

تغطية الأزمة المالية العالمية في الصحف العربية

"دراسة تحليلية لصحف الرأي الأردنية والزمان العراقية والبيان الإماراتية"

Coverage of International Financial Crisis in Arab Press (An Analytical Study for Alrai Jordanian Newspaper, Al-Zaman Iraqi and Al-Bayan Emirates)

إعداد الطالب

علي رجب حسين الحمداني

إشراف

الأستاذة الدكتورة حميدة مهدي سميسم

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

كلية الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

2011-2010

التفويض

أنا علي رجب حسين أفوض جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا بتزويد نسخ من رسالتي ورقياً وإلكترونياً للمكتبات، أو المنظمات، أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم: علي رجب حسين

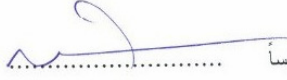


التاريخ: 28 / 5 / 2011

التوقيع: 

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها: **تغطية الأزمة المالية العالمية في الصحف العربية: دراسة تحليلية لصفح الرأي الأردنية والزمان العراقية والبيان الإماراتية** "

وقد أجازت بتاريخ 28 / 5 / 2011

<u>التوقيع</u>	<u>أعضاء لجنة المناقشة</u>	<u>الاسم</u>
	رئيساً	الأستاذ الدكتور عبد الرزاق الدليمي
	عضواً ومشرفاً	الأستاذة الدكتورة حميدة سميسم
	مناقشاً خارجياً	الأستاذ الدكتور عزت حجاب

شكر وتقدير

أُتقدم بعظيم شكري ووافر امنياتي الى استاذتي الفاضلة:

الأستاذة الدكتورة حميدة سميسم

التي تواضعت بقبول الاشراف على هذه الرسالة، وتابعتها بالسؤال والنقد والتوجيه، في كل

مراحلها، فكان لها كبير الأثر في خروج دراستي الى حيز النور.

كما اتقدم بشكري الجزيل الى اساتذة قسم الاعلام الافاضل في جامعة الشرق الأوسط، وخص منهم الأستاذ الدكتور عبد الرزاق الدليمي، والأستاذ الدكتور عبد الجبار البياتي وكذلك الأساتذة الذين تفضلوا بقبول مناقشة هذه الدراسة ليثروها بعلمهم وخبراتهم وتوجيهاتهم القيمة.

ولا يفوتني أن أتقدم بالشكر والامتنان إلى إدارة هذا الصرح العلمي الكبير، جامعة الشرق

الأوسط ممثلة برئيسها ونوابه الأفاضل على جهودهم الطيبة.

الإهداء

اهدي هذه الدراسة

إلى من رباني صغيرا وأنار لي شمعة استنير بها في دروب الحياة الطويلة

والدي

إلى من عاشت المعاناة لتراني حسب أحلامها أترعرع كحقيقة شامخة

والدتي

إلى الإنسانية التي عايشت حلو حياتي ومرها

زوجتي

إلى الذين عشقت دفأهم في بيت الطفولة

اخواني

إلى من سأمنح لهم جهدي وحياتي رهنا لأراهم شامخين كالبنيان

أطفالي

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
أ	عنوان الرسالة
ب	تفويض الجامعة
ح	إجازة الرسالة
د	الشكر والتقدير
هـ	الإهداء
و	فهرس المحتويات
ح	قائمة الجداول
ط	الملخص باللغة العربية
ك	الملخص باللغة الإنجليزية
الفصل الأول: مقدمة الدراسة	
2	مقدمة
6	مشكلة الدراسة
7	أسئلة الدراسة
8	أهداف الدراسة
9	أهمية الدراسة
10	حدود الدراسة
11	محددات الدراسة
11	مصطلحات الدراسة
15	الإسناد النظري للدراسة
الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة	
28	المقدمة
31	المبحث الأول: المفاهيم والأطر النظرية للصحافة
46	المبحث الثاني: الدور الذي تضطلع به الصحافة في الشأن الاقتصادي
55	المبحث الثالث: إعلام الأزمات
63	المبحث الرابع: الدراسات السابقة
63	الدراسات باللغة العربية

71	الدراسات باللغة الأجنبية
الفصل الثالث: الطريقة والإجراءات	
81	منهج الدراسة
85	مجتمع الدراسة
85	عينة الدراسة
86	أداة الدراسة
87	صدق أداة الدراسة
88	ثبات أداة الدراسة
89	إجراءات الدراسة
90	أساليب جمع البيانات والمعلومات
91	أساليب المعالجة الإحصائية
الفصل الرابع: نتائج التحليل الإحصائي لمضمون الصحف	
93	تحليل أنماط العناوين المستخدمة
95	تحليل طرق الإقناع المستخدمة
97	تحليل المصادر الإخبارية
100	تحليل الفنون والأشكال الصحفية المستخدمة
103	تحليل مساحة التغطية
105	تحليل اتجاه صحف الدراسة
107	تحليل المواقع التي نشرت فيها الأزمة المالية العالمية
109	تحليل القائمون بعملية التغطية الصحفية
الفصل الخامس: النتائج والتوصيات	
113	النتائج
117	التوصيات
المراجع	
120	المراجع باللغة العربية
125	المراجع باللغة الإنجليزية

الملاحق	
127	ملحق رقم (1) استمارة تحليل المضمون
130	ملحق رقم (2) أسماء الأساتذة محكمي استمارة تحليل المضمون

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
93	توزيع المادة الصحفية حسب أنماط العناوين المستخدمة	الجدول (1)
95	توزيع المادة الصحفية حسب طرق الإقناع المستخدمة	الجدول (2)
97	توزيع المادة الصحفية حسب المصادر الإخبارية	الجدول (3)
100	توزيع المادة الصحفية حسب الفنون والأشكال الصحفية المستخدمة	الجدول (4)
103	توزيع المادة الصحفية حسب مساحة التغطية	الجدول (5)
105	توزيع المادة الصحفية حسب اتجاه صحف الدراسة	الجدول (6)
107	توزيع المادة الصحفية حسب المواقع التي نشرت فيها الأزمة المالية العالمية	الجدول (7)
109	توزيع المادة الصحفية حسب القائمين بعملية التغطية الصحفية	الجدول (8)

الملخص باللغة العربية

تغطية الأزمة المالية العالمية في الصحف العربية

"دراسة تحليلية لصحف الرأي الأردنية والزمان العراقية والبيان الإماراتية "

إعداد

علي رجب حسين الحمداني

إشراف

الأستاذة الدكتورة حميدة مهدي سميسم

ملخص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على التغطية الإعلامية من خلال القيام بالدراسة التحليلية للمواضيع التي تناولت الأزمة المالية العالمية وكما وردت في الصحف العربية. تكون مجتمع الدراسة التحليلية من جميع المضامين التي احتوتها الصحف العربية الثلاث وهي الرأي الأردنية والزمان العراقية والبيان الإماراتية، وتمثلت عينة الدراسة التحليلية في تحليل مضمون الأزمة المالية العالمية التي تم نشرها في الصحف المذكورة خلال الفترة الواقعة ما بين الأول من أيلول 2008 وحتى الحادي والثلاثين من كانون الأول 2009.

وقد توصل الباحث إلى عدد من النتائج أهمها:

- 1- أن اغلب أنماط العناوين المستخدمة والمعتمدة في صحف الدراسة كانت العنوان الممتد، وأن أكثر طرق الإقناع المستخدمة في صحف الدراسة هي عرض الحقائق والأرقام.
- 2- أن أغلبية المصادر الإخبارية التي اعتمدت عليها الصحف كانت وكالات الأنباء العالمية والوطنية، وأن أكثر الفنون والأشكال الصحفية المستخدمة في عرض وتقديم الأزمة المالية العالمية كانت الأخبار والتقارير والتحقيقات الصحفية.

3- أن اهتمام صحف الدراسة بالأزمة المالية العالمية من حيث مساحة التغطية المنشورة كانت أكثر من نصف صفحة، وأن أغلب الصفحات التي نشرت فيها الأزمة المالية العالمية كان في الملحق الاقتصادي.

4- أن أغلب القائمين بعملية التغطية الصحفية هم محللون أكاديميون مختصون في علم الاقتصاد.

أخيراً قدّم الباحث عدداً من التوصيات أهمها:

1- مبادرة الصحف العربية إلى تنظيم الدورات التدريبية للصحفيين والمحللين الاقتصاديين في مجالات فنون الكتابة الصحفية المختلفة.

2- تأهيل العاملين في مجال الصحافة الاقتصادية من خلال استخدام الوسائل التقنية الحديثة، والاستعانة بالأسلوب العلمي في إدارة الصحف العربية عند طرح القضايا الاقتصادية.

3- أهمية إعطاء مزيد من مساحة التغطية المنشورة وتخصيص مساحات أكبر وأبواب ثابتة.

5- رفع كفاءة الصحف وإثرائها بالملكات الصحفية المؤهلة والمدربة، وزيادة عدد المراسلين الصحفيين لإثراء التغطية الصحفية لالزامات المالية.

4- أهمية توظيف وسائل الإبراز والفنون الصحفية وفقاً لاستراتيجية واضحة المعالم، من خلال استخدام التقارير والتحليلات والتحقيقات الإخبارية.

6- ضرورة إيجاد آليات للتنسيق بين الجهات الاقتصادية المعنية ووسائل الإعلام المحلية في إشباع حاجة الرأي العام للمعلومة الصحيحة.

Abstract

Coverage of International Financial Crisis in Arab Press

Prepared by

Ali Rajab Hussein

Supervised By

Professor

Hameedah Smassim

The present study aimed at describing the press coverage through conducting an analytical study for the subjects which dealt with the international financial crisis as it was stated in the Arab Press. The population of the analytical study consisted of all the contents included in the three Arab newspapers (the Jordanian Alrai, the Iraqi Alzaman, and the Emirates' Albayan). the sample of the study consisted of analyzing the content of the international financial crisis which was published in the above mentioned three newspapers throughout the period September, the 1st 2008 and December, the 31st 2009.

the following are the most important findings:

1. The majority of title styles used and depended in the study newspapers were of the extended ones; and the most convincing methods used in the studied newspapers were stating facts and numbers.
2. The majority of news sources upon which the newspapers depended was the national and international news agencies. In addition, the mostly used press arts and forms in presenting the international financial crisis were news, reports, and press investigations.
3. The studied newspapers' concern in the international financial crisis from the part of the published space coverage was more than half a page; and that the majority of the sites in which the international financial crisis was published was the economical supplement.
4. The majority of in charge press coverage were academic analyzers specialized in economics.

In light of the findings of the study, the researcher has the following recommendations:

1. The Arab press initiate the organization of training courses for the journalists in the field of different journal writing arts.
2. Qualifying the workers in the field of economical press by using modern technological methods as well as seeking help with the scientific method in administering the Arab press when they introduce economical issues.
3. The importance of giving more space to the published coverage. Moreover, more spaces and fixed chapters should be provided.
4. Raising the press qualification and enriching it with well trained and qualified employees with the necessity of raising the number of journalists to enrich the press coverage to the financial crisis.
5. The importance of employing press bringing out and arts according to a clear strategy through using news reports, analyses, and investigations.
6. The necessity of existing techniques in order to coordinate between the concerned economical authorities and the national media to saturate the public with the correct information.

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

- مقدمة

- مشكلة الدراسة

- أسئلة الدراسة

- أهداف الدراسة

- أهمية الدراسة

- حدود الدراسة

- محددات الدراسة

- المصطلحات الإجرائية

- الإسناد النظري للدراسة

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

مقدمة

قال تعالى: (ولنبلونكم بشيء من الخوف والجوع ونقص من الأموال والأنفس والثمرات وبشر الصابرين) صدق الله العظيم " الآية 155 من سورة البقرة " .

لقد أصبح الإعلام حقا من حقوق الإنسان الأساسية، بوصفه القادر على نقل ونشر الحقائق، وتبصير كل فرد بما يحدث حوله في كل بقاع الأرض، ولم يعد مقبولا الآن حجب أو ستر أي خبر أو معلومة عن الإنسان، سواء في مجال السياسة ونظم الحكم أو المجالات الاجتماعية والاقتصادية والصحية والثقافية والعلمية والتربوية، وأصبحت المؤسسات والمنظمات والأفراد تقوم بإمداد وسائل الإعلام بالحقائق والأحداث، أولا بأول حتى تستطيع أن تقدم للجماهير حاجاتهم في الأعلام والاتصال، حيث أن وسائل الإعلام في أي مجتمع هي المسؤولة عن صياغة ونشر وتوزيع الأخبار والمعلومات والأفكار والآراء، وبالتالي تصبح من أهم الوسائل الفاعلة في أي مجتمع لتغيير القيم والاتجاهات ولتعزيز أي سلوك إيجابي وتكريسه، وتهميش أي سلوك سلبي في نفس المجتمع.

والإعلام يعني تزويد الناس بالأخبار الصحيحة، والمعلومات الدقيقة، والحقائق

الصادقة والثابتة، والتي يمكن أن تساهم في تشكيل رؤية صائبة إزاء واقعة معينة، بحيث

تكون هذه الرؤية تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم، (الدليمي، 2010) وفي هذا الشأن يقول (حجاب، 2004، ص 61) " أن الإعلام هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في الوقت نفسه"، حيث يفترض في أي نشاط إعلامي الصدق لكي يحقق غاياته بشكل مطلوب، وهناك شروط لتحقيق الصدق الإعلامي أهمها التزام الحيادية والموضوعية والشفافية في نقل الرسالة الإعلامية.

وقد شهدت علوم الاتصال تطوراً كبيراً انعكس على الصحافة، باعتبارها من أكثر مجالات الإعلام تأثراً بالثورة العلمية والتكنولوجية التي ميزت العقدين الأخيرين من القرن العشرين، وقد أصبحت الصحافة في عالم اليوم قوة كبيرة وصناعة ضخمة، أسهمت في زيادة عدد الصحف وأنواعها والمواضيع التي تغطيها (أبو عرجة، 2000، ص 17)، وعلى هذا الكوكب الأرضي الذي أصبح فضاءً مفتوحاً، تبرز تقنيات الإعلام المتطورة كالصحف والإذاعات ومحطات التلفزة والمواقع الإلكترونية، في ممارستها لدور إعلامي في معظم الدول، وتتعرض لكافة المجالات والأنشطة المعرفية والترفيهية بطريقة حسية وسريعة فتجذب الأفراد والجماعات لتسهم في تكوين الرأي العام الوطني أو العالمي.

لقد ازداد الإعلام أهمية في وقتنا الحاضر واعتبر مؤشراً أساسياً لتوضيح أهداف المجتمع وتوجهاته، فمن خلاله يعبر الشعب عن نفسه ويتفاعل مع محيطه وبيئته ومجتمعه، ومن خلاله تتشكل القناعات والمفاهيم والسلوكيات ويقدم أدلة ومؤشرات على ما وصلت إليه الأمة من تقدم، فكان من الطبيعي تطور وسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة والمرئية، وتتقدم وسائلها وتتسع وتتنوع مواضيعها والأحداث التي تعالجها، مما مكنها لأن تكون أهم

وسائل المجتمع الحديث في تحقيق مصالحه الوطنية العليا، الداخلية أو الخارجية وفي جميع ميادين الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية (خضور، 2005، ص7).

وقد تخرج بنا الأحداث عن سيرها المعتاد فجأة لتجعلنا نواجه واقعاً جديداً أو حالة طارئة، أو موقفاً استثنائياً يسمى (الأزمة)، ولا يوجد مجتمع يتصف بالحصانة ضد الأزمات، حيث تتعرض لها كثير من المؤسسات والمنظمات التجارية والصناعية والهيئات الحكومية والخاصة، وهنا يلعب الإعلام دوراً كبيراً في مجال إدارة الأزمات ومعالجة موضوعاتها، وتأتي الأزمات الاقتصادية والمالية في طليعة اهتمام وسائل الإعلام، ويظهر هذا الدور واضحاً من خلال قيام وسائل الإعلام بتقديم معلومات قبل حدوث الأزمة، وإذا ما حدثت الأزمة فإن وسائل الإعلام معنية باتخاذ إجراءات وردود فعل سريعة، تكفل احتواء آثارها السلبية من خلال توفير المعلومات الصحيحة والبيانات بكل شفافية للجمهور، كذلك القيام بالتغطية الإعلامية الكاملة بأسلوب بعيد عن الإثارة والتخويف (البشر، 2000، ص2).

وتعد الأزمات الاقتصادية وكذلك الحروب من أخطر التهديدات التي تواجه الدول والمجتمعات نظراً لأنها تعمل على تدهور الأوضاع المعيشية للمواطنين، وعند حدوث مثل هذه الأزمات فإن الحكومات تستنفر كل جهودها وطاقاتها وإمكانياتها من أجل التقليل من آثارها السلبية، وإن كانت هذه الأزمات تمثل حالة استثنائية في المجتمعات، إلا أن جهود المؤسسات السياسية والاقتصادية تتوجه إليها فتنشط برامج التغطية الإعلامية لتتكامل مع الجهود الرسمية في تقديم المعلومات للرأي العام عن طبيعة هذه الأزمات وما هي الآثار المترتبة عليها (العمر، 2002، ص43).

وتتصدر مسألة إمداد الجماهير بالمعلومات الصادقة ومستوى المعالجة المهنية للتغطية الإعلامية، أولويات العمل الإعلامي الناجح الذي يعمل على إشباع حاجات تلك الجماهير، من خلال التعرض للقضايا الاقتصادية التي تستحوذ على اهتمامات الرأي العام، وخاصة تلك المتعلقة بالأزمات المالية كونها تتصل بحياة عامة الناس، ونظرًا للتفاوت في مستوى التغطية الإعلامية بين وسائل الإعلام المختلفة، فإن الباحثين في مجال الإعلام السياسي وإعلام الأزمات يجمعون على أن الوسيلة الإعلامية المقروءة، تتميز عن باقي وسائل الإعلام المرئية والمسموعة، بأن الصحفيين لديهم الوقت الكافي للتفكير بأفضل الطرق والمشكلات التي ترتبط بالقضايا المتعلقة بالأزمة التي يتعاملون معها (Graber, 1993, P:148).

وتساهم التغطية الإعلامية للشؤون الاقتصادية في التعريف بالأزمة المالية، عن طريق نشر الأخبار والآراء والتحليلات وتفسير المصطلحات الخاصة بها ونشر المعلومات، التي تشمل على الحقائق والأرقام والإحصائيات والدراسات والأبحاث، حيث تنفرد الصحافة الاقتصادية في عملية توثيق المعلومات والتحليل والتفسير المستند على استخدام أدوات البحث العلمي في العمل الصحفي، والقاعدة الأساسية لكل وسائل الإعلام هي أنها مجرد قنوات توصيل كفوءة بين وسط الأعمال والجمهور الأوسع، وبالتالي فإن الأخبار والتحليلات الاقتصادية ليست إلا مؤشرات عن الوضع الاقتصادي السائد (خضور، 2005، ص15).

تفجرت الأزمة المالية في منتصف أيلول عام 2008 ومنذ ذلك التاريخ والعالم بأسره يراقب التداعيات الخطيرة لانهايار المالي الكبير، الذي أصاب العديد من المؤسسات المالية في الولايات المتحدة، وذلك بإعلان اثني عشر بنكاً أمريكياً عن إفلاسها خلال فترة قصيرة، بعد

ذلك انتقلت آثار هذه الأزمة إلى بلدان الاتحاد الأوروبي واليابان والصين، كما تراجعت البورصات والأسهم في العديد من البلدان العربية والعالمية، وتوصف هذه الأزمة بأنها الأسوأ منذ أزمة الكساد الكبير في الثلاثينيات من القرن العشرين، وإن أسبابها تكمن في طبيعة النظام الرأسمالي، القائم على أرباح خيالية تتحقق في الأساس من المضاربات (مجلة الاقتصادي المصرية، 2009).

تأتي هذه الدراسة بهدف التعرف على تغطية الأزمة المالية العالمية في الصحف العربية، من خلال دراسة وتحليل صحف الرأي الأردنية والبيان الإماراتية والزمان العراقية، لذلك فإن أهمية هذه الدراسة تتبع من كونها تبين مدى التغطية الإعلامية التي نالتها هذه الأزمة في الصحافة العربية، وتأتي أهميتها أيضا من كونها تشكل ركيزة قوية للبحث في وظيفة الصحافة العربية في وقت الأزمات الاقتصادية، كما إنها تساهم في إيجاد قاعدة معلومات وبيانات حول جوانب النجاح أو القصور في هذه الوظيفة في مثل هذه الظروف الاستثنائية التي تدخل ضمن ما يسمى بإعلام الأزمات.

