف حدة الأزمة"، وهو ما يعني تقليص فرص التوظيف وإلغاء بعضها في العديد من القطاعات، حيث ذكرت الشروق اليومي في هذا العدد توجه الحكومة الى فرض التقاعد النسبي جاءت نتيجة لعدة معطيات كانت من بينها تراجع الموارد المالية للجزائر بأكثر من النصف، بالإضافة إلى تراجع فاتورة الواردات بنسبة تجاوزت 13%.

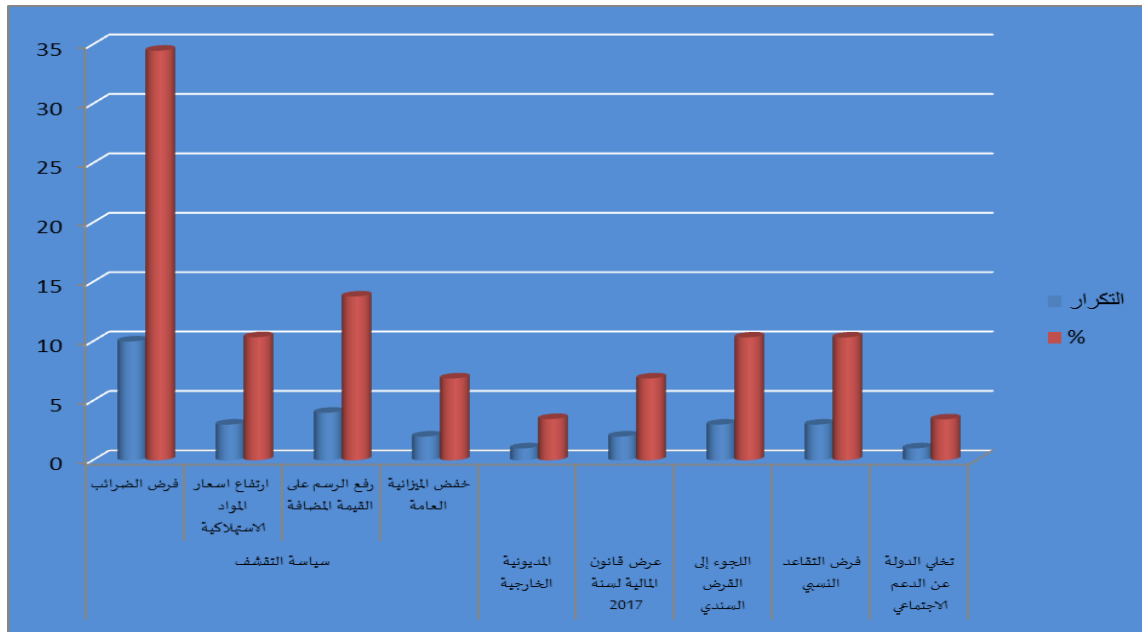
أما في المرتبة الثالثة فنجد معالجة الشروق اليومي لموضوع طرح قانون المالية لسنة 2017، بنسبة 6.89%، حيث تضمن هذا القانون زيادات في بعض أسعار المواد الاستهلاكية حسب ما عبرت عنه المادة الخيرية في العدد رقم 5315 من خلال الرسم الكاريكاتوري الذي نشرته الشروق اليومي في الصفحة 2 مرصد الشروق، تحت عنوان: "لازم تخلص حق ما راك تننفس! إشارة الى تعليمات قانون المالية 2017 .

بالإضافة الى ما سبق، نجد أيضا أنه من بين الحلول التي طرحتها الحكومة الجزائرية، اللجوء الى المديونية الخارجية والإعتماد على مساعدات صندوق النقد الدولي الذي يمنح قروض للدول التي تعاني من أزمات مالية، حيث جاءت نسبة معالجة هذا الموضوع في صحيفة الشروق اليومي بـ3.44%، نجد في العدد رقم 5106 مقالا إفتتاحيا تحت عنوان "احذروا... الأفاعي" يتحدث فيه جمال لعلامي كاتب الإفتتاحية عن صندوق النقد الدولي والوضع

المالية بالجزائر 2016 وموضوع الإستدانة من الخارج لسد العجز المالي، ونجد في نفس العدد عمود آخر "أيام العرب والعجم" لكاتبه حبيب راشددين، تحت عنوان: "من دخل بين الأفامي فهو آمن"، الحديث عن الوضع الاقتصادي بالجزائر والتقرير السنوي لمجلس إدارة صندوق النقد الدولي، وهي نفس النسبة التي عبرت عن تخلي الدولي عن الدعم الإجتماعي، حيث أقرت وزارة المالية من خلال المقال المنشور في العدد رقم 5281، أن صندوق ضبط الإيرادات ليس سياديا واقتطاع ألف مليار منه سنة 2017. وأشار المسؤول الأول عن قطاع المالية بالجزائر بأن عقلنة النفقات العمومية لن تمس بما تقدمه الدولة كنفقات اجتماعية موجبة للطبقات الهشة بدليل تخصيص المبلغ الهام الذي حددته الدولة بما يقارب 1.631 مليار دج (24% من ميزانية الدولة و8% من الناتج الداخلي الخام) رغم انخفاضه بـ11.4% مقارنة بسنة 2015.

جدول رقم (25) يوضح نسب المقارنة لفئة الحلول التي قدمتها الحكومة الجزائرية للخروج من الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016 من خلال ما نشرته المادة الخبيرة للصحف محل الدراسة:

الشروق اليومي		النصر		صحيفة	
%		%		الحلول المقترحة للخروج من الأزمة	
65.51	34.48	61.26	9.67	-فرض الضرائب	سياسة التقشف ترشيد النفقات
	10.34		16.12	-ارتفاع اسعار المواد الاستهلاكية.	
	13.79		16.12	-رفع الرسم على القيمة المضافة.	
	6.89		19.35	-خفض الميزانية العامة: ميزانية التجهيز ميزانية التسيير	
3.44		16.12		المديونية الخارجية	
6.89		16.12		عرض قانون المالية لسنة 2017	
10.34		6.45		اللجوء إلى القرض السندي	
10.34		/		فرض التقاعد النسبي	
3.44		/		تخلي الدولة عن الدعم الاجتماعي	



الشكل رقم (24) : يوضح نسب المقارنة لفئة الحلول التي قدمتها الحكومة الجزائرية للخروج من الأزمة

المالية بالجزائر لسنة 2016 من خلال ما نشرته المادة الخبيرة للصحف محل الدراسة

تشير بيانات الجدول رقم(25) إلى النسب المقارنة لفئة الحلول التي قدمتها الحكومة الجزائرية للخروج من الأزمة، حيث يتضح جليا تركيز صحف الدراسة على سياسة ترشيد النفقات، وإعطائها مساحة إعلامية أكبر من باقي المواضيع المرتبطة بهذه الفئة، حيث نجد أن نسبة معالجة هذا الموضوع في كلتا الصحيفتين بلغت 61.26% في صحيفة النصر، و65.51% في جريدة الشروق اليومي، يليها موضوع المدىونية الخارجية وعرض قانون المالية 2017 بنسبة 16.12% لكل منهما في جريدة النصر، أما جريدة الشروق اليومي فقد ركزت على موضوع اللجوء الى القرض السندي وموضوع التقاعد النسبي في المرتبة الثانية بنفس نسبة المعالجة بلغت 10.34%، في المرتبة الثالثة تحدثت النصر عن اللجوء الى القرض السندي بنسبة 6.45%، وفي الشروق اليومي نجد في المرتبة الثالثة موضوع عرض قانون المالية لسنة 2017.

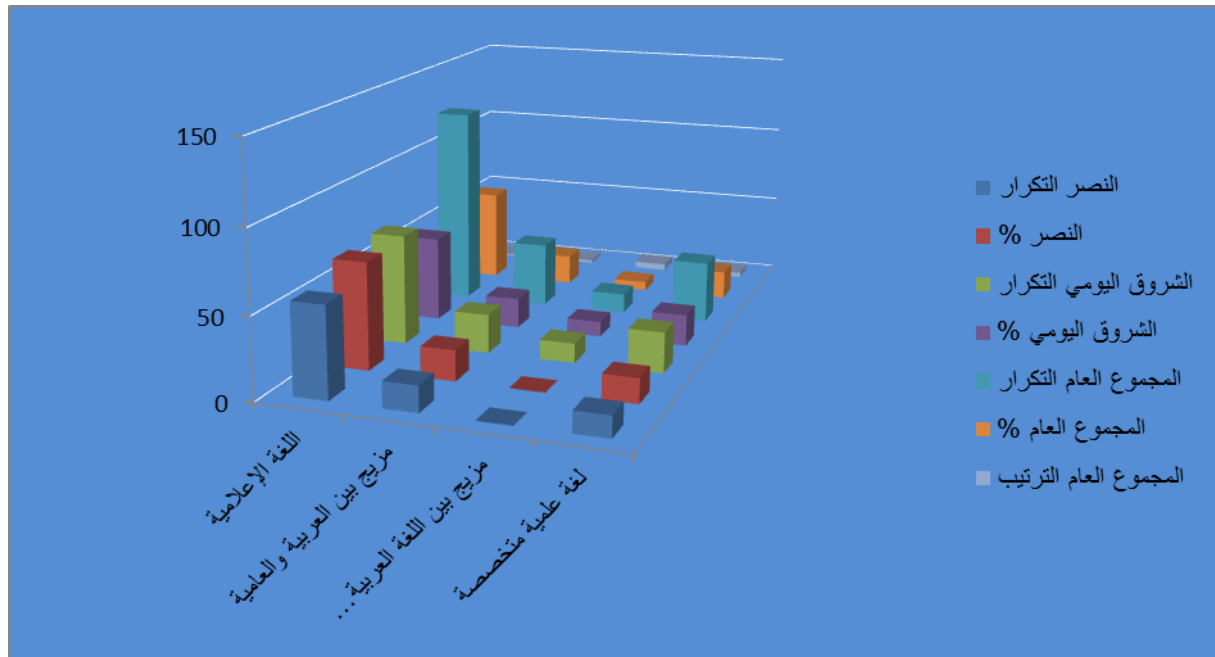
وتجدر الاشارة هنا، إلى عدم تناول جريدة النصر لموضوع فرض التقاعد النسبي، وموضوع تخلي الدولة عن الدعم الاجتماعي، حيث لم تخصص لهم ولا مادة خبرية ضمن الأعداد التي تم تحليلها في هذه الدراسة.

2- توزيع فئة اللغة المستخدمة في معالجة موضوع الدراسة ضمن الصحف محل التحليل:

جدول رقم (26): يوضح اللغة المستخدمة في عرض المواضيع المتعلقة بالأزمة المالية بالجزائر ضمن

صحيفة النصر وصحيفة الشروق اليومي:

المجموع العام			الشروق اليومي		النصر		صحيفة اللغة المستخدمة
الترتيب	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
1	57.94	124	52.71	68	65.88	56	اللغة الإعلامية
2	18.69	40	18.60	24	18.82	16	مزيج بين العربية والعامية
4	5.60	12	9.30	12	/	/	مزيج بين اللغة العربية والأجنبية
3	17.75	38	19.37	25	15.29	13	لغة علمية متخصصة
/	100	214	100	129	100	85	المجموع



الشكل رقم (25): يوضح اللغة المستخدمة في عرض المواضيع المتعلقة بالأزمة المالية بالجزائر ضمن

صحيفة النصر وصحيفة الشروق اليومي.

تشير بيانات الجدول رقم (26)، إلى نوع اللغة التي استخدمتها كل صحيفة من صحف الدراسة في معالجة

موضوع الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016، حيث جاءت نتائج الدراسة التحليلية لهذه الفئة على النحو الآتي:

صحيفة النصر:

كما هو موضح في بيانات الجدول أعلاه، والمتضمن لنتائج تحليل فئة اللغة المستخدمة في معالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016 في صحيفة النصر، تبين أن هذه الصحيفة وظفت اللغة الإعلامية في معالجتها بنسبة بلغت 65.88% بتكرار 56 مرة، كما وظفت صحيفة النصر مزيج بين اللغة العربية والعامية بنسبة بلغت 18.82% بواقع 16 تكرارا تضمنت فيه المواد الخيرية المتعلقة بمعالجة موضوع الأزمة كلمات باللغة العامية بالإضافة إلى اللغة العربية، ثم جاءت في المرتبة الثالثة اللغة العلمية المتخصصة بنسبة بلغت 15.29% بواقع 13 تكرارا، فيما لم يسجل أي ظهور لمزيج بين اللغة العربية والأجنبية ضمن المواد الخيرية التي تم تحليلها والخاصة بصحيفة النصر.

صحيفة الشروق اليومي:

تشير بيانات الجدول السابق، والمتضمن لنتائج تحليل فئة اللغة المستخدمة في معالجة الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016، في صحيفة الشروق اليومي إلى تفوق اللغة الإعلامية من حيث الاستخدام بنسبة بلغت 52.71%، ب68 تكرارا، ثم جاءت اللغة العلمية المتخصصة في الترتيب الثاني بنسبة بلغت 19.37% ما يمثل 25 تكرارا ضمن مادتها الخيرية، يلما استخدام مزيج بين اللغة العربية والعامية، بنسبة 18.60% أي بتكرار 24 مرة، في حين تم تسجيل استخدام مزيج بين اللغة العربية والأجنبية بنسبة 9.30% أي بتكرار 12 مرة ضمن المادة الخيرية التي تناولت موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016.

عرض ومناقشة نتائج التحليل الكيفي لفئة اللغة المستخدمة في المعالجة، واستخلاص أوجه التوافق والاختلاف بينهما:

اللغة هي الرابط المباشر بين المرسل والمتلقي، وهي الوعاء الذي يصب فيه الفكر وفي كثير من الأحيان يكون التشويش الحاصل على مستوى الرسالة الخيرية سببه غموض اللغة المستخدمة وعدم وضوح المصطلحات والكلمات الموظفة، وهو ما هدفت اليه هذه الدراسة من خلال تحليلها لهذه الفئة والمتعلقة بمعرفة نوع اللغة المستخدمة في معالجة موضوع الدراسة في كل من صحيفة النصر وصحيفة الشروق اليومي، ولاستخلاص أوجه التوافق والاختلاف بين هاتين الصحيفتين في كيفية استخدامهما لهذه اللغة تم عرض نتائج كل صحيفة على حدى. كما تمت الإشارة في التحليل بيانات الجدول رقم (26) أعلاه.

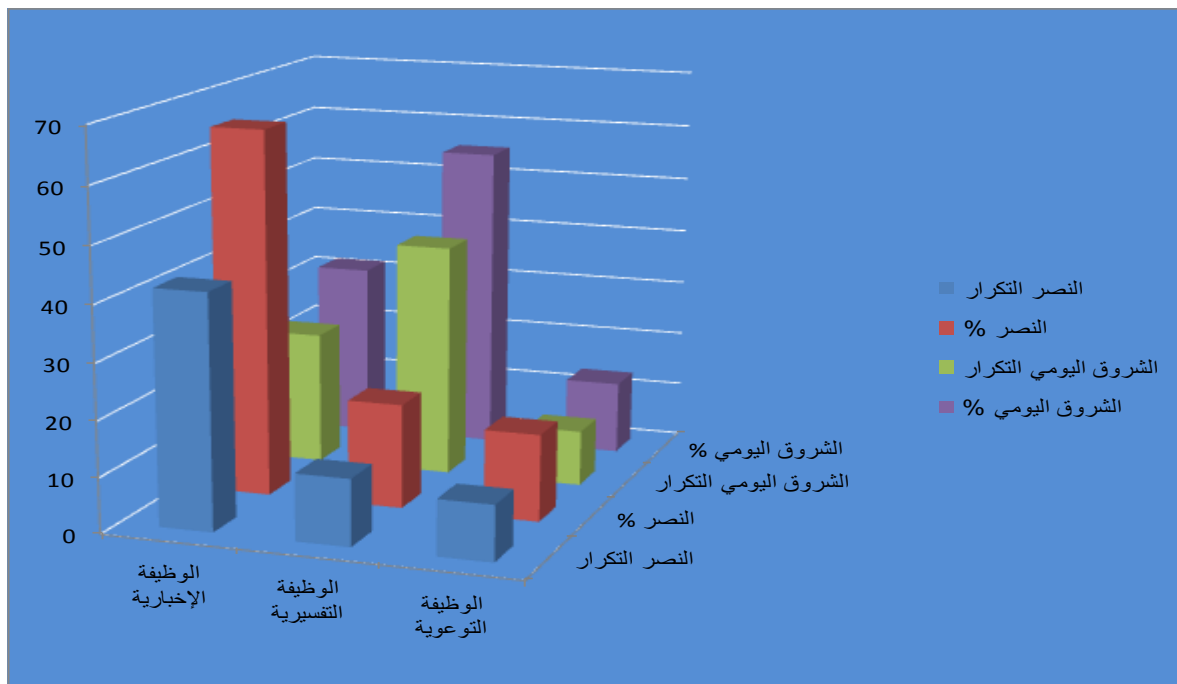
وعليه تبين وجود اتفاق متقارب بين صحف الدراسة من حيث اللغة المستخدمة، حيث ركزت على استخدام اللغة الإعلامية في المعالجة بنسبة 57.24% بواقع 124 تكرارا، ثم جاء استخدام مزيج بين اللغة العربية والعامية في الترتيب الثاني بنسبة بلغت 18.69% بواقع 40 تكرارا ضمن مادتها الخيرية، وظفت فيها كلمات باللغة العامية ضمن نصوص تم تحريرها باللغة العربية الفصحى تلتها اللغة العلمية المتخصصة في الترتيب الثالث بنسبة بلغت 17.75% بواقع 38 تكرارا، في حين تم توظيف مزيج بين اللغة العربية والأجنبية بنسبة 5.60% بواقع 12 تكرارا تضمنت فيه

المواد الخبرية الخاصة بمعالجة موضوع الدراسة كلمات باللغة الأجنبية والخاصة بالمادة الخبرية لصحيفة الشروق اليومي فقط، حيث سجلنا عدم إعتداد صحيفة النصر على "مزيج بين اللغة العربية والأجنبية" ضمن مادتها الخبرية.

3- فئة وظيفة المضمون محل التحليل:

جدول رقم (27): يوضح وظيفة المضمون محل التحليل للصحف محل الدراسة:

الشروق اليومي		النصر		وظيفة المضمون محل التحليل
%	التكرار	%	التكرار	
31.57	24	65.62	42	الوظيفة الإخبارية
55.26	42	18.75	12	الوظيفة التفسيرية
13.15	10	15.62	10	الوظيفة التوعوية
100	76	100	64	المجموع:



الشكل رقم (26): يوضح وظيفة المضمون محل التحليل للصحف محل الدراسة

تشير معطيات الجدول رقم (27)، إلى وظيفة المضمون المتعلق بموضوع الدراسة في كل من صحيفة النصر والشروق اليومي، حيث نلاحظ تفوق الوظيفة الإخبارية في صحيفة النصر بنسبة 65.62 %، وتتم هذه الوظيفة عن طريق متابعة أخبار الأزمة، والتعريف بنتائج مواجهتها ومحاولات التصدي لها، ومدى التطور أو مدى النجاح في ذلك.

تلها الوظيفة التفسيرية بنسبة 18.75%، والوظيفة التوعوية بنسبة 15.62%، أما صحيفة الشروق اليومي فقد جاءت الوظيفة التفسيرية في المقام الأول بنسبة 55.26%، وهنا نلاحظ اعتماد المادة الخيرية للشروق اليومي للمنهج التحليلي التفسيري، الذي يتعرض للأبعاد المختلفة للأزمة، ويساهم في زيادة بلورة تشخيصها وتوضيحها بشكل شامل وعميق، فالنزعة التحليلية توجد جمهورا يعرف ماذا يحدث ويفهمه ويستوعبه، ويصبح محصنا ضد تأثير أي خطاب إعلامي مختلف، وذلك لأنه في المهمة الأولى وقف على أرض صلبة بناها بنفسه من خلال المعلومات الصحيحة والتحليل السليم.

وفي هذا الصدد لابد من الاعتماد على الخبراء والمتخصصين وقادة الرأي، القادرين والمؤهلين على تقديم ثقافة الأزمة وفق النزعة التحليلية-التفسيرية-، من شأن ذلك أن يثري الخطاب الإعلامي وأن يزيد من مصداقيته، ومن قوة إقناعه، وبالتالي مقدرته على الوصول والتأثير وتحقيق الأهداف.

وعادة ما تصطدم وسائل الإعلام عند حدوث أزمات مفاجئة بغياب عنصر بشري مؤهل ومعدّ سلفا لتغطية موضوع الأزمة، مما يضع الوسيلة الإعلامية في موقف صعب، لتخصيص مجموعة من الصحفيين لوقت الأزمة، فالعائق لا يقف عند بعض المهتمين بحقل إعلام الأزمات عند هذا الحد بل يتجاوز في نظرهم الوسيلة الإعلامية ذاتها ليرتبط بشخص الصحفي في حد ذاته، الذي تفرض عليه الأزمة بطبيعتها مؤهلات شخصية تتعلق به كفرد وليس كإعلامي يمارس وظيفة، فالأزمة تفرض على الشخص الذي يتعامل معها جملة من الشروط:¹

- الثبات والإتزان، والبعد عن التقلبات الحادة والشديدة وعدم ظهور آثار سلبية بسبب الإنفعال على المظاهر الفسيولوجية التي يتحكم فيها الجهاز العصبي.
- الذكاء والقدرة على الإبداع، والذي يقصد به القدرة على إنتاج الجديد من خلال صياغة جيدة للمادة الخيرية.
- الجدية في العمل والشعور بالمسؤولية.
- أن تكون لديه قدرات إدارية وتنظيمية تساعده في تنظيم العمل، أو التعاون ضمن فريق الأزمة.
- الإستعداد للإعتراف بالأخطاء وقبول النقد أو النصيحة والرغبة في تطوير الأداء وتحقيق الإنجاز.

وفي المقام الثاني ركزت المادة الخيرية لجريدة الشروق اليومي على الوظيفة الإخبارية بنسبة 31.57%، ثم في الأخير تأتي الوظيفة التوعوية بنسبة 13.15%، تعتبر هذه الوظيفة أهم وأخطر الوظائف في العملية الإعلامية أثناء الأزمة، فمتخذ القرار في الكيان الإداري في حاجة ماسة إلى دعم وتأييد كافة القوى المحيطة بالأزمة، ومن خلال

¹- فيصل فرجي: مرجع سبق ذكره، ص

المعرفة المخططة جيدا، أو التأثير الإيجابي على تشكيل ثقافة الفرد والمجتمع، وتنمية الإدراك بخطورة وأبعاد الأزمة، وتتكون لدى أفراد المجتمع قناعة معينة تدفعهم إلى القيام بسلوك معين¹.

ونفسر وجود تباين في تركيز صحف الدراسة على وظيفة دون أخرى، كون صحيفة النصر صحيفة عمومية إخبارية بالدرجة الأولى وهو ما أكدته نتائج التحليل المتعلقة بفئة الأنواع الصحفية التي تم استخدامها في معالجة موضوع الدراسة، حيث ركزت النصر على الأنواع الإخبارية لأن وظيفتها الأولى هي الإخبار، وهو ما نجده في جريدة الشروق اليومي الخاصة بصحافة الرأي، حيث أشارت نتائج التحليل للأنواع الصحفية أن هذه الصحيفة تركز على أنواع الرأي والتي نجد أنها تقوم على الشرح والتفسير والتحليل لمعطيات الأزمة، على العكس من جريدة النصر، وهو ما يعكس الخط الإفتتاحي للصحيفتين وسياستهما التحريرية.

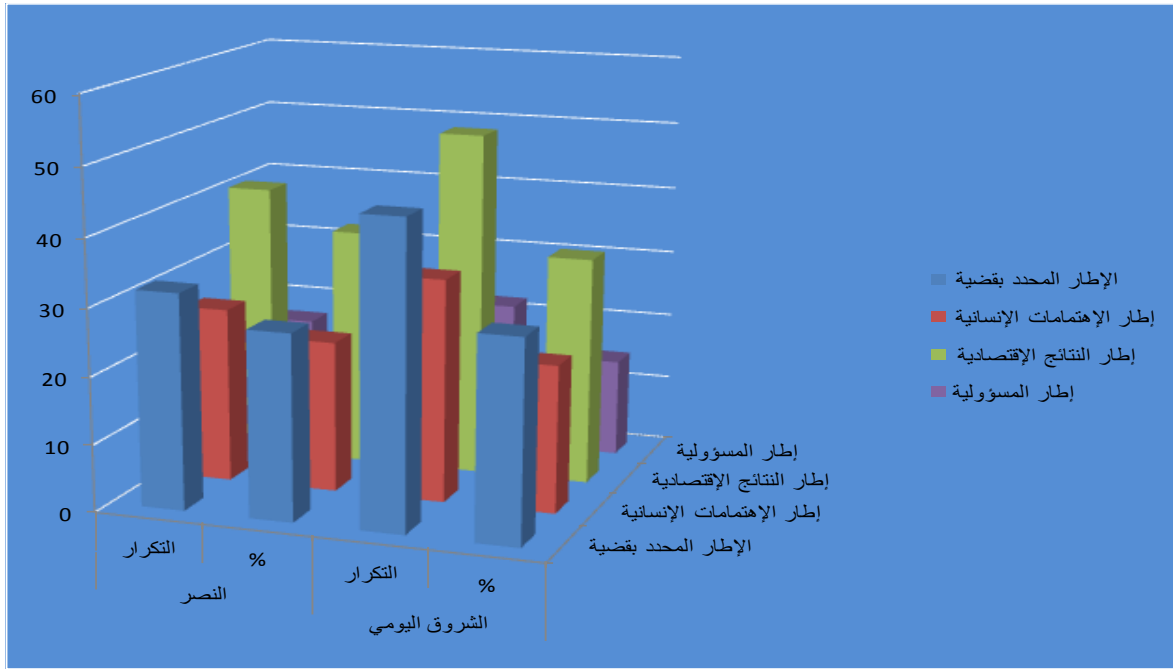
4- فئة الأطر الإعلامية التي تم اعتمادها في معالجة موضوع الدراسة ضمن مادة التحليل:

جدول رقم (28): يوضع فئة الأطر الإعلامية الأكثر استخداما في تحرير المواضيع المتعلقة بالأزمة المالية

بالجزائر لسنة 2016، ضمن الصحف محل الدراسة:

الشروق اليومي		النصر		صحيفة الأطر الإعلامية
%	التكرار	%	التكرار	
29.80	45	27.58	32	الإطار المحدد بقضية
21.85	33	22.41	26	إطار الاهتمامات الإنسانية
33.77	51	35.34	41	إطار النتائج الاقتصادية
14.56	22	14.65	17	إطار المسؤولية
100	151	100	116	المجموع

¹ - ابراهيم عبد الله المسلمي: الإعلام وإدارة الأزمات، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 2014، ص 201.203



الشكل رقم (27) : يوضع فئة الأطر الإعلامية الأكثر استخداما في تحرير المواضيع المتعلقة بالأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016، ضمن الصحف محل الدراسة.

يشير الجدول رقم (28) إلى فئة الأطر الإعلامية التي اعتمدت عليها صحف الدراسة في مادتها الخبرية المتعلقة بمعالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016، ويتم تشكيل الأطر بوجود أو غياب كلمات، عبارات، صور نمطية، مصادر معلومات وجمل رئيسية تعزز مجموعة من الحقائق والأحكام، ويعد إطار الوسيلة أسلوبا ادراكيا يستخدم في عملية وضع كود المعلومات والتفسير ويتصل بتعود الصحفيين وباعتباره استراتيجية لبناء وتحليل النص الإعلامي أو كمواصفات له،¹ ويغض النظر عن سلسلة القرارات الطبيعية التي يتخذها الصحفيون حول ما يقومون بتغطيته وكيف يقومون بتغطيته فإن العمل الإعلامي تحكمه سلسلة من القوانين التنظيمية (الروتين) تجعل الأشياء المجردة مادية ومن بينها استخدام الأطر المعدّة مسبقا لتغطية الأحداث الجديدة.²

وفي هذا الجانب نجد أن كلتا الصحيفتين ركزتا على إبراز إطار النتائج الاقتصادية، بنسبة بلغت 35.34% في صحيفة النصر، و33.77% في صحيفة الشروق اليومي، وهو أمر عادي لأن موضوع الأزمة يعتبر موضوعا اقتصاديا له أبعاد ونتائج مما يجعل كل من النصر والشروق اليومي تركز على ذكر أهم النتائج الاقتصادية لهذه الأزمة سواء تعلق الأمر بأسبابها أو آثارها، أو الحلول المقترحة لمواجهتها، أما في المركز الثاني نجد أن صحف الدراسة ركزت على الإطار المحدد بقضية، بلغت نسبة إبراز هذا الإطار في صحيفة النصر 27.58% وبنسبة متقاربة في صحيفة الشروق

¹ -Durham D.F, News Frames as social narratives, TWA flight 800, journal of communication, Autumn, vol 48, No 4, 1998, pp100-117.

² -Majid, A R, Ramaprasad J, Framing Beijing, Dominant ideological influences on the american press coverage of the fourth UN conference on women and NGO forum, Gazette, vol62, No1, 2000, pp45-59.

اليومي 29.80%. حيث يتم فيه التركيز على قضية أو حدث جوانبه واضحة عند الجمهور لأنه حدث مرتبط بوقائع ملموسة عندئذ يركز الإطار على المدخل الشخصي أو تقديم عناصر الحدث وتداعياته، وهو ما طرحته المادة الخبيرة للصحف محل التحليل حول أهم المواضيع المرتبطة بالأزمة.

يليه إطار الإهتمامات الإنسانية بنسبة 22.41% في صحيفة النصر، و 21.85% في صحيفة الشروق اليومي، ويظهر هذا الإطار من خلال التركيز على ابراز آثار الأزمة على المواطن الجزائري من ناحية المستوى المعيشي في ظل الأزمة والحديث عن القدرة الشرائية، وعن توفير مناصب الشغل، وارتفاع نسب البطالة، وغيرها من الآثار الاجتماعية التي سبق وتمت الإشارة لها في فئة الموضوع.