مشكلة الدراسة

يعمل الإعلام العربي في ظل متغيرات كثيرة، وهذا يفرض عليه تحديات ومسؤوليات كثيرة، وقد وضعت الأزمة المالية العالمية الإعلام في الدول العربية في مواجهة لكيفية التغطية الإعلامية للوضع الاقتصادي الدولي بآثاره المختلفة، بحيث زادت من حساسية موقف الصحفي في البحث عن الحقيقة وتتبع المصادر الصحيحة والصريحة للأخبار الاقتصادية،

التي لم تعد بالمهمة السهلة في زمن الأزمة، فالصحفي مطالب من قبل جمهوره بنقل حقيقة ما يحصل من حولهم وخصوصاً ما يمس واقع ومستقبل معيشتهم ومدخراتهم ومصادر رزقهم، وفي الوقت نفسه مطالب بعدم التسبب بصدمة للجمهور حتى ومن خلال طرح الحقائق حتى لا يتضاعف الأثر السلبي لواقع الحال بسبب الأثر النفسي.

تحاول هذه الدراسة الإجابة على تساؤل يتمحور حول مدى قدرة الصحافة العربية على القيام بدورها في التغطية للأزمة المالية؟. حيث إن الإعلام العربي الذي يهتم بالجوانب الاقتصادية، ما زال بحاجة إلى زيادة الاهتمام في متابعة وتغطية تأثيرات الأزمة الاقتصادية على الجمهور، كذلك بيان مدى طرح الصحافة العربية للأزمة المالية العالمية وانعكاساتها المباشرة على الفرد العربي، وبالتالي فإن هذه الدراسة تسعى من خلال تحليل المضمون لصحف (الرأي في الأردن، والزمان في العراق، والبيان في الإمارات)، إلى تقييم تغطية الأزمة المالية التي تناولتها الصحف العربية، مع محاولة تقديم رؤية علمية لهذه التغطية تجاهها.

أسئلة الدراسة

في ضوء المشكلة البحثية فإن هذه الدراسة تسعى إلى تحليل مضامين الصحف العربية الثلاث (الرأي والبيان والزمان) من خلال الإجابة على التساؤل الرئيس الآتي: **ما مدى**

تغطية الصحف العربية للأزمة المالية العالمية؟

ويندرج تحت هذا السؤال عدد من الأسئلة الفرعية التالية:

- 1- ما مدى تناول الصحف الثلاث للأزمة المالية العالمية من حيث أنماط العناوين لعرضها؟
- 2- ما مدى تناول الصحف الثلاث للأزمة المالية العالمية من حيث طرق الإقناع؟
- 3- ما هي مصادر المعلومات المستخدمة لدى الصحف الثلاث خلال فترة تحليل الأزمة المالية العالمية؟
- 4- ما هي الفنون والأشكال الصحفية المستخدمة في تغطية الأزمة المالية العالمية في الصحف الثلاث؟
- 5- ما هو نصيب الأزمة المالية العالمية من المساحة الكلية التي تغطيها الصحف الثلاث؟
- 6- ما هو اتجاه صحف الدراسة نحو الأزمة المالية العالمية؟
- 7- ما المواقع التي نشرت فيها الأزمة المالية العالمية؟
- 8- هل تمت التغطية الإعلامية للأزمة المالية العالمية من خلال المحللين الأكاديميين المتخصصين في علم الاقتصاد؟

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى ما يلي:

- 1- وصف التغطية الإعلامية من خلال القيام بالدراسة التحليلية للمواضيع التي تناولت الأزمة المالية العالمية وكما وردت في الصحف العربية.
- 2- التعرف إلى مفهوم الأزمة الاقتصادية، ورصد الصعوبات التي تواجه الصحافة الاقتصادية في جمع المعلومات والتغطية الصحفية للأزمة الاقتصادية.

3- تحاول هذه الدراسة إيجاد آليات وأساليب عمل يمكن ان تساعد الصحافة

الاقتصادية على التغطية الإعلامية للآزمات، وذلك للارتقاء بمستوى هذه التغطية.

4- التعرف على مدى شمول التغطية الإعلامية للصحافة الاقتصادية للآزمات، وذلك

لتحديد الجوانب الإيجابية المساعدة على تحسين هذه التغطية، كذلك الوقوف على

السلبيات التي تحد من كفاءة هذه التغطية.

5- التعرف على دور الصحف في إمكانية غرس تصورات وآراء الجماهير تجاه

مفهوم الآزمات المالية، لأهميتها في توحيد أو خلق تباين في المفاهيم المدركة لدى

الناس نحو نفس المفهوم.

6- تقويم الأداء الإعلامي في معالجة ظاهرة الآزمات الاقتصادية والمالية والقضايا

المرتبطة بها، حيث انه كلما خضعت الممارسة الإعلامية للمراجعة والتقويم كان

مستوى الأداء أفضل في التعامل مع هذا النوع من الظواهر.

7- إمكانية الوصول إلى نتائج ذات دلالة إحصائية حول رأي الجمهور بموضوع دور

الصحافة العربية في تغطية الأزمة المالية العالمية، وبما يمكن الباحث من تقديم

توصيات تحقق الغرض والهدف من إجراء هذه الدراسة.

أهمية الدراسة

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من أنها تعتبر إحدى الدراسات الإعلامية الحديثة التي

تتناول احد المواضيع المهمة التي لم تتم دراستها أو بحثها (حسب علم الباحث) إلا في نطاق

محدود في مجال إعلام الأزمات، وبالتالي فإن أهمية هذه الدراسة تكمن في تناولها لظاهرة الأزمات المالية. كما أن أهمية هذه الدراسة تتبع من الاعتبارات التالية:

1- قلة الدراسات الإعلامية العربية التي تناولت موضوع الأزمات المالية وعلاقتها بالقضايا المعاصرة، لذلك فإن هذه الدراسة تمثل إضافة علمية جديدة في موضوع دور الصحافة العربية في تغطية الأزمة المالية العالمية من خلال إلقاء الضوء على هذا الدور الحيوي.

2- الكشف عن مدى تناول الصحف العربية المختلفة للأزمة المالية العالمية كمصدر للمعلومات لدى قراء الصفحات الاقتصادية.

3- تسهم في تكوين قاعدة معلومات وبيانات حول موضوع الصحافة العربية ودورها في تغطية الأزمة المالية العالمية.

حدود الدراسة

تمثلت حدود الدراسة بالآتي:

1- تناولت هذه الدراسة التغطية الصحفية لصحيفة الرأي الأردنية وصحيفة الزمان العراقية وصحيفة البيان الإماراتية، ولم تشمل الصحف العربية الأخرى الصادرة في مختلف أنحاء الوطن العربي.

2- أما الحدود الزمانية فإن هذه الدراسة تم إجراؤها خلال الفترة الواقعة ما بين الأول من أيلول 2008 وحتى الحادي والثلاثين من كانون الأول 2009.

محددات الدراسة

تمثلت محدّدات الدراسة بما يلي:

- 1- إن مجتمع الدراسة شمل ثلاث صحف عربية، مما يتطلب وقتاً وجهداً إضافياً لجمع المعلومات عن التغطية الإعلامية لهذه الصحف للآزمة المالية العالمية.
- 2- اعتمد الباحث على ثلاث صحف عربية، حيث أنه من الصعب الوصول إلى جميع الصحف الصادرة في كافة أنحاء الوطن العربي، مما اقتضى التركيز على الصحف المذكورة لتعميم النتائج على بقية الصحف.
- 3- قلة الدراسات العربية بشكل عام التي تتناول موضوع تغطية الأزمة المالية العالمية في الصحف العربية، كما لوحظ أيضاً قلة الدراسات الأجنبية حول هذا الموضوع.
- 4- شمل مجتمع الدراسة جميع الصحف العربية من خلال عينة ممثلة، الأمر الذي أتاح إمكانية تعميم نتائجها على بقية الصحف.

مصطلحات الدراسة

الصحيفة: هي وسيلة إعلامية من وسائل الإعلام والاتصال بالجمهور، ويمكن أن تكون صحيفة عامة أو صحيفة متخصصة، وهي إصدارات تحتوي أخباراً ومعلومات مطبوعة وتُصدر عدة نسخ وبشكل دوري ومنتظم وفي مواعيد ثابتة متقاربة أو متباعدة يومية أو أسبوعية (أبو زيد، 1991، ص14).

الإعلام: هو عبارة عن مصطلح يطلق على أي وسيلة أو تقنية منظمة، سواء كانت عامة أو خاصة، رسمية أو غير رسمية، ومهمة الإعلام هي نشر الأخبار ونقل المعلومات للمشاهدين والترفيه والتسلية، خصوصا بعد الثورة التلفزيونية وانتشارها الواسع حول العالم (حجاب، 2004، ص61).

وسائل الإعلام: وتشمل كافة الوسائل والأنشطة الاتصالية بين طرفين والتي يتم بموجبها إيصال الخبر أو المعلومة إلى الناس وتهدف إلى تزويد الجماهير بالحقائق والأخبار والمعلومات والآراء والاتجاهات، حول القضايا والمواضيع والمشاكل بطريقة موضوعية وواقعية وبشكل يؤدي إلى خلق درجة كبيرة من الوعي والإدراك، إضافة إلى إحاطة هذا الجمهور بالحقائق والمعلومات الصحيحة حول القضايا والموضوعات، وبما يسهم في تنوير الرأي العام حول مختلف الوقائع المطروحة، وذلك من خلال وسائل مرئية مثل التلفزيون أو المسموعة مثل الإذاعة أو المقروءة مثل الصحف والمجلات وغيرها (حجاب، 2004، ص61).

الإعلام الاقتصادي: هو الإعلام الذي يختص بتزويد الجماهير بالحقائق والأخبار والمعلومات والآراء والاتجاهات حول مختلف القضايا الاقتصادية، ويركز اهتماماته على معالجة الأحداث والمسببات والنتائج والظواهر الاقتصادية في جميع الأوقات سواء في حالات الازدهار أو الركود أو الأزمات، وتقوم به مؤسسات إعلامية من خلال كوادر إعلامية مؤهلة إعلاميا ومختصة أكاديميا في المجال الاقتصادي، اعتمادا على المعلومات والبيانات والإحصاءات والأرقام (إبراهيم، 2001، ص275).

الأزمة: الأزمة في اللغة تعني الشدة والضيقة واصطلاحاً هي موقف أو حدث، أو حالة تخرج عن المألوف وتؤدي إلى تغيير التوازن الاستراتيجي القائم ويمكن ان تنشأ الأزمة بفعل الطبيعة أو بفعل إنسان، فالأزمة هي فترة حرجة أو حالة غير مستقرة تنتظر حدوث تغيير حاسم هجمة مبرحة من الألم كرب أو خلل وظيفي، وهي تتعلق بمصير الكيان الإداري الذي أصيب بها (إبراهيم، 2003، ص 27).

إعلام الأزمات: هي عملية التفاعل اللفظي خلال الحالة الاستثنائية التي تعيشها المؤسسات الإعلامية المختلفة، وذلك كاستجابة حتمية لأزمة سياسية أو اقتصادية يمر بها المجتمع، حيث تنشط وتكثر أثناء حدوث هذه الأزمة برامج التغطية الإعلامية، وبنفس الوقت تزداد فيها نسبة اعتماد الجماهير على الوسيلة الإعلامية للتعرف على المزيد من تفاصيل هذه الأزمة (شومان، 2001، ص 150).

الإعلام المتخصص: هو الإعلام الذي يختص في مجال محدد من مجالات الحياة السياسية أو الثقافية أو الاقتصادية أو العلمية أو الأمنية أو الرياضية والذي يركز اهتماماته على معالجة الأحداث والظواهر والتطورات في هذا المجال المحدد في سياقه الاجتماعي أو الاقتصادي العام والذي تقوم به مؤسسات إعلامية متخصصة تعمل بها كوادر إعلامية مؤهلة إعلامياً ومختصة أكاديمياً في هذا المجال (حجاب، 2004، ص 65).

جريدة الرأي: جريدة يومية عربية سياسية تصدر في عمان عن المؤسسة الصحفية الأردنية، وهي جريدة قومية تأسست عام 1971، ومن الأسباب التي أدت إلى إصدارها هي حاجة

الحكومة آنذاك إلى صحيفة رسميه تتطرق باسمها وتعبّر عن وجهة نظرها، إلا أن ملكية الصحفية انتقلت إلى الاتحاد الوطني العربي عام 1973 وهو اتحاد حزبي حكومي وفي عام 1974 أصبحت شركه مساهمة محدودة وعام 1986 تم تحويلها إلى شركة مساهمة عامه وما زالت، ويرأس مجلس أدارتها فهد الفنانك، ومديرها العام نادر الحوراني، ويرأس تحريرها عبدالوهاب زغيلات.

جريدة الزمان: هي صحيفة عربية سياسية يومية مستقلة تصدر في العراق، عن مؤسسة الزمان العراقية الدولية للصحافة والنشر، أسسها سعد البزاز في 10-4-1997 صاحب الامتياز ورئيس تحرير الصحيفة سعد البزاز منذ 1997 ولغاية الآن تصدر بعدة طبعات وتوزع في العراق الطبعة العربية، وتوزع في سوريا والأردن طبعة الخليج الطبعة الدولية، وتهتم بالأخبار المحلية والأوضاع الداخلية العراقية، بالإضافة إلى اهتمامها بالشأن الدولي وتقدم مقالات سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية ورياضية وغيرها.

جريدة البيان: صحيفة يومية سياسية شاملة تصدر عن شركة أوراق للنشر في دبي بالإمارات العربية المتحدة، وتأسست في 10 أيار عام 1980، وهي مملوكة لحكومة دبي، وتصدر معها ثلاثة ملاحق يومية " البيان الاقتصادي" و " البيان الرياضي" و " الحواس الخمس"، كما ويصدر معها يوم الأحد ملحق ثقافي بعنوان "مسارات" ويوم الجمعة ملحق بعنوان "مرايا"، ويرأس تحريرها الأديب الشاعر ظاعن شاهين، ومديرها العام أحمد الحمادي.

الإسناد النظري للدراسة

يرى الباحث أن قدرة وسائل الإعلام في التأثير على ما يؤمن به أفراد المجتمع، يتم عن طريق صياغة الرسائل الإعلامية وبنها عبر وسائل الإعلام المتنوعة بأكثر من قالب إعلامي، وبالنظر إلى طريقة تعامل وسائل الإعلام مع القضايا الاقتصادية، فإنه توجد عدة نظريات إعلامية لتفسير العلاقة بين وسائل الإعلام وبين المجتمع، وضمن هذا الإطار فإنه لا بد من دراسة النظريات التي أحاطت بمسألة دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف الناس وتحديدًا القضايا الاقتصادية، وتزخر أدبيات البحث العلمي في مجال النظريات الإعلامية، بالعديد من المؤلفات والمراجع العلمية عن النظريات ونشأتها وتطورها وأنواعها، حيث اعتمد الباحث على النظريات الإعلامية التي تشرح كيف يمكن استخدام وسائل الإعلام للتأثير على أفراد المجتمع في تبني القضايا والاتجاهات والأفكار التي يريد لها القائم بعملية الاتصال، وهذه النظريات هي: نظرية ترتيب (الأجندة) الأولويات، نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

أولاً: نظرية ترتيب الأولويات (تحديد الأجندة)

ظهر مصطلح "ترتيب الأولويات" أو "تحديد الأجندة" Agenda Setting Theory في الولايات المتحدة الأمريكية، وتحديدًا في إحدى جامعات شمال كاليفورنيا، وذلك في دراسة عن دور وسائل الإعلام في حملة الانتخابات الرئاسية لعام 1968، حيث تعتبر الدراسة التي قام بها كل من (McCombs and Shaw) الدراسة التطبيقية الأولى التي استخدمت ترتيب

الأجندة العامة وذلك في عام 1972، حيث وصفت هذه الدراسة الطريقة التي تؤثر فيها وسائل الإعلام في ترتيب الأجندة العامة، وكذلك في تقديم العلاقة بين الأجندة الإعلامية والأجندة العامة، بافتراض أن وسائل الاتصال الجماهيري هي التي تعرفنا بالعالم الذي يحيط بنا وان أولويات الإعلام تؤثر في أولويات الجمهور وان العوامل المهمة في الإعلام تصبح مهمة في عقول الجماهير إذا تم تغطيتها من وسائل الإعلام (Soroka, 2002p:7).

وفكرة النظرية تقوم على أنه مثلما يحدد جدول الأعمال في أي لقاء ترتيب الموضوعات التي سوف تُناقش بناءً على أهميتها، فإن وسائل الإعلام لها جدول أعمالها الخاص الذي يحدّد الأهم والأقل أهمية من الموضوعات والأحداث، حيث أن الناس يتحدثون في حياتهم اليومية عن الموضوعات أو الأحداث التي تظهر في الوسائل الإعلامية، وبمجرد اختفاء هذه الأحداث من واجهة الصحف، مثلاً، فإن الناس سوف تنساها تدريجياً، ونظرية الأجندة تستند على أن لوسائل الإعلام تأثيراً كبيراً على الأفراد والحياة الاجتماعية، حيث ترى ان وسائل الإعلام هي التي تحدّد المواضيع التي تهتم بها الجماهير وتضعها على أجندتها، وهي تقرر مدى أهمية هذه المواضيع والتغطية الإعلامية الواسعة التي تنالها وتتجاهل مواضيع أخرى لها نفس التأثير والأهمية التي يعطيها الجمهور للموضوع، بمعنى آخر ان وسائل الإعلام هي التي توجه اهتمام الجمهور لمواضيع معينة وبشكل يوحى للجمهور بأهمية هذه المواضيع، وتتجاهل مواضيع أخرى بشكل يوحى للجمهور بأن هذه المواضيع هامشية وديمة الأهمية (O Sullivan, et al, 1994,p:6).

ويقول (أبو إصبع, 1999, ص 219) ان نظرية ترتيب الأولويات (تحديد الأجندة), تفيد بوجود علاقة إيجابية بين ما تؤكد وسائل الإعلام في رسائلها, وبين ما يراه الجمهور هاماً, أي أن دور وسائل الإعلام يسهم في ترتيب الأولويات عند الجمهور, ومن ثم فإن وسائل الإعلام بهذا المعنى تقوم بمهمة تعليمية, حيث أصبحت وسائل الإعلام الجماهيرية الرئيسية (الإذاعة, التلفزيون, الصحافة) هي الوسيط بين الأحداث وبين أفراد الجمهور, فهي تنقل الأخبار والمعلومات والرأي والتفسير والتحليل, وهي بذلك تساهم في خلق "واقع اجتماعي" يعيش فيه أفراد الجمهور, ولذلك تبدو أي عملية تغيير في المنظومة الفكرية والثقافية لدى الفرد غير ناجحة إذا لم توظف وسائل الإعلام التوظيف الصحيح.

وهذه النظرية تهتم بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والجماهير التي تتعرض لتلك الوسائل في تحديد أولويات القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تهتم المجتمع, كما تفترض النظرية أن وسائل الإعلام لا تستطيع تغطية جميع الموضوعات, لذا يختار القائمون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة والتحكم في طبيعتها ومحتواها, وهذه الموضوعات تثير اهتمامات الناس تدريجياً, و تجعلهم يدركونها, ويفكرون فيها, ويقلقون بشأنها, وبالتالي تمثل هذه الموضوعات لدى الجماهير أهمية أكبر نسبياً من الموضوعات الأخرى التي لا تطرحها وسائل الإعلام, ويرى (O Sullivan, et al, 1994,p:6) أن نظرية الأجندة في وسائل الإعلام تقرر للجمهور بماذا يفكر وبماذا لا يفكر, حيث يوجد ثلاثة أجندات هي:

- 1- **الأجندة الإعلامية:** وهي جدول الأعمال اليومي لوسائل الإعلام والذي يقرر أي المواضيع التي ستحظى بتغطية إعلامية، أي المواضيع سيتم التشديد عليها وأي المواضيع سيتم تجاهلها وأي المواضيع المتناولة في وسائل الإعلام.
- 2- **الأجندة السياسية:** هي جدول الأعمال على المستوى السياسي، أي المواضيع التي يتناولها السياسيون والتي تتوافق مع الحاجات والاحتياجات الوطنية الواسعة أو المصالح الضيقة في المجتمع.
- 3- **الأجندة الجماهيرية:** المواضيع التي يتحدث بها الناس فيما بينهم في البيوت.

ويرى ديرلنك وروجرز (Dearing, J., & Rogers, 1996. p:22) ان هناك

تأثيرات متبادلة بين الأجندات الثلاثة وكما يلي:

- 1- **الأجندة الإعلامية تصمم الأجندة الجماهيرية:** وذلك نتيجة لقدرتها في التأثير وجذب الجمهور لها.
- 2- **الأجندة الإعلامية تصمم الأجندة السياسية:** السياسيون متأثرون جدا بالأجندة الإعلامية لأنهم يعتبرون الأجندة الإعلامية كتعبير عن الرأي العام.
- 3- **الأجندة السياسية تصمم الأجندة الإعلامية:** خاصة في المواضيع المتعلقة بالسياسة والحكومة التي يتوجب على الإعلام تغطيتها بهدف نقل المعلومات للجمهور واطلاعه على ما يجري في الدولة على المستوى السياسي.
- 4- **الأجندة الجماهيرية تصمم الأجندة السياسية:** السياسيون يهتمهم معرفة الرأي العام ويتأثرون بالجمهور لذلك فإن الجمهور في هذه الحالة يصمم للسياسيين جدول أعمالهم.

5- الأجنحة الجماهيرية تصمم الأجنحة الإعلامية: هنالك مواضيع على المستوى الجماهيري توجب على وسائل الإعلام على تغطيتها بسبب أهميتها: مثل الكوارث الطبيعية.

وبسبب اعتماد أفراد الجمهور على وسائل الإعلام، أصبحت وسائل الإعلام الجماهيرية وبالذات الصحافة أهم الوسائل الإعلامية تأثيراً في تشكيل أفكار وآراء الجمهور، وبالتالي تؤثر حتى في تحديد أولويات الجمهور وفيما يظنه مهماً أو غير مهم، وذلك بالتركيز على موضوعات معينة أو التعنيم على موضوعات أخرى، مما يجعل الجمهور يتفاعل مع القضايا المثارة إعلامياً و يتناسى أو ينسى القضايا غير المثارة إعلامياً، وهذا ما أثار اهتمام الباحث الإعلامي لازرفيلد في عام 1944 عندما بحث في قدرة وسائل الإعلام الجماهيرية على صياغة وتشكيل أولويات الناس تجاه القضايا المختلفة في المجتمع، بحيث أنه إذا تم التركيز على قضية معينة في الإعلام، فإنها ستحظى بنفس الاهتمام لدى الجمهور، والعكس صحيح (Ronald & Maxwell, 1997, p:5)

نلاحظ بان وسائل الإعلام تحدد للجمهور أهمية المواضيع بالنسبة للجمهور، وهذه الأهمية تظهر إذا تمت تغطية الموضوع أكثر من مرة في وسائل الإعلام، والموقع والمكان الذي ينشر فيه الخبر، فالموضوع الذي ينشر على الصفحات الأولى في الجريدة أو يعرض في بداية نشرة الأخبار يعتبر موضوعاً هاماً بنظر الجمهور، وبالمقابل فان التطرق المقتضب (القليل) لقضية معينة يجعلها عديمة الأهمية بنظر الجمهور، فوسائل الإعلام هي التي تلبى حاجات الجمهور المعلوماتية وتوجه اهتمامه وأفعاله نحو قضايا بعينها، فهي التي تطرح

الموضوعات، ونقترح ما الذي ينبغي أن يفكر فيه الأفراد، وما الذي ينبغي أن يعرفوه، وما الذي ينبغي أن يشعروه به (الدليمي, 2010, ص26).

وحيث تقرر وسائل الإعلام تخصيص معظم الوقت والمساحة في التغطية الإخبارية لقضية ما، فإن هذه القضية سوف تكتسب أهمية قصوى لدى الجماهير التي تتعرض لتلك الوسائل، وإذا ما أردنا أن نسقط هذه النظرية أو أن نوظفها في المواضيع الاقتصادية، فإننا نستطيع القول بأن الاهتمام في الزمن والمساحة التي تغطيها الصحف للقضايا الاقتصادية، فإنه سيجعل بقية أفراد المجتمع تهتم بهذه القضايا وتحدث عنها، والعكس صحيح أيضاً، فإنه عندما تهمل وسائل الإعلام إثارة قضايا الاقتصاد والأزمات المالية، أو لا تعطيها وقتاً ومساحة كافية، فإن اهتمام الجمهور يتلاشى ويختفي لهذه القضايا، وهذا ما يحدث في الواقع، حيث لا تهتم وسائل الإعلام كثيراً في القضايا الاقتصادية، وبالتالي لا نستغرب كثيراً عندما نرى عزوف أفراد المجتمع عن الاهتمام بهذه القضايا والأزمات المالية.

وقد اعتمد الباحث على هذه النظرية انطلاقاً من أن المهمة الأساسية للجهاز الإعلامي في مجال الأزمات الاقتصادية، هي تزويد المجتمع بأكبر قدر ممكن من الحقائق والمعلومات الدقيقة حول الأزمة المالية، وبالتالي فإن دور الإعلام الاقتصادي يتولى مهمة حشد الطاقات الإعلامية البشرية والمادية، وتوسيع جهود المؤسسات الإعلامية الجماهيرية والشخصية من خلال وحدة العمل الإعلامي بجميع صورته وأشكاله، واستغلال كل القنوات الاتصالية وعناصرها، وجعلها تنصب على كيفية توجيه الأفراد لمساعدة أنفسهم، والإسهام بفاعلية في الجهود المبذولة للتعامل مع معطيات الأزمة المالية، وتشجيعهم ليكونوا على إدراك ووعي

كامل بها، كذلك بمساهمته في تحديد احتياجات المجتمع بطريقة علمية وترتيب أولوياته، ووضع إستراتيجية لتلبية متطلباته واحتياجاته، وتحديد المشكلات التي تواجه المجتمع واختيار أنسب الطرق لمعالجتها.

كما إن الإعلام الاقتصادي نشاط مخطط ومتعدد الأبعاد يخاطب الرأي العام، بهدف إقناعه بالوضع الاقتصادي عبر تقديم صورة عن طبيعة التوجهات المستقبلية للاقتصاد، والتعريف بالنشاطات والفعاليات الاقتصادية والطاقات المتاحة وتشجيع حركة التبادل الاقتصادي الاستثماري بشتى مجالاته وصوره، من خلال عرض وتبسيط وشرح وتفسير وتحليل المضامين الاقتصادية والأزمات المالية، في قوالب إعلامية مهنية جاذبة ونشر المعلومات وتنشئة المجتمع على مفاهيم اقتصادية، تخدم مصالح أفراد المجتمع وتمس حياتهم اليومية ومستقبل أجيالهم (شرف، 2003، ص81).

ويرتبط تطور أداء الإعلام الاقتصادي ارتباطاً وثيقاً برغبة الدولة في تحسين المناخ الاقتصادي وتوسيع دائرة المشاركة في عملية صنع القرار الاقتصادي، وتحسين درجة الشفافية وقبول الانتقاد، ولضمان نجاح الإعلام في نشر مضامين الأزمات لا بد من وجود رؤية واضحة وإستراتيجية للإعلام في ظل الأزمات الاقتصادية، تهدف إلى إبراز فلسفة التغطية اللازمة الاقتصادية وتوجهاتها، واستخدام أدوات البحث العلمي لزيادة المقدرات الإعلامية على التحليل والاستقراء، والمهنية والمصداقية واحترام الحرية الصحافية والاستقلالية في تحديد المشكلات والقضايا والتحديات التي تفرضها الأزمة الاقتصادية، والاستفادة من العلم والتكنولوجيا الإعلامية والثورة التقنية، لبناء قاعدة معلومات وتحليلات

يستفاد منها في وضع استراتيجيات وتحليل السياسات والأهداف الأساسية (Ronald & Maxwell, 1997,p:5).

ثانياً: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

تتصدر نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency نظريات التأثير الإعلامي في هذا النوع من الدراسات، ولا شك أن الفرضية الرئيسية لهذه النظرية تقدم تفسيراً علمياً قوياً لمناسبة تطبيقها على إعلام الأزمات، إذ تفترض هذه النظرية أن الجمهور يلجأ إلى وسائل الإعلام لتلبية حاجاته المعرفية وبلورة مواقفه السلوكية في ظروف معينة وكلما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع زاد تعرض الجمهور لوسائل الإعلام.

يرى (الدليمي, 2010, ص26) أن هذه النظرية تستند على مجموعة من الفروض

الفرعية وأهمها:

- 1- اختلاف درجة الاستقرار والتوازن في النظام الاجتماعي يكون نتيجة للتغيرات المستمرة، وتبعاً لهذا الاختلاف فإن الحاجة للمعلومات والأخبار تتزايد أو تتناقص تبعاً للحاجة لهذه الأخبار والمعلومات، وبالتالي فإن الأفراد يكونون أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات في حالة عدم الاستقرار الاجتماعي.
- 2- يعتبر النظام الإعلامي حيويًا ومهما بالنسبة لأفراد المجتمع حيث تزداد درجة اعتماد الجماهير على وسائل الإعلام لإشباع حاجاتهم.

3- تختلف الجماهير في درجة اعتمادها على وسائل الإعلام نتيجة اختلاف حاجاتهم وأهدافهم الفردية والنفسية.

وتمثل حالة عدم الاستقرار في المجتمع حالة استثنائية، حيث انه كلما قلت درجة الاستقرار في المجتمع، كلما زاد اعتماد أفراده على الوسائل الإعلامية، كأداة للتواصل بين السلطة السياسية والرأي العام، ولذلك تصبح هذه العلاقة وثيقة ومؤثرة وقت الأزمات مهما اختلف النظام السياسي للدولة، حيث تتصدر المؤسسات الاقتصادية الرسمية مؤسسات الدولة التي ترتبط بوسائل الإعلام وقت الأزمات، من أجل تقديم المعلومات الصحيحة والدقيقة المتعلقة بتأثيرها، وما يمكن ان يحتاجه الجمهور من معلومات وتوجيهات في مثل هذه الظروف والأوقات الصعبة (حواش، 1999، ص195)

ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تهتم بمجالات البحث المتخصص في إعلام الأزمات، فقد تعرضت معظم الدراسات العربية لهذه النظرية وجعلتها مرتكزاً للبحث في عدد من الأزمات السياسية والاقتصادية والأمنية التي حدثت في عدد من المجتمعات العربية، حيث إن التراكم المعرفي في مجال إعلام الأزمات، أسهم في بلورة أطر نظرية تستفيد منها الحكومات والمجتمعات في التعامل مع الأزمة ومحاولة تجاوزها.

وفي هذا السياق ترى (مصطفى، 2000، ص43)، ان الحديث عن نتائج بعض الدراسات فيما يتعلق بالإستراتيجيات الرئيسية، التي تمر بها التغطية الإعلامية للأزمة والمراحل التي تمر بها المعالجة الإعلامية، ومما انتهى إليه الباحثون في ذلك أن إعلام

الأزمات لا بد أن يتعامل مع الأزمة من خلال مراحل ثلاث هي:

1- مرحلة نشر المعلومات: ويكون ذلك في بداية الأزمة ليوكب الإعلام رغبة الجماهير في

مزيد من المعرفة واستجلاء الموقف عن الأزمة ذاتها وآثارها وأبعادها.

2- مرحلة تفسير المعلومات: أي أن 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 بيان الحقيقة وتوضيحها للرأي العام، سواء من

المسؤولين وصانعي القرار أم من النخب والمتقنين وأهل الاختصاص.

3- المرحلة الوقائية: وهي مرحلة ما بعد الأزمة وانحسارها، حيث لا يتوقف دور وسائل

الإعلام على مجرد تفسير الأزمة والتعامل مع عناصرها المختلفة، بل يجب أن تتخطى

الوظيفة الإعلامية هذا الهدف، لتقدم للرأي العام طرق الوقاية المناسبة والأسلوب الأفضل في

التعامل مع أزمات مشابهة.

وقد اعتمد الباحث على هذه النظرية انطلاقاً من أن الأزمات الاقتصادية التي تمر بها

المجتمعات يلجأ الناس فيها إلى التعامل المكثف مع وسائل الإعلام، كمصدر أساسي لاستقاء

المعلومات حول تلك الأحداث والأزمات، وهذه الأحداث تعطي فرصة التنافس الإعلامي في

تقديم المعلومات والأخبار التي ترقى إلى مستوى الأزمة الاقتصادية، حيث تتعاضد أهمية البعد

الإعلامي في الأزمة بسبب تصاعد الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في المجتمع، من خلال

تقديم المعلومات وشرح الأحداث وتخفيف حدة التوتر والقلق، ومن ناحية أخرى بسبب الاندفاع

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 تغطية الأزمات، حيث ان بعض هذه الدراسات تناولت دور الإعلام في إدارة الأزمات، بالتركيز على دور وسائل الإعلام أثناء وبعد الأزمات كأحد مكونات استراتيجية مواجهة الأزمات، ويمكن أن نجمل أهمية البعد الإعلامي للزمات في الأسباب التالية:

1- تعدد وسائل الإعلام وقوة تأثيرها، حيث يتميز الإعلام المعاصر بالكثافة والتنوع، مما أدى إلى شدة المنافسة فيما بين وسائل الإعلام للاستئثار بالفرد، وتزايد جهودها لتقديم رسائل مبتكرة ومتطورة وجذابة قادرة على أن تنافس وتصل وتؤثر.

2- المناخ السيكولوجي (النفسي) للأزمة، حيث ان الأزمة موقف استثنائي معقد يخلق مناخاً نفسياً يتسم بالتوجس والتوتر ويتميز بما يلي:

أ- الإحساس بنوع من التوتر والخوف كرد فعل لعنصري التهديد والخطر المصاحب للأزمة.

ب- البحث عن إجابة عن سؤال ماذا حدث؟ والتعطش المصاحب له لمزيد من المعلومات والأخبار.

ج- تزايد الإقبال على وسائل الإعلام (مقروءة ومسموعة ومرئية) محلية ودولية، كما تصبح الأزمة موضوع مناقشات وحوارات الأفراد.

3- تزايد دور وسائل الإعلام في تكوين المعارف والقيم، فالأصل أن التجربة الشخصية هي الوسيلة الأساسية التي يكتسب من خلالها الفرد منذ مولده مجموعة القيم والمعارف التي تسهم في تكوين شخصيته، أما الآن في عصر العولمة والمعلومات فإن وسائل الإعلام هي الأساس لتكوين معارف وقيم وأراء الناس، وبالتالي تحديد اتجاهاتهم ومواقفهم ومن ثم سلوكهم، ويترتب على ذلك عدة حقائق ينبغي وضعها في الاعتبار عند إدارة الأزمة الإعلامية وهي:

أ- أن الإعلام هو خط التماس الأول للتعامل مع الأزمة منذ مراحلها الأولى، بعكس البحث أو الكتاب أو الفيلم الذي بحكم طبيعته يحتاج لزمان أطول للتعرض للأزمة ومعالجتها.

ب- تصبح وسائل الإعلام طرفاً فاعلاً في المستويات المختلفة لإدارة الأزمة.

ج- تجذب الأزمة بمجرد حدوثها اهتمام وسائل الإعلام وبالتالي تجذب اهتمام الرأي العام.

د- التغطية الإعلامية للأزمة تمثل حالة استثنائية في العمل الإعلامي، حيث تستتفر كل وسيلة إعلامية كل طاقاتها وتحشد كل جهودها لمتابعة الحدث.

4- تحكم وسائل الإعلام بصفة عامة مجموعة من الضوابط التي يجب أن تلتزم بها في التعاطي مع الأزمات وهي:

أ- الالتزام بالدقة وعرض الحقائق للجماهير بموضوعية دون تهويل.

ب- الاهتمام بعرض وجهة النظر الرسمية للدولة التي تساعد على تهدئة الرأي العام.

ج- الاعتراف بالأخطاء التي قد تحدث أثناء التعامل مع الأزمة.

د- سرعة نشر الحقائق اللازمة لخلق مناخ صحي يحتوي آثار الأزمة ويعمل على تخفيف حدتها.

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

المقدمة

المبحث الأول: المفاهيم والأطر النظرية للصحافة

المبحث الثاني: الدور الذي تضطلع به الصحافة في الشأن الاقتصادي

المبحث الثالث: إعلام الأزمات

المبحث الرابع: الدراسات السابقة

الدراسات باللغة العربية

الدراسات باللغة الانجليزية

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

المقدمة

شهد العالم تطورات شاملة لمختلف ميادين الحياة وخاصة وسائل الاتصال المتنوعة ومن ضمنها الإعلام بجميع أشكاله، كونه وسيلة التعبير عن فكر وإرادة الأمة وحضارتها المدافعة عن حقوقها وسيادتها الوطنية، فالإعلام القومي نسيج كامل متكامل من مقدرات الدولة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والحضارية الثقافية، والمستمد من أصولها وجذورها المتأصلة والممتدة عبر العصور، ولضمان الحرية الإعلامية وسيادة الكلمة في التعبير فقد ضمنت الدساتير العالمية في العديد من الدول نصوصاً من التشريعات والقوانين، التي تكفل الحرية في ممارسة العمل الصحفي والإعلامي وكذلك العديد من القوانين والأنظمة التي تنظم سير العملية الإعلامية.

إن أهم ما يميز العصر الحالي التقدم العلمي والتكنولوجي السريع ، فاستغل الإنسان في البداية وسائل إعلامية مثل النار والدخان والحمام الزاجل ثم اخترع التلغراف والتلفون والأجهزة اللاسلكية، وغزا الفضاء بالأقمار الصناعية التي عملت على تسهيل الاتصالات بين قارات العالم، ثم تطورت المعلوماتية وبرز الإعلام الإلكتروني (الإنترنت) كحقيقة جعلت

العالم قرية صغيرة جدا على الرغم من سعته واتساعه، الأمر الذي مهد للبشرية إمكانية التعارف وتبادل الأفكار والحوار من خلال شبكة معلومات متطورة.

يلعب العمل الصحفي دوراً غاية في الأهمية على مستوى الحياة العامة في المجتمع، فهو المرآة التي تعكس حراك هذا المجتمع، وتنقل تفاصيل الأحداث وتفاعلاتها فيه، وتزداد أهمية الصحافة كونها تضطلع بدور كبير في تغطية الأحداث التي تحصل في منطقتنا العربية، حيث تكثر النزاعات والحروب، مما يستدعي البحث عن طريقة مناسبة للعمل الصحفي أثناء تغطية هذه الأحداث وتحسين ما تقوم به وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمكتوبة، من خلال توفير ما يلزم لإعطاء الصحفي ذلك الهامش الواسع للتحرك لكي يقوم بواجبه على الشكل الأمثل أثناء التغطية الصحفية.

وترتبط ظاهرة الأزمة بالإحساس بالخطر والتوتر وأهمية عنصر الوقت اللازم لاتخاذ قرارات وإجراءات المواجهة، فالأزمة موقف يحتاج إلى بذل الجهد للتعرف على متغيراته وتفسير ظواهره ومحاولة السيطرة على أحداثه وتجنب مخاطره، والتعامل مع هذا الموقف يستلزم توافر رؤية متعمقة للأحداث السابقة لمعرفة أسباب الأزمة والظروف والتربة الخصبة التي أتاحت لها الوجود كما يستلزم ذهننا متفتحاً لإدراك جميع الأبعاد المحيطة بالأزمة وأخيراً رؤية مستقبلية لتوقع ما سيحدث من تطورات.

لقد نالت بعض المؤسسات الإعلامية نصيبها من تداعيات وآثار الأزمة المالية العالمية، فكما هو الحال بالنسبة للشركات الصناعية الكبرى والمؤسسات المالية العملاقة،

شهدت هذه المؤسسات تقليصاً في النفقات والمكافآت المقدمة للعاملين في بعض المؤسسات الصحفية، التي تعتمد على الإعلان التجاري لتمويل نشاطها وتحقيق الأرباح والذي شهد تراجعاً كبيراً، مما انعكس سلباً على الأوضاع المادية للعاملين في الصحافة، أو فيما يتعلق بالمصداقية في العمل الصحفي من حيث المهنية المطلوبة.

وتتزايد أهمية العمل الصحفي في ظل الأزمات المالية العالمية وظواهر التباطؤ الاقتصادي، والتي تفرض على العمل الصحفي أثناء التغطية الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية لهذه المهنة، حيث تصبح المعلومة الصادقة الموثقة أمراً مهماً، لا سيما وأن هناك الكثير من الدول تفرض قيوداً صارمة على تناول الصحفيين أخبار الأزمات الاقتصادية وأثرها على اقتصاد هذه الدولة أو المؤسسة، حيث ترتبط بذلك قدرة وسائل الإعلام في التأثير سواء على صعيد الاتجاهات والممارسات، أو في مجال ترتيب الاهتمامات والأولويات، إلى الحد الذي يصل بالإنسان إلى أنه لا يصدق ما يرى أو ما يسمعه بنفسه.