أما في المركز الرابع، نجد أن الصحف استخدمت إطار المسؤولية بنسبة 14.65% في صحيفة النصر، وبلغت نسبته في صحيفة الشروق اليومي 14.56%، ومن خلال هذا الإطار يضع القائم بالاتصال الرسائل للإجابة عن السؤال "من المسؤول عن؟" الأفراد والمؤسسات والدولة معنيون بمعرفة المسؤول عن الحدث وتحديدته في شخص أو مؤسسة أو قانون أو سلوك أو حكومة محددة، حيث ربطت الصحف محل الدراسة موضوع الأزمة المالية بالعديد من مؤسسات الدولة كبنك الجزائر، وزارة المالية،... وغيرها وحاولت البحث عن دور هته المؤسسات في تفعيل أو تخفيف من حدة الأزمة ولكن بطريقة غير مباشرة يمكن استنتاجها ضمنيا من خلال المادة الخبيرة لهذه الصحف.

5- فئة الفاعلين (الشخصيات الفاعلة):

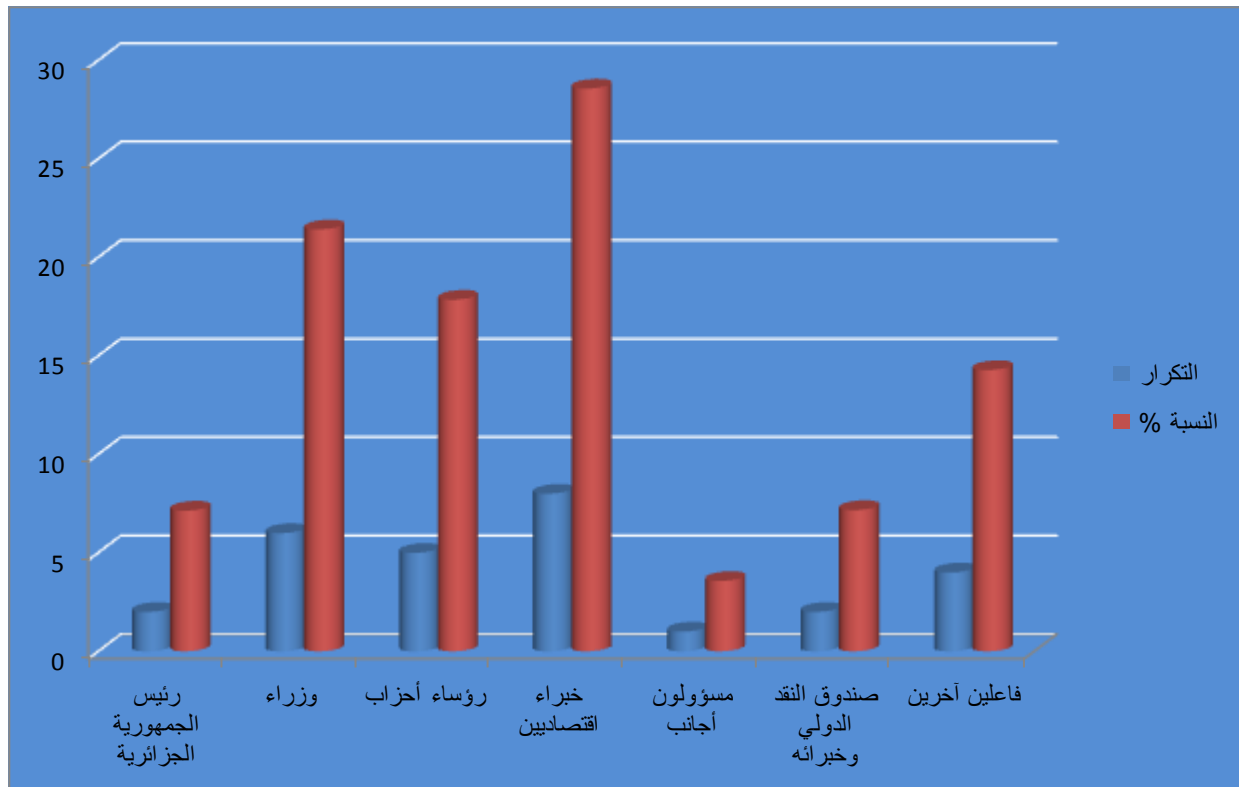
تقوم هذه الفئة على أساس الدور المنوط بالفاعلين في المضمون الإعلامي أو الشخصيات الفاعلة داخله سواء كانت شخصيات طبيعية (قادة، رؤساء، متخصصين، خبراء، علماء، إعلاميين، سياسيين، إلخ) أو شخصيات معنوية (دولة، مجتمع، مؤسسات تجارية، نظام سياسي أو اقتصادي، أحزاب سياسية، منظمات المجتمع المدني.. إلخ)، ولعل دور كل شخصية هنا هو الذي يحدد لنا أهميتها ومكانتها في المضمون، بحيث يشمل استخدام هذا النوع من الفئات في مجمل المواضيع والقضايا المطروحة.¹

وتتعلق هذه الفئة بأهم الشخصيات السياسية والاقتصادية التي كان لها دور مؤثر في المضمون محل الدراسة، أي أهم الشخصيات والمؤسسات الفاعلة التي كانت لها آراء اقتراحات حول موضوع الأزمة 2016، ويمكن عرض نتائج التحليل الكمي لهذه الفئة كما يلي:

¹ - Majid, A R, Ramaprasad J, Framing Beijing, Dominant ideological influences on the american press coverage of the fourth UN conference on women and NGO forum, Gazette, vol62, No1, 2000, pp45-59.

جدول رقم (29): يوضح فئة الفاعلين ضمن مواضيع الأزمة المالية بالجزائر في صحيفة النصر:

النسبة %	التكرار	الأطراف الفاعلة في موضوع الأزمة
7.14%	02	رئيس الجمهورية الجزائرية
21.42%	06	وزراء
17.85%	05	رؤساء أحزاب
28.57%	08	خبراء اقتصاديين
3.57%	01	مسؤولون أجانب
7.14%	02	صندوق النقد الدولي وخبرائه
14.28%	04	فاعلين آخرين ...
100%	28	المجموع:



الشكل رقم (28): يوضح فئة الفاعلين ضمن مواضيع الأزمة المالية بالجزائر في صحيفة النصر.

من خلال معطيات الجدول رقم (29) والمتعلق بأهم الفاعلين في صحيفة النصر فيما يتعلق بموضوع الأزمة المالية بالجزائر 2016 سواء من شاركوا في صناعة هذا الموضوع والذين لم يشاركوا ولكن كانت لهم آراء ومناقشات حول هذا الموضوع، نلاحظ أن الحضور كان قويا بالنسبة للخبراء الاقتصاديين، وذلك بـ 8 تكرارات أي بنسبة 28.57%. ونذكر على سبيل المثال لا الحصر بعض الخبراء الذين اعتمدت عليهم النصر في مادتها الخيرية المتعلقة

بالأزمة، نجد الخبير الاقتصادي "عبد الرحمان مبتول"، "فارس مسدور"، "م محمد حميدوش"، والخبير الدولي: "البروفيسور محمد بوجلال"، ويتضح دورهم من خلال تقديم أهم المعلومات حول الأزمة فيما يخص أسباب ظهورها تداعياتها وكذا أهم الحلول المقترحة لتجاوزها، وجاءت فئة الوزراء في المرتبة الثانية بنسبة 21.42%، وهذا أمر منطقي يعكس مدى بروز الوزراء في موضوع الأزمة المالية بالجزائر عبر تدخلاتهم والإدلاء بأرائهم وكذا اهتمام صحيفة النصر بكشف أدوارهم في الموضوع محل الدراسة لما لهم من مكانة ونفوذ يمكنهم من اتخاذ القرارات والتدابير التي تساعد على محاولة تخطي الأزمة أو التخفيف من حدتها وعلى رأسهم الوزارة الأولى ممثلة بـ "عبد مالك سلال"، وزير المالية "عبد الرحمان بن خالفة"، وزير التجارة "بختي بلعاب"، وزير الصناعة "عبد السلام بوشوارب"، وزير الطاقة والمناجم "صالح خبيري"....، وتأتي بعدها القيادات الحزبية في المرتبة الثالثة بنسبة 17.85% بـ 5 تكرارات، ممثلة هذه الفئة في بعض نواب في البرلمان ويتعلق الأمر بـ الأمين العام للمركزية النقابية "عبد المجيد سيدي سعيد"، الأمين العام لحزب العمال "لويزة حنون"....، ونشير إلى أن هذه الفئة لها دور فاعل كونها تمثل مطالب الشعب وانشغالاته حول الأزمة، وهذا لطبيعة نشاطهم الذي يملي عليهم التدخل وتقديم الآراء حول موضوع الأزمة بغض النظر عن أهدافهم الشخصية، كما جدر الإشارة هنا إلى أن هذه الفئة تعتبر فئة فاعلة في المجتمع 'قادة رأي' إن صح التعبير، لأنهم يعبرون عن سياسة الدولة تجاه الأزمة من خلال العديد من الملتقيات الحزبية واجتماعات البرلمان بغرفتيه لبحث حيثيات الأزمة المالية بالجزائر 2016.

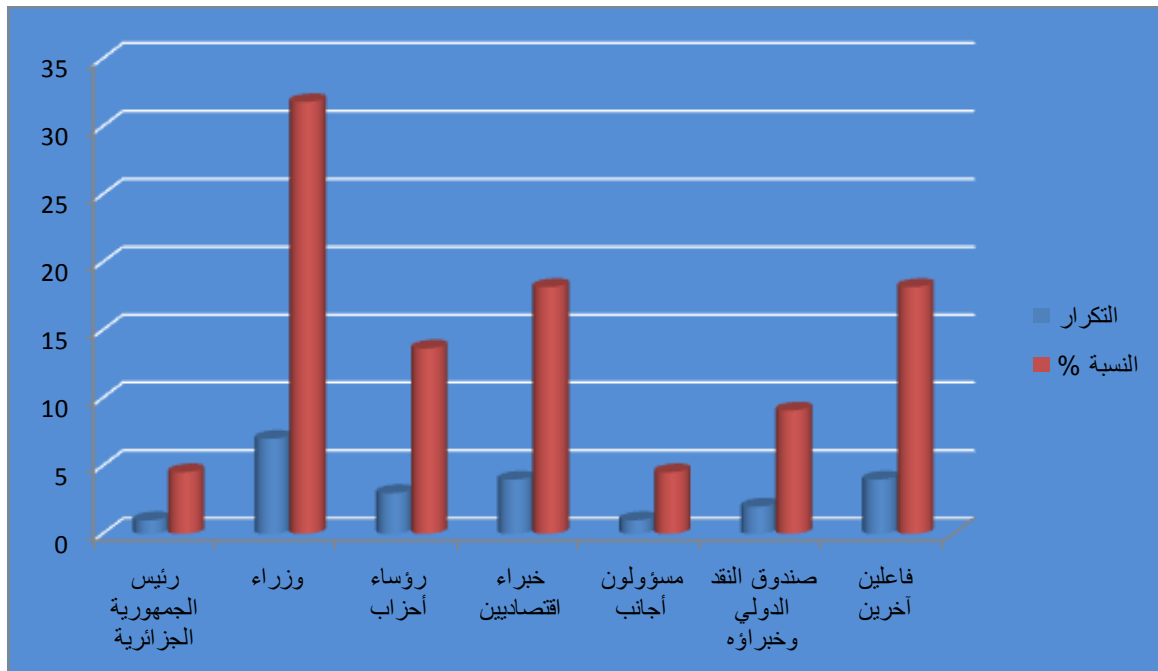
اما في المرتبة الرابعة نجد فاعلين آخرين بـ 4 تكرارات أي بنسبة 14.28%، وهي نسبة تشير الى العديد من الأطراف الفاعلة في موضوع الأزمة كونه موضوع الساعة ويهم شرائح عديد من المجتمع تتمتع بمستوى ثقافي وعلمي لا بأس به، ولها علاقة مباشرة أو غير مباشرة بهذا الموضوع، كما نجد أن صحيفة النصر اعتمدت عليهم بصفة أقل من الفئات السابقة كونهم لا يرتبطون بهذا الحدث بطريقة مباشرة نجد من بينهم "كاتب الدولة الأسبق للاستشراف والاحصائيات" بشير مصيطفى"، رئيس الكونفيدريالية العامة للمؤسسات الجزائرية "سعيدة نغزة"، رئيس اللجنة المالية والميزانية في المجلس الشعبي الوطني "محجوب بدة"، وفي الأخير نذكر "نائب رئيس المجلس الوطني الإقتصادي والاجتماعي" مصطفى مقيدش". وهم مسؤولون في الدولة واتعبرتهم النصر من الفئات الفاعلة كونها اعتمدت عليهم في مادتها الخيرية الخاصة بمعالجة موضوع الأزمة لما لهم من آراء ومعطيات جديدة في متابعة هذا الحدث.

في المرتبة الخامسة نجد كل من رئيس الجمهورية "عبد العزيز بوتفليقة"، بالإضافة الى صندوق النقد الدولي وخبراؤه بنسبة 7.14% بتكرار 2، وتجدر الإشارة هنا الى اعتماد النصر على هاتين الفئتين كانت نتيجة لأمرين إثنين، أولهما طرح مشروع قانون المالية لسنة 2017 وما تبعه من معطيات اقتصادية وسياسية، حيث أشارت النصر الى أن رئيس الجمهورية وافق على هذا القانون ودعا الى تطبيقه من طرف الوزراء والمسؤولين الحكوميين، وليطمئن الشعب عن الوضعية المالية التي تمرّ بها البلاد، وهذا أمر طبيعي لما للموضوع من أهمية بالغة ترقى لتدخل المسؤول الاول في البلاد ومن بين ما تطرق إليه في تدخلاته كان تدخله يرمي الى التكاثر وتجاوز الخلافات السياسية والمصالح الشخصية بين مختلف الشرائح والدعوة الى العمل على تجاوز هذه الأزمة كونها مرحلة مفصلية في الاقتصاد

الجزائري ولا بد من تخطيها، أما بالنسبة الى دراسة الوضعية المالية للجزائر من طرف صندوق النقد الدولي الذي يعتبر مؤسسة هامة في ظل الأزمات، حيث تظهر أهميته من خلال الدول الذي يقوم به في تسيير الأزمات المالية والاقتصادية بمنح قروض للدول التي تعرضت للأزمة من بينها الجزائر.

جدول رقم(30): يوضح فئة الفاعلين ضمن مواضيع الأزمة المالية بالجزائر في صحيفة الشروق اليومي:

النسبة %	التكرار	الأطراف الفاعلة في موضوع الأزمة
4.54%	01	رئيس الجمهورية الجزائرية
31.81%	07	وزراء
13.63%	03	رؤساء أحزاب
18.18%	04	خبراء اقتصاديين
4.54%	01	مسؤولون أجانب
9.09%	02	صندوق النقد الدولي وخبرائه
18.18%	04	فاعلين آخرين ...
100%	22	المجموع:



الشكل رقم (29): يوضح فئة الفاعلين ضمن مواضيع الأزمة المالية بالجزائر في صحيفة الشروق اليومي:

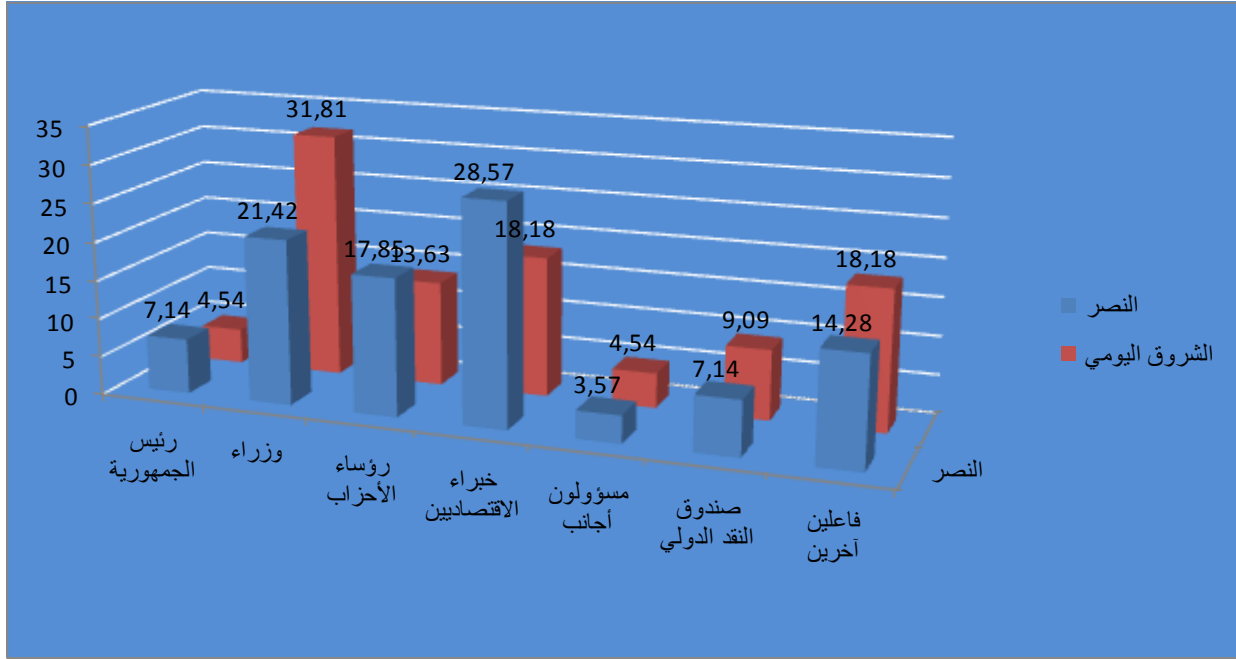
استنادا الى بيانات الجدول رقم (30) والذي يوضح أهم الفئات الفاعلة ضمن موضوع الأزمة المالية بالجزائر 2016، من خلال ما تضمنته المادة الخيرية لصحيفة الشروق اليومي، نلاحظ أن هذه الصحيفة ركزت بشكل أكبر على فئة الوزراء على اختلاف القطاعات التي يشغلونها، وذلك بنسبة 31.81%، وهي نسبة معبرة كون

هذه الفئة هي الأقرب الى موضوع الدراسة من ناحية المعطيات والتطورات التي تمر بها الأزمة، كما يقع على عاتقها متابعة الأزمة وطرح حلول وبدائل اقتصادية للخروج منها بأقل الأضرار، نشير إلى أن صحيفة الشروق اليومي اعتمدت على تصريحات الوزير الأول حول الأزمة، وعلى كل من وزير المالية ووزير الطاقة، باعتبارهم الفئة التي تشغل القطاع الاقتصادي والمالي والمسؤول الأول عن متابعة الأزمة للوقوف عند أسبابها وأهم مستجداتها، وجاءت في المرتبة الثانية فئة الخبراء الاقتصاديين بنسبة 18.18% وهي نفس النسبة التي عبرت عن فاعلين آخرين، حيث اعتمدت الشروق اليومي على العديد من الخبراء الاقتصاديين في تغطيتها ومعالجتها لموضوع الأزمة ونذكر منهم: الخبير الاقتصادي "عبد الرحمان مبتول"، و"عبد المالك سراي"، بالإضافة إلى اعتمادها على نائب رئيس المنظمة الوطنية لحماية المستهلك "مصطفى زبدي"، ورئيس الجمعية المهنية للبنوك "بوعلام جبار"، بالإضافة إلى بعض المؤسسات المالية كبنك الجزائر، ومنظمة الأوبك، ومنظمة التجارة العالمية، البورصة... الخ من المؤسسات المالية التي لها علاقة بالأزمة.

وفي المرتبة الثالثة نجد رؤساء الأحزاب بنسبة 13.63%، ومن الطبيعي أن تعتمد عليه صحيفة الشروق اليومي في تغطية موضوع الأزمة، لما لهم من دور فاعل في مناقشة وتحليل هذا الموضوع، والوقوف عند آرائهم حول الأزمة وماهي أهم الحلول التي يمكن أن يقترحها نواب البرلمان كونهم ممثلين عن إنشغالات الشعب، يليهم كل من صندوق النقد الدولي وخبرائه، بنسبة 9.09% ومسؤولون أجنب بنسبة 4.54% وهي نفس النسبة التي عبرت عن موقف رئيس الجمهورية من الأزمة.

جدول رقم (31) يبين النسب المقارنة لعناصر فئة الفاعلين في الصحف محل الدراسة:

الشروق اليومي	النصر	الصحف عناصر الفئة
4.54%	7.14%	رئيس الجمهورية
31.81%	21.42%	وزراء
13.63%	17.85%	رؤساء الأحزاب
18.18%	28.57%	خبراء اقتصاديين
4.54%	3.57%	مسؤولون أجنب
9.09%	7.14%	صندوق النقد الدولي
18.18%	14.28%	فاعلين آخرين



الشكل رقم (30) : يبين النسب المقارنة لعناصر فئة الفاعلين في الصحف محل الدراسة

تشير معطيات الجدول رقم(31) المتعلق بالنسب المقارنة لعناصر فئة أهم الفاعلين في موضوع الأزمة المالية بالجزائر 2016، في الصحف محل الدراسة، من هم أهم المحركين الأساسيين لهذا الموضوع ومن شاركوا بأرائهم واقتراحاتهم حول الأزمة، حيث يتضح من خلال معطيات هذا الجدول أن صحيفة النصر ركزت في هذا الموضوع على الخبراء الاقتصاديين بالدرجة الأولى وذلك بنسبة 28.75 %، في حين جاءت هذه الفئة في صحيفة الشروق اليومي في المركز الثاني بنسبة 18.18 % وهي نفس النسبة التي عبرت عن فئة فاعلين آخرين، ونجد أن الشروق اليومي ركزت بالدرجة الأولى على فئة الوزراء بنسبة 31.81%، وما نلاحظه من معطيات كلتا الصحيفتين أنهما اختارتا الفئات الأنسب في معالجة موضوع الأزمة، أي الفئات الأقرب من الموضوع والتي يمكن أن تقدم معلومات حول الأزمة ومستجداتها، وكذا تحليل أسبابها ونتائجها للبحث عن سبل للخروج منها أو تجاوزها، بإعتبار أن هذا الموضوع يمس العديد من القطاعات في الدولة وفي المجتمع سواء تعلق الأمر بالسلك الوزاري، أو بنواب البرلمان ورؤساء الأحزاب السياسية، أو بممثلين عن جمعيات اقتصادية واجتماعية.... وغيرهم ممن لهم علاقة مباشرة أو غير مباشرة بالأزمة.

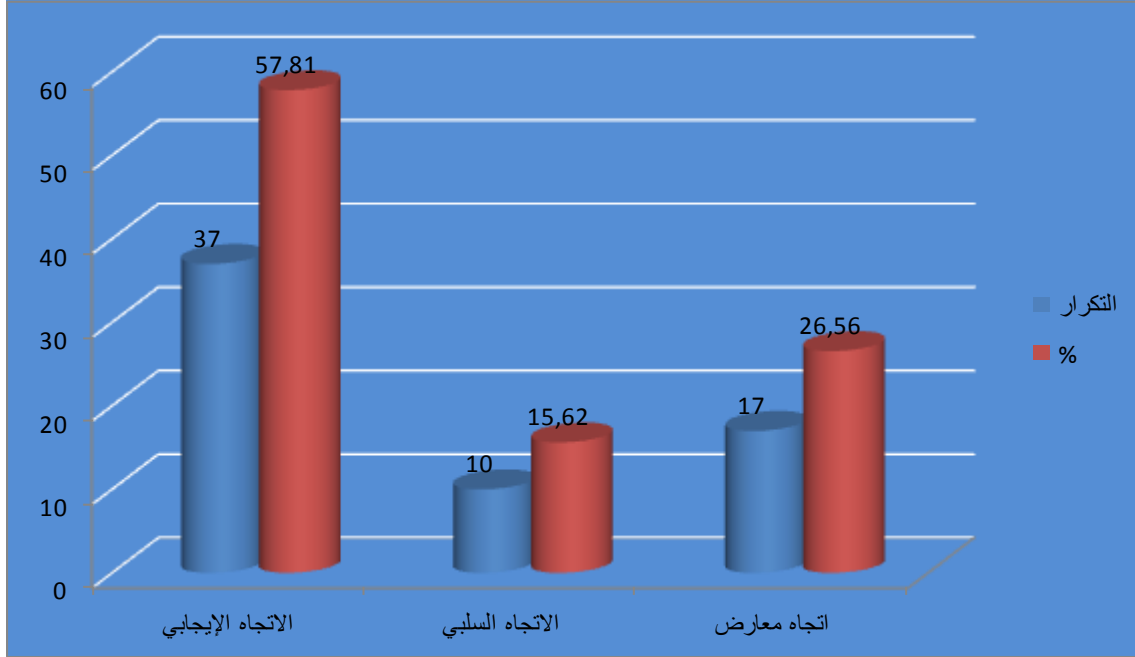
6- فئة اتجاه معالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016 في الصحف محل الدراسة:

نستخدم عادة هذه الفئة لمعرفة الاتجاه الذي يتخذه المضمون محل الدراسة والتحليل، وهي من أكثر الفئات استعمالا في دراسة محتوى وسائل الإعلام، ومن خلال هذه الفئة سنحاول معرفة اتجاه الصحف محل الدراسة نحو موضوع الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016 من خلال ما عكسته المادة الخيرية لهذه الصحف:

جدول رقم(32) يبين اتجاه معالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016، من خلال ما نشرته المادة

الخيرية لصحيفة النصر:

الفئات	التكرار	%
الاتجاه الإيجابي	37	57.81
الاتجاه السلبي	10	15.62
إتجاه معارض	17	26.56
المجموع:	64	100



الشكل رقم (31): يبين اتجاه معالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016، من خلال ما نشرته المادة الخبرية لصحيفة النصر.

استنادا الى البيانات الموجودة على مستوى الجدول (32) الذي يمثل اتجاه صحيفة النصر نحو موضوع الأزمة محل الدراسة، نلاحظ أن الاتجاه الإيجابي هو الأكثر سيطرة على المواضيع المطروحة ضمن المادة الخبرية للنصر، فيما تعلق بالأزمة أسبابها، آثارها، والحلول المقترحة للخروج منها، بنسبة 57.81%، حيث نجد أكثر من نصف المواضيع التي عالجتها النصر فيما تعلق بموضوع الدراسة انتهجت الاتجاه الإيجابي (مؤيد)، وهذا ما يعكس لنا الخط الإفتتاحي للصحيفة كونها صحيفة عمومية، تسعى الى تغطية المواضيع المتعلقة بالأزمة المالية في الجزائر بشكل يبعث على التفاؤل والطمئينة لدى القارئ، فهي هنا تطبق الأجندة السياسية، حيث تتجنب النصر من خلال مادتها الخبرية أسلوب الإنارة والتهويل، الذي لا يتماشى مع السياسة التحريرية للجريدة، ونستشف ذلك من خلال استخدامها لبعض المصطلحات الإيجابية خاصة اذا تعلق الأمر بالحديث عن المؤشرات الاقتصادية للأزمة والوضعية المالية للجزائر، مثلا: 'في بعض الأعداد من صحيفة النصر نجد أنها لم تستخدم مصطلح الأزمة المالية، بل عوضته بمصطلح صدمة خارجية ناتجة عن تهاوي أسعار النفط مع عدم تحديد نوعها اقتصادية أم مالية، أو ما أطلقت عليه بالعجز المالي، كما اعتبرت النصر أن الأزمة المالية التي تمر بها البلاد هي بمثابة فرصة من ذهب لرسم

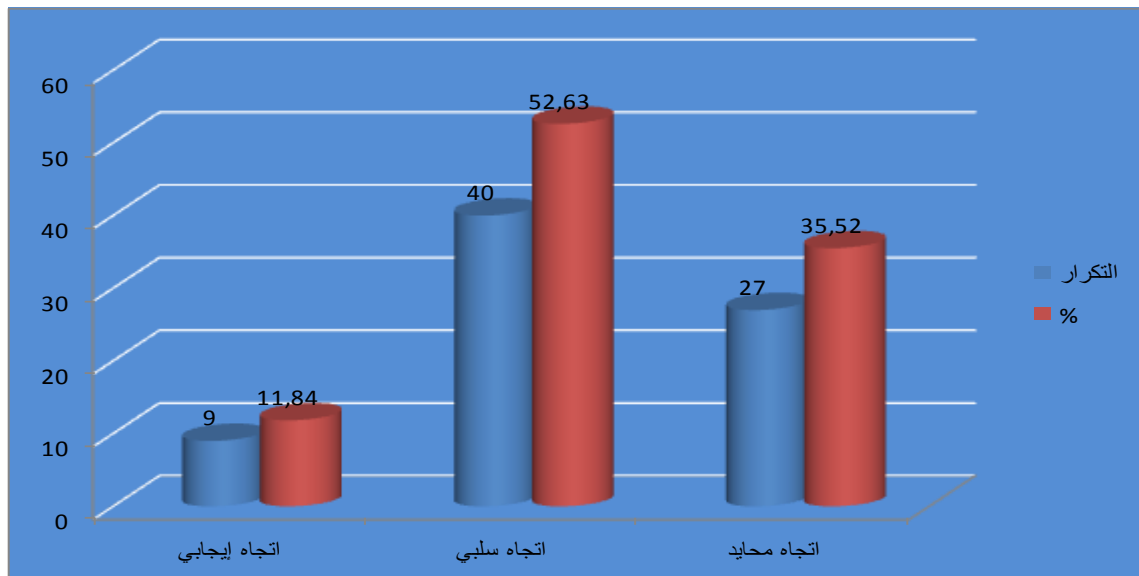
استراتيجية اقتصادية جديدة تقوم على تقديس العمل والقيمة المضافة، كما اعتبرت ذات الصحيفة -الأزمة المالية- هي عبارة عن اختلالات مالية لا غير، كما أرجعت النصر السبب وراء تباطؤ النمو الاقتصادي الذي نتج عن الأزمة هو بسبب تشديد السياسة المالية العامة وضعف ثقة القطاع الخاص في مؤسسات الدولة، كما أسمتها بالوضع الاقتصادي الصعب.