المبحث الأول

المفاهيم والأطر النظرية للإعلام والصحافة والأزمات

مفهوم الإعلام

الإعلام في اللغة هو " الإطلاع على الشيء "، فيقال اعلمه بالخبر، أي أطلعته عليه، واصطلاحاً هو عملية تفاهم تعنى بتنظيم عملية التفاعل بين الناس وتجاربهم في الآراء، وهو بذلك ظاهرة الحضارة الحديثة التي لا يستغنى عنها لدى الشعوب والحكومات على حد سواء، وعناصر الإعلام تتمثل في المرسل والمستقبل والأداة (الوسيلة) والرسالة، فالمرسل يقوم بإرسال رسالة إلى المستقبل عن طريق أداة محددة، تختلف باختلاف طبيعتها وتأثيرها وحدائتها وقدمها، فهناك وسائل إعلامية متعددة حديثة وقديمة تنقل فيها رسالة ويتم استقبالها والتأثر بها وفقاً لاعتبارات متعددة، منها درجة أو قوة جذب وتأثير هذه الأداة والظروف المحيطة، وكذلك ترتبط بالمستقبل والظروف المحيطة به، وطبيعة هذا المستقبل الشخصية والسلوكية، فالأدوات والوسائل الإعلامية تختلف باختلاف أشكالها وتأثيراتها المتعددة والمتفاوتة، فهناك على سبيل المثال جهاز التلفاز، والمذياع، والصحف، والانترنت، والفضائيات، وغيرها من الوسائل التي تقوم بأدوار مختلفة ومتفاوتة في عملية التأثير (الشناوي، 2001، ص215).

ويعرف الإعلام بأنه هو " التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في الوقت نفسه"، وهذا تعريف لما ينبغي أن يكون عليه الإعلام، ولكن واقع الإعلام لا يكتمل إلا بوسائل إيصاله، حيث يقوم بتزويد الناس بأكبر قدر من المعلومات الصحيحة، أو الحقائق الواضحة، الهادفة إلى التنوير والتثقيف ونشر الأخبار والمعلومات الصادقة التي تنساب إلى عقول الناس، وترفع من مستواهم، وتنتشر تعاونهم من أجل المصلحة العامة، وحينئذ يخاطب العقول وليس الغرائز بمختلف أنواع وسائل الإعلام المقررة والمسموعة والمرئية (الجمال, 1999, ص31).

ويرى الباحث ان الإعلام: هو التعريف بقضايا العصر وبمشاكله، وكيفية معالجة هذه القضايا في ضوء النظريات والمبادئ التي اعتمدت لدى كل نظام أو دولة، من خلال وسائل الإعلام المتاحة داخليا وخارجيا، وبالأساليب المشروعة وإمكانات كل مؤسسة أو نظام وكل دولة في التعريف بهذه القضايا.

مفهوم الصحافة

الصحافة من صحيفة هي مصدر مشتق من جمع صحائف أو صحف، والصحيفة هي الصفحة، والصحيفة أو الصفحة هي القرطاس المكتوب، أو ورقة كتاب بوجهيها، وورقة الجريدة بها وجهان أي صفحتان أو صحيفتان، فسميت: صحيفة، وعلمها أو فنها سمي: صحافة وهي فن إنشاء وكتابة الجرائد والمجلات وكتابتها، والمزاويل لها يسمى: صحافيا - بكسر الصاد - أو صحفياً- بضم أو فتح الصاد، والصحافي هو الشخص الذي يعمل في

الصحف بمعنى الورق، "والجورنال" هي نقلاً عن التسمية الغربية للدلالة على الصحف اليومية (أبو زيد، 1991، ص14).

والصحافة باللغة الإنجليزية تسمى: Journalism وهي من أصل Journal وهي إحدى مشتقات كلمة Jour الفرنسية، أي "يوم" وكلمة Journale بالفرنسية تعني في الأساس "يومي" صفحة من "يوم" إذن فهي لا علاقة لها بالصفحة أو الصحيفة إذ ان الصفحة تسمى Page أما الجريدة فتسمى بالفرنسية Journale أي يومية وبالانجليزية Newspaper وهي كلمة من الكلمات الانجليزية المركبة، تعني الأولى News أخبار والثانية Paper ورق ومعناها مجردة "ورق الأخبار"، وفي قاموس أكسفورد تستخدم كلمة صحافة بمعنى Press وهي شئ مرتبط بالطبع والطباعة ونشر الأخبار والمعلومات وهي تعني أيضا Journal ويقصد بها الصحيفة و Journalism بمعنى الصحافة و Journalist بمعنى الصحفي فكلمة الصحافة تشمل الصحيفة والصحفي في الوقت نفسه (حجاب، 2004، ص315).

الصحافة هي صناعة إصدار الصحف والجرائد اليومية والمجلات، وذلك من خلال قيام الصحفيين باستقاء الأخبار من مصادرها وكتابة الموضوعات الصحفية من تحقيقات وأحاديث ومقالات وأعمدة وجمع الصور المتنوعة والإعلانات ونشرها في الجرائد والمجلات، إلى تولي إدارتها من قبل جهة خاصة (حجاب، 2004، ص316)، وقد وضعت دائرة المعارف البريطانية تعريفا للصحيفة (بأنها نشرة دورية غير مغلفة تصدر في فصول منتظمة وتقوم بصفة أولية بنقل الأخبار ومعظم الصحف تصدر يوميا أو أسبوعيا والفصل بينها وبين المجلة صعب خاصة بين الصحف التي تصدر كل أسبوع ولكن بصفة عامة يسمى المنشور

مجلة إذا كان مغلفا بغلافين) وفى عام 1928 حدد كل من Atto Groth الألماني الجنسية و Enwin Emery الأمريكي الجنسية سمات الصحيفة فيما يلي:

- 1- أن تنتشر بشكل دوري على الأقل أسبوعيا.
- 2- أن تطبع ميكانيكيا.
- 3- أن تكون متاحة للناس من كل الجوانب.
- 4- أن يكون محتوى الصحيفة ذا اهتمام جماهيري وجاذب.
- 5- أن تكون ذات توقيت محدد مع الاستمرارية.

تطور الصحافة

شهد القرن الخامس عشر ثورة عظيمة في وسائل نشر المعلومات وتداولها، لا سيما بعد توصل العالم الألماني جوتنبرج في منتصف القرن الخامس عشر عام 1456 ميلادي، إلى اختراع المطبعة، وما تلاها من تطور وانتشار للصحافة العالمية، وقد مرت الصحافة المطبوعة بتطورات هائلة شملت طرق الطباعة والورق والأحبار وأجهزة الجمع وأجهزة الطباعة، كما شملت أيضا الأفكار التحريرية وأساليب الكتابة (خليفة، 1980، ص97).

ثم ظهر الراديو ودخل البث التلفزيوني الملون وظهرت شبكة الفضائيات من محطات تلفزيونية وأقمار صناعية، واستعانت الصحافة في العهد الحديث، بعنصرين أساسيين هما الحواسب الآلية وثورة الاتصالات الالكترونية، التي لديها القدرات العالية على تخزين

المعلومات وتحليلها بسرعة عالية، واسترجاعها وتخزينها رقمياً بأقراص صغيرة مدمجة، بحيث تواكب الحدث لحظة بلحظة (الموسى، 2009، ص36).

وفي القرنين التاسع عشر والعشرين تقدمت وسائل الاتصال بالجمهير بشكل كبير، وقفزت قفزات رائعة، بسبب كثير من التغييرات التي تحققت في هذه الفترة، ومن أهمها التطورات الاجتماعية والفكرية وتقدم الاختراعات، فالصحافة قبل ذلك لم يكن لها مدلول هذه الكلمة بمعناها، والسبب في ذلك، أن الصحف كانت عبارة عن بعض الأخبار المنشورة تصدر أولاً تصدر في كل فترة من الزمن، وكان صاحب دار الطباعة، هو الذي يصدر هذه النشرة، ولم تكن دار الطباعة نفسها على درجة تؤهلها للقيام بهذا العمل البسيط.

وفي القرن العشرين ظهرت الشبكة العنكبوتية العالمية لتبادل المعلومات (الإنترنت)، أو ما يطلق عليه (الويب) التي جاءت بأفكار جديدة وحولت الصحافة المطبوعة والمسموعة والمرئية ذات الإمكانيات الإنتاجية العالية، والتي تحتاج إلى كلفة مالية ضخمة لا يقدر عليها إلا الحكومات والشركات الضخمة، حولتها إلى صحافة ذات إمكانيات قليلة لا تحتاج سوى جهاز حاسب منزلي أو محمول وهو متوافر بأسعار معقولة ومتفاوتة تناسب دخل الفرد، كما تحتاج إلى اشتراك في إحدى شركات مزودي خدمة الانترنت ليصبح لدى الفرد اتصالاً تفاعلياً بكافة دول العالم، فيعرف الأخبار في لحظتها ويتجاوب معها بالتعليق والمشاركة، (خليفة، 1980، ص98)، وقد زادت وسائل الاتصال الجديدة وضاعفت من قدرة الإنسان على الاتصال بالآخرين، كما مكنته من استقبال الرسائل لحظة وقوعها وفي أي بقعة كانت من العالم (الموسى، 2009، ص36).

ويرى (الموسى، 2009، ص45-47) أن صدور الصحف المطبوعة بالشكل المعروف أخذت تتوالى منذ مطلع القرن السادس عشر في أوروبا، فصدرت أول جريدة مطبوعة في ألمانيا سنة 1502 م، وكانت تسمى (نيوزايتنغ)، وصدرت مجلة شهرية في البندقية (ايطاليا) عام 1562 م، وفي عام 1616 طبعت أول صحيفة في بلجيكا، وبعدها بأربع سنوات ظهرت الصحيفة الأولى في هولندا، ثم في فرنسا عام 1631، وفي إنجلترا عام 1665، والتي شهدت أيضا في عام 1875 تطورا وتقدما بصدور صحيفة التايمز والتي كانت تعرف باسم (ديلي يونيفرسال ريجستر) لتكون صحيفة معلومات لرجال الأعمال لتوافيهم بأخر أنباء الشحن التجاري، وفي نفس الوقت أيضا شهدت فرنسا تطورات مماثلة بظهور أول وكالة أنباء فرنسية، ويحدد عام 1833 تاريخ الصحافة الأول في الولايات المتحدة، حيث باع (بنجامين داي) جريدته بسنت واحد.

ثم ظهرت الصحافة في المستعمرات الأمريكية، وفي أمريكا بالذات بعد الاستقلال، فقد شهدت نفس الفترة، تغييرات هائلة في مجال الصحافة والعمل الصحفي، إذ بدأ صدور صحيفة البني The penny Press، أي التي يستطيع الجمهور العادي، شراءها، وكان يطبع منها أعداد كبيرة، وتغطي نفقاتها بالإعلان، وتزيد التوزيع، بالإخبار المثيرة، والقصص المسلية وانطلقت الصحافة العالمية بعد ذلك في مسيرتها الهائلة، مع إدخال التكنولوجيا، المتطورة في الطباعة وصناعة الورق والإخراج، حيث ساعدت هذه التطورات على تحويل الطباعة من اليدوية إلى استخدام المطابع الاسطوانية cylinder press في جريدة التايمز اللندنية سنة 1814، ثم استخدمت المطابع، التي تعمل بالبخار بدلا من تلك التي كان يتم تشغيلها يدويا، واخترت في سنة 1860 الألواح المصبوبة stereotypr platel (خليفة، 1980، ص48).

وفي مطلع القرن العشرين تطورت الطباعة باستخدام آلات اللينوتايب linotype، بحيث يتم طبع الحروف وترتيبها وفق المساحة المحددة في أعمدة الجريدة، وباختراع الكمبيوتر أصبح بإمكان المندوب الصحفي الطباعة للموضوع المراد تغطيته على الحاسوب مباشرة والمرتبط بحاسوب مركزي، بحيث يمكن استعادة المادة المخزنة من خلال الضغط على زر الاسترجاع ليتم معالجة وتحرير هذه المادة، وعند نشر الموضوع تتم الطباعة بطريقة الأوفست حيث يتم تحديد شكل وحجم العمود وعرضه ويرسل إلى آلة التصوير التي تنتج فيلماً على الورق الحساس، ثم تصنع منه لوحة من المطاط الرقيق، تُوضع على الآلة الطابعة، فتخرج الصفحة مطبوعة بصورة واضحة، كما ان توافر الحاسوب سهلت عملية الطباعة وعملت على انتشار الإعلام الموازي، وذلك بإتاحة الفرصة إمام المؤسسات لإعداد وإخراج نشراتها بنفسها (الموسى، 2009، ص 51-52).

تطور الصحافة العربية

انتقلت الطباعة والمطبعة إلى العالم العربي بعد قرنين من اختراع جوتنبرج للمطبعة، والصحافة العربية لم تر النور إلا في نهاية القرن الثامن عشر ومطلع القرن التاسع عشر، إبان الحملة الفرنسية على مصر والتي تعتبر أول بلد عربي عرف الصحافة، حيث أصدر الفرنسيون فيها جريدتين باللغة الفرنسية هما العشرية المصرية (جريدة اقتصادية اهتمت بنشر أبحاث المجمع العلمي المصري)، والثانية بريد مصر (الناطقة باسم السلطة الفرنسية وموجهة للجنود الفرنسيين)، وكان في نيتهم إصدار صحيفة باللغة العربية بإسم (التنبية) ولكنها لم تر

النور بسبب حراجة المركز الفرنسي الحربي في مصر وخروجهم منها في عام 1801 (الموسى، 2009، ص308).

وظهرت أول صحيفة باللغتين العربية والتركية في العراق عام 1816 وكان اسمها جرنال العراق، وبعد جلاء الفرنسيين عن مصر أصدر محمد علي عام 1828م صحيفة الوقائع المصرية، تبعتها عام 1847م جريدة المبشر الجزائرية وفي عام 1858م صدرت جريدة حديقة الأخبار اللبنانية، ثم تتابع ظهور الصحف في البلدان العربية، حيث صدرت جريدة الرائد في تونس عام 1861م وفي ليبيا ظهرت جريدة طرابلس الغرب عام 1866م وفي العراق صدرت صحيفة الزوراء عام 1868م، ثم توالى الصحف في معظم الأقطار العربية والإسلامية (المصدر نفسه، 2009، ص309-311).

مفهوم الأزمة

لقد تعددت تعاريف الأزمة فالمؤرخ الإغريقي (تيوديدس) عرفها بأنها المحك الدقيق لمعادن الرجال وحقيقة الأحداث، في حين قال عنها (وليام كوانت) أنها " لحظات الحقيقة التي تسبق الموت مباشرة وتتجلى فيها بصيرة الإنسان لترى طبيعة الأشياء وقد تجردت عن زخرفتها " في الوقت الذي يعرف فيه (كورال بيل) الأزمة بأنها وصول عناصر الصراع في علاقة ما إلى المرحلة التي تهدد بحدوث تحول جذري في طبيعة هذه العلاقة، مثل التحول من السلم إلى الحرب في العلاقات الطبيعية بين الدول والتفسخ في علاقات التحالف والتصددع في تماسك المنظمات الدولية (احمد، 2003، ص24).

ورد في قاموس مختار الصحاح منقولاً عن (اليحيا، 1996، ص1)، أن الأزمة في اللغة تعني الشدة والقحط والضيقة وتأزم الأمر إذا اشتد وصعب على أهله، وفي القواميس العربية المتخصصة في مجالات وعلوم السياسة والاقتصاد والاجتماع تعرف الأزمة بأنها " نقطة تحول وحالة متوترة للانتقال" أما في اللغة الصينية فعرفت الأزمة بـ wet-ji أي الخطر والفرصة وينطقونه أيضاً بـ wet-gi وهي عبارة عن كلمتين الأولى تدل على الخطر أما الأخرى فهي تدل على الفرصة التي يمكن استثمارها، وتمكن براعة القيادة في تصور إمكانية تحويل الأزمات وما تحمله من مخاطر إلى فرصة لإطلاق القدرات الإبداعية التي تستثمر الأزمة كفرصة لإعادة صياغة الظروف وإيجاد الحلول المناسبة والسديدة (الأحمدي، 1994، ص186).

وإصطلاحاً فإن الأزمة هي موقف أو حدث ، أو حالة تخرج عن المألوف وتؤدي إلى تغيير التوازن الاستراتيجي القائم ويمكن أن تنشأ الأزمة بفعل الطبيعة أو بفعل إنسان، أما مفهومها العلمي فهي تعبير عن موقف وحالة تواجهها الدولة في أحد كياناتها حيث تتلاحق فيها الأحداث وتتشابك معها الأسباب والنتائج وتفقد معها الدولة قدرتها على السيطرة عليها أو على اتجاهاتها المستقبلية، فالأزمة هي فترة حرجة أو حالة غير مستقرة تنتظر حدوث تغيير حاسم هجمة مبرحة من الألم كرب أو خلل وظيفي وهي تتعلق بمصير الكيان الإداري الذي أصيب بها (حجاب، 2004، ص45).

لقد ازدادت باطراد احتمالات التعامل مع الأزمة خلال السنوات الأخيرة مما جعل تعاملنا مع الأزمة يغدو ضرورة لا بد منها والعالم اليوم أصبحت الأزمة فيه محوراً أساسياً،

وعرّف هنري كسينجر الأزمة حيث عبّر عنها تعبيراً دقيقاً وموفقاً، قال: لا يمكن أن تكون هناك أزمة في الأسبوع المقبل أن جدول عملي حافل بالفعل، وقد عرف ريتشارد نيكسون (رئيس الولايات المتحدة) الأزمات بأن الحياة أزمة تلو أخرى، كما يعرف أيضاً الأزمة بأنها حادث طارئ أو كارثة مفاجئة قد تتسبب بخسائر فادحة بالأموال أو الأرواح أو كليهما، ويجب معالجتها بالصورة الصحيحة والسرعة المطلوبة.

خصائص الأزمة

الأزمة حالة من الخلل تصيب من يتعرض لها سواء كان فرداً أو مجتمعاً أو دولة بدرجة عالية من الخوف والشلل الفكري والتخبط، وتكبده خسائر بالغة في الأرواح والممتلكات وتهدد معنويات وثوابت ومرتكزات الأمة، ويشير (احمد، 2003، ص28)، إلى ان الأزمة تشمل في تكوينها على خصائص عدة ونوجزها بالآتي:

- 1- المفاجأة، فهي حدث غير متوقع يتسم بالغموض وعدم وضوح الرؤية وتعقيد وتداخل وتشابك العوامل والأسباب وتثير القلق والاضطراب في حياة الأفراد.
- 2- التهديد الشديد للمصالح والأهداف وتسبب حالة رعب من المجهول الذي تنتجه نحوه الأزمة، إضافة إلى 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.

3- نقطه تحول أساسية حيث ينتقل خطر الأزمة من الحاضر للتأثير في مجريات المستقبل، وتسبب الدخول في دائرة من المجاهيل المستقبلية والعلاقات المعقدة المتداخلة التي يصعب حسابها بدقة.

4- تسود فيها ظروف عدم التأكد وتحدث حالة من الارتباك والضياع بسبب نقص المعلومات وعدم وضوح الرؤية، بالنسبة للإجراءات التي ينبغي اتخاذها بشأن الأزمة. 5- ضغط الوقت المتاح عادة للتعامل مع الأزمة والحاجة إلى اتخاذ قرارات سريعة وفعاله وصائبه، فالأحداث تقع وتتصاعد بشكل متسارع وربما حاد، الأمر الذي يفقد أطراف الأزمة، أحيانا القدرة على السيطرة في الموقف واستيعابه جيدا، حيث لا بد من تركيز الجهود لاتخاذ قرارات حاسمة وسريعة في وقت يتسم بالضييق والضغط.

6- تتسبب الأزمة في وقوع خسائر مادية أو بشرية أو نفسية، وتستقطب اهتمام المتصلين بها، 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 أي قرار ينطوي على قدر من المخاطرة.

7- الأزمة تفرض نفسها وتخلق واقعا مرعبا يتطلب تدخلا سريعا لإنهائها أو تخفيف تأثيرها، وكذلك اتخاذ الإجراءات الكفيلة لعدم تكرارها، ويعرف قرار الأزمة بأنه قرار عادي في ظروف استثنائية، تؤثر سلبا عما ينبغي توفره في الظروف العادية من بيانات وتحليل هادئ وصياغة بدائل متأنية، لاختيار البديل الأفضل منها حيث تتطلب مهارات إدارة الأزمة القيادة، واتخاذ القرارات وإدارة الموارد البشرية والمادية إلى جانب مهارات الاتصال ومهارات التفكير الإبداعي.

تسببت الأزمات في خسائر كبيرة وفي أضرار اقتصادية جسيمة في جميع أنحاء العالم، وتعد الأزمات الاقتصادية بلا شك عقبات رئيسية في طريق التنمية وتطورها، ويتطلب التصدي لها وأن تدرج إدارتها ومخاطرها في الخطط التنموية للدول والمنظمات، على حد سواء بالاعتماد على قاعدة معرفية متطورة ووعي من صانعي القرارات، إن إدارة الأزمات الاقتصادية هي إدارة ما لا يمكن إدارته والسيطرة على ما لا يمكن السيطرة عليه، وبذلك نرى التحدي الحقيقي في سبيل تبني إدارة الأزمات لا لتurf فكري، وإنما كخيار استراتيجي مهم بدافع الحاجة الملحة للأخذ بهذا المفهوم وتحويل نظرياته لواقع يُطبَّق مما يعود بالفائدة على الجميع، وبالتالي تسهيل عملية المحافظة على فرص البقاء وتحقيق الأهداف (أبو قحف، 1999، ص34).

تواجه مختلف دول العالم الكثير من الأزمات من أهمها الأزمات الاقتصادية، مما يتطلب تخطيطاً ومنظومة وإجراءات واضحة ومعرفة لهذا الحدث، أن الأزمات الاقتصادية تحل بالدول من حيث لا تحتسب، ولكن الصحيح والثابت عبر الأرقام والحقائق أن الدول التي تحتاط وتتهيأ وتستعد لمثل هذه الأزمات قبل وقوعها، يمكن أن تخفف من آثارها، ولذلك أصبحت إدارة الأزمات بشكل عام فناً وعلماً قائماً بذاته، وقد تطور نتيجة تطور الخبرات البشرية، وتراكم عبر آلاف السنين، فالأزمة حدث سلبي لا يمكن تجنبه أيًا كانت درجة الاستعداد، فإدارة الأزمة ليست سهلةً ميسورةً، فإذا لم يُحسن التعامل معها قد تجر ويلات كثيرة، فلا بد من تحليل أي مشكلة، ودراسة البدائل في ظلّ الإمكانيات المتاحة، والظروف القائمة، وحسابات الأضرار والمنافع وتلمس الحلول المناسبة.

تحدث الأزمة نتيجة لتراكم مجموعة من التأثيرات التي تحدث خلافاً مفاجئاً، يؤثر على المقومات الرئيسية للنظام الاقتصادي، ويشكل تهديد لبقائه ويؤثر على القواعد والمعايير المتبعة ويؤدي إلى اختلاط الأسباب بالنتائج، وبالتالي يفقد صانع القرار السيطرة على الموقف، وبذلك فإن الاستراتيجيات الوطنية للدول المعنية تتطلب إتباع أساليب خاصة في إدارة الأزمات الاقتصادية وفق خطط معدة لمعالجتها، وان أي خطة تقتضي وجود عدة بدائل يستند عليها أصحاب القرار حال تبني أي من هذه البدائل عند حدوثها قبل ان يستفحل خطرها وتصبح نتائجها وبالا على الأمة بما تحدثه من مصائب وويلات، ولما كانت هذه الظروف ذات تأثير على المجتمع فان هناك إجراءات لا بد من اتخاذها لتلافي الأخطار التي قد تنتج عنها وكيفية مواجهتها.

أنواع الأزمات

يشير (حواش، 1999، ص34) إلى أن الأزمات من حيث المستوى تقسم إلى:

1- الأزمة الخارجية: ويكون مصدرها دولة معادية أو دولة صديقة أو منظمات وأحزاب خارجية تنتمي إلى دولة أجنبية.

2- الأزمة الداخلية: وتقسّم إلى صنفين هما:

أ- ذات طابع عدائي بحيث تمس الكيان الداخلي للمجتمع وتقوض الأمن القومي

للدولة، من جراء أعمال التخريب والعنف والإرهاب الداخلي والمظاهرات العدائية

وتلوث المياه والبيئة.

ب- ذات طابع غير عدائي بسبب الكوارث الطبيعية كالأمطار والفيضانات والسيول والزلازل والبراكين والحرائق والأعاصير وغيرها.

دورة حياة الأزمة

يشير (رفاعي، وجبريل، 2001، ص28) إلى أن دورة حياة الأزمة تمر بخمس مراحل حتى تكتمل قوتها وتمثل فيما يلي:

1- مرحلة ميلاد الأزمة: وهي مرحلة الاحتكاك الذي يمثل الشعور بالقلق من شيء مجهول يلوح في الأفق، وفيها تبدأ الأزمة بالظهور لأول مرة على شكل إحساس مبهم بوجود شيء ما يلوح في الأفق وينذر بقرب وقوع خطر مجهول المعلم والاتجاه والحجم، إن الأزمة لا تنشأ غالباً من فراغ، وإنما هي نتيجة لمشكلة ما لم تتم معالجتها بالشكل الملائم.

2- مرحلة نمو الأزمة: وتسود هذه الحالة مع استمرار الاحتكاك حيث تتراكم الآثار السلبية ويتضخم التأثير، وتحدث كنتيجة للمرحلة الأولى وعدم معالجتها في الوقت المناسب فإن الأزمة تنمو وتتدخل في الاتساع حيث يغذيها محفزات ذاتية مستمدة من ذات الأزمة وكذا محفزات خارجية استقطبتها الأزمة وتفاعلت معها وبها.

3- مرحلة نضج الأزمة: وهي مرحلة التصادم في حالة عدم مواجهة الأزمة خلال مرحلتها الميلاد والنمو وتكون النتائج مدمره وتسبب انهيار الكيان، وتعتبر هذه المرحلة من أخطر وأصعب مراحل الأزمة، ويندر ان تصل الأزمة إلى هذه المرحلة إلا إذا قوبلت باللامبالاة من قبل متخذ القرار في مراحلها الأولى.

4- مرحلة انحسار الأزمة: وهذه المرحلة تمثل تدهور وتلاشي الأزمة بعد أن حققت أهدافها وفقدت قوة دفعها، وتبدأ الأزمة بالتقلص والانحسار وهناك بعض الأزمات تتجدد لها قوة دفع جديدة عند الفشل في تحقيق الأهداف (الدليمي، 2010، ص33).

5- مرحلة اختفاء الأزمة: إما تكون دافعا للكيان لاستعادة فعاليته أو تكون قد تمكنت من تدمير الكيان واختفت معه، وعندما تصل الأزمة إلى هذه المرحلة فإنها تفقد بشكل كامل قوة الدفع المولدة لها أو لعناصرها، حيث تتلاشى مظاهرها وينتهي الاهتمام بها ويغيب الحديث عنها، إلا عندما يذكرها التاريخ، ولا يغيب عن البال ضرورة الاستفادة من دروس الأزمة وتلافي ما حدث من السلبيات المصاحبة لها مستقبلا.

المبحث الثاني

الدور الذي تضطلع به الصحافة في الشأن الاقتصادي

تمهيد

كان الإعلام في الماضي يلعب دورا تقليديا يقتصر فقط على نقل المعلومة أو إبراز القضية أو تغطية الخبر، ولكن وسائل الإعلام بمفهومها الحديث تمثل نقلا بما تستطيع أن تقدمه وتقوم بتنفيذه من مبادرات إعلامية من الممكن أن تجذب انتباه أفراد المجتمع، وتنقل اهتمامات هذا المجتمع إلى صانعي القرار ووضع الخطط، بحيث يشعر أفرادهم أنهم مسئولون ومشاركون في المشاريع، بالإضافة إلى دور الإعلام في نشر الإدراك والمعرفة وإبداء رأيه المحايد وإبراز التجارب والممارسات الناجحة لخلق رأي عام واع يستطيع أن يتصدى لمختلف المشاكل الاقتصادية، ويسهم في حلها على أسس علمية، فالإعلام الاقتصادي هو إعلام متخصص يخدم القضايا الاقتصادية، ويعمل على تزويد الجماهير بالحقائق والأخبار والمعلومات والآراء والاتجاهات حول هذه القضايا (إبراهيم، 2001، ص275).

ويساهم الإعلام في صياغة وتشكيل الحقيقة في المجتمعات الديمقراطية التي تمنح وسائل الإعلام حرية التعبير عن القضايا التي تشغل جماهير المجتمع، ولوسائل الإعلام قدرة في ترتيب أولويات الجماهير، فهناك نوعين من الجمهور يتناولهم الإعلام في طرح القضايا السياسية والآراء "جمهور نخبوي" تتأثر به وبطبيعة القضايا المهمة التي تشغله "وجمهور عام"

يسهل التأثير عليه، كما يوجد نمطان من وسائل الإعلام نمط " أعلام حر ومستقل " وهذا الإعلام أكثر حرية في تسليط الأضواء على المشاكل ومنها الاقتصادية التي تهم كل الجماهير ويواجه نقداً من قبل الجمهور إذا أهملت قضاياها المهمة في المجتمع، ونمط آخر " أعلام مملوك " وهو ما يسمى بالإعلام الرسمي في الدول النامية وهو يعتمد على جمهور النخبة ويتجاهل أرادة الجماهير على الرغم من وعي أفراد المجتمع بالنشاط السياسي، حيث تضيق الحريات في تلك المجتمعات رغم معرفتها بالأمور والأحداث.

وتنعكس البيئة الثقافية والاجتماعية على الإعلام وقضايا حرية التعبير والتي لا تتفصل بدورها عن الأداء العام للمجتمع، ففي السلوك اليومي للأفراد والمؤسسات تظهر هذه الأهمية وهي أهم من الانتشار المكتسب من الخارج وغالباً ما تظهر ازدواجية ملفتة بين الإعلان النظري والممارسة العملية والمجتمع العربي إجمالاً مجتمع محافظ بطيء الاستجابة للتغيير وإذا كانت بعض الأحداث الساخنة تصدم المزاج العام وتخلف أجواء جديدة فغالباً ما يتم الارتداد إلى الحالة السابقة حالما تزول العوارض الخارجية.

دور الصحافة في مواجهة الأزمات الاقتصادية

تعد الأزمات مادة خصبة ثرية للصحافة وتحظى بتغطية على نطاق واسع وتسعى الصحافة لإرضاء جماهيرها، حيث أن الحاجة إلى المعلومات متأصلة بعمق في النفس البشرية، فالناس في حاجة إلى ان يعرفوا الأخبار وخاصة الأخبار السيئة، ووفقاً لرأي هاريسون فان الأزمات والكوارث والفضائح والحوادث الطارئة تكون جوهر الأخبار المؤثرة

وتحظى بتغطية واسعة من الصحافة، وهو ما ذهب إليه سننتر وجاكسون حيث رأيا أن الصحافة تركز في تقاريرها الإخبارية على الأخبار السيئة والأخطاء والحوادث والفضائح التي تقع في المجتمع الإنساني، حيث تعتمد الصحافة إلى إثارة روح التساؤل والبحث عند الجمهور وإمداده بالمعلومات عن الأخطاء البشرية.

ويشير (أبو قحف، 1999، ص 35) انه عند حدوث الأزمات الاقتصادية ينبغي على الصحافة مراعاة الجوانب التالية:

1- إعلام الجماهير بحدوث الأزمة والتعهد بتوصيل المعلومات أولاً بأول وشرح التفاصيل تباعاً.

2- من الضروري أن يكون هناك تنوع في استخدام الصحافة بما يتناسب مع خصائص كل جمهور.

3- ضرورة تطبيق مفهوم الاتصال المباشر، حيث أن فتح قنوات اتصالية مع الجمهور يؤدي إلى إشاعة مناخ من الثقة لدى الجماهير.

ويمثل التعاون مع الصحافة أهمية كبرى لعدة أسباب منها إمكانية الاتصال من خلالها بالعديد من الجماهير، والسيطرة على الرسالة الاتصالية، كما إنها تمكن من تصحيح المعلومات الخاطئة التي يمكن أن تصل للصحافة إذا كانت العلاقة معها إيجابية، إضافة إلى أن عدم التعاون مع الصحافة قد يعطي إحساساً بعدم القدرة على السيطرة على الموقف أو وجود حقائق يراد إخفاؤها.

وهناك العديد من الأسس والقواعد التي ينبغي مراعاتها عند التعامل مع الصحافة عند حدوث الأزمات الاقتصادية، بحيث ينبغي التأكد من المعلومات التي تحتاجها الصحافة كأسماء وأرقام وإيميلات المحررين والمخرجين والصحف ووسائل الإعلام الأخرى، والتحقق من الوقت المناسب لتقديم المعلومات والتحقق من الشكل المناسب لنشر المعلومات من خلال الصحف، مع مراعاة ضرورة إصدار نشرات إخبارية وعدم الإفصاح عن المعلومات المتعلقة بالأمور القانونية، إلا بعد موافقة القسم القانوني على نشرها، كما ينبغي أن يسبق التعامل مع أي إعلامي معرفة كافية عنه وعن شخصيته واهتماماته وأسلوبه في التناول الإعلامي، إضافة إلى تمكين الإعلاميين من إجراء المقابلات مع كبار المسؤولين ولا يجب رفض إجراء الأحاديث والمقابلات معهم لأن الإعلامي من الممكن أن يصل إلى المعلومات بطرق متعددة (إبراهيم، 2001، ص 277).

ويشير (حواش، 1999) إلى وجود علاقة وثيقة بين الإعلام من جهة والأزمات وفي مقدمتها الأزمات الاقتصادية، إذ يتفق معظم الباحثين أن للإعلام دوراً كبيراً في مجال الأزمات وإدارتها ومنها الأزمات الاقتصادية مثل الأزمات المالية، ومن الأدوار المناطة بالإعلام:

- 1- التحذير من الأزمة قبل وقوعها: من خلال بث رسائل عبر وسائل الإعلام تحذر من الأزمة قبل وقوعها.
- 2- محاولة احتواء الآثار السلبية للأزمة بعد وقوعها.
- 3- توفير المعلومات والبيانات بكل شفافية للجمهور قبل وأثناء وبعد وقوع الأزمة.

4- التغطية للوقائع بأسلوب بعيد عن الإثارة والتخويف واتخاذ ردود فعل سلبية، حيث تسعى وسائل الإعلام عند وقوع الأزمات إلى نشر المعلومات الصحيحة بكل شفافية وبالسرية الممكنة للحيلولة دون ظهور وانتشار الإشاعات، حيث يلعب الإعلام دوراً مؤثراً في مواجهة الإشاعات في كل الجوانب السياسية والاجتماعية والاقتصادية، باعتبارها احد الإفرازات الناجمة عن وقوع الأزمة بل احد أسباب وقوعها.

والإعلام في الأزمات يجب ألا يكتفي بتغطية ماذا حدث بل يجب أن يذهب إلى ابعده من ذلك، وذلك بالإجابة على السؤال لماذا حدث ما حدث، أي تفسير وشرح أسباب الأزمة مع محاولة كشف المتسببين فيها، والتفاعل معها بكل أنواع الفنون التحريرية الصحفية، الخبر، التقرير، التحقيق، المقابلة، والمقال وبالذات المقال التحليلي، إضافة إلى تواجد الصحافة في البنوك وفي قاعات التداول ومع أساتذة الاقتصاد في الجامعات، ومع رجال وسيدات الأعمال في الغرف التجارية والصناعية ومع المسؤولين الحكوميين في وزارة المالية، ومؤسسات النقد وهيئة سوق الأوراق المالية للتعرف على ما يدور في السوق.

واقع الإعلام الاقتصادي

في ظل تنامي النشاط الاقتصادي في الفترة الأخيرة، إضافة إلى تحرير الدول لبعض الأنشطة الاقتصادية عن طريق برامج الخصخصة وغيرها، ومنح القطاع الخاص أن يلعب دوراً اقتصادياً أكبر من السابق، إضافة إلى دخول شرائح جديدة على عالم الاقتصاد سواء من خلال التجارة، أو المستثمرين من خلال البورصات والتي استطاعت أن تستقطب ملايين البشر، جميع هؤلاء بحاجة الآن إلى معلومات أو مصادر معلوماتية أكثر.

وفي ظل هذه المعطيات أصبح الشأن الاقتصادي في كل بيت، حيث يهتم المواطن العربي بالجانب الاقتصادي، لأنه يقوم بحساب تكاليف المعيشة بالنسبة له ولأسرته، فيبحث عن أدق التفاصيل، ويبحث عن وسائل استثمار حتى وإن كانت محدودة السيولة أو المحدودة رأس المال، وإنما يفتح لنفسه آفاقاً جديدة في الاستثمار عن طريق أسواق الأسهم أو البورصات أو الصناديق، فأصبح هذا يعني وسيلة من وسائل جذب المواطن إلى الاهتمام بالجانب الاقتصادي في الصحافة وفي الإعلام عموماً.

وتشكل سوق المطبوعات الاقتصادية نحو 60% من الإعلام الاقتصادي، علماً أن الكمّ الأجنبي الموجه للسوق العربي يمثل 3 أضعاف المطبوعات العربية، فيما يصل الإعلام المرئي الاقتصادي إلى أقل من 15%، تليه الخدمات الاقتصادية الخاصة مثل الوكالات الإخبارية والمواقع الإلكترونية بالاشتراك بنسبة 20%، ويلقى الإعلام الاقتصادي الدعم والتشجيع من مختلف القطاعات الاقتصادية والمالية والمؤسسات الاقتصادية، وحتى بالنسبة للمتلقي العربي فإن هذا النوع الإعلامي الذي كان يمثل له الوجه الجاد ولغة الأرقام صار جزءاً من يومياته (أبو شعبان، 2008، ص 81).

الإعلام الاقتصادي جزء من مشكلة الأداء الإعلامي في المنطقة العربية

تعد مشكلة الإعلام الاقتصادي جزءاً من المشكلة الأكبر في الأداء الإعلامي إجمالاً في المنطقة العربية، وانه ليس من الضروري التخرج من كلية التجارة أو الاقتصاد أو الإدارة المالية، حتى تكون محرراً ناجحاً في الشؤون الاقتصادية، لكن ليس بالضرورة أنه لتكون

صحافياً جيداً أن تتخرج من كلية الإعلام أو قسم الإعلام بأي جامعة، لكي تستطيع تقديم مادة تتسم بالتكامل والموضوعية والدقة، بحيث يتمكن القارئ من فهم هذه المادة المكتوبة دون استخدام المصطلحات الفنية والمتخصصة الدقيقة التي لا يفهمها إلا الاقتصاديون، فتدريب العناصر الصحافية الجيدة والمؤهلة مسألة ملحة جداً لتعزيز الخلفية الأكاديمية في علوم السياسة أو الاقتصاد أو الإدارة أو الطب وغيرها (شرف، 2003، ص 141).

والإعلام يرتبط بنواح اقتصادية وسياسية واجتماعية وثقافية، والإعلام الواقعي هو الذي يستند إلى الوضوح في التعامل مع الجمهور والثقة المتبادلة، ويسعى الإعلام كجهاز إلى نقل الحقائق والمعلومات التي تهتم أفراد المجتمع، والإعلام الاقتصادي هو منظومة إعلامية تعالج قضايا الاقتصاد، وفرع أساسي ومهم من فروع النشاط الإعلامي يُعنى بوضع الأنشطة المختلفة، التي تضطلع بها وسائل الإعلام في المجتمع في سبيل خدمة قضايا المجتمع الاقتصادية وأهدافه العامة، وتكمن أهمية الإعلام الاقتصادي في انه عملية يمكن من خلالها التحكم بأجهزة الإعلام ووسائل الاتصال الجماهيري داخل المجتمع، وتوجيهها بالشكل المطلوب الذي يتفق مع مصلحة المجتمع العليا (الربيعي، 2009، ص 23).

ولتفعيل دور الإعلام الاقتصادي ينبغي أن يركز الخطاب الإعلامي الاقتصادي على القضايا الآتية: (الربيعي، 2009، ص 19-24).

1- التعريف بالتحديات التي تواجه المجتمع وبمعايير القوة والضعف في الاقتصاد، وتحديد طبيعة الدور الذي يمكن أن تلعبه كل من أدوات السوق والتخطيط الاقتصادي،

في عملية التنويع والتغيرات الهيكلية وتحفيز القطاعات الإنتاجية على إجراء عملية التصحيح للهيكل الإنتاجي.

2- بلورة الأفكار المتصلة باقتصاد السوق ومزايا الحرية الاقتصادية وتعزيز دور القطاع الخاص في الإنتاج وخلق الوظائف وبتوسيع نشاط المشروعات الصغيرة والمتوسطة، باعتبارها شرطاً لازماً لزيادة إنتاجية المجتمع وإطلاق طاقاته وتنمية روح التنافس بين قطاعات النشاط الاقتصادي.

3- التصدي للظواهر الاقتصادية ذات الصلة بحياة المواطن كالأزمات المالية الطارئة المرتبطة بالظروف الاستثنائية كأزمة الديون وظاهرة التضخم وتحسين الأجور والرواتب للنهوض بمستوى معيشة الشرائح المختلفة.

4- فتح باب النقاش بشأن القضايا التنموية، لإنعاش الوعي التنموي للمجتمع، والاهتمام بقضايا البيئة وقضية التوافق بين النمو والاعتبارات البيئية والاستخدام الرشيد للموارد.

5- الابتعاد بقدر الإمكان عن توجيه الجمهور نحو مجالات استثمارية معينة، لتجنب ما قد يترتب على هذا التوجيه من مكاسب أو خسائر يمكن أن تلقى بتبعاتها على وسيلة الإعلام، فقد يلجأ بعض العاملين في وسائل إعلام إلى تضليل المستثمرين من خلال تشجيعهم لشراء أسهم تراجع سعرها في السوق، من دون الارتكاز على أية تحاليل أو دراسات مهنية.