ويعزى سيطرة الإتجاه الإيجابي في معالجة موضوع الأزمة ضمن المادة الخيرية للنصر، الى غياب عنصر الحياد أثناء تحرير المادة الصحفية من طرف الصحفيين العاملين بالمؤسسات الصحفية العمومية، حيث يتبنى هؤلاء السياسة العامة المسطرة من طرف هذه المؤسسات، ويمارسون رقابة ذاتية مفروضة عند تحرير المادة الصحفية، ويتفادون الدخول في تفاصيل لا تخدم الصالح العام للجزائر.

جدول رقم(33) يبين اتجاه معالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016، من خلال ما نشرته المادة

الخيرية لصحيفة الشروق اليومي:

الفئات	التكرار	%
اتجاه إيجابي	9	11.84
اتجاه سلبي	40	52.63
اتجاه محايد	27	35.52
المجموع:	76	100



الشكل رقم (32): يبين اتجاه معالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016، من خلال ما نشرته

المادة الخيرية لصحيفة الشروق اليومي

يظهر من خلال الجدول رقم (33) المتعلق باتجاه معالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016 ضمن صحيفة الشروق اليومي، أن هذه الصحيفة ركزت على الاتجاه السلبي في تغطية ومعالجة هذا الموضوع، وذلك بنسبة 52.63% بواقع 40 مادة خبرية، أي أن أكثر من نصف المواد الخبرية التي عالجت موضوع الدراسة كان الإتجاه الغالب فيها هو الإتجاه السلبي، ويمكن تبرير ذلك بـ: تركيز هذه الصحيفة على وظيفة الشرح والتفسير لمعطيات الأزمة بالإعتماد على الأنواع الصحفية الخاصة بالرأي، والتي جاءت معظمها في شكل عمود صحفي، أو افتتاحية، أو مقال، ونستشف وجود الإتجاه السلبي من خلال بعض المواد الخبرية التي تضمنت بعض العبارات السلبية المتعلقة بالأزمة المالية، ونجدها بصفة أكثر من خلال ما يعكسه مضمون الكاريكاتور، ومضمون العمود، والمقال الإفتتاحي، ومثال ذلك ما نشرته الشروق اليومي في العدد رقم: 5152، الذي تضمن رسما كاريكاتوريا تحت عنوان: "نتائج أشهر من تطبيق سياسة التقشف"، حيث يوضح هذا الرسم وضعيت المواطن الجزائري التي ساءت جراء فرض سياسة التقشف في ظل الأزمة المالية، وتضمن العدد رقم: 5097 في صفحته الأخيرة عمودا تحت عنوان: "احتفظوا بدروسكم لأنفسكم"، حيث استخدم فيه الكاتب بعض العبارات والجمل السلبية حول الأزمة، على نحو: أخفقوا، فوتوا على الجزائر فرصة، حالة العجز، توريط الجزائر، الصفقات المشبوهة، فضائح الفساد، طوفان الفساد... الخ، وحول جملة الحلول التي قدمتها الحكومة الجزائرية ممثلة في مجموعة من الوزراء، للخروج من الأزمة والتي جاء من بينها التوجه الى المديونية الخارجية، لتمويل المشاريع ومواجهة حالة العجز التي بدأت تأخذ أبعادها الخطيرة بعد إنفاق 14 مليار دولار خلال شهرين فقط، على حد قول كاتب العمود.

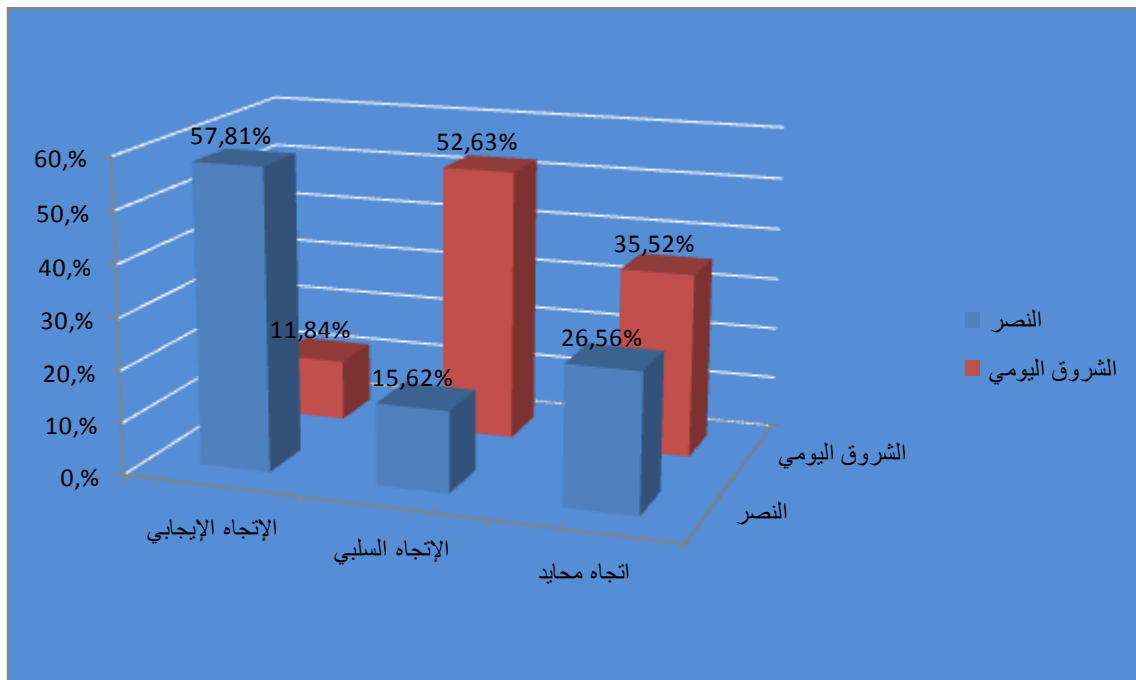
اما في المرتبة الثانية نجد الإتجاه المحايد بنسبة أقل بلغت 35.52%، بواقع 24 مادة خبرية غلب فيها الاتجاه المحايد، وهذا راجع لكون الموضوع المعالج من المواضيع المتخصصة التي يتم فيها الإعتماد على مختصين وخبراء، من خلال تقديم معلومات متعلقة بهذا الموضوع من تصريحات لمسؤولين حكوميين بالدولة، أو لخبراء اقتصاديين، أو لنواب البرلمان، وعليه فإن تبني الصحيفة لهذا الإتجاه يكون من خلال القائم بالاتصال الذي لا يمكن أن يظهر وجهة نظره حول الموضوع بل عليه أن يتبنى الموضوعية في الطرح، وهذا باعتباره صحفي وغير متخصص أو خبير في المجال، إضافة إلى عدم إحاطته أو درايته أكثر بجدوى هذه الرؤى ومدى نجاعتها في تحقيق أهدافها أو نسبة نجاحها. وعليه فإن الرأي الصائب الذي يمكن إتخاذه في معالجة مثل هذه المواضيع هو الانحياز المحايد وهو ما تجسد بنسبة أقل مقارنة مع الإتجاه السلبي في المواد الخبرية المتعلقة بمعالجة موضوع الأزمة في جريدة الشروق اليومي.

أما الإتجاه الإيجابي فقد جاء في المرتبة الثالثة بنسبة 11.84%، بواقع 9 مواد خبرية فقط، من إجمالي المواد التي عالجت موضوع الأزمة، يظهر هذا الإتجاه بصفة أكبر فيما نشرته جريدة الشروق اليومي حول الحلول التي اقترحتها الحكومة الجزائرية للخروج من الأزمة، والمواد التي تضمنت الحديث عن سياسة ترشيد النفقات في العدد رقم: الصادر بتاريخ 17 نوفمبر 2016، والذي تضمن حوارا صحفيا مع لجنة المالية بالمجلس الشعبي الوطني "عبد الكريم منصوري": الذي صرح أن الحكومة لن تتخلى عن الفقراء وتتعامل بكفاءة مع رجاء الأعمال، كما تضمن العدد الصادر بتاريخ 06 جوان 2016، حوارا صحفيا تحت عنوان: "تآكل احتياطي الصرف يفرض تقشفا من نوع آخر في

قانون المالية لسنة 2017"، حيث كشف وزير المالية عبد الرحمن بن خالفة من خلال هذا الحوار الصحفي للشروق اليومي عن تبني الدولة لسياسة مالية أكثر صرامة بداية من سنة 2017، مشددا على أن احتياطي النقد اليوم كاف لتغطية حاجيات الجزائريين لأزيد من 30 شهرا، ونستشف الإتجاه الإيجابي للصحف من خلال استخدامها لبعض العبارات والجمل الدالة ضمن مادتها الخبرية، مثال ذلك ماتضمنته المادة الخبرية للحوار الصحفي مع وزير المالية والذي تم ذكره سابقا، حيث تضمن عبارات إيجابية تطمئن حول الوضع المالي والإقتصادي للجزائر، "ارتياح الجزائر ماليا، قانون المالية لسنة 2017 لن يتضمن إجراءات تقشفية عويصة، كما طمئن وزير المالية المواطنين حول احتياطي الصرف بقوله: " احتياطي النقد اليوم كاف لتغطية حاجيات الجزائريين لأزيد من 30 شهرا، ونحن في منأى عن الإفلاس والخوف من إنعدام المداخيل على حد قول المتحدث.

جدول رقم (34) يبين النسب المقارنة لعناصر فئة اتجاه المعالجة في الصحف محل الدراسة:

الاتجاه	الصحيفة	النصر	الشروق اليومي
الإتجاه الإيجابي		57.81%	11.84%
الإتجاه السلبي		15.62%	52.63%
اتجاه محايد		26.56%	35.52%



الشكل رقم (33) : يبين النسب المقارنة لعناصر فئة اتجاه المعالجة في الصحف محل الدراسة.

يتضح من خلال الجدول رقم (34) الخاص بالنسب المقارنة لعناصر فئة اتجاه معالجة الصحف محل الدراسة لموضوع الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016، أن الاتجاه كان مختلفا بالنسبة لكلتا الصحيفتين، حيث نجد أن

صحيفة النصر تبنت الاتجاه الإيجابي في تغطيتها ومعالجتها لموضوع الدراسة حيث بلغت نسبته 57.81%، وهذا راجع كما سبق وأشرنا إلى طابع العمل الصحفي في المؤسسات الإعلامية العمومية، التي تنتمي إلى القطاع العمومي ما يفرض عليها أجندة خاصة في معالجة المواضيع السياسية والإقتصادية والتي تحظى بمتابعة واسعة من طرف الجمهور، ما يجعل هذه المؤسسات الصحفية "النصر" تعتمد اعتمادا كليا على ما يمليه خطها الإفتتاحي.

في حين أن صحيفة الشروق اليومي كان تركيزها على نقل وتغطية موضوع الأزمة بطريقة سلبية في أغلب المواضيع والمواد الخبرية المنشورة بنسبة 52.63%، وهو ما يعكس السياسة التحريرية لهذه الصحيفة، وهنا يمكننا أن نميز بين التغطية الصحفية بمختلف فنونها وبين معالجة المضمون الصحفي وتلويحه وتعرضه للتأطير وفق أهواء القارئ على المعالجة الصحفية للمعلومات التي تتضمنها المادة الخبرية، حيث يعتبر التأطير الإعلامي حسب انتمان "انتقاء متعمد لبعض جوانب الحدث أو القضية وجعلها أكثر بروزا في النص الاعلامي باستخدام أسلوب محدد في توصيف المشكلة، واستبعاد أخرى، وتحديد أسبابها وتقديم أبعادها وطرح حول مقترحة بشأنها"،¹ وهذا ما استنتجناه من معالجة صحيفة الشروق اليومي لموضوع الأزمة المالية بالجزائر، من خلال تحليل المادة الخبرية المتعلقة بهذا الموضوع، والتي جاءت في معظمها بطرح سلبي يشير إلى آثار الأزمة على الإقتصاد الوطني، وتدهور قيمة العملة الوطنية، بالإضافة إلى تداعيات الأزمة على الجانب الإجتماعي من تدني للقدرة الشرائية وزيادة معدلات البطالة والفقر، الأمر الذي دفع بجريدة الشروق اليومي إلى توظيف بعض المصطلحات والعبارات السلبية التي جاءت باللحجة العامية في بعض الأحيان، والتي تدل على درجة التهويل والترهيب التي مارستها الجريدة في عرض موضوع الأزمة على الجمهور المتلقي.

لذا يعد الإتجاه الأصح لمعالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016، هو الإتجاه المحايد، ذلك أن التغطية الصحفية أو الخبرية المتوازنة للأحداث وإيصالها إلى المتلقي يمكن أن تصنع ملامح المؤسسة الإعلامية وتكرس حيادها، لاسيما عند وقوع الأحداث السياسية أو الإقتصادية التي نجد أن لها تأثير كبير في الرأي العام، وتستثير فضوله في رصدها ومتابعتها عبر مصادر متعددة لاستقاء المعلومات الدقيقة لمجريات تلك الأحداث ورصد مضاعفاتها ونتائجها على الساحتين المحلية والدولية، بما يعطي هذه الوسائل فرصة التنافس في تقديم خدمة إخبارية تستقطب رضا الجمهور وترقى إلى مستوى الحدث، ووفق ذلك فإن أي استنفار لطاقت وسائل الإعلام في تغطية ومتابعة القضايا وتقديم تقارير حية عن وقائع الحدث ومستجداته أو في عرض الآراء للنقاش والحوار بشكل موضوعي، هي جزء من التغطية الصحفية، أما أن تمارس المؤسسة عملها الإعلامي تحت ضغوط من سياسة المؤسسة وتحيزات الفريق الإعلامي المكلف بمتابعة الحدث، فإن ما تقدمه يدخل تحت إطار المعالجة الصحفية والإخبارية، عن طريق الإجابة عن التفاصيل والتطورات والجوانب المختلفة للحدث، وبهذا تكون الإضافات المقدمة

¹ - حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط6، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2006، ص 348.

على أنها رصد وتحليل، والتلاعب بالألفاظ، وتقييم المعلومات بشكل ذاتي، وإبداء الرأي وتقديم المقترحات والحلول، وأي سرد وتدفق معلوماتي متحيز عن الواقعة أو ممارسة النقد الإعلامي هو معالجة وليس تغطية¹.

ما يمكن قوله حول هذه الفئة، ينطبق على نظرية الأجندة ونظرية التأطير الإعلامي، التي تدرس معطيات المادة الخبيرة لوسائل الإعلام، حيث نجد أن الصحافة العمومية تكشف عن توجهها من خلال مادتها الخبيرة وهو ما وجدناه فعلا من خلال دراسة اتجاه معالجة صحيفة النصر لموضوع الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016، حيث ركزت النصر بشكل كبير وواضح على الاتجاه الإيجابي في التغطية الإعلامية لهذا الموضوع، كونها دعمت توجهات الحكومة في ما يخص موضوع الأزمة، وسعت الى نقل المعلومات المتعلقة به بصفة إيجابية تخدم السلطة، بينما الصحافة الخاصة ممثلة في صحيفة الشروق اليومي كانت محايدة في بعض الأحيان ومعارض في أحيان أخرى، لأغلب المعطيات المتعلقة بموضوع الأزمة المالية بالجزائر 2016، كونها صحيفة خاصة تركز على الخط الافتتاحي لمجمع الشروق، ويمكن اعتبارها صحافة رأي من خلال استخدامها للأنواع الصحفية المتعلقة بالرأي في هذا الموضوع، هو ما يعكس توجهها انطلاقا مما تضمنتها هذه الأنواع من عبارات وجمل سبق وتم الإشارة لها .

ثالثا: عرض ومناقشة نتائج الدراسة التحليلية المقارنة

عرض ومناقشة نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات:

لقد تمحورت إشكالية هذه الدراسة حول سؤال رئيسي مفاده: كيف عالجت كل من صحيفة النصر والشروق اليومي موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016؟ ولقد حاولت الباحثة الإجابة على هذا التساؤل من خلال تحليل مضمون عينة من هذه الصحف خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2016 إلى غاية 31 جانفي 2016، بالإعتماد على استمارة تحليل المحتوى التي تضمنت فئات خاصة بالشكل، وفئات خاصة بمضمون المواد الخبيرة التي عالجت موضوع الأزمة.

وقد تم تحليل المعطيات الكمية للدراسة التحليلية انطلاقا من الإعتماد على الإطار النظري لهذه الدراسة، والذي وجدت فيه الباحثة أنه يرتبط بهذه المعطيات ويفسرها، وعليه سيتم من خلال هذا المطلب عرض نتائج الدراسة التحليلية المتحصل عليها من أداة جمع البيانات انطلاقا من فئات الشكل والمضمون كما سيتم من خلالها الإجابة على التساؤلات الفرعية لهذه الدراسة.

1- عرض ومناقشة نتائج الدراسة التحليلية الخاصة بمدى إهتمام الصحف محل الدراسة (النصر، الشروق

اليومي)، بمعالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016، من خلال الإجابة على السؤال

كيف قيل؟ في إطار فئات الشكل من خلال الإجابة على التساؤلات الآتية:

¹ - محسن عبود كشكول: المعالجة الصحفية، وإشكالية الدراسة والتحليل، متوفرة عبر الموقع

http://www.baytalhikma.iq/News_Details.php?ID=1136 تم الإطلاع عليه بتاريخ: 2020/05/12

الإجابة على التساؤل الأول: ماهو حجم المساحة المخصصة لهذه المعالجة؟

عرض النتائج:

من خلال ما توصلت إليه نتائج الدراسة التحليلية الخاصة بفئة المساحة، نجد أن كل من صحيفة النصر والشروق اليومي خصصتا مساحة لا بأس بها لمعالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016، حيث سجلت أكبر مساحة خاصة بمجموع المساحة الكلية للمعالجة في صحيفة الشروق اليومي والتي قدرت بـ 28241.25 سم²، ثم جاءت بعدها صحيفة النصر بمساحة إجمالية قدرت بـ 8353.25 سم².

أما فيما يخص المساحة الكلية للنصوص فقد قدرت بـ 19309.5 سم² في جريدة الشروق اليومي، لتليها جريدة النصر بمساحة قدرت بـ 6235 سم².

كما أفرز نتائج تحليل فئة مساحة العناوين في الصحف محل الدراسة، مساحة لا بأس بها للعناوين المصاحبة للمواد الخبرية المنشورة على صفحاتها، سجلت أعلى مساحة لجريدة الشروق اليومي بـ 3610.75 سم² كمساحة كلية للعناوين التي تضمنت موضوع الدراسة من عناوين رئيسية، وعناوين فرعية، بالإضافة إلى مساحة المقدمة، لتليها جريدة النصر بمساحة قدرت بـ 884.25 سم² كمساحة كلية تمثل العناوين الرئيسية والفرعية ومساحة المقدمة.

بالإضافة إلى المساحة الكلية المخصصة للمعالجة ومساحة العناوين الخاصة بالمواد الخبرية التي عالجت موضوع الدراسة، توصلت نتائج الدراسة التحليلية الى أن عدد المواد الخبرية التي تم إخضاعها للتحليل، قد بلغت 76 مادة خبرية في جريدة الشروق اليومي، و64 مادة خبرية في جريدة النصر.

وتوصلت الدراسة التحليلية لفئة المساحة أيضا، إلى مساحة الصور المصاحبة للمواد الخبرية المنشورة في الصحف محل الدراسة والمتعلقة بموضوع الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016، حيث نجد أن أكبر مساحة خصصت للصور في جريدة الشروق اليومي وقدرت بـ 5321 سم²، أما في جريدة النصر فقد خصصت ما مساحته 1314 سم² كمساحة للصور.

مناقشة النتائج:

بعد عرض النتائج الكمية لفئة المساحة، نلاحظ من خلال هذه النتائج أن الصحف محل الدراسة (النصر، الشروق اليومي) قد خصصتا مساحة لا بأس بها لمعالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016، خلال المدة الممتدة من 2016/01/01 إلى غاية 2016/12/31، أي لمدة عام كامل، ولكن الجدير بالذكر أن لكل صحيفة من هته الصحف سياستها التحريرية الخاصة بها كون صحيفة النصر صحيفة تابعة للقطاع العمومي (عمومية)، وصحيفة الشروق اليومي صحيفة تابعة للقطاع الخاص (خاصة) يجعلها تتبع سياسة تحريرية تميزها عن الأخرى في معالجة موضوع الدراسة وإعطاء أهمية له من حيث مساحة المعالجة.

فنشير من خلال ما بينته النتائج الكمية أن صحيفة الشروق اليومي كانت أكثر اهتماما من صحيفة النصر في معالجة موضوع الدراسة من حيث المساحة المفردة للمعالجة سواء كانت مساحة كلية، أو مساحة مخصصة

للمصوص أو مساحة العناوين والصور، حيث سجلت أكبر مساحة في كل هذه الفئات في جريدة الشروق اليومي، ثم بدرجة أقل تليها جريدة النصر وهذا راجع إلى:

جريدة الشروق اليومي كان فيها عدد المواد الخيرية المتعلقة بموضوع الدراسة أكبر من عددها في جريدة النصر، وهو ما يعكس كبر المساحة المخصصة للمواد الخيرية التي تم تحليلها.

أجندة كل من الصحيفتين مختلفة تماما، فنجد أن جريدة الشروق اليومي تعنى بالمواضيع السياسية والإقتصادية أكثر من اهتمامها بالمواضيع الاجتماعية والثقافية.... الخ، أما في جريدة النصر فنجد أن أغلب مواضيعها تركز على التنمية المحلية والمواضيع الاجتماعية بالدرجة الأولى.

كما نجد أن جريدة الشروق اليومي ركزت كثيرا على توظيف الصورة في مادتها الخيرية التي تناولت موضوع الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016، لتبلغ 58 صورة بين الخيرية منها والشخصية، مقارنة بصحيفة النصر التي اقتصرت أغلب موادها الخيرية على صور لشخصيات سياسية واقتصادية أو صور اخبارية تعبر عن الحدث والتي بلغ عددا 36 صورة .

الإجابة عن التساؤل الثاني: ماهو موقع نشر المادة الخيرية المتعلقة بالأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016 في

الصحف محل الدراسة؟

عرض النتائج:

إن موضوع الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016، هو موضوع حديث وآني في الصحف محل الدراسة، حيث أنه يمس العديد من القطاعات منها السياسية بالدرجة الأولى والإقتصادية والإجتماعية والتنموية في البلاد، بالدرجة الثانية، وهو ما يعكس تركز هذا الموضوع في الصحف محل الدراسة في العديد من صفحاتها خاصة الصفحة الأولى (المانشيت) والصفحات الداخلية لكلتا الصحيفتين.

توصلت نتائج الدراسة التحليلية المقارنة الخاصة بفئة موقع المادة الخيرية المتعلقة بموضوع الأزمة المالية بالجزائر في كل من صحيفة "النصر" وصحيفة "الشروق اليومي"، إلى أن كلتا الصحيفتين ركزت بشكل واضح على الصفحات الداخلية في تغطيتها ومعالجتها لموضوع الأزمة، حيث كانت الصفحات الداخلية بالمرتبة الأولى في جريدة النصر بنسبة 59.36% وهي نسبة تفوق النصف، وهو ما نجده أيضا في جريدة الشروق اليومي حيث احتلت الصفحات الداخلية المرتبة الأولى في تغطية ومعالجة موضوع الأزمة بنسبة 55.25%، لتأتي الصفحة الثانية في المرتبة الثانية في كل من جريدتين محل التحليل، تليها الصفحة الأولى (المونشيت) في المرتبة الثالثة في جريدة النصر العمومية بنسبة 17.18%، والصفحة الأولى في المرتبة الثالثة في جريدة الشروق اليومي بنسبة 13.15% لتليها الصفحة الأخيرة في المرتبة الرابعة والأخيرة بنسبة 6.57%، وهنا نلاحظ أن جريدة النصر العمومية لم تنشر أي موضوع ضمن الصفحة الأخيرة على العكس من جريدة الشروق اليومي التي عالجت موضوع الأزمة في الصفحة الأخيرة وخصصت له موقعا ضمنها.

مناقشة النتائج:

يختلف استخدام هذه الفئة حسب طبيعة الموضوع الذي تحمله المادة الخبيرة وحسب تقسيمات صفحات الصحف سواء كانت صحف عمومية أو خاصة، لكنهما تهتم بنشر الخبر في موقع يسمح لها بجذب انتباه القارئ، حيث نجد أن صحف الدراسة ركزت على نشر موضوع الأزمة المالية بالجزائر في الصفحات الداخلية بشكل كبير مقارنة بالصفحات الأخرى مما يعطي الموضوع مساحة أكبر من المعالجة.

الإجابة على التساؤل الثالث: ماهي الأنواع الصحفية المستخدمة في معالجة موضوع الدراسة في

صحيفتي النصر والشروق اليومي؟

عرض النتائج:

عكست نتائج الدراسة التحليلية لفئة الأنواع الصحفية المستخدمة في معالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016 في صحيفتي النصر والشروق اليومي، تركيز الصحف العمومية ممثلة في صحيفة النصر على الأنواع الخبيرة كونها صحافة عمومية تتميز بكونها صحافة خبر، حيث بلغت نسبة اعتمادها على قالب الخبر 50%، لتتوزع باقي النسبة على كل من التقرير بنسبة 18.75% والروبورتاج 7.81% كأنواع إخبارية، واعتمدت ذات الصحيفة على كل من المقال الصحفي والإفتتاحية وكذا الحديث الصحفي بنسبة أقل.

كما نجد أن النصر باعتبارها صحيفة عمومية، قد ركزت على القالب الوصفي أكثر من القالب التحليلي في عرض معطيات المادة الخبيرة لهذه الأنواع الصحفية، وجاء اعتمادها على التقرير الصحفي لتغطية موضوع الدراسة من باب النقل الآني والسبق الصحفي للمعطيات المستجدة في هذا الإطار، كما لم تستثني الإفتتاحية من باقة أجندتها الإعلامية الخاصة بهذه المعالجة كون الإفتتاحية هي أحد الفنون الخبيرة التي تعبر عن الرأي بطريقة مميزة يطرحها كاتب الإفتتاحية والتي تعكس سياسة صحيفة النصر من خلال الكلمات والعبارات التي صيغت بها.

أما صحيفة الشروق اليومي فقد وظفت المقال الصحفي بالدرجة الأولى في معالجتها لموضوع الدراسة بنسبة 23.68% باعتباره نوع صحفي تابع لأنواع الرأي، بالإضافة الى اعتمادها على كل من العمود بنسبة 19.73% والمقال الإفتتاحي 'الإفتتاحية' بنسبة 15.78%، يليها توظيف الشروق اليومي للحديث الصحفي في هذه المعالجة بنسبة 11.84%، وهنا تجدر الإشارة إلى أن السياسة التحريرية لهذه الصحيفة تعكس توظيفها لهذه الأنواع الصحفية بصفة أكبر مقارنة مع باقي الأنواع الأخرى، وهذا ما يدل أيضا على اهتمام الصحف الخاصة ممثلة في الشروق اليومي في هذه الدراسة على تحليل المعطيات الخبيرة التي تتناولها هذه الصحيفة وعدم الإكتفاء فقط بعرضها أو وصفها.

ومقارنة مع الأنواع الصحفية التي وظفتها النصر، فإن الشروق اليومي بالإضافة الى اعتمادها على الأنواع الإخبارية السابقة الذكر، فقد اعتمدت في معالجتها لموضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016، على الخبر الصحفي والتقرير والروبورتاج لكن بنسبة أقل من أنواع الرأي، كما وظفت أيضا الكاريكاتور كأحد الأنواع الصحفية التعبيرية بنسبة 9.21%، هذا النوع الصحفي الذي لم تعتمد عليه النصر في معالجتها لموضوع الدراسة، لتمييز

الشروق اليومي عن ما اعتمدته النصر في معالجتها ويكون عرضها وتحليلها لموضوع الأزمة بطريقة مختلفة ومتنوعة من ناحية الأنواع الصحفية التي قدمت بها موضوع الدراسة.

مناقشة النتائج:

يعزى هذا الإختلاف من حيث استخدام سلسلة متنوعة من الأنواع الصحفية الغير متكافئة في الصحف محل الدراسة، إلى أن صحيفة النصر صحيفة عمومية إخبارية بالدرجة الأولى، وتركز على استخدام الأنواع الإخبارية وهذا ما توصلت إليه هذه الدراسة من خلال نتائج تحليل فئة الأنواع الصحفية، أما جريدة الشروق اليومي فقد ركزت في معالجتها لموضوع الأزمة على توظيف الأنواع الصحفية الخاصة بالرأي كونها صحيفة رأي تركز على تفسير الواقع وشرحه للجماهير المتلقي عن طريق التحليل والتفسير استنادا الى طرح آراء لمختصين وأدباء وكتاب مع توافق آرائهم والخط الافتتاحي لهذه الصحيفة.

الإجابة على التساؤل الرابع : ماهي وسائل الدعم والإبراز التي استخدمتها الصحف محل الدراسة في هذه

المعالجة؟

عرض النتائج:

تم تحديد عناصر هذه الفئة الخاصة بهذه الدراسة في كل من الصور المصاحبة للمادة الخيرية والمتعلقة بموضوع الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016، والعناصر التيبوغرافية الأخرى المساعدة في إبراز المادة الخيرية ويتعلق الأمر باستخدام الألوان، والإعتماد على الإحصائيات، واستعمال الرسومات التوضيحية من خرائط وجداول ورسومات بيانية.

أولا: توظيف الصور في معالجة موضوع الدراسة:

تشير نتائج الدراسة التحليلية الى أن صحيفة الشروق اليومي اعتمدت بصفة أكبر على توظيف الصورة المصاحبة للمواد الخيرية المتعلقة بموضوع الدراسة حيث بلغ عددها 58 صورة بين الخيرية منها والشخصية، في حين نجد أن صحيفة النصر وظفت 36 صورة فقط كإجمالي الصور المرفقة مع المواد الخيرية المتعلقة بموضوع الدراسة، وأغلب هذه الصور نجدها مصاحبة للمقالات الصحفية بشكل كبير، إذا تعلق الأمر بصحيفة النصر، أما عن صحيفة الشروق فقد اختلف الأمر حيث وظفت الصورة في كل من المقال الصحفي، والحديث، وفي بعض الأحيان تم اسنادها إلى بعض التقارير الصحفية المتعلقة بموضوع الأزمة، مع استثناء توظيف هذه الصحيفة للصور الساخرة (كاريكاتور) والتي استثنيناها من هذا التصنيف لأنها تتداخل مع فئة الأنواع الصحفية التي تم الحديث عنها سابقا والإشارة إلى توظيف الشروق اليومي للكاريكاتور.