6- إضفاء طابع مشوق على الأخبار الاقتصادية للتخفيف من التعقيد والملل، الذي قد يصيب القارئ أثناء مطالعة الإحصاءات والحقائق الاقتصادية وعدم التركيز على النخبة، فيما أن المواطن العادي مهمل وغير مدرج ضمن أجندة التوجه الإعلامي.

7- الاهتمام بالقضايا المتعلقة بعلاقة الاقتصاد الوطني بالعالم الخارجي، وفي مقدمتها الانفتاح الاقتصادي والعولمة، والاتفاقيات التجارية الثنائية والمتعددة الأطراف والمناطق الحرة، وسبل زيادة التدفقات المالية الواردة والاستثمار الأجنبي المباشر والاستفادة من مزايا العولمة والانفتاح التجاري والاقتصادي.

8- وضع إستراتيجيات وخطط حالية ومستقبلية، للنهوض بالمستوى الفني للمنتج الإعلامي المحلي المقروء والمسموع والمرئي والالكتروني، في ظل التدفق المطرد للمعلومات والتطورات التقنية العالمية.

المبحث الثالث

إعلام الأزمات

يشهد العالم المعاصر جملة من الأزمات والأحداث تتسم بالتنوع والسرعة وعنصر المفاجأة، حيث تحفل ميادين الحياة الاقتصادية والسياسية والاجتماعية بجملة من الأزمات المتلاحقة التي تقف عائقا في طريق النمو والتقدم للأفراد والمجتمعات، ولا تكاد توجد بقعة في هذه الأرض لم تمتد إليها آثار الأزمات والكوارث، حيث تنتقل وسائل الإعلام أخبار الأزمات والكوارث بشكل يومي لم يسبق له مثيل في تاريخ البشرية (الخصيري، 1998، ص5).

وتظهر مع ظهور الأزمات جوانب من عزيمة وإصرار الإنسان على التعايش مع هذا الوضع وتسخير معطاته لخدمة وتيسير حياته كونه خليفة الله في أرضه قال تعالى: (وإذ قال ربك للملائكة إني جاعل في الأرض خليفة)، ومع ذلك التكليف بالاستخلاف سخر الخالق سبحانه وتعالى موجودات الطبيعة لمساعدة الإنسان في تحقيق أهداف هذا الاستخلاف والقيام بابعائه، وبذلك فإن الأزمة طبيعة ملازمة للحياة وان عالم الأزمات جزء منا ونحن جزء منه، كما أن الأزمات تمثل معالم الطريق الذي عبرت من خلاله الإنسانية، وشيدت حضاراتها فلم تكن الأزمات كلها شرا مستطيرا، بل كانت بواعث لنهضة علمية وفكرية أثرت المعرفة الإنسانية وساعدت على تطورها (المصدر نفسه، 1998، ص6).

يُعدّ التشخيص السليم للأزمات هو مفتاح التعامل معها، وبدون هذا التشخيص السليم يصبح التعامل مع الأزمات ارتجالاً، وأساس التشخيص السليم هو وفرة المعلومات، المعرفة، الخبرة والممارسة، ومن هنا فإن مهمة التشخيص الدقيق لا تذهب فقط إلى معرفة أسباب وبواعث نشوء الأزمة، والعوامل التي ساعدت عليها، ولكن بالضرورة إلى تحديد كيفية معالجتها، ومتى وأين تتم معالجة الأزمة، ومن يتولى أمر التعامل معها، وما تحتاجه عملية إدارة الأزمة من معلومات واتصالات وأدوات مساندة، وسيناريوهات أساسية وبديلة للتعامل مع الأحداث ووقف تصاعدها، واحتوائها وامتصاص ضغط الأزمة.

يعد إعلام الأزمات أحد المجالات البحثية التي نالت اهتمام الباحثين والمتخصصين الإعلاميين في الجامعات ومراكز البحث الأوروبية والأمريكية، وذلك منذ أكثر من أربعة عقود من الزمن حيث تبلورت المفاهيم النظرية والتطبيقات العملية لهذا النوع من الإعلام، إلا أن الدراسات العربية في مجال علاقة الإعلام بالأزمات والأحداث لم تظهر بشكل ملحوظ إلا بعد عقد الثمانينيات الميلادية من القرن الماضي، وحتى بعد ظهور هذا النوع من الدراسات الإعلامية المتخصصة، فإن ما هو موجود منها يمثل بدايات تحتاج إلى مزيد من البحث والدراسة من ناحية والربط بين مجالاتها النظرية والتطبيقية من ناحية أخرى، وإن ما هو موجود في الواقع إنما هو امتداد طبيعي لما هو سائد في نظريات ونماذج التأثير الإعلامي التي سبقت هذا النوع من الدراسات المتخصصة (شومان، 2001، ص150).

يلعب الإعلام بوسائله المختلفة دوراً مهماً في الأزمات الاقتصادية التي تواجه الأفراد والمجتمعات، وهو دور مؤثر في كل مراحل الأزمة سواء قبل حدوثها أو أثناءها أو فيما بعد

انتهاء أحداثها وتداعياتها، حيث يسهم إعلام الأزمات في توجيه سلوك المواطنين، وحضهم على تحمل مسؤولياتهم في مواجهة آثار الأزمة، وإبراز وجهة نظر المجتمعات المحلية، بتحويل الصحف ووسائل الإعلام الأخرى، إلى مواقع لعرض نتائج الدراسات العلمية والأبحاث الاقتصادية، ومنابر لتبادل الأفكار والآراء الاقتصادية والمعالجات الواقعية للأزمة، وذلك من خلال تواصلها مع الأكاديميين والحضور الفاعل في الفعاليات الاقتصادية في هذا المجال، واختيار المعلومات والموضوعات بشكل دقيق وجذاب واستخدام أساليب مشوقة من أجل جذب كل شرائح المجتمع للتفاعل مع الوسائل الإعلامية في مجال إعلام الأزمات.

والعالم يواجه تغييرات بيئية سريعة ومفاجئة ولأسباب مختلفة، تختلف في أسبابها ومستويات حدوثها وشدة تأثيراتها، وتؤثر الأزمات الاقتصادية على كافة مناحي الحياة في المجتمع وتهدد بقاءه وقدراته وتضعه في بوتقة الاختبار، فالمجتمعات التي لا تستطيع التعامل مع الأزمات، بتجنب حدوثها، والتخطيط للحالات التي لا يمكن تجنبها، وإجراء التحضيرات للأزمات التي يمكن التنبؤ بحدوثها، لا تلحق بالركب ويكون مصيرها التخلف والانهيار، بالرغم من تعدد وتباين الأزمات المختلفة التي يمكن أن تتعرض لها المجتمعات، وان لكل أزمة من هذه الأزمات خصائصها المميزة التي تتطلب أسلوب عمل معين للتعامل معها والتصدي لها، إلا أن كل الأزمات تخضع لمعايير وعناصر عامة مشتركة في التخطيط لها والإعداد الجيد لتجنب الوقوع فيها، أو التخفيف من أثارها السلبية وزيادة فرص تحويل أثارها

لصالح المجتمع (الأعرجي، ودقاسمة، 1997، ص773-802)

مفهوم إعلام الأزمات

يراد بمصطلح "إعلام الأزمات" تفعيل دور وسائل الاتصال والإعلام في التحذير من الأزمات المتوقع حدوثها، واحتواء الآثار السلبية للأزمات التي وقعت مع المحافظة على توفير البيانات والمعلومات للجمهور، بالقدر الكافي مع مراعاة وضع أسس للتغطية الإعلامية للأزمات المندلعة بحيث لا تسبب ذعرا وهلعا وردودا سلبية لدى المواطنين (شومان، 2001، ص150).

ويتمثل الجانب الآخر لإعلام الأزمات في الانطلاق 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 لانتشارها، كما أن التعامل الإعلامي مع الأزمات 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.

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 (شومان، 2001، ص155).

ويرى الباحث أن إعلام الأزمات هو تفعيل لدور وسائل الاتصال والإعلام في التحذير من الأزمات المتوقع حدوثها، واحتواء الآثار السلبية لتلك التي حصلت فعلاً، مع المحافظة على توفير البيانات والمعلومات للجماهير بالقدر الكافي مع ضرورة الأخذ بالاعتبار وضع أسس للتغطية الإعلامية للأزمات، وذلك لكون إعلام الأزمات أعلام خاص، يراعي استقرار الأزمة واستمرارها، بعد أن يشخص الأزمة يتوقف عندها الازدهار وتتعدم معها الطمأنينة وهو كالمراة، يعكس الحال بتفاصيله الواقعية، ويتركه للمتلقي كي يتفاعل معه من منظوره الخاص.

وهذا النوع من الإعلام ليس مفصلاً عن سياق ووظائف الإعلام الرئيسية، غير أنه أصبح أكثر تخصصاً في المؤسسات ويلقى اهتماماً متزايداً، لأهميته في إدارة الأزمة وفي التصدي لأي شائعات أو حملات مضادة للمنظمة، ورغم حيوية وأهمية أنشطة الاتصال والإعلام خلال الأزمات التي قد تعصف بالمجتمع، فإن هناك استخفافاً شديداً بهذا التخصص الجديد إلى جانب النظرة السطحية لهذه الأنشطة، ممثلة في إسنادها إلى غير المتخصصين واعتبارها مجرد عملية نشر أخبار دون اعتبار لما وراء هذه الأخبار والتقارير الصحفية وغيرها (إبراهيم، 2003، ص27).

ولا بد من الاهتمام بهذا النوع الإعلامي الجديد والتفاعل معه، واعتباره جزءاً من سياسة التطوير الإعلامية داخل المنظمة، ويشكل لها درعاً واقياً قبل وقوع الأزمة يمكنها عند وقوعها من السيطرة عليها واحتوائها، لأنه فن إعلامي يستدعي نوعية خاصة من التغطية الإعلامية ومن التواصل مع وسائل الإعلام، وكذلك فإنشطة العلاقات العامة والإعلام تتجاوز الأدوار التقليدية التي يتم ممارستها في الأوضاع الطبيعية.

نشأة الأزمة المالية

ظهرت الأزمة المالية العالمية في الولايات المتحدة الأمريكية منذ شهر آب 2007، وقد كان السبب في ظهورها هو مشكلة الرهن العقاري، حيث إن العجز المتزايد في سداد رهونات العقارية وعدم وجود ضمانات الشراء العقاري والتوسع في منح القروض العقارية، إضافة إلى المبالغة في تقدير العقار ضمن سجلات البنوك بشكل أكبر من القيمة الحقيقية لها، أدى إلى تعريض الملايين من التزامات الديون إلى الخطر بسبب ارتفاع القروض العقارية المقدمة وبشكل لا يغطي القيمة الحقيقية للعقار (الغزوي، وخميس، 2010، ص 51).

وقد كانت هذه الديون مضمّنة ومباعة لبنوك استثمارية، مما أدى إلى إلحاق الضرر بهذه البنوك مثل وول ستريت وبيير ستيرنز وليهمان برانرز وميريل لينش، كما ألحقت الضرر بإحدى أكبر شركات التأمين في العالم وهي شركة إيه أي جي، وبات التخوف من القائمين على النظام المصرفي شديداً من تعثر المقترضين في السداد، فقامت المصارف بتخفيض عمليات الإقراض إلى الأفراد والمؤسسات التجارية، كما توقفت المصارف عن تقديم القروض

العقارية وقروض السيارات، مما أثار سلبيا في نفوس العملاء والمستخدمين النهائيين وأدى إلى استنزاف السيولة من النظام المصرفي (عبدالله، 2008، ص73).

انتقلت آثار الأزمة المالية من السوق العقارية إلى الشركات المالية إلى سوق الأسهم ومن ثم امتد إلى بقية الأنشطة الاقتصادية، وامتد تأثيرها بعد ذلك إلى العديد من الشركات والمصانع في أوروبا وآسيا، وطالت معظم الاقتصاديات العالمية وأصبح خطرها يهدد الأمن العالمي، وقد كان للأزمة المالية انعكاسات سلبية على الأوضاع الاقتصادية، حيث أثر الانخفاض في الطلب العالمي على الصادرات (الصناعية، الزراعية، الخدمية)، حيث إن هذه الصادرات أظهرت نموا سالباً أثر على قدرة الاقتصاد وعلى النمو، بحيث لا يتوقع تحقيق معدل نمو ولا يمكن التنبؤ بمعدل الانخفاض في النمو بشكل دقيق، كما أن الأزمة المالية العالمية أثرت أيضاً بشكل سلبي على التجارة العالمية، وقد اختلفت نسبة التأثير على حسب درجة انفتاح وتعامل الدولة مع الدول الخارجية (الأسرج، 2008، ص19).

أسباب الأزمة المالية العالمية

يُعدُّ التنظيم الحالي للاقتصاد العالمي الأساس في الأزمة المالية الحالية، والتي توصف بأنها أزمة شاملة أي أنها أزمة النظام الرأسمالي ككل، حيث لا يمكن حصر الأزمة الحالية في الجوانب المالية، وإن كان هذا الجانب هو أساس للرأسمالية، لكن هذه الأزمة انعكست على باقي الأنشطة الاقتصادية ويشير (أبو شعبان، 2008، ص68) إلى أن أسباب الأزمة المالية الحالية ترجع إلى ما يلي:

أ- الارتفاع المستمر لمعدل الأرباح والذي يقابله استثمارات غير منتجة، وهذه الأرباح الكبيرة دفعت البنوك والأسواق المالية، إلى توسيع المجال الجغرافي للمالية في ظل العولمة، وأصبح عجز الاقتصاد الأمريكي يمول من باقي دول العالم خاصة الصين ودول الخليج العربي.

ب- النموذج الأمريكي للنمو حيث تعاني الولايات المتحدة الأمريكية، من عجز تجاري خارجي وعجز ادخار داخلي، وفي الحالتين تلعب المالية دورا رئيسا في إحداث التوازن الداخلي والخارجي، فعدم التوازن المالي أدى إلى نمو المديونية خاصة في أسواق الرهن العقاري.

ج- المخاطرة التي ارتكبتها البنوك، من خلال التوسع في منح قروض الرهن العقاري، وهذه القروض كانت توزع على العائلات الأمريكية بسعر فائدة ضعيف خلال السنتين أو الثلاث سنوات الأولى من الحصول على القرض، مع منح فترة سداد لمدة قد تصل إلى 30 سنة دون التأكد من إمكانات المقترضين وقدراتهم على التسديد، مما دفع السماسرة إلى التحكم في هذه القروض وإعادة بيعها إلى بنوك أخرى، بعد تحويلها إلى سندات مالية (عمليات التسديد) تباع وتشتري داخل وخارج الولايات المتحدة الأمريكية، من خلال تجميع القروض في مؤسسة واحدة، ثم تقوم ببيعها إلى شركات الاستثمار في دول مختلفة، ومع انخفاض قيمة العقار في نهاية عام 2006 ظهرت بوادر الأزمة المالية الحالية، حيث عجزت العائلات الأمريكية عن سداد قيمة الديون المترتبة عليها من شراء العقار وبنفس الوقت لم يعد باستطاعة البنوك استرجاع أموالها، الأمر الذي أدى إلى انهيار البورصات العالمية في أيلول من عام 2008.

المبحث الرابع

الدراسات السابقة

من أجل تكوين إطار مفاهيمي تستند إليه الدراسة الحالية في توضيح الجوانب الأساسية لموضوعها، فقد قام الباحث بمسح الدراسات السابقة حول موضوع هذه الدراسة، ولم يكن هناك دراسات متخصصة تتناول موضوع الصحافة العربية ودورها في تغطية الأزمة المالية العالمية، لذلك تم الاستعانة والإفادة من بعض الدراسات التي لها علاقة بموضوع الدراسة وتخدم متغيراتها ومن هذه الدراسات ما يلي:

الدراسات باللغة العربية

- دراسة السيد بهنسي حسن، (2000) بعنوان: مدى اعتماد الجمهور على وسائل

الإعلام المصرية أثناء الأزمات.

تناول الباحث في هذه الدراسة أبعاد علاقات اعتماد طلاب الجامعات المصرية على وسائل الإعلام أثناء الأزمات وترتيب أهميتها لدى الجمهور المصري، وأسباب اعتماده عليها ومدى ثقته بها والعلاقة بين هذه الثقة وبين الاعتماد على هذه الوسائل والتأثيرات المختلفة المترتبة على اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام كمصادر للمعلومات.

تعتبر هذه الدراسة مسحية كون الباحث اختار المستجيبين من طلاب الجامعات وراعى فيها التمثيل الجغرافي للجامعات المصرية في اختيار العينة بهدف تعميم نتائج دراسته على مجتمع المبحوثين.

وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:

- 1- أن التلفزيون يأتي في مقدمة وسائل الإعلام التي يعتمد عليها الجمهور أثناء الأزمات ثم الصحف ثم الإذاعات المصرية.
- 2- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين وسائل الإعلام المصرية الثلاث المذكورة فيما يتعلق بأسباب اعتماد الجمهور عليها أثناء الأزمات.
- 3- وجود درجة عالية من الاقتران بين درجة ثقة الجمهور في وسائل الإعلام المصرية ودرجة اعتماد هذا الجمهور عليها.

- دراسة عبدالله بن محمد التويم، (2003)، بعنوان: العوامل المؤثرة في ترتيب

أولويات القضايا الاقتصادية في الصحف السعودية.

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

واتبع الباحث منهج الدراسات المسحية الذي يقيس حجم تغطية القضايا الاقتصادية في

الصحف المدروسة "الرياض وعكاظ والاقتصادية" لمقارنتها بمدى أهمية تلك القضايا عند كل

من "القطاعين العام، والخاص، والجمهور"، ورصد تأثير العوامل المحتملة.

وأُسفرت نتائج تحليل المضمون عن ست عشرة قضية اقتصادية، منحت كل قضية ترتيباً خاصاً عند كل مكون من مكونات البناء الاجتماعي في فترتين زمنيتين استمرت ستة أشهر، وبينت المقارنة بين ترتيب كل طرف أن "القطاع العام" و"الجمهور" لم يؤثر في الصحف ولم يرتب أولوياتها، وأظهرت في المقابل أن "القطاع الخاص" هو الطرف المؤثر في عملية ترتيب الأولويات، وتدل هذه النتيجة على أن تدفق المعلومات بين مفردات البناء التنظيمي للمجتمع السعودي غير متناسق والترابط بين أجزائه غير متوازن.

وفي ختام الدراسة اقترح الباحث عدداً من الموضوعات التي تصلح للدراسة والبحث في مجال الإعلام، وأوصى بمراجعة الاستراتيجية الإعلامية التي تتبعها الصحف في تناول القضايا الاقتصادية، ومنح الجمهور مساحات تحريرية كافية يعبر فيها عن قضايا الاقتصادية التي يواجهها، ودعا كبار موظفي القطاع العام إلى تجاوز مرحلة الحساسية الشديدة التي أدت إلى حجب المعلومات عن الصحفيين ورفع القيود الإدارية التي تعوق تدفق المعلومات بانسياب وحرية.

- دراسة المجلس الأعلى للإعلام (2005) بعنوان: تحليل المضمون الهيكلي للصحف

اليومية الأردنية ووكالة الأنباء الأردنية بترأ.

تناولت الدراسة تحليل المضمون الهيكلي لسبع صحف يومية أردنية (87 عدد)،

إضافة إلى وكالة الأنباء الأردنية بترأ، خلال الفترة 2005/6/15 إلى الفترة 2005/9/15 وقد

كان من أبرز نتائج الدراسة ما يلي:

1- بينت نتائج الدراسة ارتفاع نسبة التغطية للشأن الاقتصادي المحلي مقارنة بالشأن

العربي والدولي حيث بلغت 58 في المائة، وقد تفاوتت هذه النسبة من صحيفة إلى

أخرى، حيث تراوحت في بعضها 76.08 في المائة، وبعضها الآخر 19.81 في المائة، تلاها الشأن الاقتصادي الدولي ثم الشأن الاقتصادي العربي.

2- أن الموضوعات الاقتصادية الواردة في الصحف عينة الدراسة تعتمد على مراسليها كمصدر وبنسبة 15 في المائة، وعلى وكالة بترا بنسبة 12 في المائة، مع اختلافات بين صحيفة وأخرى، أما الاعتماد على وكالات الأنباء العربية، فقد كان متدنياً حيث وصل إلى نسبة 0.68 في المائة، فيما كان الاعتماد على وكالات الأنباء الدولية بنسبة 22.17 في المائة، وتوزعت بقية النسب على المصادر الأخرى.

3- وفيما يتعلق بأشكال الفنون الصحفية فقد أستحوذ الخبر على 32.88 في المائة من إجمالي الفنون التي غطت المادة الاقتصادية، وبلغت نسبة التقارير 25.29 في المائة، فيما كانت نسبة المقابلات الاقتصادية مع خبراء أو مسئولين اقتصاديين في كافة الصحف 1.40 في المائة، وقد خلت ثلاث صحف من هذه المقابلات خلوا تماماً خلال فترة الدراسة، بينما النشرات الثابتة الخاصة بأسعار العملات والبورصات فقد مثلت ما نسبته 25.29 بالمائة، أما الدراسات والترجمات فقد بلغت 2.47 بالمائة من إجمالي الموضوعات الاقتصادية وختت ثلاث صحف تماماً من هذه الدراسات.

4- أما فيما يتعلق بوكالة الأنباء الأردنية فقد احتلت الموضوعات الاقتصادية المرتبة الثالثة بنسبة 16.31 في المائة بعد الاجتماعية والسياسية، حيث ركزت على المجال المحلي بنسبة 73.48 بالمائة.

5- أما من حيث القالب الصحفي فقد طغى الخبر على المادة الاقتصادية، مع انعدام أشكال الفنون الأخرى، ومن حيث المصدر فاعتمدت الأخبار الاقتصادية على 13.01

في المائة على مراسيلها، بينما توزعت النسب الباقية على الوكالات والانترنت والفضائيات وغيرها.

- دراسة المجلس الأعلى للأعلام (2005) بعنوان: تحليل المضمون الهيكلي للصحف الأسبوعية الأردنية للفترة الواقعة بين (2005/12/18 - 2005/12/18) وقد تناولت الدراسة تحليل المضمون الهيكلي للصحف اليومية، وكان من ابرز نتائجها ما يلي:

1- إن الشأن الاقتصادي في الصحف الخاضعة للدراسة مثل ما نسبته 7.61 في المائة من إجمالي مساحة هذه الصحف، وأحتل الشأن الاقتصادي المحلي المرتبة الأولى 59.11 في المائة مقارنة بالشأن الاقتصادي العربي والعالمي، والذي كان معدوما تماما في بعض الصحف.

2- بينت النتائج أن الأخبار تغلبت على القوالب الصحفية الأخرى، كما في الصحف اليومية وذلك بنسبة 37.17 في المائة، تلتها التحقيقات بنسبة 9.67 في المائة، ثم المقالات وبنسبة 9.61 في المائة، فيما بلغت الأحاديث 5.19 في المائة.

3- لم يحدد مصدر الموضوعات الاقتصادية في الصحف الأسبوعية في 47.03 بالمائة من هذه الصحف، فيما حددت المحرر كمصدر بنسبة 20.45 في المائة، والمراسل بنسبة 10.36 في المائة، وتدنت نسبة الاعتماد على بترإ إلى 1.71 في المائة، والوكالات العربية 0.03 في المائة، والدولية 0.92 في المائة.

- دراسة سامية عبد المجيد محمد الأغبري، (2005)، بعنوان: تأثير اتجاهات

الخطاب الاقتصادي في الصحافة اليمنية على الجمهور للفترة 1995/2002م.

هدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الذي لعبته الصحافة اليمنية في التأثير على الجمهور من خلال الخطاب الاقتصادي فيها، وحاولت أن تبين العوامل التي قد تسهم أو تعيق من أداء الصحافة لدورها التنموي، إضافة إلى مدى تأثير الصحافة في تشكيل رأي عام يدعم أو يعارض الإصلاحات الاقتصادية المتبعة.

وقد خلصت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

1- أن العلاقة التفاعلية بين الصحافة والجمهور في اليمن سلبية، وبالتالي فإن تأثيرها على الجمهور كان ضعيفاً.

2- اختلاف اتجاهات الخطاب الاقتصادي في الصحافة اليمنية بدرجة كبيرة، كذلك اختلاف ترتيب الصحف اليمنية لأولويات القضايا الاقتصادية المطروحة فيها.

3- هناك اختلاف في المرجعيات التي استندت إليها الصحف الحكومية عن الصحف الحزبية، حيث استندت الصحف الحكومية بشأن الخطاب الاقتصادي إلى مرجعيات حكومية، بينما تعددت مرجعيات الصحف الحزبية بين المرجعيات الحزبية ومسئولي الأحزاب.

4- أجمعت الصحف المبحوثة على تهميش الأزمة الاقتصادية في اليمن من ناحية حجم التغطية الصحفية بدرجة كبيرة مقارنة بالقضايا الاقتصادية الأخرى.

5- أكدت نتائج الدراسة أن الصحافة اليمنية تلعب دوراً ضعيفاً في بناء أجندة القضايا الاقتصادية لدى الجمهور، بغض النظر عن مستوياتهم التعليمية أو الوظيفية أو المهنية وانتماءاتهم الحزبية.

6- أكدت نتائج الدراسة الميدانية أن جمهور قراء الصحف اليمينية (الحكومية والحزبية) أدركوا إلى حد كبير ترتيب الصحف التي يداومون على قراءتها بانتظام لأولويات القضايا الاقتصادية منها.

- دراسة المجلس الأعلى للأعلام 2007 بعنوان: الاحتياجات الخاصة في القطاع الإعلامي الأردني، وكان من نتائج الدراسة ان مجال الصحافة المتخصصة يمثل ما نسبته 12.24 في المائة من إجمالي المجالات التي عقدت دورات تدريبية خاصة بها وعددها 26 مجالاً، ولم تفصح الدراسة عن مجالات التخصص، وإن كانت هذه النسبة تعطي انطباعاً بزيادة الاهتمام بمسألة التخصص من قبل الصحافة، فيما لم يطالب الصحفيون بدورات في هذا المجال لدى سؤالهم سوى بنسبة 5.5 بالمائة من إجمالي مواضيع الدورات الأخرى، ويرى 3.64 بالمائة من مدراء ورؤساء تحرير الصحف حاجة محرريهم إلى دورات في هذا المجال.

- دراسة منى عيد ابوجامع، (2009)، بعنوان: معالجة الصحافة اليومية الأردنية

للشأن الاقتصادي: دراسة تحليلية.

تعد الصحافة الاقتصادية من الصحافة المتخصصة الحية والتي تتطلب العديد من المقومات لتقوم بدورها بالدقة والسرعة المطلوبة، ونظراً لأهميتها ولدورها في التنمية الاقتصادية في كافة المجتمعات، وهدفت هذه الدراسة إلى تقييم معالجة وتناول الصحف اليومية الأردنية للشأن الاقتصادي، كما هدفت إلى محاولة الوصول إلى نقاط الضعف والصعوبات التي تواجهها الصحف والتي تقف حائلاً دون قيامها بدورها المطلوب والبحث في

طرق حل هذه الصعوبات وتطوير أداء هذه الصحافة، وقد أتبعنا الدراسة في سبيل تحقيق هدفها المنهج الوصفي مستخدمة أسلوب تحليل المضمون ومسح القراءة.

وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج حول التغطية الكمية والكيفية للصحف اليومية الأردنية للشأن الاقتصادي من أهمها:

1- أظهرت نتائج تحليل المضمون انخفاض نسبة المعالجة التفسيرية في تناول المادة

التحريرية الاقتصادية في الصحف اليومية الأردنية المبحوثة مع تفاوت بسيط بينهما.

2- أظهرت نتائج المقارنة بين ما تؤديه هذه الصحف وبين ما يرغبه ويطلبه القراء،

ان ترتيب المجالات التي يتابعها القراء من حيث أهميتها يتناسب مع أهم المجالات التي تغطيها الصحف المبحوثة.

3- أظهرت نتائج مقارنة تحليل المضمون بنتائج استطلاع القراء ان الصحف

الأردنية المبحوثة تحقق الإشباع بشكل نسبي لقرائها الذين يعتمدون عليها.

4- بينت النتائج أن أهم الصعوبات تمثلت في ندرة الصحفيين الاقتصاديين

المتخصصين وندرة قواعد البيانات الأساسية والمساحة، والتي تم مناقشة أسبابها ونتائجها وقدمت بعض المقترحات لرفع مستوى أدائها.

أوصت الدراسة بضرورة القيام بدراسات تبحث في بعض القضايا التي لم يكن

بالإمكان التطرق لها في ذات الدراسة، وضرورة إعادة ترتيب أجنحة الصحف بما يتعلق بما

تقدمه للقارئ من هذه المواد الاقتصادية سواء من حيث الكم والكيف وأن لا يكون المحدد في

ذلك إمكانيات الصحف إنما التوازن في المصالح، مما يتطلب إعادة هيكلة الاستثمار وإدارة

المؤسسة الإعلامية وإعادة هيكلة التوظيف للصحفيين والمحرفين المختصين.

الدراسات باللغة الإنجليزية

- دراسة Wisenblit (1986)، بعنوان:

Crisis Management Planning

هدفت الدراسة للتعرف على كيفية التخطيط لإدارة الأزمات، وأجريت هذه الدراسة على خمسمائة من الرؤساء التنفيذيين، وأظهرت نتائج هذه الدراسة أن كبار المديرين يعانون من نقص حاد في الاستعداد لمواجهة الأزمات، إلا أنهم لا يفتقرون إلى الثقة في قدراتهم على مواجهتها، وقد ذكر (98%) من المديرين أنه لا مهرب من الأزمات في مجال التجارة والأعمال، كما هو الحال بالنسبة للموت والضرائب، إلا أن (50%) منهم ذكروا أنهم لا خطة للتعامل مع الأزمات، وعلى الرغم من ذلك فقد ذكر (97%) منهم أنهم واثقون من قدرتهم على حسن التصرف إذا ما وقعت أزمة، وقد كان هناك إجماع من قبل جميع المجيبين على أن شركاتهم هي عرضة على الأقل للأنواع التالية من الأزمات: الحوادث الصناعية، المشاكل البيئية، الاضطرابات العمالية، العيوب في المنتجات، توقف التعامل مع المنظمة، الإشاعات المغرضة والأحقاد، والإرهاب وأعمال العنف.

- دراسة Ian Mitroff (1988)، بعنوان:

Crisis Management: Cutting Though the Confusion

هدفت الدراسة للتعرف على مجموعة المشاكل التي أدت إلى تعرض المنظمات إلى الأزمات خلال الأعوام 1985 إلى 1988 م، وإلى كيفية إدارة الأزمات والمشاكل التي تواجهه

الشركات، وتحديد الأجزاء المتبقية من قبل تلك المنظمات لمواجهة الأزمات، وقد أظهرت النتائج ما يلي:

1- أن (38%) من (114) شركة من الشركات تتوفر لديها وحدات لإدارة الأزمات دون غيرها.

2- أن المجموعات الأولى من الشركات التي تتوفر لديها وحدات لإدارة الأزمات قد واجهت أزمات عديدة من المحتمل أنها كانت وراء إنشائها لهذه الوحدات.

3- أن المنظمات التي لديها وحدة لإدارة الأزمات كانت تتخذ إجراءات وقائية بنسبة أعلى من المنظمات التي لم يكن لديها وحدة لإدارة الأزمات.

- دراسة Wisenblit، (1989)، بعنوان:

Crisis Management Planning in Company

هدفت الدراسة للتعرف على كيفية التخطيط لإدارة الأزمات في الشركات، وقد أجريت

الدراسة على (166) شركة أمريكية، وهدفت إلى تحديد مدى توفر خطط لإدارة الأزمات في هذه الشركات، وعلاقتها بحجم الشركة، ونوع القطاع الذي تنتمي إليه.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- 1- أن (55%) من هذه الشركات ليس لديها خطة لإدارة الأزمة.
- 2- أن هناك ارتباطا واضحا بين حجم الشركة واحتمال وجود خطة لإدارة الأزمة لديها، وكانت لصالح الشركة الكبيرة، حيث أنها تعتبر أكثر وعيا بالأزمات المحتملة التي يمكن أن تواجه الشركة.

3- يوجد ارتباط واضح بين القطاع الذي تنتمي إليه الشركة واحتمال توفر خطة لإدارة الأزمة لديها, حيث كان الاتجاه يميل لصالح الشركات التي تنتمي لقطاع الخدمات والنقل بنسبة (86%) , ومن ثم قطاع الخدمة المالية بنسبة (63%), واحتلت الشركات التي تنتمي إلى قطاع الإلكترونيات أدنى مرتبة في وجود خطة لإدارة الأزمات بنسبة (32%).

- دراسة Modzelweski (1990) بعنوان:

Crisis Management and Company Planning

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى امتلاك الشركات لخطط رسمية لإدارة الأزمات، وشملت (40) رئيساً تنفيذياً في كبرى الشركات الأمريكية، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها:

- 1- أن (66%) من المديرين يرون أن شركاتهم تمتلك خططا رسمية لإدارة الأزمات أو فريق مهام يجتمع بانتظام لمناقشة حدوث أزمة ما.
- 2- أن (90%) من المديرين يرون أن أكثر الأمور أهمية تفضل الشركة القيام بها قبل حدوث الأزمة هي:

أ- مسح البيئة الداخلية والخارجية ذات الصلة بعمل الشركة للتعرف على

الأزمات التي يمكن أن تواجهها على المستوى الكلي.

ب- القدرة على إتخاذ قرارات سريعة تحت ظل محدودية الوقت المتاح.

- دراسة (1994) Frederick, Ku, Soffin and Stan ، بعنوان:

Balance of Newspaper Coverage of U.S. in Gulf War

وقد هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية معالجة تسع من الصحف الأكثر أهمية على مستوى الولايات المتحدة مع تسع صحف أخرى تتميز بأنها الأكثر توزيعاً على مستوى ولاية ميتشاجن, لآراء أولئك الذين مع الحرب على العراق وأولئك الذين هم ضده هذه الحرب. وقد أظهرت نتائج الدراسة أن الصحف الأكثر توزيعاً كانت الأقدر على توصيل أصوات أولئك الذين هم ضد الحرب مقارنة مع الصحف الأقل توزيعاً كانت قصيرة بحيث لا تؤدي إلى نتائج مقنعة من الحرب عند قرائها.

- دراسة (1994) Harville, Wawrzyniak and Kaid ، بعنوان:

Constructing Conflict: The Case of the International Elite Press and the Gulf War

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية رواية صحافة النخبة في خمس من الدول هي, ألمانيا, اليابان, إنجلترا, فرنا بالإضافة إلى أمريكا, لقصة حرب الخليج الثانية عندما غزت أمريكا ودول التحالف, دولة العراق عام 1991, وذلك من خلال تحليل مضمون الأخبار المنشورة على الصفحة الأولى للصحف الخمسة.

وقد أظهرت النتائج أن كل صحيفة من الصحف الخمسة أوردت قصة الحرب بما يتلاءم مع وجهة نظر الدولة التي تتبع لها كل صحيفة, وأن هذه الصحف بما حوته صفحاتها الأولى كانت تؤكد على تضامن هذه الدول في دعمها لجهود الحرب على العراق.

- دراسة Peer, Limor (1995)، بعنوان:

Deciphering Media Independence: the Gulf War Debate in Television and Newspaper news

هدفت هذه الدراسة إلى بيان العلاقة والترابط ما بين نوع الوسيلة الإعلامية المستخدمة من جهة ومضامينها من جهة أخرى، وفي ضوء الحريات الصحفية المتاحة في الولايات المتحدة الأمريكية، وذلك خلال الغزو العراقي للكويت 1990م، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن هناك اختلافاً كبيراً في تغطية هذه الحرب من قبل التلفزيون الأمريكي من جهة، والصحف الأمريكية من جهة أخرى، حيث تبين أن التغطية التلفزيونية لذلك الحرب تؤيد وجهة النظر الرسمية أكثر مما تؤيدها التغطية الصحفية، مما يستدعي إعادة النظر في الحريات المعطاة لقطاع التلفزيون، وفيما إذا كانت هذه الحريات حقيقية أم لا؟

خلاصة العرض السابق

باستعراض الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت التغطية الصحفية للمواضيع التي تتعلق بالأزمات بشكل عام، فإنه يمكن رصد واستخلاص مجموعة من المبادئ النظرية والمنهجية والتي تتعلق بطريقة تناول والتكيف المنهجي، والنتائج التي توصلت إليها على النحو التالي:

1- يتضح من الدراسات السابقة أن ثمة اهتماماً مكثفاً بدراسة دور الصحافة في

تغطية المواضيع الاقتصادية مثل دراسة منى ابوجامع.

2- انصب اهتمام معظم الدراسات الإعلامية التي تناولت تغطية المواضيع الاقتصادية على الاعتماد على الجانب الميداني في كثير من الدراسات مقابل تجاهل الاهتمام بتحليل المضامين المقدمة عن المواضيع الاقتصادية في وسائل الإعلام المختلفة مثل دراسة السيد بهنسي حسن.

3- اهتمت معظم الدراسات بالوقوف على اتجاهات الجمهور وأرائهم حول تناول وسائل الإعلام للمواضيع الاقتصادية، دون الاهتمام بدراسة تأثير استخدام هذه الوسائل عليهم من الناحية الاجتماعية والثقافية وغيرها.

4- يتضح من الدراسات السابقة أن الاستبانة ما زالت هي الأداة المهيمنة في معظم الدراسات الإعلامية رغم اختلاف الدراسات وتنوع أهدافها ومناهجها.

5- بالرغم من عدم تجانس مجتمع الدراسة في دراستي المجلس الأعلى للأعلام، بحيث لا يمكن الخروج بنتائج عامة تصف المعالجة أو التغطية لكل الصحف، إلا ان النتائج كانت مفيدة لكل صحيفة على حده.

حدود الاستفادة من الدراسات السابقة

لا شك أن الباحث استفاد من خلال الإطلاع على هذه الدراسات في جوانب أضافت أبعاداً هامة في إجراء هذه الدراسة، وفي وضع تصور عام للدراسة والتحديد الدقيق لمشكلة الدراسة وأهدافها، حيث تطرقت مباشرة إلى دراسة تغطية الصحف للمواضيع الاقتصادية وخاصة الجانب المتعلق بتغطية الأزمة المالية العالمية، على اعتبار أن كثيراً من الدراسات لم تتعرض إليها، ورصد أهم الجوانب المنهجية، كما ساهمت على المستوى الإجرائي في تحديد

نوع عينة الصحف المدروسة، وصياغة التساؤلات التي تعرضت لها الدراسة، فضلاً عن تصميم استمارة الدراسة التحليلية وتحويل المحاور إلى متغيرات قابلة للدراسة.

تعتبر الدراسة الحالية من الدراسات التي تحاول التركيز على وضع صيغة من الوصف التحليلي للمضامين المقدمة عن الأزمة المالية العالمية في صحف الدراسة الثلاث الرأي الأردنية والزمان العراقية والبيان الإماراتية ودورها في إمكانية غرس مفاهيم حول المضامين التي تناولتها حول الأزمة المالية.

واستخدم الباحث بعض المناهج الدراسية كالمنهج الإحصائي للتوصل إلى العلاقات ذات الدلالة الإحصائية التي تربط بين متغيرات الدراسة، كما تم استخدام عدة أدوات للبحث العلمي والتي لم تستخدم معظمها في الدراسات السابقة مثل تحليل المضمون، لذلك يمكن القول إن الدراسة الحالية قد تضيف جديداً للدراسات السابقة.

ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

وباستعراض الدراسات ذات العلاقة يتضح ما يلي:

1- إن أغلب الدراسات السابقة ركزت على الأزمات بشكل عام والجوانب المرتبطة بها، في حين حاولت الدراسة الحالية توضيح الجوانب المتعلقة بتغطية الصحف العربية للأزمة المالية العالمية، وقد استفاد الباحث منها في تحديد توجهات الدراسة الحالية عند صياغة الأسئلة المتعلقة بمختلف جوانبها.

2- تتناول الدراسة الحالية جانبا مهما من الأزمات وهو الأزمة الاقتصادية، ونظرا لقلّة الاهتمام بالبحث في هذه المجال، فإن هذه الدراسة تعدّ إسهاماً جاداً في تحقيق إضافة علمية، وفي كونها من أوائل الدراسات في هذا المجال في الوطن العربي، مما يضفي عليها صفة الشمولية والقابلية للتعميم.

3- إن معظم الدراسات التي أُتيح للباحث الاطلاع عليها أُجريت في بيئات عالمية مختلفة عن البيئة العربية، بينما أُجريت هذه الدراسة في الأردن حيث كانت شاملة لبيان مدى التغطية الصحفية للآزمة المالية العالمية، وربما تكون هذه الدراسة الوحيدة التي بحثت في هذا المجال على حد علم الباحث.

4- بعد استقرار الدراسات والبحوث الأكاديمية فقد أتضح قلة الدراسات الميدانية على مستوى الوطن العربي المتعلقة بالديمقراطية والإستراتيجية الأمنية، مما يجعل من الدراسة الحالية إضافة بناءة للمكتبة العربية.