كما تشير النتائج المتوصل إليها من الدراسة التحليلية إلى وجود اتفاق من حيث توظيف أنواع الصورة في كلتا الصحيفتين، حيث نجد أن صحيفة النصر اعتمدت على توظيف الصورة الشخصية في مادتها الخيرية بنسبة 24.99%، حيث ركزت على توظيف الصور الشخصية الحديثة مقارنة مع تلك الموجودة في أرشيف الجريدة، وهي نسبة متقاربة من توظيف الشروق لهذا النوع من الصور التي بلغت 34.2% كنسبة معبرة عن توظيف الشروق

اليومي للصور الشخصية، وكان تركيزها أكثر على الصور الشخصية الحديثة مقارنة مع الصور الشخصية من الأرشيف، بالإضافة إلى اعتماد كلتا الصحفيتين على توظيف الصورة الإخبارية بنسبة 31.24% في صحيفة النصر، و42.09% في صحيفة الشروق اليومي.

ثانيا: توظيف العناصر التيبوغرافية الأخرى: (الألوان، الإحصائيات، رسومات توضيحية)

تشير نتائج الدراسة التحليلية الخاصة بفئة عناصر الدعم والإبراز التي تم توظيفها في كل من صحيفة النصر والشروق اليومي لمعالجة موضوع الدراسة، إلى تركيز صحيفة النصر على استخدام الألوان بنسبة بلغت 34.69%، واستخدام الإحصائيات المعبرة عن الوضع الإقتصادي والمالي بالجزائر بنسبة 65.30%، كما تعبر هذه النسب عن المواد الخبرية التي تم نشرها في الصفحات التي تحتوي على ألوان وهو عامل مهم لجذب إنتباه القارئ، بالإضافة إلى إضفاء جمالية ووضوح على المادة الإخبارية، ونخص بالذكر الصفحة الأولى المانشيت، والصفحة الثانية من جريدة النصر، ونستنتج أيضا عدم استخدام هذه الصحيفة لكل من الرسومات التوضيحية والجداول، وهو ما اعتمده أيضا جريدة الشروق اليومي التي ركزت هي الأخرى على استخدام الألوان بنسبة 54.68%، والإعتماد على الإحصائيات بنسبة 45.31% وهذا راجع لكون موضوع الدراسة موضوع إقتصادي قياسي يعتمد على الأرقام والإحصائيات وتطورات العملة وإحتياطي الصرف، باستخدام الأرقام والإحصائيات ستمم معالجة موضوع الأزمة المالية بطريقة أدق وأوضح عن طريق تحليل هذه المعطيات الرقمية وتفسيرها للججمهور المتلقي.

كما نجد أن جريدة الشروق اليومي اتبعت منهج صحيفة النصر في عدم إعتمادها على الرسومات التوضيحية والجداول، وهذا يعود إلى طبيعة الإخراج الصحفي في الجزائر الذي قلما يعتمد هذا النوع من الوسائل.

مناقشة النتائج:

نستنتج مما سبق أن للصورة دور كبير في دعم المادة الخبرية، لكن درجة الإعتماد عليها تختلف من صحيفة لأخرى، وهذا نتيجة لاختلاف مدارس الإخراج الصحفي وطريقة التصميم الجرافيكي للصحف، حيث تنفرد كل صحيفة بقالها الصحفي في الإخراج وإستخدام الألوان وكذا الإعتماد على الرسومات والصور، فالصحافة العمومية تختلف عن الصحافة الخاصة في هذه النقطة، لكن نلاحظ وجود اتفاق من ناحية توظيف الصورة في المادة الخبرية مع الإختلاف في طبيعة وطريقة التوظيف، ونجد من ناحية عدد الصور الموظفة فقد تفوقت الشروق اليومي عن النصر حيث بلغ عدد الصور الموظفة 58 صورة فالشروق اليومي، و36 صورة في النصر .

كما نستنتج أن كلتا الصحفيتين استخدمت الصور الشخصية، والصور الخبرية كون هذا النوع من الصور يعبر بطريقة واضحة على مضمون المادة الخبرية ويدعمه، وكانت أغلب الصور الشخصية لشخصيات سياسية واقتصادية تم التفصيل فيها أكثر في فئة الشخصيات الفاعلة في موضوع الأزمة المالية بالجزائر، اما الصور الخبرية فكانت معظمها تعبر عن إجتماعات وملتقيات إقتصادية وسياسية لبحث الوضع الإقتصادي والمالي للجزائر، كإجتماع منظمة الأوبك، وإجتماع مجلس الوزراء لطرح مشروع قانون المالية، وكذا إجتماع الغرفة السفلى للبرلمان لبحث الوضعية المالية للجزائر.... الخ.

الإجابة على التساؤل الخامس: ماهي أهم المصادر الصحفية التي اعتمدت عليها الصحف محل الدراسة في معالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016؟
عرض النتائج:

تشير نتائج الدراسة التحليلية لفئة فئة المصدر أن صحيفة "النصر" ادرجت أغلب المواد الخيرية المتعلقة بمعالجة موضوع الدراسة من توقيع الجريدة، من مصدر الصحيفة في حد ذاتها، بالدرجة الأولى بنسبة بلغت 28.12%. يلها اعتماد النصر على الصحفيين من هيئة التحرير في الحصول على الأخبار المتعلقة بموضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016، بنسبة 25%، ثم يأتي بعدها المواد الخيرية التي لم يتم ذكر مصدرها وجاءت من دون توقيع، بنسبة 17.18%. ثم مصدر المراسل الصحفي بنسبة 14.06%، وكان اعتمادها على وكالات الأنباء مرة واحدة، وعلى الصحفي+ وكالات الأنباء مرتين فقط.

في حين نجد أن صحيفة "الشروق اليومي" اعتمدت على الصحفيين والمراسلين معا في الحصول على معلومات حول موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016، بنسبة 39.47%، يلها مصدر المراسل الصحفي بنسبة 27.63%، ثم يأتي بعده مصدر الصحفي بهيئة التحرير بنسبة 19.73% وفي الأخير نجد المواد الخيرية التي جاءت بدون توقيع ولم يتم ذكر مصدرها والتي بلغ عددها 10 مواد ما نسبته 13.15%.

كما نلاحظ أن صحيفة "النصر" اعتمدت على شبكة متنوعة من المصادر جاءت في مقدمتها اعتمادها على المصادر الداخلية من صحفيين ومراسلين ووكالات الأنباء -وكالة الأنباء الجزائرية-، في حين تجدر الإشارة إلى وجود تباين بين الصحيفتين محل الدراسة فما تعتمد عليه صحيفة الشروق اليومي بنسبة كبيرة كمصدر للأخبار، نجد أن صحيفة النصر لا تعتمد عليه كثيرا والعكس صحيح، مثال ذلك: اعتماد صحيفة الشروق اليومي على مصدر الصحفي+ المراسل كان بنسبة 39.47% في حين كانت نسبته في صحيفة النصر 10.93%، وأيضا اعتماد صحيفة النصر على اسناد أغلب المواد الخيرية التي عالجت موضوع الدراسة الى مصدر: من توقيع الصحيفة، والذي بلغت نسبته 28.12% في المقام الأول من ترتيب مصادر الخبر التي تعتمد عليها النصر، أما في صحيفة الشروق اليومي فلم تعتمد هذا النوع من المصادر إطلاقا في اسناد مادتها الخيرية الخاصة بمعالجة موضوع الدراسة.

مناقشة النتائج:

أهم ما يمكن أن نستنتجه فيما يتعلق بالمصادر الصحفية المعتمدة من طرف الصحف محل الدراسة، هو اعتمادها بشكل كبير على المصادر الداخلية المتمثلة في كل من الصحفي والمراسل الصحفي في معالجتها لموضوع الأزمة المالية بالجزائر، حيث نجد أن أغلبية الأنواع الصحفية المتعلقة بهذا الموضوع والتي تم تحليلها جاءت تحت توقيع الصحفي المحرر لهذه الأنواع، وقلما نجد اعتمادها على مصادر خارجية متمثلة في وكالات الأنباء أو وسائل إعلامية أخرى، أما صحيفة النصر فتعتمد بشكل كبير على مصادرها الداخلية وأحيانا عدم ذكرها للمصدر وهذا ما تم ملاحظته مثلا في الإفتتاحية كصحافة رأي لم يتم ذكر مصدرها بل الإكتفاء بكتابة " من توقيع النصر".

كما تم التوصل الى وجود مواد خبرية متعلقة بموضوع الدراسة لم يتم ذكر مصدرها الخبري، كانت مجهولة المصدر، وتم تسجيل تقارب من حيث نسبة هذه المواد حيث بلغت في جريدة النصر نسبة 17.18% بواقع 11 مادة خبرية من أصل 64 مادة خبرية، و في صحيفة الشروق اليومي بـ 13.15%، بواقع 10 مواد خبرية، من أصل 76 مادة خبرية.

وفي هذا الإطار يمكن الإشارة إلى أن عدم ذكر مصدر المادة الخبرية لبعض المواضيع التي تم نشرها في صحف الدراسة، يعود الى طبيعة الموضوع المطروح وطبيعة التعامل مع معطياته من قبل الصحيفة في حد ذاتها، وهنا يرتبط هذا الطرح بالسياسة التحريرية للصحيفة وطريقة عملها الصحفي، الذي تتحكم فيه معطيات كثير من بينها علاقة هذه الوسيلة الإعلامية بأنظمة الحكم، وكذا علاقاتها مع أصحاب المصالح إذا ما تعلق الأمر بمعالجة المواضيع الهامة والحساسية في الدولة.

2- عرض ومناقشة نتائج الدراسة التحليلية الخاصة بمعرفة أهم المواضيع التي عالجتها الصحف محل الدراسة (النصر، الشروق اليومي)، والمرتبطة أساسا بموضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016، ومعرفة وظيفة المضمون محل التحليل، وأهم الأطر الإعلامية التي وظفتها صحف الدراسة لتأطير موضوع الأزمة من خلال الإجابة على السؤال ماذا قيل؟ في إطار فئات المضمون من خلال الإجابة على التساؤلات الآتية:

الإجابة على التساؤل الأول: ماهي مجموعة المواضيع التي عالجتها الصحف محل الدراسة والمتعلقة بموضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016 ؟

عرض النتائج:

تم تحديد المواضيع المرتبطة بهذه الفئة على النحو الآتي:

أ. ماهي أهم الأسباب التي أدت إلى ظهور الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016؟

كشفت نتائج الدراسة التحليلية المتعلقة بهذه الفئة، عن وجود توافق نسبي بين كل من صحيفة النصر وصحيفة الشروق اليومي، فيما يتعلق بأهم الأسباب المؤدية الى ظهور الأزمة المالية بالجزائر 2016، حيث ركزت كلتا الصحيفتين على إنخفاض أسعار النفط في الأسواق العالمية والذي بلغت نسبته في جريدة النصر 42.85%، وفي صحيفة الشروق اليومي 37.93%.

كما نجد من بين الأسباب الأخرى التي أشارت لها الصحف محل الدراسة، عجز الميزانية العامة للحكومة بنسبة 28.57% في جريدة النصر، أما جريدة الشروق اليومي فركزت بالحديث عن انخفاض الإيرادات وتراجع المداخيل بنسبة 31.03%.

بالإضافة الى ما سبق ذكره من أسباب متعلقة بظهور الأزمة المالية بالجزائر، نجد تباين في معالجة الصحف محل الدراسة لهذا الموضوع، فما تصنفه النصر كأولى الأسباب نجده في الشروق اليومي أقل معالجة وأهمية، والعكس صحيح، وهنا نستنتج أن الأجندة الإعلامية لصحيفة النصر تختلف تماما عن الأجندة الإعلامية لصحيفة

الشروق اليومي، كما يرتبط تصنيف كل منهما لهذه المواضيع بالشخصيات الفاعلة في الموضوع، فهناك من يرجح مثلا عجز الميزانية العامة من أهم الأسباب المؤدية للأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016، وهناك العكس من يعتبرها سبب هامشي أو نتيجة لانخفاض الإيرادات وتراجع المداخيل.

مناقشة النتائج:

من خلال ما توصلت إليه نتائج الدراسة التحليلية لفئة أسباب ظهور الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016، نلاحظ أن صحف الدراسة تباينت آراؤها حول هذا الموضوع، وهذا راجع لغياب المعلومة المتعلقة بهذا الموضوع، حيث ارجع المختصون والخبراء السياسيين والإقتصاديين أن الوضع الراهن الذي تعيشه الجزائر ينبه بوجود أزمة مالية في ظل المعطيات الموجودة، ولكن لا يوجد تصريح مباشر من طرف الدولة الجزائرية بوجود أزمة مالية، ما شكل نوع من الخلط بين أسباب ظهور الأزمة المالية، وهل يمكن اعتبار أن الإقتصاد الجزائري يمر بأزمة مالية؟، هي أمور طرحتها صحف الدراسة من خلال حديثها على العديد من المواضيع المرتبطة بهذا الجانب، وما توصلت إليه هذه الدراسة أن السبب الأول والأخير لظهور الأزمة المالية أو ما أصطلح عليه بالصدمة النفطية، أو الصدمة الخارجية هو انخفاض أسعار النفط في الأسواق العالمية، كون الميزانية العامة للدولة مبينة على مداخيل الريع البترولي، وقد تأثر صندوق ضبط الإيرادات جراء هذا الإنخفاض الحاد في أسعار النفط، لتتوالى أسباب أخرى وترتبط ببعضها البعض مشكلة أزمة مالية.

ب. ماهي أهم الآثار المترتبة عن الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016؟

عرض النتائج:

فيما يتعلق بتداعيات الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016، نجد أن نتائج الدراسة التحليلية لصحيفة النصر وصحيفة الشروق اليومي قد بينت أن صحف الدراسة قد ركزت على ضعف القدرة الشرائية للمواطن الجزائري في ظل الأزمة المالية وما تبعها من آثار، حيث نجد تقارب في معالجة هذا الموضوع في كلتا الصحيفتين، الذي سجل أعلى نسبة في جريدة النصر بـ33.33%، وفي صحيفة الشروق اليومي بـ27.77%.

وتشير النتائج المتوصل إليها من الدراسة التحليلية أيضا، إلى وجود تباين فيما يخص معالجة هذا الموضوع في كل من صحيفة النصر وصحيفة الشروق اليومي فيما يتعلق بباقي الفئات الفرعية، حيث ركزت النصر على آثار الأزمة المالية على الميزانية العامة، وآثارها في زيادة معدلات التضخم، الذي جاءت نسبتها 22.22%، على العكس منه في جريدة الشروق اليومي التي تحدثت عن أثر الأزمة في زيادة معدلات البطالة بنسبة 22.22%، وآثارها على سياسة سعر الصرف بنسبة 16.66% هذه الأخيرة التي لم تتحدث عنها جريدة النصر ولم تعطها مساحة ضمن صفحاتها.

مناقشة النتائج:

نستنتج مما سبق، أن حديث صحيفة النصر عن آثار الأزمة ارتبط بشكل كبير بمحاولتها تخفيف حدة الأزمة وتذليلها للجمهور متلقي للمادة الخبرية المتعلقة بمعالجة هذا الموضوع، حيث نستشف ذلك من خلال تركيزها على

ارجاع آثار الأزمة على ضعف القدرة الشرائية للمواطن الجزائري نتيجة انخفاض قيمة العملة المحلية، ولكن كان تركيزها أكثر على آثار الأزمة على الدولة والحديث عن الميزانية العامة للدولة، وارتفاع معدلات التضخم، بالإضافة الى آثارها على النمو الإقتصادي، ويعود هذا التوجه لجريدة النصر ومنها صحيفة عمومية تخدم القطاع العمومي التابع له، وتسعى لفرض نوع من الإستقرار في المجتمع من خلال المضامين التي تطرحها فهي تحاول ربط المتلقي بالدولة بطريقة غير مباشرة سعياً منها في توطيد هذه العلاقة والحفاظ عليها.

أما فيما يخص جريدة الشروق اليومي، فقد ركزت على ذكر آثار الأزمة المالية لسنة 2016، على المواطن بالدرجة الأولى، من خلال الحديث عن ضعف القدرة الشرائية، وتعميق حدة البطالة والفقر، وأثر الأزمة على سياسة سعر الصرف وإنخفاض قيمة الدينار وما صحبه من تداعيات، إذن معالجة الشروق اليومي لهذا الموضوع كانت بصفة أكبر بالإعتماد على الأنواع الصحفية الخاصة بالرأي من خلال المقال الصحفي والعمود والإفتتاحية، وفي بعض الأحيان الكاريكاتور. ما يعكس توجهها الإيديولوجي وخطها الإفتتاحي كونها صحيفة خاصة.

ج. ماهي أهم الحلول التي قدمتها الحكومة الجزائرية للخروج من الأزمة المالية لسنة 2016؟

عرض النتائج:

اتفقت صحف الدراسة من حيث الإهتمام بموضوع ترشيد النفقات (سياسة التقشف)، التي دعت إليها الحكومة كأحد الإجراءات التي تخفف من تداعيات الأزمة المالية لسنة 2016، لتبلغ نسبة معالجة هذا الموضوع في صحيفة النصر 61.26%، ونسبة 65.51% في صحيفة الشروق اليومي، ما يدل على وجود تقارب كبير في تركيز صحف الدراسة على هذا الموضوع، وتخصيص مساحة إعلامية هامة مقارنة بباقي المواضيع المرتبطة بهذه الفئة. وفي نفس الموضوع، نجد اختلاف فيما يخص الفئات الفرعية الأخرى، حيث ركزت النصر بالدرجة الثانية على موضوع المديونية الخارجية وعرض قانون المالية لسنة 2017 بنسبة بلغت 16.12% لكل منهما، وهو ما اختلفت فيه مع الشروق اليومي التي أدرجت في المرتبة الثانية كل من موضوع اللجوء الى القرض السندي وموضوع التقاعد النسبي كأحد الحلول للخروج من الأزمة المالية الحالي، بنسبة معالجة بلغت 10.34% لكل منهما.

مناقشة النتائج:

بالعودة الى النتائج السابق طرحها فيما يخص الحلول التي قدمتها الحكومة الجزائرية للخروج من الأزمة، فقد اعتمدت صحف الدراسة على شخصيات فاعلة في المجال الإقتصادي لتغطية ومعالجة هذا الموضوع، ويعود الإختلاف في طرح هذه الحلول في كلتا الصحيفتين، إلى تباين الآراء حول هذا الموضوع، وعدم الإعتماد على نفس الفئات الفاعلة من خبراء ومختصين في الشأن السياسي والاقتصادي، كما أن نسب المعالجة اختلفت من فئة لأخرى ومن صحيفة لأخرى وذلك لعدم توفر معطيات واضحة تشرح كيفية تطبيق هذه الحلول، ومدى نجاعتها، كونها مجرد إقتراحات قدمها نواب في البرلمان، أو وزراء في القطاع الإقتصادي والتجاري والمالي في الجزائر، في إنتظار تطور الوضع المالي ومعرفة مستجداته، في ظل غياب خارطة طريق واضحة تشخص الأزمة في كل مرحلة من مراحل دورة حياتها، وهذا ما يعرقل العمل الإعلامي الذي يرتبط ارتباطاً شديداً بالمعلومة ومصدر المعلومة لأن غياب هاذان

العنصران قد يشكل نوع من الإشاعة المغرضة التي تقلل من مصداقية الوسيلة الإعلامية وهو ما يمكن أن نعتبره أحد معوقات العمل الإعلامي.

الإجابة على التساؤل الثاني: ماهي اللغة المستخدمة في معالجة موضوع الدراسة في الصحف محل

التحليل؟

عرض النتائج:

تشير نتائج الدراسة إلى تركيز الصحف محل التحليل على توظيف اللغة الإعلامية في مادتها الخبرية بالدرجة الأولى والمتعلقة بموضوع الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016، حيث بلغت نسبتها في كل من صحيفة النصر وصحيفة الشروق اليومي 57.94%، ونجد في المركز الثاني اللغة العلمية المتخصصة بنسبة 17.75% كون موضوع الدراسة موضوع يعالج معطيات اقتصادية في الصحافة المكتوبة فمن الطبيعي أن نجد صحف الدراسة قد اعتمدت على اللغة العلمية المتخصصة للإشارة إلى المعطيات الاقتصادية للأزمة المالية ومؤشراتها.

كما توصلت هذه الدراسة إلى أن الصحف محل التحليل وظفت مزيج بين اللغة العربية والعامية بنسبة 18.69%، وتم توظيفها في صحف الدراسة من خلال استخدام بعض العبارات باللهجة العامة، كونها اعتمدت على بعض الأنواع الصحفية التي تستخدم هذا المزيج ونذكر منها العمود، والإفتتاحية، والكاريكاتور.

في حين نجد أن جريدة الشروق اليومي قد وظفت مزيج بين اللغة العربية والأجنبية بنسبة 5.60%، وعدم اعتماد النصر على هذا المزيج في صياغة مادتها الخبرية المتعلقة بموضوع الدراسة.

وعليه يمكن القول، أن صحف الدراسة اعتمدت على توظيف اللغة الإعلامية البسيطة التي يفهمها العامة والخاصة، كونها تخاطب عامة الناس، وباعتبارها لا تنتمي إلى الصحافة المتخصصة، أي جريدة عامة تنشر مواضيع في العديد من المجالات ولا تخاطب فئة متخصصة دون أخرى، كما اعتمدت هذه الصحف توظيف بعض العبارات والمصطلحات باللغة العامية وفي بعض الأحيان كلمات باللغة الأجنبية، لكن بنسبة أقل.

مناقشة النتائج:

تشير نتائج تحليل فئة اللغة المستخدمة في معالجة موضوع الدراسة في الصحف محل التحليل، إلى درجة كبيرة من التوافق بينها وبنسب متقاربة جدا، حيث كان توظيفها للغة الإعلامية بشكل كبير مقارنة مع الفئات الأخرى، وهذا أمر عادي كون اللغة الإعلامية هي وسيلة لنقل الرسالة إلى المتلقي أو الجمهور التي تعد القاسم المشترك بين هذا الأخير رغم اتساعه، وتأخذ اللغة الإعلامية سماتها من لسان مجتمعا وتتميز بتفرعها في جميع الأنساق الاجتماعية وهي تعبر عن البيئة والمجتمع عن طريق الدلالات فتنتقل المعاني والأفكار إلى الجمهور وبالتالي إيصال المعلومات إلى مستويات اجتماعية مختلفة فتساعد المستقبل على فهم واقعه فهي تسير العصر وتطوراته، وعليه فإن اللغة الإعلامية تعبر عن الخبرة المشتركة بين المرسل والمتلقي للرسالة الإعلامية، وتمتاز بالبساطة كونها تخاطب عامة الناس، كما نجد أن صحف الدراسة وظفت في بعض الأنواع الصحفية كالعمود والمقال الإفتتاحي والكاريكاتور اللغة العامية، وهو ما يشير إلى أن الصحافة المكتوبة تخاطب المتلقي بلغته مما يزيد من تفاعل هذا الأخير مع

المضمون الإعلامي خاصة إذا تعلق الأمر ببعض المصطلحات المتداولة بين عامة الناس، هنا نجد أن الصحافة المكتوبة تهتم بنشر هذه المصطلحات في مادتها الخبرية.

أما درجة الإختلاف بين النصر والشروق اليومي في استخدام عناصر هذه الفئة، فهي تكمن في عدم توظيف جريدة النصر لمزيج بين اللغة العربية واللغة الأجنبية، على العكس جريدة الشروق اليومي الذي كان توظيفها لهذا المزيج بنسبة ضئيلة جدا بلغت 5.60%.

الإجابة على التساؤل الثالث: ماهي وظيفة المضمون محل التحليل لصحيفة النصر وصحيفة الشروق

اليومي؟

عرض النتائج:

توصلت نتائج الدراسة التحليلية الى وجود اختلاف واضح من حيث وظيفة المضمون للصحف محل التحليل، حيث نجد أن صحيفة النصر ركزت على الوظيفة الإخبارية بالدرجة الأولى بنسبة 65.62%، وهو ما يعكس الخط الإفتتاحي لهذه الجريدة كونها جريدة عمومية تعمل على تقديم الأخبار والمعلومات بالدرجة الأولى، أما صحيفة الشروق اليومي نجد أنها ركزت بالدرجة الأولى على الوظيفة التفسيرية (التحليل والمناقشة)، بنسبة 55.26%، ويعود ذلك الى كونها صحيفة خاصة تعنى بالرأي بالدرجة الأولى فلا تتوقف وظيفتها الإعلامية عند الإخبار بل تتعدى ذلك الى التحليل والمناقشة استنادا الى معطيات واحصائيات وفاعلين لتدعيم الموضوع المعالج.

اما الوظيفة التوعوية فنجد أن كلتا الصحيفتين وظفتها بنسبة أقل من الوظائف الأخرى، لتشمل الحديث عن آثار الأزمة في العديد من الجوانب الإقتصادية والاجتماعية والتنمية في البلاد، ولا بد من أن تعي الأطراف المعنية بالأزمة خطورة الأمر وتقف عند معطياته، بالإضافة الى أن هذه الوظيفة حساسة جدا لأنها ترتبط أيضا بالجمهور المتلقي للرسالة الإعلامية المتعلقة بالأزمة، فصحف الدراسة من خلال تركيزها على وظيفة التوعية فهي تعمل على بناء جمهور واعي لا ينجر وراء عواطفه في ظل المعطيات السلبية للأزمة والتي تؤثر عليه إما بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.

مناقشة النتائج:

وتطرح وظيفة المضمون عبر وسائل الإعلام إشكالية عرض المحتوى ومعالجته بصفة موضوعية، لذا نجد أن الموضوع المعالج 'الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016'، في الصحف محل الدراسة يطرح بدوره خصوصيته كونه موضوع هام ينتمي إلى المجال الإقتصادي مما يتطلب وجود عنصر بشري مؤهل يقوم بتغطية ومعالجة موضوع الأزمة بطريقة موضوعية تتسم بمصداقية المعطيات المطروحة بعيدا عن الضغوطات التي تطرحها الأزمة، كونها تتطلب تحليلا معمقا وتفسيرا دقيقة مما يجعل وظيفة الصحافة المكتوبة تتمثل في الجمع بين الإخبار أي تقديم المعلومة، والتحليل والتفسير لهذه المعلومة ثم العمل على بناء نوع من الوعي الإجتماعي لدى الفرد المتلقي من خلال المادة الخبرية التي تعالجها هذه الوسيلة.

بالإشارة الى النتائج السابق ذكرها، نشير إلى أن صحف الدراسة اهتمت بوظيفة على حساب وظيفة أخرى، ولكن ما يجب أن يكون عكس ذلك تماما، فالوظائف التي تقع على عاتق وسائل الإعلام هي وظائف متكاملة فيما بينها، اهمال أحدها لن يحقق الهدف المنشود من الرسالة الإعلامية، كما أنه ينقص من أهمية الوسيلة بالنسبة للمتلقي.

الإجابة على التساؤل الرابع: ماهي أهم الأطر الإعلامية التي اعتمدت عليها صحف الدراسة في معالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016؟

عرض النتائج:

حرصت الصحف الدراسة على إبراز إطار النتائج الإقتصادية بالدرجة الأولى، بنسب متقاربة بين كل من النصر بنسبة 35.34%، والشروق اليومي بنسبة بلغت 33.77%، ويعود ذلك الى طبيعة الموضوع المعالج 'الأزمة المالية'، حيث يعتبر موضوع اقتصادي له أبعاد وخلفيات وأثار ونتائج لا بد من طرحها في المادة الخبيرة لهذه الصحف، من خلال التركيز على أهم النتائج الاقتصادية التي أدت الى دخول الإقتصاد الجزائري في حالة أزمة مالية، وماهي أهم المعطيات التي تشير إلى ذلك؟، بالإضافة الى عرض أهم النتائج التي خلفتها الأزمة المالية على العديد من القطاعات، كما حرصت الصحف محل الدراسة على إبراز إطار الإهتمامات الإنسانية بنسبة بلغت 24.24% في كلتا الصحيفتين، وينعكس هذا الإطار في المادة الخبيرة للصحف محل التحليل من خلال ما نشرته حول أهم الإجراءات التي اتخذتها الحكومة الجزائرية للتخفيف من حدة الأزمة خاصة على المواطن الجزائري، لكن اختلف نوع المعالجة لهذه الإجراءات، حيث نجده في صحيفة النصر عبارة عن حلول مقترحة للتصدي للأزمة ومحاولة إحتوائها من طرف أجهزة الدولة السياسية والاقتصادية، لكن في صحيفة الشروق اليومي نجد عكس ذلك تماما، فهي ترى أن الأزمة المالية ناتجة عن سوء التسيير من طرف الدولة وهي المسؤول الأول والأخير عن تطبيق الحلول المقترحة ولا دخل للمواطن العادي فيما كما لا يمكنه تحمل أعباء الأزمة المالية وهو لم يشارك في صنعها.

إذن نظرة الصحيفتين مختلفة تماما لإطار المسؤولية الانسانية، فالشروق اليومي مثلا ركزت على إبراز هذا الإطار من خلال الرسم الكاريكاتوري بصفة أكبر كون هذا النوع الصحفي يعبر أفضل من الأنواع الصحفية الأخرى التي تعتمد على الكلمة، لأن الصورة تختزل ألف كلمة.

كما نجد أن صحف الدراسة ركزت في مادتها الخبيرة على إبراز إطار المسؤولية بنسبة 16.88%، ولكن هناك إختلاف من ناحية توظيف المادة الخبيرة لإبراز هذا الإطار، ففي جريدة النصر لم تشر بصفة واضحة عن أهم المسؤولين عن الأزمة المالية، حيث تم استنتاج ذلك بصفة ضمنية من سياق النص الخبري، الذي اعتمدت فيه النصر على مجموعة من الفاعلين والذين تم ربطهم بموضوع الأزمة كونهم أشخاص لهم مكانة في الدولة أو خبراء اقتصاديين يمكنهم إعطاء انطباعاتهم حول الأزمة، لكن في صحيفة الشروق اليومي نجد أن السياق الذي جاء فيه ذكر المسؤولين عن الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016، مغاير تماما لما جاء في صحيفة النصر، حيث نجد إشارة مباشرة الى أهم المسؤولين أو الفاعلين في موضوع الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016 في صحيفة الشروق اليومي لكن

بدون ذكر أسماء، نجدتها تحدثت عن مسؤولين في الدولة باستخدام عبارات ملونة ولم تشير لها المادة الخبرية بطريقة مباشرة ولكن يتم فهمها من سياق الكلام.

مناقشة النتائج:

من خلال عرض نتائج الدراسة التحليلية الخاصة بفئة الأطر الإعلامية، التي تم إبرازها في النص الإعلامي لجريدة النصر والشروق اليومي، نجد وجود تقارب في إبراز الأطر الإعلامية، بالدرجة الأولى إطار النتائج الإقتصادية، يليها إطار الإهتمامات الإنسانية، ثم يأتي الإطار المحدد بقضية، وفي الأخير إطار المسؤولية، لكن رغم هذا الإتفاق فإنه يوجد إختلاف من حيث توظيف كل إطار، وتختلف رؤية كل صحيفة لهذه الأطر الإعلامية.

الإجابة على التساؤل الخامس: ماهي الفئات الفاعلة في معالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر لسنة

2016 في الصحف محل الدراسة؟

عرض النتائج:

بالنسبة للأطراف الفاعلة ضمن موضوع الأزمة محل الدراسة، نجد أن صحيفة النصر ركزت بالدرجة الأولى على فئة الخبراء الإقتصاديين بنسبة بلغت 28.75%، حيث نجد أن هذه الفئة جاءت في المرتبة الثانية في صحيفة الشروق اليومي بنسبة 31.81%، أما في المرتبة الأولى فكان تركيز هذه الصحيفة بالدرجة الأولى على فئة الوزراء بنسبة بلغت 31.81%، حيث نجد أن هذه الفئة جاءت في المرتبة الثانية في صحيفة النصر بنسبة 21.42%، فكلتا الفئتين لها ارتباط مباشر مع معطيات الأزمة ومن الطبيعي جدا أن يتم التركيز عليهما والإعتماد على المعلومات التي يقدمها كل من الخبراء الإقتصاديين وطاقم الوزاري المتعلق بالأزمة المالية، للوقوف عند أهم القرارات المتخذة من طرف الحكومة الجزائرية لإحتواء الأزمة وإيجاد حلول للخروج منها.

كما اعتمدت صحف الدراسة على فاعلين آخرين في معالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر، ونقصد به الأطراف التي ساهمت في إبداء رأيها حول هذا الموضوع، ونخص بالذكر مؤسسات المجتمع المدني، ورؤساء مؤسسات إقتصادية، وباحثين في مجال الإقتصاد، حيث تم الإعتماد عليهم بنسبة أقل من الفئات الأخرى، ونجد أيضا أن من بين المؤسسات الإقتصادية والمالية الفاعلة في موضوع الأزمة "صندوق النقد الدولي"، بإعتباره مؤسسة مالية تساهم في حلّ الأزمات عبر دول العالم، من خلال منح قروض للدول المتضررة من الأزمة.

مناقشة النتائج:

في ضوء النتائج السابقة المتعلقة بفئة الفاعلين في موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016، نجد أن صحف الدراسة قد اعتمدت على فئات معينة وجدت فيهم الأهلية لمناقشة هذا الموضوع، وفي بعض الأحيان ارتبط وجودهم بطرح معطيات حول الأزمة، ومثال ذلك اعتماد صحف الدراسة على الخبراء الإقتصاديين ووزراء في القطاع الإقتصادي والمالي، جاء من زاوية نقل المعلومة المتعلقة بالأزمة، كون هذا الموضوع مرتبط بهم بالدرجة الأولى، مع تسجيل تفاوت من ناحية الإعتماد على هذه الفئات في صحف الدراسة، كما نجد أن باقي الفئات الفاعلة في موضوع الأزمة كانت نسبة الإعتماد عليها متقاربة بين صحف الدراسة، وفي بعض الأحيان نجد أن كلتا الصحيفتين اعتمدتا

على نفس الفئات الفاعلة، مثال ذلك: صندوق النقد الدولي، خبراء اقتصاديين، نواب في البرلمان ورؤساء أحزاب سياسية.

الإجابة عن التساؤل السادس: ماهو اتجاه معالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016، في

الصحف محل الدراسة؟

عرض النتائج:

أشارت نتائج الدراسة التحليلية لفئة الإتجاه، الى وجود اختلاف بين إتجاه معالجة الصحيفتين لموضوع الأزمة المالية بالجزائر 2016، حيث نجد ان صحيفة النصر سيطر عليها الاتجاه الإيجابي بنسبة بلغت 57.81%، وهو أمر عادي كون الصحيفة عمومية تعبر عن آراء وأفكار تصب في خدمة الدولة ومصالحها، وكذلك الرقابة الذاتية المفروضة على صحفيي القطاع العمومي، فالصحفي مقيد وليس حرّ في هذا الإطار يقوم بتحرير مادته الخبرية وفق الخط الإفتتاحي للمؤسسة الصحفية التي يعمل بها، حيث يوظف مصطلحات وعبارات تخدم السياسة التحريرية لصحيفة النصر.

أما صحيفة الشروق اليومي، فقد أشارت نتائج الدراسة سيطرة الإتجاه السلبي، بنسبة بلغت 52.63% فيما يخص معالجتها لموضوع الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016، حيث اشارت أغلب المواد الخبرية التي تم تحليلها عن هذه الصحيفة، الى تركيز الشروق اليومي على الإتجاه السلبي في تغطية ومعالجة هذا الموضوع، حيث بلغت عدد المواد الخبرية ذات الإتجاه السلبي 40 مادة خبرية، وجاء في المرتبة الثانية الإتجاه المحايد بنسبة 35.52% بواقع 27 مادة خبرية، أما الإتجاه الإيجابي فكانت نسبته أقل 11.84% بواقع 9 مواد خبرية كان إتجاهها إيجابيا.

نلاحظ أن أغلب المواد الخبرية التي عالجت الشروق اليومي فيما يخص موضوع الدراسة، كانت ذات إتجاه سلبي، مما يعكس السياسة التحريرية لهذه الصحيفة وإتجاهها الإيديولوجي كونها صحيفة خاصة، تعبر عن آراء وأفكار الجهات المسؤول عنها والتي تمولها، حيث نجد أن خطها الإفتتاحي مختلف تماما عن جريدة النصر العمومية، فالشروق اليومي تعبر عن صحافة الرأي بالدرجة الأولى، وهو ما جعل أغلب موادها الخبرية تتضمن عبارات سلبية عن الأزمة، بالإضافة الى طريقة التحليل والمناقشة وصياغة العناوين الرئيسية والفرعية باستخدام بعض الكلمات والجمل التي تتضمن توجي الى الجانب السلبي من الموضوع.

مناقشة النتائج:

تباين بشكل واضحة اتجاه الصحيفتين محل التحليل في المضامين التي عالجت موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016، بين الإتجاه الإيجابي والإتجاه السلبي، فنجد أن الصحيفة العمومية ممثلة في "النصر" قد تبنت الإتجاه الإيجابي بنسبة كبيرة في أغلب المواد الخبرية التي نشرتها حول موضوع الأزمة، وتبين ذلك من خلال عرضها لمعطيات الأزمة دون التعليق عليها أو تحليلها أو مناقشتها، حيث اكتفت بنقل مستجدات الأزمة دون التعليق على معظم المواضيع المتعلقة بالأزمة أسبابها وأثارها وصولا إلى الحلول التي قدمتها الحكومة للخروج من الأزمة وإحتوائها أما صحيفة الشروق اليومي والتي تمثل الصحف الخاصة في هذه الدراسة، فإنها إنتهجت الإتجاه السلبي في طرح ومعالجة موضوع الدراسة المتعلق بالأزمة وتحليلها ومناقشتها، حيث نجد أنها اعتمدت في أغلب موادها الخبرية

على الأنواع الصحفية الخاصة بالرأي، وهي أنواع وقوالب تعبر عن اتجاه الصحف نحو المواضيع المعالجة، بالإضافة إلى الإعتماد على فئات فاعلة من خبراء اقتصاديين ووزراء ورؤساء أحزاب لإثراء موضوع الأزمة ومعالجته وتحليله من زوايا مختلفة لكن بطريقة تعكس الخط الإفتتاحي للجريدة.

نتائج الدراسة في ضوء نظريتي ترتيب الأولويات (الأجندة)، والأطر الإعلامية :

اعتمدت هذه الدراسة في إطارها النظري التفسيري على نظريتين أساسيتين هما:

نظرية ترتيب الأولويات (الأجندة): يبحث موضوع -المعالجة الإعلامية للأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016- في الأهمية التي أولتها الصحف محل الدراسة لهذا الموضوع، انطلاقا من دراسة أجندتها الإعلامية في كيفية تموقع هذا النوع من الأخبار ضمن صفحاتها، بالإضافة إلى معرفة حجم المساحة التي تغطي موضوع الدراسة وتعالجه، ومقارنة المساحة المخصصة في الصحافة الخاصة والصحافة العمومية.

كما تم الاعتماد على نظرية الأجندة كمدخل نظري، من خلال تبني فروضها والإعتماد على أدوات القياس ونتائج بحوثها، والتفسير على ضوء نتائجها.

وتعتبر نظرية الأجندة من نظريات التأثير المعتدل، أي أن اقتراح أجندة معينة وتبنيها وفرضها على جمهور الوسيلة قد لا يعني بالضرورة أن الجمهور سيتبنى تلك الأجندة، ويرتب بالتالي على ضوءها اهتماماته بمواضيع تلك المواد، لأن هناك عوامل أخرى لا يجب إهمالها تؤثر في ترتيب أجندة الجمهور، هذا من جهة، ومن جهة أخرى هناك الواقع الإعلامي الجديد الذي يعيشه العالم اليوم -الانفتاح والإنفجار الإعلامي- بفضل ما أنتجته التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال، من تعدد في وسائل الإعلام، وزيادة تخصصها، وعالميتها، والزخم الإعلامي الذي نعيشه اليوم، وتفتيت الجمهور، كانت نتيجته وجود عدد كبير من أجندات وسائل الإعلام كلها متاحة للجمهور، يقابله تعدد وتنوع كبير لأجندات الجمهور، ما أعطى تحررا أكبر وقوة أكبر لدور الجمهور، مقابل تراجع في دور وسائل الإعلام لإختيار الأجندات التي تتناسب مع أجنداته (الجمهور)، وبناء أجنداته من خلال المدونات الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي.

وقد توصلت هذه الدراسة في إطار نظرية الأجندة إلى أن وسائل الإعلام العمومية المتمثلة في صحيفة النصر، قد ركزت على إبراز موضوع الأزمة المالية من خلال اعتمادها على أجندة السياسة العامة، التي تتخذ من أولويات قضايا السياسة العامة ودوائر صنع القرار وأولويات اهتمام صانعي القرار متغيرا تابعا لها، بينما تمثل اهتمامات وسائل الإعلام المتغير المستقل، وتنشأ تلك الأجندة عن طريق الحكومة والسياسة، وتشمل، (التأييد، والفعل المتوقع، وحرية اتخاذ القرار).

كما نجد أن صحيفة النصر قد اعتمدت على بعض الفئات الفاعلة وجعلتها أكثر بروزا في المحتوى الإعلامي المتعلق بموضوع الدراسة، كما استخدمت اللغة الإعلامية في صياغة مادتها الخبرية المتعلقة بموضوع الدراسة، والتي طغت على أغلب المواد الخبرية المنشورة في هذه الصحيفة، سعيا منها لمخاطبة الجمهور بلغة سهلة ومفهومة دون تكلف بعيدا عن المعطيات والمؤشرات الاقتصادية الغامضة التي يفهمها أهل الإختصاص فقط.

اما فيما يتعلق بصحيفة الشروق اليومي، فقد ركزت على أجندة الجمهور، من خلال التركيز على نشر المادة الخيرية المتعلقة بموضوع الأزمة المالية في قوالب صحفية تخاطب من خلالها الجمهور وإهتماماته، ومن بينها العمود، الإفتتاحية، المقال الصحفي، وهو ما تؤكد لنا أيضا فئة الموضوع حيث نجد أن الشروق اليومي قد ركزت اهتمامها على المواضيع التي ترتبط بالجمهور خاصة تلك المتعلقة بآثار الأزمة على القدرة الشرائية، وعلى تعميق حدة الفقر والبطالة، بالإضافة إلى الحديث عن الضرائب وإجراءات التقشف التي فرضتها الحكومة كحلول للخروج من الأزمة، وفي هذا الإطار نجد أن وسائل الإعلام تركز على الأحداث العامة والقضايا لتحقيق التوحد الجمعي وتشكيل الخطاب الاجتماعي، وانتهت كثير من البحوث¹ إلى أن الصحافة تنجح أكثر من التلفزيون في التأثير على أجندة الجمهور، ذلك أن التلفزيون يهتم أكثر بالقضايا العامة وليس الفرعية الأكثر تخصصا التي يمكن أن تهتم بها الصحف، حيث تهتم الصحف بالعمق والإهتمام بالتفاصيل.

بالإضافة إلى ذلك فإن تأثير نظرية الأجندة في هذه الدراسة يتجلى من خلال الفترة الزمنية لمعالجة الصحف محل التحليل لموضوع الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016، كون طول فترة المعالجة تشير الى أهمية الموضوع بالنسبة لهذه الصحف، لأن تكرار المضمون ذاته من شأنه أن يدعم دور الوسيلة الإعلامية في إدارة الأزمة واحتوائها، بالإضافة إلى بناء وعي لدى الجمهور المتلقي بحجم هذه الأزمة وشدتها.

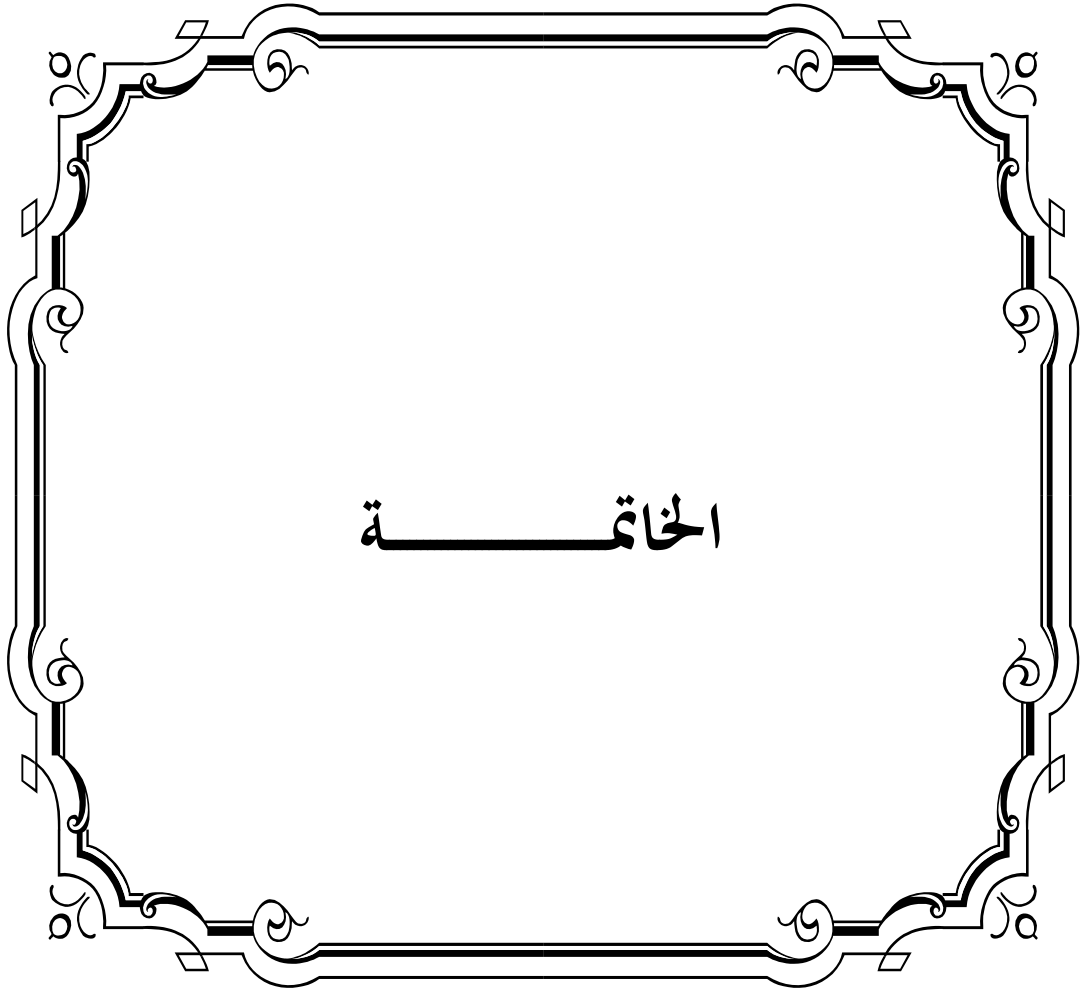
نظرية الأطر الإعلامية: تهتم هذه النظرية بتفسير المحتوى الإعلامي، بما يتضمنه من مضامين ذات صلة بدراسة المعالجة الإعلامية، كما تقوم على أساس أن أحداث ومضامين وسائل الإعلام لا يكون لها مغزى في حد ذاتها إلا إذا وضعت في تنظيم وسياق محدد يطلق عليه اسم الإطار الإعلامي، هذه الأطر تنظم الألفاظ والنصوص والمعاني وتستخدم الخبرات والقيم الاجتماعية السائدة، كما يوفر تأطير الأخبار والقضايا الإعلامية القدرة على قياس محتوى هذه الأخبار، ويفسر دورها في التأثير على الآراء والاتجاهات، فعندما يقع حدث معين فالحدث قد لا يكون له دلالة كبرى عند الناس، ولكن وسائل الإعلام تصفه في إطار إعلامي من حيث اللغة والصياغة، والتركيز على عنصر معين حتى يصبح هاما في قلب الإطار الاجتماعي كله.

في إطار نظرية الأطر الإعلامية توصلت هذه الدراسة الى أن الصحف محل التحليل قد ركزت على إبراز بعض الأطر دون سواها، إنطلاقا من طبيعة الموضوع المعالج، حيث نجد أن صحيفة النصر قد ركزت على إبراز إطار النتائج الاقتصادية، والإطار المحدد بقضية، كونها تنقل أجندة الحكومة في معالجة هذا الموضوع، إنطلاقا من العديد من الإعتبارات تأتي في مقدمتها، أيديولوجية المؤسسة الصحفية-النصر، وسياستها التحريرية لمثل هذه المواضيع، التي تشغل الرأي العام، فهي تنقل ما تضعه الحكومة من إجراءات وما تقدمه من معطيات حول الأزمة في نطاق وظيفة الإخبار لا غير.

¹ - أنظر في ذلك: سماح محمد: دور الصحف المصرية في ترتيب أولويات الجمهور نحو قضايا ذوي الإحتياجات الخاصة، العدد الرابع والثلاثون، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر، أكتوبر، 2009، ص 547.

في حين برز إطار النتائج الاقتصادية، من خلال استخدام مصطلحات ومفردات لغوية تدل على نتائج تغطية موضوع الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016، وأبعادها الاقتصادية، على الميزانية العامة للدولة وعلى صندوق ضبط الإيرادات، وذلك من خلال ما نشرته المادة الخبيرة لجريدة النصر بالحديث عن معطيات الأزمة وما خلفته من تراجع في صندوق المداخيل، وتهاوي قيمة العملة، عكس صحيفة الشروق اليومي التي ركزت بالحديث عن النتائج الاقتصادية للأزمة المالية على الفرد أو المواطن الجزائري، حيث وظفت الكاريكاتور في معالجة هذا الموضوع بصفة أكبر.

وبرز أيضا إطار الإهتمامات الانسانية في صحيفة الشروق اليومي، والذي يراعي الناحية الوجدانية في التغطية الإعلامية، حيث يستخدم القارئون بالاتصال صياغات ومفردات تشير لهذا الإطار بإبراز الطابع الدرامي أو الوجداني والعاطفي لإثارة اهتمامات الجمهور، وهو ما ركزت عليه جريدة الشروق اليومي بصفة أكبر بحديثها عن الأزمة المالية وتداعياتها على الفرد والمجتمع.



الخاتمة :

تمحورت هذه الدراسة أساسا حول فكرة كيف عالجت الصحافة المكتوبة الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016، من منظور أن الصحافة المكتوبة سواء كانت عمومية أو خاصة هي وسيلة إعلامية هامة تعكس معطيات الواقع وتطوراته في العديد من المجالات سواء سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو تنموية ... الخ، بالإضافة الى تغطية الأحداث والصراعات والحروب والأزمات، ما يطلق عليه بإعلام الأزمات أين ترتبط الصحافة المكتوبة بمعطيات الأزمة ارتباطا مباشرا وتعمل على نقل حيثياتها بصفة حيادية وموضوعية دون تفضيل أي طرف على آخر مهما كان انتماؤها السياسي.

فالرسالة الإعلامية للصحافة المكتوبة أثناء الأزمة، تتسم بالحساسية كون الموضوع الذي تغطيه أو تعالجه هذه الوسيلة متغير وليس ثابت، إذن لا بد من الحذر أثناء التعامل مع الأزمة وذكر معطياتها الحقيقية لتنوير الرأي العام لا العمل على تعميمه، وسعيا منا لمحاولة فهم طبيعة عمل الصحافة المكتوبة فقد أشرنا في الفصل الثاني الى لغة الصحافة المكتوبة وأسلوب الكتابة الصحفية مع ذكر لأهم الأشكال الصحفية الخاصة بها.

ولفهم دور الإعلام أثناء الأزمات تطرقت هذه الدراسة الى الحديث عن أسس المعالجة الإعلامية للأزمات، حيث يعد البعد الإعلامي من أهم أبعاد الأزمة كونه يعتبر نقطة الإلتماس الأولى مع الأزمة، قبل حدوثها لتتضاعف التغطية الإعلامية للأزمة مع بدايتها وتتواصل معها الى ما بعد الأزمة، في كل مرحلة من مراحل دورة حياة الأزمة نجد أن وسائل الإعلام حاضرة لتغطية تفاصيلها ومتابعتها لرصد أهم معطياتها للجماهير المتلقي.

وعليه فقد توصلت هذه الدراسة الى أن الصحافة المكتوبة الوطنية العمومية المتمثلة في جريدة النصر والخاصة المتمثلة في جريدة الشروق اليومي، قد أعطت إهتماما لموضوع الدراسة من حيث الشكل، حيث خصصت مساحة لابأس بها لتغطية ومعالجة الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016 خلال الفترة الممتدة من 01 جانفي 2016 إلى غاية 31 ديسمبر 2016، وهو ما وضحته النتائج المتعلقة بفئة المساحة، وهنا نجد أن هذا الإهتمام راجع لأهمية الموضوع في حد ذاته على المستوى المحلي والدولي، فهو يمسّ القطاع الإقتصادي والسياسي والإجتماعي والتنموي في الجزائر.

كما أوضحت نتائج الدراسة التحليلية المقارنة بين صحيفتي النصر والشروق اليومي، أن أغلب المواضيع المرتبطة بالأزمة جاءت ضمن الصفحات الداخلية للجريدة، باعتبار أن هذه الصفحات تعالج المواضيع السياسية والإقتصادية التي يتم طرحها على الساحة الوطنية والدولية والتي تحتل الصدارة في الأجندة الإعلامية لكلتا الصحيفتين.

وتم تناول موضوع الأزمة بالاعتماد على انواع صحفية متنوعة، في كلتا الصحيفتين، فالنصر ركزت على الأنواع الإخبارية، أما الشروق اليومي فقد ركزت على أنواع الرأي.

كما اهتمت صحف الدراسة بتوظيف الصورة كداعم أساسي للمادة الخبرية، لكن كانت تقتصر فقط على الصور الشخصية في الكثير من الأحيان، وهي صور لشخصيات فاعلة في موضوع الدراسة، لكن تم توظيفها للتعريف بالفئة الفاعلة التي تتضمنها المادة الصحفية لا غير.

كما توصلت نتائج الدراسة التحليلية إلى أن الصحف محل الدراسة ركزت على الجانب الشكلي للمادة الخبرية بصفة أكبر وأهملت المضمون نوعا ما حيث ركزت على تقديم المعلومة بشكل أكبر من تحليل وتفسير المعطيات المتعلقة بالأزمة، وهذا ما يفتقر له الإعلام المكتوب في ظل غياب المعطيات الاقتصادية حول الأزمة وعدم وضوح الرؤية بالنسبة لأصحاب القرار فيما يخص هذا الموضوع مع محدودية المعلومات حوله، وهو ما استنتجته هذه الدراسة من مضمون المادة الخبرية التي كانت تعالج موضوع الأزمة بطريقة محتشمة في ظل غياب الطرح الصريح والواضح للموضوع.

بالإضافة إلى ذلك، نجد أن الصحف محل التحليل كانت تركز بشكل كبير على إبراز بعض الأطر الإعلامية التي تتوافق والسياسة التحريرية لها، فنجد جريدة النصر ركزت على إبراز إطار النتائج الاقتصادية، في حين نجد جريدة الشروق اليومي سعت لإبراز إطار المسؤولية، وإطار الإهتمامات الإنسانية، من خلال استخدام أنواع صحفية تبرز هاذين الإطارين من خلال مضمون المادة الخبرية نذكر منها: العمود الصحفي، المقال الإفتتاحي، والكاريكاتور.

توصلت الدراسة إلى أن الصحافة العمومية في الجزائر مازالت رهينة لمبادئ وضوابط العمل الإعلامي الذي تمليه عليها السلطة، فهي تعتبر أداة من أدوات سيادة الدولة، رغم وجود الصحافة الخاصة التي بدأت نوعا ما تتحرر من قيود السلطة، وتفتح بعض الحرية للتعبير عن الآراء والمواقف ولكن بصفة ضمنية من خلال استخدام عبارات مقنعة تحمل العديد من الدلالات والتأويلات، في ظل غياب التحليل العميق للمعطيات والنشر الواضح للمواضيع المتعلقة بالأزمة، فهي تسير وفق النهج الذي تسطره الدولة فما تنشره يعتبر نقل حرفي لقرارات السلطة لا غير.

كما تجدر الإشارة هنا، إلى أن صحف الدراسة قد تبنت الأجندة السياسية للدولة من خلال ما نشرته حول موضوع الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016، فهي تابعت مسار الأزمة وفق ما رسمته الدولة، حيث توافقت في الكثير من الأحيان في المعطيات المنشورة في نفس السياق المتصل بالموضوع.

وقد أظهرت نتائج الدراسة سيطرة الاتجاه الإيجابي في معالجة موضوع الأزمة بالنسبة للصحافة العمومية المتمثلة في صحيفة النصر، في حين كان اتجاه صحيفة الشروق اليومي سلبيا في الكثير من الأحيان، ومحايدا في أحيان أخرى.

وتشير نتائج الدراسة أيضا، إلى أن العمل الإعلامي أثناء الأزمة يتعرض للعديد من الضغوطات التي تؤثر بشكل أو بآخر على صياغة المادة الخبرية بطريقة موضوعية وحيادية، والتي نجد من بينها: الرقابة الذاتية التي يمارسها الصحفيون وخاصة الصحفي المحرر على نفسه أثناء صياغة وتحرير المادة الخبرية المتعلقة بالأزمة، في ظل

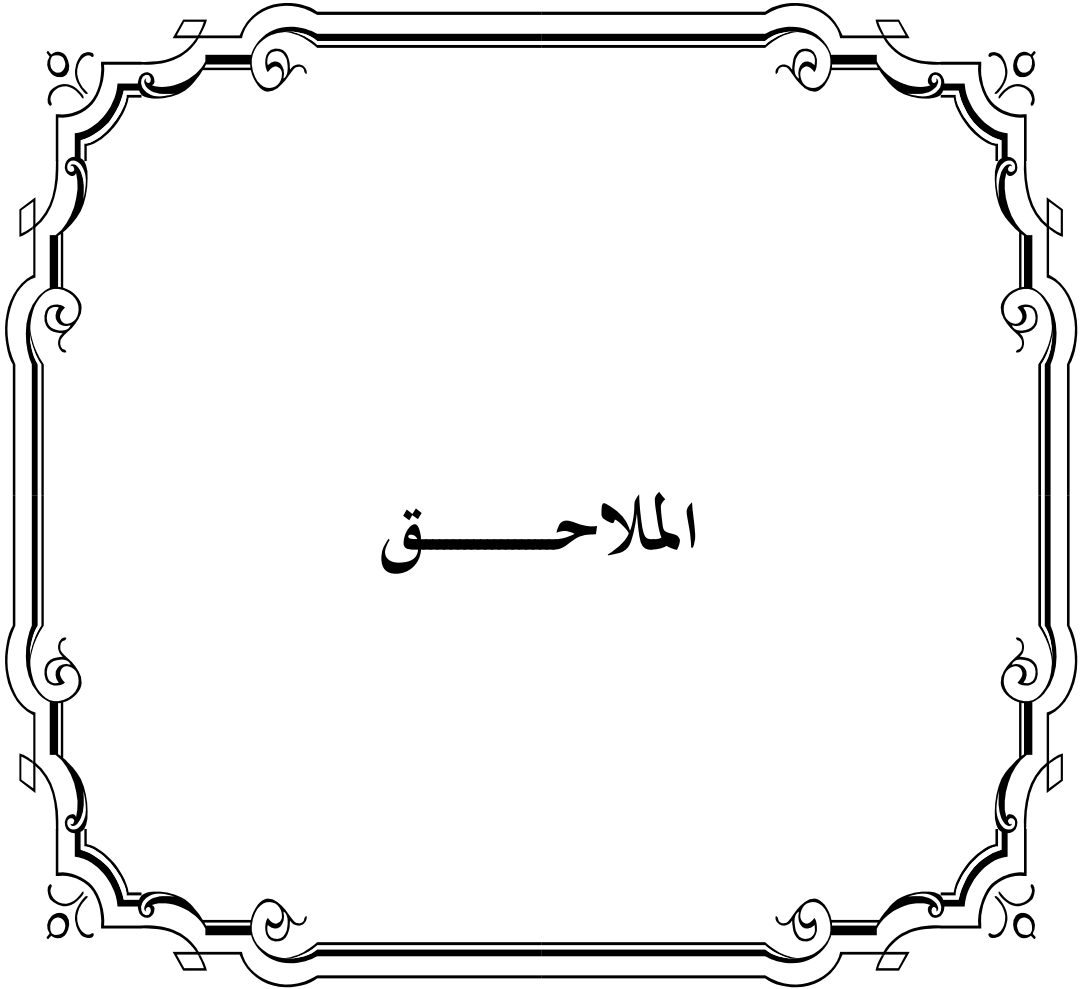
محدودية حرية الصحافة في الجزائر، بالإضافة إلى صعوبة الوصول إلى المعلومات المتعلقة بالأزمة، وعدم التصريح بمعطياتها من قبل الجهات الحكومية، كما نجد أيضا الإنتماء الفكري والسياسي لهذه الصحف سواء كانت عمومية أو خاصة فهي تتعرض لضغوطات وشروط أصحاب المصالح من ناحية (ملكية الصحف، وتمويلها).

ومن الأوضاع التي تطرحها بيئة العمل الصحفي أثناء الأزمات، نجد السرعة والسبق الصحفي، وصراع المصالح والعلاقات الخفية التي تربط المراسلين أو المحررين بالمصدر الصحفي وحيانا تسمى " الصداقة الخفية".

توصيات الدراسة:

توصي هذه الدراسة إنطاقا من النتائج المتوصل إليها بـ:

- يقع على عاتق وسائل الإعلام أثناء معالجتها لموضوع الأزمات، العمل وفق مبدأ الحيادية والموضوعية في الطرح، بعيدا عن كل الضغوطات التي تكتنف العمل الصحفي وتؤثر عليه.
- التنسيق مع مختلف الأجهزة المعنية بمواجهة الأزمة .
- السيطرة على الشائعات التي تنشر في أجواء الأزمة، والتي من شأنها أن تغير مسارها وتعرقل العمل الإعلامي، وتظلل الرأي العام حول المعطيات الحقيقية للأزمة.
- تتبع مراحل الأزمة بدقة قبل، أثناء، وبعد حدوثها، وفق عمل إعلامي منسق ومنظم.
- البعد عن التغطية والمعالجة الإعلامية التي تتسم بالإثارة سعيا لكسب جماهير عريضة تتابع معطيات الأزمة، والعمل أكثر على تطبيق معالجة إعلامية متكاملة للأزمة ومراحلها.
- تقديم المعلومة للمتلقي وفق ما تقتضيه الخدمة العمومية، وعدم تضخيم المحتوى الإعلامي من ناحية الكمّ وغياب التحليل والتفسير في الطرح والمعالجة، أو محاولة الدفاع عن مصالح أطراف معينة وتبرير قراراتها التي تعد مجحفة في حق الجمهور المتلقي للمعلومة الخاصة بالأزمة.
- كما توصي هذه الدراسة بضرورة تكثيف الدراسات والأبحاث المتعلقة بموضوع إعلام الأزمات، والوقوف عند الإنزلاقات التي من الممكن أن يقع فيها رجال الإعلام عند تغطية ومعالجة الأزمات، بالإضافة إلى السعي لوضع إستراتيجية واضحة المعالم تشرح طريقة عمل وسائل الإعلام في ظل الأزمات، وتثري المادة العلمية المتعلقة بهذا المجال البحثي الحديث نوعا ما في الوطن العربي.



الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

كلية: العلوم الإنسانية والإجتماعية سطيف 2

جامعة محمد لمين دباغين

قسم: علوم الإعلام والاتصال

تخصص: إشهار وعلاقات عامة

استمارة تحليل المحتوى حول:

المعالجة الإعلامية للأزمة المالية بالجزائر
دراسة تحليلية مقارنة بين صحيفتي النصر والشروق
اليومي خلال سنة 2016

هذه الإستمارة مقدمة في إطار مشروع دكتوراه (ل.م.د) في تخصص إشهار وعلاقات عامة

إشراف:

د. غراف نصر الدين

إعداد الطالبة:

كتفي سميرة

السنة الجامعية 2020-2021

الأستاذ "ة" الفاضل "ة":

تحية طيبة وبعد:

تقوم الباحثة كتفي سميرة بإعداد دراسة للحصول على درجة الدكتوراه ل.م.د - إشهار وعلاقات عامة- قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة سطيف2، بعنوان: "المعالجة الإعلامية للأزمة المالية بالجزائر، دراسة تحليلية مقارنة بين صحيفتي النصر والشروق اليومي، في الفترة الممتدة من 2016/01/01 إلى غاية 2016/12/31"، وتتطلب هذه الدراسة إجراءات تصميم استمارة تحليل المضمون وفق الأسئلة المتمثلة في:

السؤال الرئيسي:

كيف عالجت كل من صحيفة النصر، والشروق اليومي موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال

سنة 2016؟

تساؤلات الدراسة:

أولاً: تساؤلات خاصة بفئات الشكل (كيف قيل؟)

- 1- ما هو حجم المساحة المخصصة لمعالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر في كل من صحيفة النصر، والشروق اليومي خلال سنة 2016؟
- 2- ماهو موقع المادة الخبرية التي تناولت موضوع الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016، ضمن الصحف محل الدراسة؟
- 3- ما هي الأنواع الصحفية المستخدمة في هذه المعالجة؟
- 4- ما عناصر الدعم والإبراز المصاحبة للمادة الخبرية لمعالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر في كل من صحيفة النصر، والشروق اليومي خلال سنة 2016؟
- 5- ماهي أهم المصادر التي اعتمدت عليها كل من صحيفتي النصر، والشروق اليومي في عرض موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016؟

ثانياً: تساؤلات خاصة بفئات المضمون (ماذا قيل؟)

- 1- ماهي مجموعة المواضيع التي عالجتها الصحف محل الدراسة والمتعلقة بموضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016 ؟
- 2- ماهي اللغة الموظفة في تحرير المادة الخبرية المتعلقة بموضوع الدراسة ضمن الصحف محل التحليل؟
- 3- ماهي أهم الأطر الإعلامية التي وظفتها الصحف محل الدراسة لتأطير الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016؟
- 4- ماهي وظيفة المضمون الخاص بمعالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016 في صحف الدراسة؟
- 5- ماهي أهم الفئات الفاعلة في موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016 في صحف الدراسة؟
- 6- ماهو اتجاه المعالجة الصحفية لموضوع الأزمة ضمن الصحف محل التحليل؟

الإسم الكامل:

الجامعة:

التخصص:

الدرجة العلمية:

البيانات الخاصة بالوثيقة:

1- اسم الجريدة:

1

2- تاريخ الصدور:

2

3

4

3- رقم الإصدار (العدد):

5

البيانات الخاصة بتحليل مضمون الصحيفة:

أ- فئات الشكل (كيف قيل؟)

4- المساحة:

6

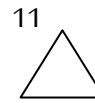
7

8

9

10

5- الموقع:



11

(أ) 12

(ب) 13

(ج) 14

15

(أ) 16

(ب) 17

(ج) 18

19

(أ) 20

(ب) 21

(ج) 22

23

(أ) 24

(ب) 25

(ج) 26

5- الأنواع الصحفية:

31	30	29	28	27
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
36	35	34	33	32
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

6- وسائل الدعم والإبراز:

أ- العناصر التيبوغرافية: (الصور):

أ37	<input type="text"/>	37	<input type="text"/>
ب37	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
أ38	<input type="text"/>	38	<input type="text"/>
ب38	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
		39	<input type="text"/>

ب- العناصر التيبوغرافية (الألوان، الاحصائيات، الرسومات التوضيحية):

			40
			<input type="text"/>
			41
			<input type="text"/>
ج42	ب42	أ42	42
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

6 فئة مصدر المعالجة:

46	45	44	43
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
49	48	47	
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	

ب- فئات المضمون (ماذا قيل)

1- فئة الموضوع:

				54	53	52	51	50
				<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
62	61	60	59	58	57	56	55	
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
								<input type="text"/>

69 68 67 66 65 64 63

2- فئة اللغة الموظفة في المعالجة:

70

71

72

73

3- فئة وظيفة المضمون:

76 75 74

4- فئة الأطر الإعلامية:

80 79 78 77

5- فئة الفاعلين:

87 86 85 84 83 82 81

6- فئة اتجاه المعالجة

90 89 88

دليل الاستمارة:

تتألف هذه الإستمارة من :

المحور الأول: بيانات خاصة بالوثيقة

- المربع رقم (1): يشير إلى اسم الجريدة (النصر/الشروق اليومي).
- المربع رقم (2-4): يشير إلى تاريخ صدور الجريدة (2اليوم- 3الشهر-4السنة).
- المربع رقم (5): يشير إلى عدد الجريدة .

المحور الثاني: فئات الشكل (كيف قيل؟)

المربعات من 6-10 تشير إلى فئة المساحة كما يلي:

6- مساحة العناوين الرئيسية

7- المساحة العناوين الفرعية

8- مساحة المقدمة

9- المساحة الكلية للنصوص

10- مساحة الصور

المربعات من 11 إلى 26 تشير إلى فئة موقع المادة الصحفية محل الدراسة داخل صفحات الصحف محل

الدراسة:

11- الصفحة الأولى

12-أ- أعلى الصفحة الأولى

13-ب- وسط الصفحة الأولى

14-ج- أسفل الصفحة الأولى

15- الصفحة الثانية

16-أ- أعلى الصفحة الثانية

17-ب- وسط الصفحة الثانية

18-ج- أسفل الصفحة الثانية

19- الصفحات الداخلية

20-أ- أعلى الصفحات الداخلية

21-ب- وسط الصفحات الداخلية

22-ج- أسفل الصفحات الداخلية

23- الصفحة الأخيرة

24-أ- أعلى الصفحة الأخيرة

25-ب- وسط الصفحة الأخيرة

26-ج- أسفل الصفحة الأخيرة

المربعات من 27 إلى 34 تشير الى فئة الأنواع الصحفية المستخدمة:

27- خبر صحفي

28- تقرير

29- روبرتاج

30- المقال الصحفي

31- الافتتاحية

32- العمود

33- التعليق

34- الحديث الصحفي

35- التحقيق الصحفي

36- كاريكاتور

المربعات من 37 إلى 39 تشير الى فئة وسائل الدعم والإبراز أ(العناصر التيبوغرافية: الصور)

37 أ: حديثة

37- صورة شخصية

37 ب: من الأرشيف

38 أ: حديثة

38- صورة إخبارية

38 ب: من الأرشيف

39- مادة بدون صورة

المربعات من 40 إلى 42 تشير الى العناصر التيبوغرافية (الألوان، الإحصائيات، الرسومات التوضيحية)

40- الألوان

41- الإحصائيات

42- الرسومات التوضيحية 42أ-رسومات بيانية

42ب-خرائط

42ج-جداول

المربعات من 43 إلى 49 تشير الى مصدر المادة الخبرية:

43- صحفي، هيئة التحرير المركزية

44- مراسل صحفي

45- وكالات الأنباء

46- صحفي + مراسل

47- صحفي + وكالات الأنباء

48- من توقيع الجريدة

49- دون توقيع (دون مصدر).

المحور الثالث: فئات المضمون (ماذا قيل؟)

1- فئة الموضوع:

المثلث رقم 50 يشير الى : أسباب ظهور الأزمة المالية بالجزائر

المربعات من 51 الى 54 تشير الى فئة أسباب ظهور الأزمة المالية بالجزائر

51-انخفاض اسعار النفط

52-السياسة المالية بالجزائر

53-عجز الميزانية العامة

54-انخفاض الإيرادات وتراجع المداخيل

المثلث رقم 55 يشير الى الآثار المترتبة عن الأزمة

المربعات من 56 الى 63 تشير الى الآثار المترتبة عن الأزمة المالية بالجزائر

56- أثر الأزمة على النمو الاقتصادي

57- أثر الأزمة على الميزانية العامة

58- أثر الأزمة على سياسة سعر الصرف

59- أثر الأزمة على المشاريع التنموية

60- أثر الأزمة في زيادة معدلات التضخم

61- أثر الأزمة في تعميق حدة البطالة والفقر

62- أثر الأزمة على ضعف القدرة الشرائية

المثلث رقم 63 يشير الى الحلول التي قدمتها الحكومة الجزائرية للخروج من الأزمة

المربعات من 64 إلى 69 تشير الى الحلول التي قدمتها الحكومة الجزائرية للخروج من الأزمة:

64- سياسة ترشيد النفقات

أ64- فرض الضرائب

ب64- ارتفاع أسعار المواد الاستهلاكية

ج64- رفع الرسم على القيمة المضافة

د64- خفض الميزانية العامة للتجهيز والتسيير

65- المديونية الخارجية

66- عرض قانون المالية لسنة 2017

67- اللجوء الى القرض السندي

68- فرض التقاعد النسبي

69- تخلي الدولة عن الدعم الاجتماعي

المربعات من 70 الى 73 تشير الى فئة اللغة المستخدمة في المعالجة:

70- لغة اعلامية

- 71- مزيج بين اللغة العربية والعامية
72- مزيج بين اللغة العربية والأجنبية
73- لغة علمية متخصصة
المربعات من 74 الى 76 تشير الى وظيفة المضمون محل التحليل:
74- وظيفة إخبارية
75- وظيفة تفسيرية
76- وظيفة توعوية
المربعات من 77 إلى 80 تشير الى الأطر الإعلامية المستخدمة:
77- إطار المحدد بقضية
78- إطار الإهتمامات الإنسانية
79- إطار النتائج الاقتصادية
80- إطار المسؤولية
المربعات من 81 الى 87 تشير الى فئة الفاعلين:
81- رئيس الجمهورية
82- وزراء
83- رؤساء أحزاب
84- خبراء اقتصاديين
85- مسؤولون أجانب
86- صندوق النقد الدولي وخبرائه
87- فاعلين آخرين
المربعات من 88 إلى 90 تشير الى فئة اتجاه المعالجة :
88- اتجاه ايجابي
89- اتجاه سلبي
90- اتجاه محايد

دليل التعريفات الإجرائية:

يقصد بالتعريفات الإجرائية تحويل المفهوم أو الفكرة النظرية المجردة والواردة في استمارة تحليل المحتوى الى مفهوم إجرائي يمكن عدده وقياسه بشكل عملي أثناء عملية تحليل مضمون المواد الخيرية للصحف محل الدراسة، وقسم هذا الدليل الى قسمين رئيسيين وفقا للفئات الرئيسية للتحليل وهما:

فئات التحليل:

القسم الأول: فئات الشكل

اولا: فئة المساحة: فئة المساحة هي الفئة التي من خلالها " يتم قياس الحجم المتاح من الجريدة أو المجلة، حيث يشير عنصر الحجم إلى مدى الاهتمام بعرض الموضوع وتقديمه، فكلما زادت المساحة كان ذلك دليلا على ازدياد الاهتمام، كما أن قارئ الصحف يمكنه أن يدرك الفرق بين المواضيع التي احتلت مساحة كبيرة من جريدته اليومية والمواضيع الأخرى".¹

ويتم قياسها بالسنتيمتر (سم2)، ومن خلال هذه الفئة يمكن التعرف على مدى اهتمام كل من صحيفة "النصر" العمومية وصحيفة "الشروق اليومي" الخاصة، بمعالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016، وشملت فئة -المساحة في هذه الدراسة القياس الكمي لكل من:

المساحة الكلية للنصوص

المساحة الصور

مساحة المقدمة

مساحة العناوين الرئيسية

مساحة العناوين الفرعية

ثانيا: فئة الموقع

وهي الفئة التي تهتم بموقع الخبر أو الفكرة محل التحليل في المادة المدروسة، فالموقع له أهمية كبيرة في تأثير المحتوى على القارئ أو المستمع أو المشاهد، لذلك فإن الموقع له دلالة مقصودة لوضعها في موقع دون آخر، خاصة بعدما تأكد من خلال عدة دراسات على الجمهور، أن الصفحة الأولى من الصحيفة مثلا أول جزء يقرأه الفرد من الجريدة ثم الصفحة الأخيرة، وبعدها صفحات الوسط، ثم باقي الصفحات، فإن الموقع يلعب دور كبير هنا، فالصفحات اليسرى -في اللغة العربية- أهم من اليمنى، والنصف العلوي أهم من السفلي، والربع الأعلى الأيسر من الصفحة اليسرى أهم أجزاءها وهكذا...²

وتم تقسيم فئة الموقع إلى :

موقع الخبر داخل صفحات الجريدة: الصفحة الأولى، الصفحة الثانية، الصفحات الداخلية، الصفحة

الأخيرة

موقع الخبر داخل كل صفحة: أعلى الصفحة، صدر الصفحة، أسفل الصفحة.

¹ - يوسف تمار: تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، دار طاكسينج توم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007، ص 27.

² - المرجع نفسه، ص 28-29.

ثالثا: فئة الأنواع الصحفية

تستخدم هذه الفئة للترقية بين الأشكال والأنماط المختلفة التي تتخذها المادة الإعلامية،¹ سواء كان خبرا أو تعليقا أو مقالا أو رسوم كاريكاتورية.²

وفي هذه الدراسة تم تقسيم الأنواع الصحفية التي اعتمدها كل من جريدة 'النصر' العمومية وجريدة 'الشروق' اليومي الخاصة، في معالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016 كما يلي:

- الأنواع الخبرية: الخبر، التقرير، الروبورتاج.

- الأنواع الفكرية: افتتاحية، المقال الصحفي، العمود، تعليق، الحديث الصحفي، التحقيق

- الأنواع التعبيرية: رسم كاريكاتوري.

رابعا: فئة العناصر التيبوغرافية المستخدمة في الصحف محل الدراسة

وهي الفئة التي توضح الكيفية التي تم بها إخراج المواد الخبرية المنشورة حول موضوع الأزمة المالية

بالجزائر خلال سنة 2016 في الصحف محل الدراسة، ولقياس هذه الفئة تم تقسيمها الى فئات فرعية:

1- فئة الصورة الصحفية:

الصور هي عبارة عن شكل من أشكال التعبير عن جزء من الواقع بطريقة الرسومات أو الصور الفوتوغرافية، وهي ذات أهمية بالغة في مجال الإتصال، ويؤدي استخدام هذه الفئة في المضمون إلى تدعيم قيمته، لما تضيفه الصور والرسومات على المادة موضوع التحليل من زيادة في الإيضاح، والتأكد والمصدقية، وهو ما يشير إلى زيادة الإهتمام بموضوع التحليل فضلا عن ما تعكسه الصور والرسومات من معاني تضاف إلى قيمة المضمون.³

توضح هذه الفئة الصور المصاحبة للمواد الخبرية المنشورة حول موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016، في الصحف محل الدراسة وتم تصنيفها كما يلي:

- الصورة الإخبارية: هي تلك الصورة المستقلة بنفسها كموضوع كامل، وتروي بتفاصيلها وبما يصاحبها من سطور قليلة خبرا أو حدثا عاما، وتكون هذه الصورة عادة ذات حجم كبير كما توضع عادة في صدر الصفحة.

- الصورة الشخصية: وهي التي تمثل شخصية محور الموضوع، وتروي تفاصيل هذه الصورة ملامح شخصية، وينبغي أن تتمتع الصورة الشخصية بحركة أو إنفعال.

2- بالإضافة الى عنصر الصورة، تم تحديد وسائل الدعم والإبراز الأخرى في كل من:

- الألوان

- الرسومات التوضيحية

- الاحصائيات

خامسا: فئة مصدر المادة الخبرية المتعلقة بمعالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016:

¹ - عاطف عدلي العبد وزكي أحمد عزمي: الأساليب الإحصائية واستخداماتها في بحوث الرأي العام والإعلام، د.ط، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993، ص 42.

² - عامر مصباح: منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلامية، د.ط، ديوان المطبوعات الجامعية، 2007، ص 106

³ - عامر مصباح: المرجع السابق، ص 34.

يقصد بمصدر الخبر الصحفي الإشارة إلى الأداة أو الأدوات التي تحصل من خلالها الصحيفة على الخبر،¹ فكثيرا ما تعتمد مضامين الصحيفة وحتى بعض أنواع المضامين الأخرى على عدة مصادر تجمع من خلالها المادة التي تشكل في نهاية المطاف المضمون المقدم، وعليه فئة المصدر تبحث عن مختلف تلك المنابع التي تغذي المضمون محل التحليل وتتمثل أهم هذه المصادر في:

- صحفي: مصطلح الصحفي بلغة بسيطة يقصد به رجل الإعلام الذي يقوم بجمع الأخبار ومعالجتها Journaliste أو هناك لدى البعض الصحفي المعتمد Journaliste occrédite والصحفي المحترف Journaliste Professionnel حسب طبيعة كل مؤسسة إعلامية والقوانين التي تحكم البلدان وهناك الصحفي نسبة للصفة التي يتميز بها.²
- مراسل صحفي: هو مندوب الصحيفة الذي يوفد الى مناطق أخرى ، ليوافمها بأحداثها وتطوراتها، ويسمى مُراسل صحفي ترسله الصحيفة في مهمة التغطية السريعة للأخبار وشاملة للأحداث.
- وكالات الأنباء: أي مختلف وكالات الأنباء الوطنية والدولية ، وتعتبر وكالات الأنباء هي الوكيل الممثل للصحف وغيرها من وسائل الاعلام الأخرى، تمتلك امكانيات ضخمة تسمح لها بجمع الأخبار ونقلها وبيعها مقابل اشتراكات محددة، وتتحكم هذه الوكالات في نحو 90% من الأخبار المتداولة في العالم.³
- صحفي+مراسل
- صحفي+وكالات الأنباء
- من توقيع الجريدة
- دون مصدر: ونعني بها الأخبار التي لم تتم فيها الإشارة الى المصدر نهائيا.

القسم الثاني: فئات المضمون

أولا: فئة الموضوع:

وهي من أكثر الفئات استخداما في بحوث الإعلام والاتصال وذلك للسهولة النسبية التي تتطلبها، إذ أنها تحاول الإجابة عن السؤال: على ماذا يدور المحتوى؟ أي ما هي المواضيع الأكثر بروزا في المحتوى؟ وفي هذه الحالة يبدأ الباحث بتصنيف المواضيع التي يريد دراستها، والتي يمكنها الإجابة عن إشكالية بحثه فيقوم بتقسيم كل موضوع إلى مواضيع فرعية يمكن من خلالها حساب وضبط المواضيع الرئيسية،⁴ وعليه تم تحديد المواضيع المرتبطة بهذه الفئة كما يلي:

1- أسباب ظهور الأزمة المالية بالجزائر

- انخفاض اسعار النفط

¹ - أشرف فهد خوجة: الصحفيون ومصادر الأخبار، ط1، دار المعرفة للطبع، مصر، 2008، ص 18.

² - محمود أبراقن: المبرق، قاموس موسوعي للإعلام والاتصال، فرنسي/عربي، منشورات المجلس الأعلى للغة العربية، الجزائر، 2004، ص393.

³ - جواد عبد الستار: فن كتابة الأخبار(عرش شامل للقوالب الصحفية وأساليب التحرير، ط3، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، الأردن، 2001، ص 108.

⁴ - يوسف تمار: مرجع سبق ذكره، ص 35.

- السياسة المالية بالجزائر
 - عجز الميزانية العامة
 - انخفاض الإيرادات وتراجع المداخيل
 - 2- الآثار المترتبة عن الأزمة
 - أثر الأزمة على النمو الاقتصادي
 - أثر الأزمة على الميزانية العامة
 - أثر الأزمة على سياسة سعر الصرف
 - أثر الأزمة على المشاريع التنموية
 - أثر الأزمة في زيادة معدلات التضخم
 - أثر الأزمة في تعميق حدة البطالة والفقر
 - أثر الأزمة على القدرة الشرائية
 - 3- الحلول المقترحة للخروج من الأزمة
 - سياسة التقشف
 - أ- فرض الضرائب
 - ب- الزيادة في اسعار المواد الاستهلاكية
 - ج- رفع الرسم على القيمة المضافة
 - د- خفض ميزانيتي التسيير والتجهيز
 - المديونية الخارجية
 - عرض قانون المالية لسنة 2016
 - اللجوء الى القرض السندي
 - فرض التقاعد النسبي
 - تخلي الدولة عن الدعم الاجتماعي
- ثانيا: فئة اللغة المستخدمة : يمكننا القول أن اللغة الإعلامية هي الوسيلة لنقل الرسالة إلى المتلقي أو الجمهور التي تعد القاسم المشترك بين هذا الأخير رغم اتساعه، وتأخذ اللغة الإعلامية سماتها من لسان مجتمعيها وتتميز بتفرعها في جميع الأنساق الاجتماعية وهي تعبر عن البيئة والمجتمع عن طريق الدلالات فتنتقل المعاني والأفكار إلى الجمهور وبالتالي إيصال المعلومات إلى مستويات اجتماعية مختلفة فتساعد المستقبل على فهم واقعه في تساير العصر وتطوراته.

ويقصد بفئة اللغة المستخدمة معرفة اللغة التي تمت من خلالها معالجة الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016 في الصحف محل الدراسة، وقد تم تقسيم هذه الفئة الى مؤشرات فرعية تعتبر الأكثر رواجاً واستخداماً في مجال دراسات تحليل المضمون الاعلامي وهي:

- لغة اعلامية: وهي اللغة التي يشيع استخدامها في وسائل الإعلام المختلفة، وهي لغة تتميز بالوسطية، فلا هي عامية، ولا علمية ولا أدبية، بل تأخذ من كل منها ما ييسر على القارئ المتوسط الثقافة والتعليم الاستيعاب السهل للموضوعات التي تنشرها الصحف والمجلات ووسائل الإعلام الأخرى.
- مزيج بين اللغة العربية والعامية: اللغة العامية هي تلك اللغة التي يتداولها الناس مع بعضهم البعض في مختلف مجالات حياتهم اليومية.
- مزيج بين اللغة العربية والأجنبية
- لغة علمية متخصصة : وهي اللغة التي تختص بمجال من مجالات الكتابة العلمية مثل السياسة، الاقتصاد، الطب، الهندسة وغيرها من العلوم الأخرى.

ثالثاً: وظيفة المضمون محل التحليل:

- وظيفة إخبارية
- وظيفة تفسيرية
- وظيفة توعوية
- رابعاً: الأطر الإعلامية المستخدمة:
- إطار المحدد بقضية
- إطار الإهتمامات الإنسانية
- إطار النتائج الاقتصادية
- إطار المسؤولية

خامساً: فئة الفاعلين: تقوم هذه الفئة على أساس الدور المنوط بالفاعلين في المضمون الإعلامي أو الشخصيات الفاعلة داخله سواء أن كانت شخصيات طبيعية (قادة، رؤساء، متخصصين، خبراء، علماء، إعلاميين، سياسيين، إلخ) أو شخصيات معنوية (دولة، مجتمع، مؤسسات تجارية، نظام سياسي أو اقتصادي، أحزاب سياسية، منظمات المجتمع المدني.. إلخ)، ولعل دور كل شخصية هنا هو الذي يحدد لنا أهميتها ومكانتها في المضمون، بحيث يشمل استخدام هذا النوع من الفئات في مجمل المواضيع والقضايا المطروحة.¹

- رئيس الجمهورية

- وزراء

¹ - المرجع نفسه: ص 41.

- رؤساء أحزاب
- خبراء اقتصاديين
- مسؤولون أجانب
- صندوق النقد الدولي وخبراؤه
- فاعلين آخرين

سادسا: فئة اتجاه المعالجة : من الضروري بعد تحديد الموضوع الذي تدور حوله مادة الاتصال، الكشف عن اتجاه هذا الاتصال هل هو سلمي إيجابي أو محايد،¹ وتوضح فئة الاتجاه التأييد أو الرفض أو الحياد في المضمون أي مدى رفض أو تأييد قضية ما، وتوجد تقسيمات في هذا الصدد منها، إيجابي، معتدل، سلبي.²

- اتجاه ايجابي
- اتجاه سلبي
- اتجاه محايد

¹ - سعاد سراي: العلاقات الجزائرية المغربية من خلال جريدة الخبر، دراسة وصفية تحليلية للفترة الممتدة من 2000 إلى 2005، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، 2007.

² - عاطف عدلي العبد وزكي أحمد عزمي، مرجع سبق ذكره، ص 214.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: معاجم وقواميس

باللغة العربية

1. ابن منظور: لسان العرب، تحقيق عبد الله علي الكبير، محمد أحمد حسب الله، هاشم محمد الشاذلي، دار المعارف، ج4.
2. أحمد العايد وآخرون: المعجم العربي الأساسي، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم.
3. أحمد بدوي: معجم المصطلحات الاجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت، 1982.
4. أحمد زكي بدوي، تقديم أحمد خليفة: معجم مصطلحات الإعلام، ط2، دار الكتاب المصري، القاهرة، 1994.
5. خضير شعبان: مصطلحات في الإعلام والاتصال، دار اللسان العربي للترجمة والتأليف والنشر، ط1، الجزائر، د.س.ن.
6. الطاهر أحمد الزاوي: ترتيب القاموس المحيط على طريقة المصباح وأساس البلاغة، ط3، دار الفكر، د.ت.ن.
7. محمد السيد: التمكين للغة العربية، آفاق وحلول، مجلة مجمع اللغة، المجلد 83، الجزء 2، دمشق.
8. محمد بن أبي بكر الرازي، مختار الصحاح، تحقيق دائرة المعاجم، مكتبة لبنان، بيروت، 1989.
9. محمود إبراهيم: المترق- قاموس موسوعي للإعلام والاتصال، ط2، ثالة للنشر، الجزائر، 2007.
10. المعجم الموسوعي لمصطلحات المكتبات والمعلومات، انجليزي-عربي، دار المريخ للنشر، الرياض، السعودية، 1988.

باللغة الأجنبية:

1. Hachette : Dictionnaire de Français, Algérie, ENAG ,1993.
2. Longman dictionary : Longman group, england,1995,p322.
3. Simon& Schuster , Webster : New World Dictionary of American English, Leyland, 1997

ثانياً: كتب

باللغة العربية

1. إبراهيم أنيس: اللغة بين القومية والعالمية، دار المعارف للطباعة والنشر، القاهرة، 1970.

2. إبراهيم عبد الله المسلمي: الإعلام وإدارة الأزمات، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2014.
3. أحمد بن مرسللي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.
4. أحمد حمدي: الخطاب الإعلامي العربي، آفاق وتحديات، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، ط2، الجزائر، 2007.
5. أحمد زكريا أحمد: نظريات الإعلام، مدخل لاهتمامات وسائل الإعلام وجمهورها، ط1، المكتبة المصرية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009.
6. أديب خضور: أدبيات الصحافة، مطبعة الداودي، دمشق، 1986.
7. أديب خضور: الإعلام والأزمات، دار الأيام، الأردن، 2003.
8. إسماعيل إمام: الصحفي المتخصص، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000.
9. اسماعيل علي سعد: الاتصال الإنساني في الفكر الاجتماعي، ط1، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2002.
10. أشرف فهي خوجة: الصحفيون ومصادر الأخبار، ط1، دار المعرفة للطبع، مصر، 2008.
11. أفلاطون: فلسفته وآراءه في المدينة الفاضلة، مطبعة بيروت، لبنان، 1970.
12. ألبرت.ل. هستر: دليل الصحفي في العالم الثالث، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، د.س.ن.
13. أليفكونت فيليب دي طرازي: تاريخ الصحافة العربية، ج1، المطبعة الأدبية، بيروت، 1993.
14. أمال سعد المتولي: مدخل في الصحافة، ط1، دار ومكتبة الإسراء، مصر، 2003.
15. بسيوني حمادة: دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2008.
16. جلال الدين الحمامصي: المنذوب الصحفي، دار المعارف، القاهرة، د.س.ن.
17. جمال الجاسم المحمود: التحقيق الصحفي، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية وكلية العلوم السياسية، جامعة دمشق، المجلد 24، العدد الثاني، 2008.
18. جواد عبد الستار: فن كتابة الأخبار (عرش شامل للقوالب الصحفية وأساليب التحرير)، ط3، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، الأردن، 2001.

19. جيهان رشتي: الأسس العلمية لنظرية الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1978.
20. حسن عماد مكاوي: الإعلام ومعالجة الأزمات، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2005.
21. حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2002.
22. حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط3، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003.
23. حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط6، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2006.
24. حسني نصر، سناء عبد الرحمن: الخبر الصحفي، ط1، دار الكتاب الجامعي، العين، الإمارات العربية المتحدة، 2003.
25. حمدان خضر السالم: الكاريكاتور في الصحافة، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.
26. حمدي شعبان: الإعلام الأمني وإدارة الأزمات والكوارث، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، القاهرة، 2005.
27. حضور أديب: أدبيات الصحافة، ط2، جامعة دمشق، 1992.
28. خليل الصابات وآخرون: ترجمة كتاب مارشال ماكلوهان، كيف تفهم وسائل الاتصال، دار النهضة بالاشتراك مع مؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر، القاهرة، 1975.
29. خليل الصابات: وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، مكتبة الأنجلو المصرية، 1987.
30. دانيال ارتواد: ترجمة عبد القادر شمس الدين، تحليل الأزمات الاقتصادية للأمس واليوم، المؤسسة الجامعية للنشر والتوزيع، بيروت، 1992.
31. رحيمة الطيب عيساني: مدخل إلى الإعلام والاتصال، ط1، عالم الكتب الحديث، الأردن، 2008.
32. رشاد أحمد عبد اللطيف: تنمية المجتمع وقضايا الإعلام التربوي، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، مصر، 1995.
33. رشدي طعيمة: تحليل المحتوى في العلوم الانسانية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2004.
34. رولان بارت: ترجمة د.سعد الجبار الغضبان، الصور والتأثير الإعلامي، مطبعة الثورة، اليمن، 2001.
35. رولان كايرون: الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية، ترجمة علي محمد، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 1984.

- 36.ريتشارد بد وآخرون: ترجمة ناجي الجوهر، تحليل مضمون الإعلام المنهجي والتطبيقات العربية، دار قدسية للنشر والتوزيع، 1992.
- 37.زكريا فكري: الإخراج الصحفي، دار العبيكة، ط1، الرياض، 1998.
- 38.ساعد ساعد: فنيات التحرير الصحفي، ط2، الدار الخلدونية، الجزائر، 2009.
- 39.ساعد ساعد، عبيدة صبطي: الصورة الصحفية، دراسة سيميولوجية، ط1، دار خوارزم العلمية، المملكة العربية السعودية، 2018.
- 40.سامي الذيبان: الصحافة اليومية والإعلام، دار المسيرة للطباعة والنشر والتوزيع، 1987.
- 41.سامي الشريف، أيمن منصور ندا: اللغة الإعلامية: المفاهيم، الاسس، التطبيقات، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح والطباعة، القاهرة، 2004.
- 42.سمير صبحي: صحيفة تحت الطبع، دار المعارف، القاهرة، 1974.
- 43.سهام الشجيري: البناء الإعلامي للأزمات- إشكالية العرض والتناول-، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2018.
- 44.السيد أحمد مصطفى عمر: الكتابة والتحرير الصحفي، رؤية جديدة، دار القلم للنشر والتوزيع، الإمارات العربية المتحدة، دبي، 2004.
- 45.السيد البدوي عبد الحافظ: دائرة الأسواق المالية، دار الفكر العربي، القاهرة، 1999.
- 46.السيد عليوه: إدارة الوقت والأزمات، والإدارة بالأزمات، دار الأمين للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
- 47.سيف الإسلام الزبير: تاريخ الصحافة المكتوبة في الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985.
- 48.شريف درويش اللبان، فن الإخراج الصحفي، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1995.
- 49.الشعلان فهد أحمد: إدارة الأزمات، الاسس، المراحل، الآليات، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2002.
- 50.شفيق محمد: البحث العلمي، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، ط1، رابطة المکتب الجامعي الحديث، 1998.
- 51.صالح بن بوزة: مناهج بحوث الإعلام، التصنيفات المختلفة وبعض القضايا الخلافية، دار هومة للطباعة والنشر، الجزائر، 1996.
- 52.ضياء مجيد الموسوي: الاقتصاد الجزائري في مواجهة أزمة تهاوي أسعار الطاقة 2014، د.ط، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2015.

53. عادل أحمد حشيش: أصول الفن المالي للاقتصاد العام، مدخل لدراسة الأساسيات المالية العامة، دار المعرفة الجامعية، 1997.
54. عادل صادق محمد: الصحافة وإدارة الأزمات، مدخل نظري تطبيقي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.
55. عاطف عدلي العبد وزكي أحمد عزمي: الأساليب الإحصائية واستخداماتها في بحوث الرأي العام والإعلام، د.ط، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993.
56. عامر مصباح: منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلامية، د.ط، ديوان المطبوعات الجامعية، 2007.
57. عبد الحميد محمد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، دار الشروق للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.
58. عبد الرحمن عزي وآخرون: عالم الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992.
59. عبد الرزاق محمد الدليبي: الإعلام وإدارة الأزمات، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2012.
60. عبد العالي رزاق: الخير في الصحافة، الإذاعة، التلفزيون، الإنترنت، سلسلة الإعلامي المحترف، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2004.
61. عبد العزيز شرف: الأساليب الفنية في فن التحرير الصحفي، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2000.
62. عبد القادر بلطاس: تداعيات الأزمة المالية العالمية، أزمة Sup-Prime، ليجند للنشر، الجزائر، 2009.
63. عبد اللطيف حمزة: مدخل في فن التحرير الصحفي، ط5، الهيئة المصرية للكتاب، القاهرة، 2002.
64. عبد المجيد قدرى: الاقتصاد الجزائري بين الإصلاحات والارتباك للنفط، دار هومة للنشر والتوزيع، 2016.
65. عرفات تقي الدين: التمويل الدولي، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.
66. علاء خالد السرور، سؤدد فؤاد الألوسي: وسائل الإعلام والصراعات السياسية، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012.
67. علي عجوة: الأسس العلمية للعلاقات العامة، ط1، القاهرة، مكتبة عالم الكتب، 2000.
68. علي عجوة: العلاقات العامة والصورة الذهنية، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 2003.
69. علي فتاح الضلعين، وآخرون: الإعلام وإدارة الأزمات، ط1، دار الإعصار العلمي، عمان، الأردن، 2015.

70. علي فلاح الضلاعين، وآخرون: الإعلام وإدارة الأزمات، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
71. عمرو مي الدين: أزمة النمو الآسيوية، دار الشروق للنشر، القاهرة، 2000.
72. غريب عبد السميع: الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندرية، مصر 1996.
73. فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2000.
74. فاروق أبو زيد: فن الكتابة الصحفية، عالم الكتب، القاهرة، د.س.ن.
75. فاروق أبو زيد: مدخل إلى علم الصحافة، ط2، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 1998.
76. فتح الباب عبد الحلیم، ابراهيم حفظ الله: وسائل التعليم والإعلام، عالم الكتب، مصر، د.س.ن.
77. فرج الكامل: بحوث الإعلام والرأي العام، تصميمها وإجراؤها وتحليلها، دار النشر للجامعات المصرية، القاهرة، 2001.
78. فضيل دليو: وسائل الاتصال وتكنولوجياها، منشورات جامعة منتوري، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية، قسنطينة، الجزائر، 2006.
79. فضيل دليو، علي غربي: أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية، منشورات جامعة منتوري، قسنطينة، 1999.
80. فهد أحمد شعلان: إدارة الأزمات، الأسس، المراحل، الآليات، ط1، مكتبة الملك فهد الوطنية، 1999.
81. فهد بن عبد العزيز، بدر العسكر: الإخراج الصحفي، أهميته الوظيفية واتجاهاته الحديثة، ط1، مكتب العبيكان، الرياض، 1998.
82. قدری علي عبد المجید: اتصالات الأزمة وإدارة الأزمات، دار الجامعة الجديدة، د.ط، القاهرة، 2008.
83. لیلی عبد المجید، محمود علم الدين: فن التحرير الصحفي للوسائل المطبوعة والإلكترونية، دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008.
84. محسن أحمد الخضبري: إدارة الأزمات، منحج اقتصادي لحل الأزمات على مستوى الاقتصاد القومي والوحدة الاقتصادية، ط2، مكتبة مدبولي، القاهرة، 2003.
85. محمد حسام الدين: المسؤولية الاجتماعية للصحافة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، 2003.
86. محمد حسن عبد العزيز: لغة الصحافة المعاصرة، الناشر دار المعارف، القاهرة، د.س.ن.

87. محمد سلامة والسيد عبد الحميد عطية: الاتصال ووسائله بين النظرية والتطبيق، د.ط، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1991.
88. محمد شومان: الإعلام والأزمات مدخل نظري وممارسات عملية، ط1، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002.
89. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب للنشر والتوزيع، ط2، القاهرة، 2004.
90. محمد عبد الحميد: بحوث الصحافة، عالم الكتب للنشر والتوزيع، 1997، القاهرة.
91. محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، دار مكتبة الهلال، بيروت، 2009.
92. محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب، القاهرة، 2010.
93. محمد عبد الحميد، السيد الهنسي: تأثيرات الصورة الصحفية، النظرية والتطبيق، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2004.
94. محمد عبد الوهاب، وحسن عشاوي: دور الصحف في إدارة الأزمات الأمنية، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، القاهرة، 2008.
95. محمد لعقاب: الصحفي الناجح، دليل علمي للطلبة والصحفيين وخلايا الاتصال، ط3، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010.
96. محمد محلا: التحرير والإخراج الصحفي، ط1، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003.
97. محمد محمد الشافعي: استراتيجية إدارة الأزمات والكوارث، مركز المحروسة للبحوث والتدريب والنشر، القاهرة، 2001.
98. محمد معوض وبركات عبد العزيز: الخبر الإذاعي والتلفزيوني، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 1996.
99. محمد منير حجاب: الإعلام السياحي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000.
100. محمد منير حجاب: الإعلام والتنمية الشاملة، ط3، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000.
101. محمود أحمد لطفي: برامج التوك شو.. وإعلام الأزمات، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2019.
102. محمود خليل، محمد منصور هيبه: إنتاج اللغة الإعلامية في النصوص الإعلامية، كلية الإعلامية، جامعة القاهرة، 2002.
103. محمود علم الدين: الصورة الصحفية في مجالات الإعلام، دراسة فنية، ط1 ن مكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، 2000.

104. مروان عطوف: الأسواق النقدية والمالية البورصات ومشكلاتها في عالم النقد والمال، ط3، الجزء2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005،
105. ملفين ديفلر، ساندرا بول روكيتش، ترجمة كمال عبد الرؤوف: نظريات وسائل الإعلام، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1993.
106. منال هلال المزاهرة: نظريات الاتصال، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، عمان، 2012.
107. منال هلال المزاهرة: مناهج البحث الاعلامي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2014.
108. منى صلاح الدين شريف: إدارة الأزمات الوسيلة للبقاء، دار البيان للنشر، القاهرة، 1998.
109. موريس أنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، الجزائر، دار القصبه للنشر، الجزائر، 2004.
110. نصر الدين العياضي: اقترابات نظرية من الأنواع الصحفية، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1999.
111. نصر الدين العياضي: وسائل الإعلام واستراتيجيات البناء الاجتماعي للأزمات، كلية الاتصال، جامعة الشارقة، 2014.
112. نعمان عثمان: الخبر ومصادره في العصر الحديث، د.ط، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2008.
113. نوار باهي: أكاديمية المراسل الصحفي المحترف (للإذاعة والتلفزيون، والصحف)، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2006.
114. نوال عمر: مناهج البحث الاجتماعية والإعلامية، د.ط، مكتبة الأنجلو المصرية، مصر، 1986.
115. هويدا مصطفى: الإعلام والأزمات المعاصرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، مصر، 2009.
116. وسام ملاك: الظواهر النقدية على المستوى الدولي، قضايا نقدية ومالية، دار المنهل اللبناني للطباعة والنشر، لبنان، 2001.
117. يوسف تمار: تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، دار طاكسينج توم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007، ص 27.

باللغة الأجنبية

1. Bennett, W: Cracking the news code : Some rules that journalist live by ,In S,Iyengar &R, Reeves ,Do the Media Govern ?Politicians,Voters ,and Reporters in America ,London :Sage Publication,1997.
2. Bernard Berelson, Communication & Public Opinion in Mass communication 2nd, Wilber Schramm, University of Illinois press, Urbana Chicago, 1975
3. Bernard Cohen, Press and Foreign Policy, Princeton University Press, New Jersey, 1970.
4. Donald Shaw, Robert L.Stevenson& Bradley J , Hamm : Agenda Setting Theory and public opinion studies in Post-Mass Media Age, Wipro Annual Conference, Rome,2001.
5. Doris, Graber :Mass media and american politics,New York,Longman, 1989.
6. Entman,R, :Democracy Without Citizens ,Media and the Decay of American Politics ,New York :Oxford University Press, 1989.
7. Entman,R,Matthes,J,&Pellicano, L.,Nature, sources, and effects of news framing,InD.Nimmo&K, Sanders,Handbook of political communication,p179,London :Sage Publication, California :sage Publication,2009.
8. Herman, e, & Chomsky, N, Manufacturing Consent :The Political Economy of the Mass Media ,New York :Pantheon Books,1988.
9. Iris Santor : Banking crises and contagion ,Empirical Evidence, Working paper (bank of canada),2003,p10.
10. James Watson, Media communication :An Introduction to theory and Process,2nd (London :palgrave Macmillan,2006).
11. John Galtung, Ruge Marie : The structure of foreign news, in stanley cohen and jack yong, edit the manufacture of news,social problems and the mass media, London, Constable 1973
- 12.K, Michael Finger & Ludger Schuknecht :Commerce, Finance et Crises Financières,Organisation Mondiale du commerce,1999,p22.-

- 13.Lasswell, Harold : The structure and function of communication in society in bryson, L, ed the communication of ideas, Ny :harper& brothers. 07.
- 14.Lerbinger, O : The crisis manager facing risk and Responsibility, Mahwah N.J : Lawrence Erlbaum Associates, 1997, p 120.
- 15.Lesly N,J : The handbook of public relations and communications ,4th ed, mcGraw-hill, book company, 1998, p 23.
- 16.Lipman ,W, News papers,InD, Graber,Media Power in Politics ,New York :CQ Press,1994.
- 17.Martin, Jean luc :Le guide de l'écriture journalistique,édition la gardette,Paris,2000.
- 18.McCombs& Shay : The Agenda Setting Function of Mass Media , Public Opinion Quarterly, 36, London Summer1972.
- 19.Micheal J.Muin :Agenda-Setting Theory and the Role of the Media in Shaping public Opinion for the Iraq war, a research paper in partial fulfillment of the requiements fos the degree ofmaster of arts,University of central Missouri : Department of communication, April, 2011Register,M&J, Larkin : Risk Issues and crisis Managment, London, Kogan page, 1997.
- 20.Morin, Violette : Le dessin humouristique, Ed Seuil, Paris, 1978.
- 21.Ouldbostami Mohamed : Press photo, edited by foxit reader, copyright by foxit software company,2008.
- 22.Regester, M & J, Larkin : Risk issues and crisis management, London, Kogan page, 1997, p43.
- 23.Ronald Shaw& Maxwell McCombs, The Emergence of American Political, issues :Agenda setting Function of the Press, St , Paul, Wet Publisher, London, 1977.
- 24.Roudy Pierre :L'école de la presse, ellipses édition marketing,S.A , Paris,1996 .
- 25.Safford,S :Why the garden club couldn't save youngstown : the transformation of the rust belt ,cambridge , Harvard university press, 2009.
- 26.Schiller,H, The Mind Managers,Boston :Beacon Press,1973.

- 27.Schneider , S, K: Flirting with Disaster, public management in crisis situation ,N,Y, Sharpe, 1995.
- 28.Scorzynska,H;&Deignan, A: Readership and purpose of the choice of economics Metaphors and symopol,2(12),2006.
- 29.Smith,R: The media economics and education, Business horizons, july-August.1996.
- 30.Sturges, D.L:Communication through crisis, a strategy for an organizational survival, management communication quarterly,7 ,1994.
- 31.Tim O'sullivan, Brian Dutton& Philip Rayner, 'Studying the media : An Introduction, 3rd, ed, oxford university Press, London, 2003, .
- 32.Topuz,Hifizi : Caricature et sociétés, édition mamr, France, 1970.
- 33.Werner J ,Severin &James, Tankard : Communication Theories : Origins Methods and uses in media, 3th edition 1992.

ثالثا: المجالات والدوريات

باللغة العربية:

1. أحمد عامر: تداعيات الأزمة المالية العالمية على الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية بالجزائر, مجلة بحوث اقتصادية عربية، القاهرة، العدد 48، خريف 2009.
2. إلياس سباء: الأزمة المالية العالمية، أسبابها وانعكاساتها، مجلة المستقبل العربي، العدد 360، الجزائر، 2009.
3. أماني فهمي: الاتجاهات العالمية الحديثة لنظريات التأثير في الراديو والتلفزيون، ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد السادس، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1999.
4. بداني أمينة نزيهة، بلحضري بلوفة: الإعلام وإدارة الأزمات، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد الثاني، العدد السابع، مخبر الدراسات الإنسانية والأدبية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي تبسي، تبسة، جوان 2018، ص 240.
5. بسيوني حمادة: الاتجاهات الحديثة في بحوث التأثيرات الاجتماعية لوسائل الاتصال الجماهيرية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، سبتمبر 2003.

6. بوفليح نبيل: صندوق ضبط الموارد في الجزائر أداة لضبط وتعديل الميزانية العامة في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، العدد الأول، بدون سنة.
7. جاب الله مصطفى، تقلبات أسعار النفط وعلاقتها برصيد الموازنة العامة وميزان المدفوعات، حالة الجزائر، مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية، العدد9، المجلد الأول، جامعة الوادي، جوان 2016.
8. الجريدة الرسمية، العدد47، الصادر في أوت 2001.
9. جمال أحمد: أطر انتاج الخطاب الخيري في المواقع الالكترونية في الأزمات الدولية، دراسة حالة لموقعي BBC والعالم، العدد الرابع والثلاثون، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الآداب، جامعة القاهرة، 2009.
10. جمال أحمد: أثر الأيديولوجية السياسية للدولة في بناء الأطر الاخبارية، دراسة مقارنة لموقعي BBC وقناة العالم الإيرانية، المجلد الثامن، العدد الثالث، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2007.
11. جمال أحمد: وضع الأجندة الخيرية في الصحف المصرية اليومية، دراسة تطبيقية على صحيفتي الأهرام والوفد، المجلد الرابع، العدد المزدوج، مجلة بحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2003.
12. جمال الجاسم المحمود: التحقيق الصحفي، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية وكلية العلوم السياسية، جامعة دمشق، المجلد24، العدد الثاني، 2008.
13. حنان جنيد: المعالجة الصحفية للحرب الانجلو أمريكية على العراق في صحيفتي الأهرام والنيويورك تايمز خلال الفترة من 20 مارس 2003_ 04 مايو 2003 دراسة تحليلية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد19، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2003.
14. حول سياسة التجديد الريفي والفلاحي أنظر: القانون 8-16 المؤرخ في 03 اوت 2008 والمتضمن للتوجيه الفلاحي، الجريدة الرسمية، العدد46 الصادر في 08 أوت 2008.
15. دليلة صالح: الواقع السوسيو مهني للمراسل الصحفي في الجزائر، مجلة الدراسات والبحوث الإجتماعية، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، العدد 10 مارس 2015،
16. رزاي سعاد: أثر السياسة المالية على النمو الاقتصادي في الجزائر بعد انخيار أسعار النفط(2000-2015)، مجلة المدير، العدد7، ديسمبر 2018.
17. سفيان بوقطاية، عبد الوهاب بن زاير، مبارك بن زاير: أثر انخيار أسعار البترول على الاقتصاد الجزائري- التداعيات والحلول-، مجلة اقتصاديات المال والأعمال JFBE، العدد السادس، جوان 2018.

18. سلام عبده: الأطر الخيرية للمعالجة الصحفية للقضايا العربية في المجلات المصرية: الاعتداءات الإسرائيلية على قطاع غزة، العدد الثالث والثلاثون، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2009.
19. سماح زكي: مصادر بناء أجندة وسائل الإعلام، مجلة بحوث الرأي العام، المجلد الثالث، العدد الثاني، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2002.
20. سماح محمد: دور الصحف المصرية في ترتب أولويات الجمهور نحو قضايا ذوي الاحتياجات الخاصة، العدد الرابع والثلاثون، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر، أكتوبر، 2009.
21. شذا جمال الخطيب: الأزمة المالية والنقدية في دول جنوب شرقي آسيا، مجلة دراسات استراتيجية، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، 2001.
22. الشروق اليومي، العدد رقم 5130 الصادر بتاريخ 14 جوان 2016، ص 03.
23. شريط عابد: معدل الفائدة ودورية الأزمات في الإقتصاد الرأسمالي، مجلة بحوث اقتصادية عربية، مركز الدراسات الوحدة العربية، العددان 48، 49، بيروت، 2009-2010.
24. صالح صالح: إصلاح صندوق النقد الدولي وتضمن دوره في مواجهة التحديات الحالية والمستقبلية، دورية دراسات اقتصادية، العدد الأول، 1999.
25. عبد الجواد ربيع: دور الصحافة المصرية في ترتب أولويات القضايا الخاصة بالرأي العام الريفي- دراسة تحليلية ميدانية، العدد الواحد والثلاثون، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2008.
26. عبد الرحمان تومي: قراءة في الأزمة المالية العالمية الراهنة، مجلة الدراسات الاقتصادية مركز البصيرة للبحوث والإستشارات والخدمات التعليمية، العدد 13، الجزائر، سبتمبر 2009.
27. عثمان محمد العربي: اتصالات الأزمة، مسح وتقييم للتطورات النظرية فيها، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الخامس، يناير-أفريل 1999.
28. عقبة عبد اللاوي، نور الدين جوادي: الأزمة المالية العالمية الراهنة تحليل عينة للدراسة أعداد مجلة بحوث اقتصادية عربية ما بين 2007 إلى 2010، مجلة بحوث اقتصادية عربية، القاهرة، العددان 55، 56، 2011.
29. فضيل دليو: معايير الصديق والثبات في البحوث الكمية والكيفية، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 19، الجزائر، ديسمبر، 2014.
30. فيصل فرحي: الأزمات العربية وأزمة الإعلام العربي، مجلة البحوث والدراسات العلمية، جامعة المدية، المجلد 8، العدد 1، 31 جويلية 2014.

31. قدري عبد المجيد: دور وسائل الإعلام في إدارة الأزمات، مجلة كلية الدراسات العليا، كلية الدراسات العليا بأكاديمية مبارك للأمن، القاهرة، العدد الثامن، يناير/جانفي 2003، 2003.
32. كريستيان ملدر: تقييم المخاطر: تحديد مكامن التعرض للمخاطر المالية مفتاح الوقاية من الأزمات، مجلة التمويل والتنمية، صندوق النقد الدولي، ديسمبر 2002.
33. ماجد مراد: العوامل المؤثرة على بناء القائم بالاتصال لأجندة الأخبار في الإذاعة المصرية، العدد الثامن والعشرون، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2007.
34. محمد السيد: التمكين للغة العربية. آفاق وحلول، مجلة مجمع اللغة، المجلد 83، الجزء 2، دمشق، ص 301.
35. محمد قوجيل، يوسف قريشي: سياسة دعم المقاولاتية في الجزائر، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 04، 2015.
36. ناجي التوني: الأزمات المالية، سلسلة جسر التنمية، المعهد العربي للتخطيط، العدد 29، الكويت، ماي 2004.
37. ندية القاضي: إدراك الجمهور المصري لمخاطر إعلانات المنتجات الدوائية، دراسة في تأثير الشخص الثالث، العدد الثاني والثلاثين، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الآداب، جامعة القاهرة، 2008.
38. نور الدين جوادي: الأزمة المالية العالمية، مقارنة نظرية، حوليات جامعة بشار، العدد 8 خاص، الجزائر.
39. هبة شاهين: معايير بناء أجندة القضايا العامة المقدمة في برامج الرأي بالقنوات التلفزيونية المصرية الحكومية والخاصة، دراسة في القائم بالاتصال، العدد الثالث والثلاثون، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2009.
40. وسام نصر: أجندة اهتمامات المواقع الإلكترونية للجهات المعنية بشؤون المرأة المصرية- دراسة مقارنة، المجلد التاسع، العدد الثاني، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ديسمبر، 2003.
41. يوسف خليفة: الأزمة المالية والاقتصاديات الخليجية، أسبابها وانعكاساتها، مجلة المستقبل العربي، العدد 358، الجزائر، ديسمبر 2008.

باللغة الأجنبية

1. Becker, Marxist : Approaches to Media Studies : The British Experience, Critical Studies in mass communication, vol 1, no1, 1984.
2. Bland ,M : Communicating out of a crisis , 1st ed, macmillan press , LTD, 1998, p 6-7.

3. Brich, J: New Factors in crisis Planning and Response public relations quarterly, vol39(1), spring, 1994, pp31-34.
4. Caral M, Liebler & Jacob Bendix; News sources & Framing of an environmental controversy, journalism & mass communication quarterly, vol73, no1, 1996.
5. Class H. Deverese et al: Framing Politics at the Launch of the Euro Across National Comparative study of frames in the news, Political communication, vol, 118, 2001.
6. Crown R, Kruse: The movement and the media, framing the debate over animal experimentation, political communication, vol 18, no 1, 2001.
7. Dietram A Scheufele: Framing as a theory of media effects, journal of communication, vol 49, no 1, 1999.
8. Dietram A, Scheufele & David Tewksburg: Framing, Agenda-Setting, and Priming: the Evolution of three Media Effects Models, Journal communication, 57, 2007.
9. Donald L, Shaw and Shannon E, Matin: The Function of Mass Media Agenda setting, Journalism Quarterly, vol69, No4, 1992
10. Durham D.F: News Frames as social narratives, TWA flight 800, journal of communication, Autumn, vol 48, No 4, 1998.
11. Entman M, Robert: Framing U.S Coverage of International News: contrasts in Narratives of the Kal and Iran Air Incidents, Journal communication, 41, 1991.
12. Entman, R: Framing Toward clarification of a Fractured paradigm, Journal of communication, 43(4), 1993.
13. Gonzalez, Ferrero & Pratt: How to Manage a crisis before or whenever- it hits Public Relations quarterly, vol40, (1), spring 1995, pp25-29.
14. Gundel, Stephan: Towards New Typology of crisis, Journal of contingencies & crisis Management, vol (13), 2005, p112
15. James Boylan: Where have all the people Gone ? Reflection on voter alienation and the challenge it poses to the press, columbia journalism review, vol May/June, 1991.

- 16.Karen Callaghan & Frauke Schnell, Assessing the democratic debate, how the news media frame elite policy discourse, political communication, 2001,vol 18, no2.
- 17.Majid, A R, Ramaprasad J, Framing Beijing, Dominant ideological influences on the american press coverage of the fourth UN conference on women and NGO forum, Gazette, vol62, No1, 2000Majid, A.R , R amaprasad J, Framing Beijing, Dominant ideological influences on the american press coverage of the fourth UN conference on women and NGO forum, Gazette, vol 62, No 1, 2000.
- 18.Maxwell E, McCombs, etal, Candidate images in spanish elction : second level of agenda setting effects, journalism and mass communication quarterly, vol74, no4, 1997.
- 19.Maxwell E.McCombs, Donald L. Shaw :The evolution of Agenda-Setting Research : Twenty-Five years in the Market Place of ideas, Journal communication, vol 43,No2, Spring1993.
- 20.Maxwell McCombs, Juan pablo Llamas, Esteban Lopez-Escobar, and Federico Rey :Candidate Image in Spanish Elections : Second-Level Agenda-Setting Effects,J&Mc Quarterly, vol 74, No 04,Winter1997,1998
- 21.Maxwell McCombs, Lee Becher and David Weaver : Measuring the Cumulative Agenda Setting Infuence of the Mass Media , Paper presented to the speech communication Association conversion, Houston, 1975, Queted by Lynda Lee Kaid, Kathy Male& J, Ann Williams, in Media Agency Setting of a specific Political Event, Journalism Quarterly, Vol,54, No3, Autumm 1977.
- 22.McChesney,R :The problem of the media : US communication politics in the 21st centry, New York, Monthly Review press,2004.
- 23.Robert Entman : Framing toward clarification of a fractured paradigm, journal of communication, vol43, no4, 1993.
- 24.Robert M, Entman, Casacading Activation : Contesting the white house's frame After 9/11, political communication,vol 20, No 4, 2003.
- 25.Robert M, Entman, Framing Bais : Media in the Distribution of power, Journal of communication, vol 57, 2007.

26. Shanto Iyengar and Adam Simon : News coverage of the golff crisis and public opinion, Study of agenda setting, priminnig and framing, communication research, vol20,N°3,1993.

27. Spiro Kiouisis, Philemon pantimaroudis & Hyun pan : Candidate image attributes, Experiments on the substantive dimension of second level agenda setting, communication research, vol26, No4.

28. Theory of agenda-Setting, Journalism Quarterly, winter,1992, vol 827.

29. William A Gamson : News as Framing, American behavioral scientist, vol 33, No2, 1989.

رابعاً: الملتقيات والمؤتمرات العلمية

1. بريش عبد القادر، طرشي محمد: التحرير المالي وعدوى الأزمات المالية، ملتقى دولي ثاني حول الأزمة المالية الراهنة والبدائل المالية والمصرفية- النظام المصرفي الاسلامي نموذجاً، جامعة خميس مليانة، يومي 6-7 ماي 2009.

2. بوريش أحمد: تداعيات وانعكاسات انهيار أسعار البترول على الاقتصاد الجزائري، المؤتمر الأول السياسات الاستخدمية للموارد الطاقوية بين متطلبات التنمية القطرية وتأمين الحاجيات الدولية، جامعة سطيف1، يومي 07-08 أفريل 2015.

3. حنان يوسف: الفضائيات العربية وإدارة الأزمات، معالجة الفضائيات العربية لأزمة العراق (حالة إحتلال بغداد) دراسة مسحية مقارنة ضمن كتاب الفضائيات العربية ومتغيرات العصر، أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2005.

4. الداودي الشيخ: الأزمة المالية العالمية، انعكاساتها وحلولها، ورقة مقدمة للمؤتمر الأزمة المالية العالمية وكيفية معالجتها من منظور الاقتصاد الغربي والاسلامي، جامعة الجنان، طرابلس، لبنان، 2009.

5. زغدار أحمد، ناصر المهدي: الأزمة المالية الآسيوية والأزمة العقارية الأمريكية... الأسباب والدروس المستخلصة من الأزميتين، الملتقى الدولي الثاني حول الأزمة المالية الراهنة والبدائل المالية والمصرفية، المركز الجامعي بخميس مليانة، يومي 5-6 ماي 2009.

6. زهية كواش وآخرون: الأزمات المالية وعلاقتها بسعر الفائدة، الملتقى الدولي الثاني حول الأزمة المالية الراهنة البدائل المالية والمصرفية، المركز الجامعي بخميس مليانة، الجزائر، 5-6 ماي 2009.

7. زيدان محمد وحباب عبد الرزاق: دور البنوك المركزية في معالجة الأزمة المالية الراهنية مع الإشارة خاصة لدول منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، مؤتمر الأزمة المالية العالمية الراهنة وانعكاساتها على اقتصاديات دول منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، الجزائر، ديسمبر، 2009.

8. زبدي بلقاسم ، ميلودي مهدي: الأزمة المالية العالمية أسبابها وأبعادها وخصائصها، الملتقى العلمي الدولي حول الأزمة المالية العالمية وكيفية معالجتها من منظور النظام الإقتصادي العربي والإسلامي، جامعة الجنان، لبنان، 13-14 مارس، 2009.
9. سيف الدين عبد الفتاح: حرب الكلمات في أحداث الخليج، أزمة الإعلام وإعلام الأزمة، صياغة أولية، المؤتمر السنوي الخامس للبحوث السياسية، مركز البحوث والدراسات السياسية، جامعة القاهرة، 14-16 ديسمبر 1999.
10. عادل صالح: الإعلام أداة للصراع، ورقة بحثية مقدمة إلى مؤتمر الإعلام والأزمات، الرهانات والتحديات، جامعة سوهاج، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2010.
11. فريد كورتل: الأزمة المالية العالمية وأثرها على الإقتصاديات العربية، مؤتمر الأزمة المالية العالمية وكيفية معالجتها من منظور الاقتصاد الغربي والإسلامي، جامعة الجنان، طرابلس، لبنان، 2009
12. قحطان عبد سعيد السامرائي: دراسة في جذور الأزمة في الاقتصاد الرأسمالي، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الثالث لكلية العلوم الإدارية والمالية في جامعة الإسراء، عمان، 28-29 أبريل 2009.
13. محمد جاسم ولي: الصورة وتأثيراتها النفسية، والتربوية والاجتماعية والسياسية، مؤتمر فيلادلفيا الدولي الثاني عشر (ثقافة الصورة) من 1/4/2007، جامعة فيلادلفيا، الأردن، عمان، 2007.
14. مريم شطيبي محمود: انعكاسات انخفاض أسعار النفط على الاقتصاد الجزائري، مداخلة مقدمة في الندوة المنظمة من طرف قسم الإقتصاد والإدارة حول: أزمة أسواق الطاقة وتداعياتها على الإقتصاد الجزائري قراءة في التطورات في أسواق الطاقة، يوم 14 جوان 2015، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، 2015.
15. نبيل بوفليح وعبد الله الحرتسي حميد: التمويل الاسلامي كأسلوب لمواجهة تحديات الأزمة المالية العالمية، الملتقى الدولي حول أزمة النظام المالي والمصرفي الدولي وبديل البنوك الإسلامية، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، 06-07 أبريل 2009.

خامسا: الدراسات والرسائل الجامعية

1. أسماء قرشوش: الموضوعية في المعالجة الصحفية للثورات العربية في الصحافة المكتوبة العربية، الجزائر، مصر، تونس أنموذجا، أطروحة دكتوراه علوم في علوم الاعلام والاتصال، غير منشورة، كلية علوم الاعلام والاتصال، قسم علوم الاعلام، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2018-2019.
2. أمال إدريس: التغطية الإعلامية لحرب الخليج الثالثة قناة المنار نموذجا، دراسة تحليلية وصفية، رسالة ماجستير، غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2010-2011.

3. أمال كمال طه: صورة العراق في التغطية العربية والغربية في التسعينات دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2001.
4. بارعة شقير: دور التلفزيون اللبناني في ترتيب أولويات طلبة الجامعة اللبنانية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإذاعة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1995.
5. بسمة فنور: المعالجة الإعلامية للأخبار في التلفزيون الجزائري، دراسة تحليلية لمحتوى القناة التلفزيونية الرئيسية، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه علوم الإعلام والاتصال، شعبة اتصال وعلاقات عامة، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة قسنطينة3، الجزائر، 2016/2015.
6. بوصبيح صالح رحيمة: التكتلات الاقتصادية في ميزان الأزمة، دراسة في العاقات السببية بين انتشار الأزمات وتكتل الإقتصادي (دراسة حالة اليونان ضمن التكتل الأوربي)، مذكرة ماجستير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر.
7. بوعمره إلهام: المعالجة الإعلامية اللازمة للمالية العالمية من خلال الصحافة الجزائرية المكتوبة، دراسة تحليلية لعينة من الصحف اليومية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2014/2013.
8. بوغزالة محمد نجلاء: الوساطة المالية والنمو الاقتصادي، دراسة حالة الجزائر، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، غير منشورة، جامعة الجزائر، 2016-2015.
9. بوكساني رشيد: معوقات أسواق الأوراق المالية العربية وسبل تفعيلها، رسالة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006-2005.
10. حكيمه وسان: الإسلام والديموقراطية في الصحافة الجزائرية، دراسة تحليلية لجريدتي الحقيقة والوقت، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة قسنطينة، معهد علم الاجتماع.
11. دبار حمزة: انعكاسات الأزمة المالية العالمية على الأمن الغذائي في الوطن العربي، دراسة تحليلية وفق نموذج Swot، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2013-2012.
12. رابع طيبي: الهجرة غير الشرعية في الجزائر من خلال الصحافة المكتوبة "دراسة تحليلية لجريدة الشروق اليومي"، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2009.
13. رجاء يونس سليمان أبو مزيد، "الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو قضية المصالحة الفلسطينية" بحث لنيل الماجستير في الصحافة، الجامعة الإسلامية، بغزة، 2013

14. رجب عبد الحميد السيد: دور القيادة في صنع القرار بالتطبيق على إدارة الأزمات، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التجارة، جامعة قناة السويس، 1999.
15. رحاب سليمان: الصحافة المصرية وترتب الأولويات الصفوة تجاه البيئة في إطار مفهوم التنمية المتواصلة في مصر - دراسة للمضمون والقائم بالإتصال والجمهور عام 1998، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1999.
16. رشا عامر: الأنشطة الاتصالية في المنظمات الإقليمية، دراسة تطبيقية على جامعة الدول العربية خلال الفترة من سبتمبر 2001 - سبتمبر 2004، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة الزقازيق، 2008.
17. سعاد سراي: العلاقات الجزائرية المغربية من خلال جريدة الخبر، دراسة وصفية تحليلية للفترة الممتدة من 2000 إلى 2005، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، 2007.
18. شريف محمد نبيل مصطفى: المعالجة الاعلامية لأحداث العنف وتأثيرها على الأزمات الاقتصادية بعد الثورة، رسالة ماجستير في الإعلام (غير منشورة)، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، القاهرة، 2015.
19. صبرينة كردودي: ترشيد الانفاق العام ودوره في علاج الموازنة العامة للدولة في الاقتصاد الاسلامي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014.
20. صدقي محمد موسى: اتجاهات طلبة الجامعات الفلسطينية نحو التغطية الاعلامية لقناة فلسطين الفضائية للأحداث الداخلية، رسالة ماجستير، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، نيسان، 2009.
21. فوزية عكاك: القيم الخيرية في الصحافة الجزائرية الخاصة، دراسة تحليلية ميدانية لصحيفتي الخبر والشروق اليومي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2011-2012.
22. قرشوش أسماء: التغطية الاعلامية للصحف الجزائرية لمشاريع الإصلاح - قانون الاعلام الجديد 2012- أنموذجا - دراسة مقارنة بين الصحف العمومية والخاصة، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2013-2014.
23. كلثوم كباي: التنافسية وإشكالية الاندماج في الاقتصاد العالمي، دراسة حالة الجزائر، المغرب وتونس، مذكرة ماجستير، جامعة باتنة، 2008.

24. لبيض ليندا: إسهام الصحافة المكتوبة في مقاومة ظاهرة المخدرات، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد علم الاجتماع، جامعة قسنطينة، 2002.
25. محمد حسام الدين محمود إسماعيل: التغطية الصحفية الغربية لشؤون العالم الإسلامي خلال عقد التسعينات، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2001
26. محمد عويس: اتجاهات التغطية الخبرية للشؤون الخارجية في الصحف المصرية وعلاقتها بالمتغيرات الخاصة بالصحف، دراسة تطبيقية على عينة من الصحف القومية والحزبية الخاصة خلال عامي 2005-2006، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2008.
27. محمد هدير: الإعلام والاتصال وإدارة الأزمات، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2004-2005.
28. مسعود دراوسي: السياسة المالية ودورها في تحقيق التوازن الاقتصادي لحالة الجزائر 1990، 2004، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006، ص 171.
29. نادية العقون: العولمة الاقتصادية والأزمات المالية، الوقاية والعلاج، دراسة لازمة الرهن العقاري في الولايات المتحدة الأمريكية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2012-2013.
30. نسيم أوكيل: الأزمات المالية وإمكانية التوقي منها والتخفيف من آثارها (دراسة حالة جنوب شرق آسيا)، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2007-2008.
31. نشرة سليمان محمد عقل: المعالجة التلفزيونية والصحفية للقضايا البرلمانية ودورها في تشكيل اتجاهات الجمهور العام نحو البرلمان، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2006.
32. هالة محمد اسماعيل بغدادى: المتغيرات المؤثرة على تغطية القضايا العربية في القنوات الفضائية العربية الإخبارية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2007.
33. هند عزوز: المعالجة الصحفية لانتفاضة الأقصى - دراسة تحليلية ليوميتي النصر والشروق اليومي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2006.
34. يوسف عبد العالي: دراسة لمشاريع قانون الإعلام في الجزائر من خلال الصحف (الخبر، الشعب، الوطن، المجاهد)، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، بن يوسف بن خدة، 2006/2007.
- سادسا: مواقع الانترنت

1. صلاح عبد الشكور: الحياد في الإعلام أن تنحاز، مدونات الجزيرة، 2016، متاح في الرابط:
<http://blogs.aljazeera.net/blogs/2016/9/28>.
 2. عبد النبي إسماعيل الطوخي: التنبؤ المبكر بالأزمات المالية باستخدام المؤشرات المالية الفائدة، كلية التجارة، جامعة أسيوط، مصر، متاحة على <http://www.kantakji.com/figh/manage.htm>، تاريخ الإطلاع: 12-2018-08.
 3. محسن عبود كشكول: المعالجة الصحفية، وإشكالية الدراسة والتحليل، متوفرة عبر الموقع http://www.baytalhikma.iq/News_Details.php?ID=1136 تم الإطلاع عليه بتاريخ: 2020/05/12
 4. محمد شومان: الإعلام الخاص في مصر، موقع الأهرام أون لاين، فيفري 2015، تم الإطلاع عليه بتاريخ: 2018/08/12.
 5. الموقع الإلكتروني ليومية النصر <https://www.annasronline.com/> تم الإطلاع عليه بتاريخ: 2017/10/24.
 6. الموقع الإلكتروني: <http://www.el-hourria.com>، تمت زيارة هذا الموقع بتاريخ: 2017-2-3.
 7. الموقع الإلكتروني: <http://www.elkhabar.com> تمت زيارة هذا الموقع بتاريخ 2017-2-15.
 8. الوكالة الوطنية للتنمية السياحية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT www.andt-dz.org/ar/?action-formunik&type-menu&idformunik-22 تصفح بتاريخ 2017/07/23
 9. ¹ - التقرير السنوي 2016 لبنك الجزائر، التطور الإقتصادي والنقدي للجزائر، ص49، متوفر على الموقع <https://www.bank-of-algeria.dz/pdf/rapportba2016ar.pdf> تم الإطلاع عليه بتاريخ: 2017-08-18.
1. Heidi Radakavich, Research Report on the Agenda Setting, p1 at : <http://oak.cats.ohiou.edu>, available at 11/02/2017.
 2. Helsingin Sanomat : Mass media's Agenda setting function, at :www.valt.helsinki,available . at:12/10/2017.
 3. Joseph D.Straubhaar,Robert La rose, Media Now, Communication Media in the information Age, 2th ed.(Australia, Wadsworth,2000).p35 at : <http://books.google.ps/books>, available at:17/05/2016.
 4. Lewis, Seth :From journalism to information : the transformation of the knight fondation& news innovation mass communication and society,2012, 15(3),309-334 <http://dx.doi.org/10.1080/1520543620011.6116>

5. M.Sanchez :Agenda Setting, spring2002,at :<http://www.comprofessor.com/2012/10/media-agenda-setting.html>, available at : 17/05/2016
6. Matt Gleckler: Agenda Setting function of Maxwell McCombs &Donald Shaw,at <http://oak.cats.ohiou.edu>, available at :13/12/2016
7. Maxwel McCombs :The Agenda-Setting Role of the Mass Media in the Shaping of Public Opinion, University of Texas at Austin,p.p1-2 at: www.infoamerica.org/documentos-pdf/mccombs01.pdf,available at:/16/11/2016.
8. Maxwel McCombs,Donald Lewis Shaw, David Hugh Weaver :communication and Democracy: Exploring the Intellectual frontiers in Agenda- setting theory, (Psychology Press :1997),p2.at :<http://books.google.ps/books>,available at :22/04/2016.
9. Scott London : How the Media Frames Political Issues Enlightening Study of Process and out come of Mass Media framing what it Presents, at : www.scottlondon.com.

فهرس المحتويات:

الملخصات	
أ	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة	
07	أولاً: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
10	ثانياً: أهمية الموضوع، وأهدافه
12	ثالثاً: تحديد مفاهيم الدراسة
19	رابعاً: الدراسات السابقة وحدود الاستفادة منها
32	خامساً: الخلفية النظرية للدراسة
32	1- نظرية ترتيب الأولويات (الأجندة-Setting Theory) (The Agenda-Setting Theory)
49	2- نظرية تحليل الإطار الإعلامي The framing analysis Theory
72	سادساً: الاجراءات المنهجية للدراسة
72	1- نوع الدراسة
72	2- منهج الدراسة
73	3- أداة جمع البيانات
75	4- مجتمع وعينة الدراسة
90	5- اجراءات الصدق وتقدير مستوى الثبات
الفصل الثاني: الصحافة المكتوبة وأسس المعالجة الإعلامية للأزمات	
94	تمهيد
95	المبحث الأول: مدخل مفاهيمي حول الصحافة المكتوبة
95	المطلب الأول: مفهوم الصحافة المكتوبة
97	المطلب الثاني: أهمية الصحافة المكتوبة
99	المطلب الثالث: خصائص الصحافة المكتوبة وتصنيفاتها
105	المطلب الرابع: وظائف الصحافة المكتوبة
107	المطلب الخامس: مضامين الصحف اليومية ومصادرها
116	المطلب السادس: لغة الصحافة المكتوبة وأسلوب الكتابة الصحفية
122	المطلب السابع: الأشكال الصحفية الخاصة بالصحافة المكتوبة
137	المبحث الثاني: أسس المعالجة الإعلامية للأزمات
137	المطلب الأول: أهمية البعد الإعلامي في الأزمات
138	المطلب الثاني: التطور التاريخي لبحوث إعلام الأزمات

140	المطلب الثالث: مظاهر المعالجة الإعلامية للأزمات
142	المطلب الرابع: محتوى الرسالة الإعلامية في تغطية الأزمات
146	المطلب الخامس: دور الإعلام قبل، أثناء، وبعد حدوث الأزمة
152	المطلب السادس: معالجة وسائل الإعلام للأزمات الاقتصادية
154	المطلب السابع: بعض معوقات الأداء الإعلامي أثناء تغطية الأزمات
155	خلاصة:
الفصل الثالث: تداعيات الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016 أسبابها ونتائجها	
158	تمهيد:
159	المبحث الأول: مفهوم الأزمة بين الخصائص والأبعاد
159	المطلب الأول: العلاقة بين مفهوم الأزمة وبعض المصطلحات الأخرى
164	المطلب الثاني: خصائص الأزمة
166	المطلب الثالث: أبعاد الأزمة
168	المطلب الرابع: تصنيف الأزمة ومراحل تطورها
172	المطلب الخامس: نموذج المراحل الأربعة لدورة حياة الأزمة The Crisis Life-Cycle
178	المبحث الثاني: ماهية الأزمات المالية وتداعياتها على الاقتصاد الجزائري
179	المطلب الأول: خلفية تاريخية للأزمات المالية التي شهدتها العام
189	المطلب الرابع: أنواع الأزمات المالية ومؤشرات حدوثها
196	المطلب الثالث: أسباب الأزمات المالية ومؤشراتها وقنوات انتقالها
200	المطلب الرابع: تداعيات الأزمة المالية لسنة 2016 على الجانب الاقتصادي والاجتماعي في الجزائر
206	المطلب الخامس: سياسة الجزائر في مواجهة الأزمة المالية الراهنة
210	خلاصة
الفصل الرابع: المعالجة الإعلامية للأزمة المالية في الجزائر سنة 2016 في صحيفة النصر والشروق اليومي	
213	أولا: عرض ومناقشة نتائج التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل
214	1- توزيع فئة مساحة العناوين والنصوص التي تناولت الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016 ضمن الصحف محل الدراسة
215	2- توزيع فئة موقع نشر المادة الخبرية التي تناولت موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016 في الصحف محل الدراسة
217	3- توزيع فئة الأنواع الصحفية المستخدمة في معالجة موضوع الدراسة في الصحف محل التحليل
223	4- توزيع فئة المعالجة التيبوغرافية (وسائل الدعم والإبراز) في الصحف محل الدراسة
239	5- توزيع فئة مصدر المادة الخبرية الخاصة بمعالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016 في صحف الدراسة
245	ثانيا: عرض ومناقشة نتائج التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون ماذا قيل؟
246	1- فئة الموضوع

246	1-1- فئة أسباب ظهور الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016
252	1-2- الآثار المترتبة عن الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016
259	1-3- الحلول التي قدمتها الحكومة الجزائرية للخروج من الأزمة
267	2- توزيع فئة اللغة المستخدمة في عرض المواضيع المتعلقة بالأزمة المالية بالجزائر ضمن صحف الدراسة
269	3- فئة وظيفة المضمون محل التحليل
271	4- فئة الأطر الإعلامية التي تم اعتمادها في معالجة موضوع الدراسة ضمن مادة التحليل
273	5- فئة الفاعلين (الشخصيات الفاعلة)
278	6- فئة اتجاه معالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016 في الصحف محل الدراسة
284	ثالثا: عرض ومناقشة نتائج الدراسة التحليلية المقارنة
284	عرض ومناقشة نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات
300	نتائج الدراسة في ضوء نظريتي ترتيب الأولويات (الأجندة)، والأطر الإعلامية
304	الخاتمة
308	الملاحق
324	قائمة المصادر والمراجع
الفهرس — ارس	
	أولاً: فهرس الجداول.
	ثانياً: فهرس الأشكال
	ثالثاً: فهرس المحتويات.

فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	يوضح تصنيف وأنواع الأطر الإعلامية	58
02	يوضح طريقة إختيار عينة البحث وفق نموذج ستامبل Stemple	82
03	يوضح الأعداد تواريخ الأعداد المشكلة لعينة الدراسة	83
04	يوضح قائمة بأسماء الأساتذة الذين أشرفوا على تحكيم استمارة تحليل المحتوى	89
05	يوضح المؤشرات الاقتصادية التقليدية الدالة على وقوع الأزمات المالية	195
06	يوضح فئة المساحة الخاصة بمعالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016 في الصحف محل الدراسة	212
07	يوضح موقع نشر المادة الخبرية المتعلقة بموضوع الدراسة في الصحف محل التحليل	215
08	يبين النسب المقارنة لفئة موقع نشر المادة الخبرية المتعلقة بالأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016 في الصحف محل الدراسة	217
09	يبين الأنواع الصحفية المستخدمة في معالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016 في صحيفة النصر	221
10	يبين الأنواع الصحفية المستخدمة في معالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016 في صحيفة الشروق اليومي	224
11	يوضح النسب المقارنة لعناصر فئة الأنواع الصحفية المستخدمة في كل من صحيفة النصر والشروق اليومي	227
12	يوضح نوع الصور المستخدمة في معالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016 في الصحف محل الدراسة	230
13	يوضح وسائل الدعم والإبراز التي تم توظيفها لمعالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر في كل من صحيفة النصر والشروق اليومي	234
14	يوضح مصدر المادة الخبرية المتعلقة بمعالجة موضوع الدراسة في صحيفة النصر	236
15	يوضح مصدر المادة الخبرية المتعلقة بمعالجة موضوع الدراسة في صحيفة الشروق اليومي	238
16	يوضح نسب المقارنة لفئة مصدر الموضوع في الصحف محل الدراسة	240
17	يوضح أسباب ظهور الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016 من خلال ما نشرته صحيفة النصر	244
18	يوضح أسباب ظهور الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016 من خلال ما نشرته صحيفة الشروق اليومي	246
19	يوضح النسب المقارنة لأسباب ظهور الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016 في الصحف محل الدراسة	248
20	يوضح الآثار المترتبة عن الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016 من خلال ما نشرته صحيفة النصر	250
21	يوضح الآثار المترتبة عن الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016 من خلال ما نشرته صحيفة الشروق اليومي	252
22	يوضح النسب المقارنة بين عناصر فئة الآثار المترتبة عن الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016 من	254

	خلال ما نشرته المادة الخيرية للصحف محل الدراسة	
257	يوضح الحلول التي قدمتها الحكومة الجزائرية للخروج من الأزمة المالية لسنة 2016 من خلال ما نشرته المادة الخيرية لجريدة النصر	23
260	يوضح الحلول التي قدمتها الحكومة الجزائرية للخروج من الأزمة المالية لسنة 2016 من خلال ما نشرته المادة الخيرية لجريدة الشروق اليومي	24
262	يوضح النسب المقارنة لفئة الحلول التي قدمتها الحكومة الجزائرية للخروج من الأزمة المالية لسنة 2016 من خلال ما نشرته المادة الخيرية للصحف محل الدراسة	25
264	يوضح اللغة المستخدمة في عرض المواضيع المتعلقة بالأزمة المالية بالجزائر ضمن صحيفة النصر وصحيفة الشروق اليومي	26
266	يوضح وظيفة المضمون محل التحليل للصحف محل الدراسة	27
268	يوضح فئة الأطر الإعلامية الأكثر استخداما في تحرير المواضيع المتعلقة بالأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016 ضمن صحف الدراسة	28
271	يوضح فئة الفاعلين في موضوع الأزمة المالية بالجزائر في صحيفة النصر	29
273	يوضح فئة الفاعلين في موضوع الأزمة المالية بالجزائر في صحيفة الشروق اليومي	30
274	يبين النسب المقارنة لعناصر فئة الفاعلين في الصحف محل الدراسة	31
276	يبين اتجاه معالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016، من خلال ما نشرته صحيفة النصر	32
277	يبين اتجاه معالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016، من خلال ما نشرته صحيفة الشروق اليومي	33
279	يبين النسب المقارنة لعناصر فئة اتجاه المعالجة في الصحف محل الدراسة	34

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
74	يوضح عينة الصحف اليومية المختارة	01
167	يوضح مصفوفة Gundel الخاصة بالأزمة	02
173	يوضح مراحل الأزمة في حال إحتوائها أو تفاقمها	03
196	يوضح قنوات إنتشار الأزمات المالية	04
213	يوضح فئة المساحة الخاصة بمعالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016 في الصحف محل الدراسة	05
216	يوضح موقع نشر المادة الخبرية المتعلقة بموضوع الدراسة في الصحف محل التحليل	06
218	يبين النسب المقارنة لفئة موقع نشر المادة الخبرية المتعلقة بالأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016 في الصحف محل الدراسة	07
222	يبين الأنواع الصحفية المستخدمة في معالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016 في صحيفة النصر	08
225	يبين الأنواع الصحفية المستخدمة في معالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016 في صحيفة الشروق اليومي	09
227	يوضح النسب المقارنة لعناصر فئة الأنواع الصحفية المستخدمة في كل من صحيفة النصر والشروق اليومي	10
231	يوضح نوع الصور المستخدمة في معالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016 في الصحف محل الدراسة	11
235	يوضح وسائل الدعم والإبراز التي تم توظيفها لمعالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر في كل من صحيفة النصر والشروق اليومي	12
237	يوضح مصدر المادة الخبرية المتعلقة بمعالجة موضوع الدراسة في صحيفة النصر	13
239	يوضح مصدر المادة الخبرية المتعلقة بمعالجة موضوع الدراسة في صحيفة الشروق اليومي	14
241	يوضح نسب المقارنة لفئة مصدر الموضوع في الصحف محل الدراسة	15
244	يوضح أسباب ظهور الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016 من خلال ما نشرته صحيفة النصر	16
247	يوضح أسباب ظهور الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016 من خلال ما نشرته صحيفة الشروق اليومي	17
248	يوضح النسب المقارنة لأسباب ظهور الأزمة المالية بالجزائر خلال سنة 2016 في الصحف محل الدراسة	18
250	يوضح الآثار المترتبة عن الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016 من خلال ما نشرته صحيفة النصر	19
252	يوضح الآثار المترتبة عن الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016 من خلال ما نشرته صحيفة الشروق اليومي	20
255	يوضح النسب المقارنة بين عناصر فئة الآثار المترتبة عن الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016 من خلال ما نشرته المادة الخبرية للصحف محل الدراسة	21

257	يوضح الحلول التي قدمتها الحكومة الجزائرية للخروج من الأزمة المالية لسنة 2016 من خلال ما نشرته المادة الخيرية لجريدة النصر	22
260	يوضح الحلول التي قدمتها الحكومة الجزائرية للخروج من الأزمة المالية لسنة 2016 من خلال ما نشرته المادة الخيرية لجريدة الشروق اليومي	23
263	يوضح النسب المقارنة لفئة الحلول التي قدمتها الحكومة الجزائرية للخروج من الأزمة المالية لسنة 2016 من خلال ما نشرته المادة الخيرية للصحف محل الدراسة	24
264	يوضح اللغة المستخدمة في عرض المواضيع المتعلقة بالأزمة المالية بالجزائر ضمن صحيفة النصر وصحيفة الشروق اليومي	25
266	يوضح وظيفة المضمون محل التحليل للصحف محل الدراسة	26
269	يوضح فئة الأطر الإعلامية الأكثر استخداما في تحرير المواضيع المتعلقة بالأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016 ضمن صحف الدراسة	27
271	يوضح فئة الفاعلين في موضوع الأزمة المالية بالجزائر في صحيفة النصر	28
273	يوضح فئة الفاعلين في موضوع الأزمة المالية بالجزائر في صحيفة الشروق اليومي	29
275	يبين النسب المقارنة لعناصر فئة الفاعلين في الصحف محل الدراسة	30
276	يبين اتجاه معالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016، من خلال ما نشرته صحيفة النصر	31
277	يبين اتجاه معالجة موضوع الأزمة المالية بالجزائر لسنة 2016، من خلال ما نشرته صحيفة الشروق اليومي	32
279	يبين النسب المقارنة لعناصر فئة اتجاه المعالجة في الصحف محل الدراسة	33