الفصل الثالث

الطريقة والإجراءات

- منهج الدراسة
- مجتمع الدراسة
- عينة الدراسة
- أداة الدراسة
- صدق الأداة
- ثبات الأداة
- إجراءات الدراسة
- أساليب جمع البيانات والمعلومات
- أساليب التحليل الإحصائي

الفصل الثالث

الطريقة والإجراءات

المقصود بالمنهجية هو إجراءات البحث التي تتضمن مجمل النشاطات، التي يقوم بها الباحث من جمع المعلومات والبيانات وتحليلها وتفسيرها، واختيار العينات والاستبانات وإجراء التجارب والملاحظات الميدانية، وكل ما يحتاجه البحث من إجراءات عملية ونظرية وصولاً إلى النتائج، التي تكشف عن حقيقة موضوع البحث وفق منهج البحث العلمي الأكاديمي (الوصفي التحليلي)، لغاية الوصول إلى النتائج النهائية وكتابة التقرير (عمر، 2008، ص170).

وبالرغم من تحديد الباحث لبحثه بالوصفي التحليلي، فإن الضرورة تقتضي هنا إضافة كل ما يراه الباحث مناسباً لتوضيح وتحليل وتحقيق أسئلة البحث وخدمة أهدافه، حيث قام ببعض الإجراءات العملية تضمنت مسح الصحف عينة البحث وتصنيفها بحسب مضامين تنوعها في تغطية الأزمة المالية العالمية في صفحاتها المختلفة، والقيام بمطالعة ودراسة ورصد المكتوب حول الأزمة، مستعينا بوحدة تحليل المضمون وفرضيات الدراسة ومنهجيتها والعيّنات والجداول الإحصائية، وتحليل المضامين الكيفية وتحقيق صحتها بمجموعة مناسبة من نماذج الاستبانات والجداول والفرضيات، وبما توضحه الجداول المتنوعة اللاحقة من أجل الوصول إلى تحقيق أهداف الدراسة والحصول على أفضل النتائج، بالإضافة إلى قيام الباحث بدراسة عدد من الدراسات القريبة والمشابهة للدراسة الحالية والتي تضمن الفصل الثاني بعضاً منها مع خلاصة لكل الدراسات، حيث استفاد من تحليلاتها واستباناتها ونتائج فرضياتها.

منهج الدراسة

هي دراسة وصفية تحليلية مقارنة، حيث استخدم الباحث فيها أسلوب تحليل المضمون، بهدف التعرف على دور الصحافة العربية في تغطية الأزمة المالية العالمية، ويسعى تحليل المضمون إلى وصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها، من حيث الشكل والمضمون، تلبية للاحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات البحث أو فروضه، طبقاً للتصنيفات الموضوعية التي يحددها الباحث، وذلك بهدف استخدام هذه البيانات بعد ذلك إما في وصف هذه المواد الإعلامية التي تعكس السلوك الاتصالي العلني للقائمين بالاتصال، أو لاكتشاف الخلفية الفكرية أو الثقافية أو السياسية أو العقائدية التي تنبع منها الرسالة الاتصالية، أو للتعرف على مقاصد القائمين بالاتصال، وذلك بشرط أن تتم عملية التحليل بصفة منتظمة، ووفق أسس منهجية، ومعايير موضوعية، وأن يستند الباحث في عملية جمع البيانات وتحليلها على الأسلوب الكمي بصفة أساسية، وقام الباحث بتصميم استمارة للتحليل شملت الفئات المختلفة التي تلبى أهداف الدراسة (حسين، 1999، ص 233-234).

أوضح كرلينجر Kerlinger عام 1973م، الوارد ذكره (الجمال، 1999، ص 219) أن تحليل المضمون هو " طريقة دراسة وتحليل الاتصال بطريقة منتظمة، موضوعية، وكيفية، بغرض قياس المتغيرات"، كما وضع بيرلسون Berelson عام 1952م، الوارد ذكره (المصدر نفسه، ص 219) تعريفاً لتحليل المضمون بأنه (تكنيك بحثي للوصف الموضوعي المنظم للمحتوى الظاهري للاتصال)، وهذا التعريف أكثر انتشاراً ويتفق مع الأول في جوانب كثيرة على الرغم من أن التعريف الأول أكثر شمولاً، لأنه أضاف الوصف الكمي لمضمون

الاتصال، في حين يصف محمد الوفاي 1989م الوارد ذكره (الجمال، 1999، ص221) تحليل المضمون بأنه (طريقة مقننة، وهي ليست منهجاً كما يسميه البعض، فهو ليس منهج تفكير، وإنما هو وسيلة لجمع البيانات، وأسلوب للملاحظة أو المشاهدة أو تتبع الظاهرة بغرض تحليلها بتعميمات أو الإجابة عن تساؤلات أو جمع معلومات لرصد ظاهرة ما).

ويشير (الجمال، 1999، ص219) إلى أن تحليل المضمون كطريقة من طرق البحث يعتمد على القراءة التي تتم بواسطة أداة محددة ومناسبة لتفهم طبيعة المضمون، حيث يوجد اتجاهان أساسيان في مجال استخدام تحليل المضمون يركز الأول على الاستخدامات الوظيفية ويركز الثاني على مستوى التحليل، وهناك نمطان من أنماط تحليل المضمون، أحدهما تحليل المضمون الهيكلي، حيث العناية بالمبنى والآخر تحليل المضمون المادي والخاص بالمعنى، وتعتمد هذه الدراسة نمط تحليل المضمون الهيكلي، حيث تصبح المساحة والكم الذي تحظى به المادة المدروسة هو موضع الاهتمام، وبالتالي الكشف عن مدلولات التباين في التغطية التي نالتها الأزمة المالية، من حيث المساحة والكم بين الموضوعات المطروحة في صحف العينة، أما تحليل المضمون المادي فيركز على المفاهيم والمعاني والدلالات وما وراء النص أو التحليل أو التحقيق أو غيره من الموضوعات.

ويرى الباحث أن تحليل المضمون هو الطريقة المنهجية التي نستخدمها لكي نصف مضمون الاتصال سواء كان شفهيًا أو مكتوبًا أو من خلال الراديو أو التلفزيون أو الانترنت مذاعاً، وموضوعياً بطريقة منظمة منهجية، بغرض اختبار فروض علمية أو الإجابة عن تساؤلات بحثية، فهو طريقة منظمة وكل مراحلها تتم طبقاً لقواعد واضحة ومتسقة مع بعضها

البعض، وثابتة، ويتسم تحليل المضمون بأنه موضوعي، أي أنه يجب أن يتم بمعزل عن تحيزات وأهواء الباحث، وأنه يجب أن نحصل على نفس النتائج إذا كررنا التحليل بنفس طريقة البحث، ومع ذلك فيجب التنويه بأن الموضوعية الكاملة مائة بالمائة لا تتحقق في تحليل المضمون لأن تحديد فئات ووحدات التحليل المتضمنة في البحث تخضع في أحوال كثيرة لذاتية الباحث وكفاءته العلمية والفنية، كما أن تحليل المضمون يعتمد كذلك على القياس الكمي، وهذا يعني أن هدفه الوصف.

غطت هذه الدراسة الصحف العربية اليومية حيث اعتمد الباحث على ثلاث منها هي صحف الرأي والزمان والبيان، والتي صدرت خلال الفترة الزمنية الواقعة، ما بين الأول من أيلول 2008 وحتى الحادي والثلاثين من كانون الأول 2009، وبلغ مجموع الأعداد الصادرة خلال هذه الفترة حوالي (1300) عدد من الصحف الثلاث، أما الأعداد التي تم تحليل مضمونها فبلغ 135 عدداً من الصحف الثلاث وبمعدل 3 أعداد من كل صحيفة خلال الشهر موزعة على النحو التالي:

الرأي 45 عدد

الزمان 45 عدد

البيان 45 عدد

وتمثل هذه العينة ما نسبته حوالي 10% من الأعداد الصادرة خلال الفترة المشمولة بالدراسة، وتجدر الإشارة إلى أن هناك فروقاً بين الصحف من حيث الحجم (عدد الصفحات) والمساحة (مساحة الصفحة الواحدة) والفترة الزمنية لوجود الصحيفة (بعضها في بداية الفترة

التي غطتها الدراسة وبعضها في نهاية الفترة)، وقد حاولت الدراسة أن تأخذ ذلك في الاعتبار عند عرض النتائج قدر ما تسمح به تقنية التحليل المعتمدة، وقد تم تقسيم التحليل إلى:

أولاً: أنماط العناوين المستخدمة في صحف الدراسة والمصاحبة للأزمة المالية العالمية: العنوان العريض "مانشيت"، العنوان الممتد، العنوان العمودي.

ثانياً: طرق الإقناع المستخدمة في الصحف لتغطية الأزمة المالية: عرض الحقائق والأرقام، المبالغة والتهويل، التخويف والتحذير.

ثالثاً: المصادر الإخبارية التي اعتمدت عليها الصحف لتغطية الأزمة المالية: وكالات أنباء عالمية، بدون مصدر، وكالات أنباء وطنية، مندوبون، مراسلون صحفيون.

رابعاً: الفنون والأشكال الصحفية المستخدمة في عرض وتقديم الأزمة المالية العالمية: الخبر، التقرير، المقال، التحقيق، الحوار، الحديث، الترجمة، الوثائق.

خامساً: مدى اهتمام صحف الدراسة بالأزمة المالية العالمية من حيث مساحة التغطية المنشورة: عمود، ربع صفحة، نصف صفحة، أكثر من نصف صفحة.

سادساً: اتجاه صحف الدراسة نحو الأزمة المالية العالمية: ايجابي، سلبي، محايد.

سابعاً: المواقع التي نشرت فيها الأزمة المالية العالمية: الصفحة الأولى، الصفحة الأخيرة، الصفحات الداخلية، الملحق الاقتصادي.

ثامناً: القائمون بعملية التغطية الصحفية: محللون أكاديميون مختصون في علم الاقتصاد، صحفيون مهتمون بمتابعة الشأن الاقتصادي، مسؤولون حكوميون.

مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من جميع مضامين ومحتويات الصحف العربية الثلاث حول الأزمة المالية العالمية وهي الرأي الأردنية والزمان العراقية والبيان الإماراتية.

عينة الدراسة

تمثلت عينة الدراسة في تحليل مضمون الأزمة المالية العالمية التي تم نشرها في الصحف المذكورة خلال الفترة التي تغطيها الدراسة، وذلك من خلال دراسة وتحليل مضامين الأعداد المنشورة من هذه الصحف، ووقع الاختيار على هذه الصحف لجماهيريتها وشعبيتها لدى جمهور القراء، فضلاً عن اهتمام كل منها برصد الظاهرة المدروسة بشكل واضح وملموس.

وقد تم اختيار المادة الصحفية التي تتحدث عن الأزمة الاقتصادية كمادة للدراسة في الصحف العينة باستخدام أسلوب الحصر الشامل لكل المواد المنشورة خلال الفترة التي غطتها الدراسة، وهي الفترة الواقعة ما بين الأول من أيلول 2008 وحتى الحادي والثلاثين من كانون الأول 2009. وفي إطار هذا الفترة تم تحليل (45) مادة من صحيفة الرأي، و(45) مادة من صحيفة البيان، و (45) مادة من صحيفة الزمان، باستخدام العينة العشوائية البسيطة على عينة مواد الصحيفة للفترة التي غطتها الدراسة، وتم اختيار الأعداد بمعدل 3 أعداد شهريا من

كل صحيفة، وهي الأعداد التي تم استخراجها من جدول الأرقام العشوائية، حتى تمكن الباحث من الحصول على عدد معقول، أمكن من خلاله التحليل والتفسير (البياتي، 2008، ص301).

أداة الدراسة

قام الباحث باستخدام استمارة تحليل المضمون، حيث تم تحليل مضمون الصحف الثلاث، من خلال تطبيق استمارة تحليل مضمون والتي تم إعدادها خصيصاً للدراسة كأداة للتحليل، وذلك لتحديد مضمون وشكل الأزمة المالية العالمية في هذه الصحف، من خلال فئات ووحدات التحليل المختلفة للمادة الإعلامية والمستخدم في تقديم المادة إلى الجمهور، والمستخدم في الصحف لنقل المضامين والأفكار والمعاني.

تتكون وحدة التحليل من الجمل والعبارات والمصطلحات والمفاهيم الواردة في الصفحات الاقتصادية، وتحديدًا حول الأزمة المالية والواردة في الصحف العربية الثلاثة (الرأي والبيان والزمان).

وتعتمد الدراسة على الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية وهي الوحدة الإعلامية المتكاملة التي تستخدم لتقديم المادة إلى الجمهور، وهي وحدة مفردات النشر الخاصة بالأشكال التي تستخدمها الصحف في نقل المضامين والأفكار والمعاني حول الأزمة المالية العالمية، وتتحدد وحدة مفردات النشر هنا في المضامين الصحفية المقدمة بالصحف المبحوثة من خلال فنون صحفية مستخدمة من صور وعناوين، وتحاول هذه الدراسة تطبيق الاتجاهات الحديثة في

تحليل المضمون، وهي كما يرى كلوس كريبندورف يجب أن تجيب على أسئلة أو محاور ستة

هي: (Klaus Krippendorfs, 2004, p84)

- 1- تحديد البيانات التي تخضع للتحليل.
- 2- كيفية تعريفها.
- 3- تحديد المضمون الذي يتم من خلاله تحليل البيانات ويتضمن التحليل عناصر وفئات محددة من أهمها تحديد مصدر الرسالة وتحديد الهدف منها وتحديد شكل الرسالة ومضمونها، فضلاً عن تحديد الجمهور المستهدف وتأثيره عليه.
- 4- تحديد المجتمع الذي سحبت منه البيانات.
- 5- تحديد الإطار الخاص بالدراسة.

صدق الأداة

يقصد بالصدق أن تكون الاستمارة صالحة لتحقيق أهداف الدراسة، وأن تعكس ما يفترض أن تعكسه، حيث قام الباحث بإجراء اختبار الصدق بهدف التأكد من مصداقية أداة الدراسة والثقة في نتائج الدراسة من خلال عرض الاستمارة على هيئة محكمين وأساتذة متخصصين بالإعلام والصحافة للحكم على مدى صلاحيتها كأداة لجمع البيانات، (ملحق 2 يبين أسماء المحكمين)، حيث تم إرفاق تقرير وافٍ يتضمن مشكلة الدراسة وأهدافها وبعد استرجاع الاستمارات قام الباحث بإجراء التعديلات المقترحة من المحكمين والأساتذة المختصين، وذلك لتأكيد أن الباحث قد قام بقياس ما يجب قياسه والوصول إلى مستوى عالٍ من الصدق الداخلي في الدراسة. حيث أبقى الباحث على الأسئلة التي تستحوذ على نسبة اتفاق

بين المحكمين باعتبار أنه يمثل مستوى مرتفعا من الصدق, واستبعاد الأسئلة التي تحصل على نسبة اتفاق أقل, ودمج بعض الأسئلة معا وفقا لرأى المحكمين, حيث تم الإبقاء على الأسئلة التي اتفق بشأنها 80% من المحكمين, وتم تعديل الأسئلة التي لم تحصل إلا على 60% - 70% من الاتفاق بين المحكمين, وتم حذف الأسئلة التي حصلت على اتفاق 50% فأقل من المحكمين.

ثبات الأداة

أما ثبات التحليل فيقصد به اتساق تحليل المواد الصحفية المنشورة في الصحف الثلاث, خلال فترة الدراسة بين الباحث ونفسه عبر الزمن, وتم حساب الثبات بطريقة إعادة التطبيق وبفاصل زمني قدرة ثلاثة أسابيع, وباستخراج النسب المئوية للاتفاق, واستخدم الباحث معامل الثبات هولستي لقياس درجة الاتساق في التحليل, حيث معامل الثبات هولستي:

$$2$$

$$2 - 1$$

حيث 2 = عدد الحالات التي يتفق عليها التحليلان.

1 = عدد الحالات التي توصل إليها التحليل الأول.

2 = عدد الحالات التي توصل إليها التحليل الثاني.

وباستخراج النسب المئوية للاتفاق وجد أنها بلغت نحو 93% وهي نسبة يمكن الاعتماد عليها كمعامل ثبات وفقا للدراسات السابقة بما يؤكد الثقة في التحليل.

إجراءات الدراسة

تتضمن إجراءات الدراسة ما يلي:

1. الحصول على كتاب تسهيل مهمة من الجامعة.
2. تحديد مجتمع الدراسة وهو جميع أعداد الصحف (الرأي والزمان والبيان).
3. تحديد عينة الدراسة وهي الأعداد التي تم اختيارها بالطريقة العشوائية من جدول الأرقام العشوائية لصفح (الرأي والزمان والبيان).
4. بناء الأداة وهي استمارة تحليل المضمون، وذلك لتحليل مضمون الصحف الثلاث، وتحديد مضمون وشكل الأزمة المالية العالمية في هذه الصحف.
5. التحقق من صدق الأداة وذلك بعرضها على هيئة محكمين وأساتذة متخصصين بالإعلام والصحافة للحكم على مدى صلاحيتها كأداة لجمع البيانات.
6. التحقق من ثبات التحليل باستخدام معادلة الثبات هولستي لقياس درجة الاتساق في التحليل.
7. تطبيق الأداة على عينة الصحف الثلاث (الرأي والزمان والبيان).
8. تحليل النتائج التي تم التوصل إليها من خلال تحليل مضمون الصحف.
9. تفسير النتائج والتعليق عليها وربطها بنتائج الدراسات السابقة.
10. كتابة الرسالة.

أساليب جمع البيانات والمعلومات

تم الاعتماد في هذه الدراسة على نوعين من مصادر المعلومات هما المصادر الأولية والمصادر الثانوية وكما يلي:

البيانات الأولية: وهي بيانات تم الحصول عليها من خلال تصميم وتطوير استمارة تحليل مضمون للصحف عينة الدراسة، بحيث غطت التساؤلات التي استندت عليها الدراسة.

البيانات الثانوية: وهي البيانات التي تم الحصول عليها من المصادر المكتبية، ومن المراجعة الأدبية للدراسات السابقة من أجل وضع الأسس العلمية والإطار النظري لهذه الدراسة مثل:

1- كتب الإعلام وخاصة التي تبحث في التغطية الإعلامية للصحف العربية.

2- المواد العلمية التي تبحث في الأزمة المالية العالمية في الصحف الثلاث.

3- الدوريات المتخصصة والنشرات التي كتبت حول موضوع الدراسة.

4- رسائل الماجستير وأطروحات الدكتوراه.

5- الإحصاءات الرسمية الصادرة عن الجهات المختصة.

6- التقارير الصادرة عن الهيئات ومراكز الأبحاث.

7- المعلومات المتوافرة على الإنترنت.

أساليب المعالجة الإحصائية

بعد أن أنهى الباحث عملية جمع البيانات والمعلومات اللازمة حول متغيرات هذه الدراسة تم ترميزها وإدخالها إلى الحاسب الآلي لاستخراج النتائج الإحصائية، حيث تم الاستعانة بالأساليب الإحصائية ضمن البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية (SPSS) وتمت معالجة البيانات التي تم الحصول عليها من خلال استبانة تحليل المضمون، وبالتحديد فإن الباحث استخدم الإحصاء الوصفي: Descriptive Statistics، إذ تم استخدام النسب المئوية (Percentages) وجدول التوزيع التكراري (Frequencies)، وكذلك تم استخدام الإحصاء الاستدلالي اختبار مربع كاي بهدف الإجابة على أسئلة الدراسة من السؤال الأول ولغاية السؤال الثامن.

الفصل الرابع

مناقشة نتائج التحليل الإحصائي لمضمون الصحف

- تحليل أنماط العناوين المستخدمة
- تحليل طرق الإقناع المستخدمة
- تحليل المصادر الإخبارية
- تحليل الفنون والأشكال الصحفية المستخدمة
- تحليل مساحة التغطية
- تحليل اتجاه صحف الدراسة
- تحليل المواقع التي نشرت فيها الأزمة المالية العالمية
- تحليل القائمين بعملية التغطية الصحفية

الفصل الرابع

مناقشة نتائج التحليل الإحصائي لمضمون الصحف

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة تم إدخالها بعد ترميزها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS لرصد التكرارات البسيطة والجداول والمتوسطات الحسابية والنسب المئوية.

أولاً: أنماط العناوين المستخدمة في صحف الدراسة والمصاحبة للأزمة المالية العالمية: العنوان العريض "مانشيت"، العنوان الممتد، العنوان العمودي.

جدول (1)

توزيع المادة الصحفية حسب أنماط العناوين المستخدمة

البيان		الزمان		الرأي		أنماط العناوين المستخدمة
النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	
31.1	14	20	9	26.6	12	العنوان العريض "مانشيت"
46.6	21	37.7	17	42.3	19	العنوان الممتد
22.3	10	42.3	19	31.1	14	العنوان العمودي
%100	45	%100	45	%100	45	المجموع

مستوى الدلالة = 0.05

قيمة كا² الجدولية = 9.48

قيمة كا² المحسوبة = 2.3

تهدف هذه الفئة (فئة العناوين المستخدمة) إلى التعرف على أنماط العناوين المختلفة المصاحبة للصحف الثلاث، حيث أدى زيادة عدد الصحف في السنوات الأخيرة وتنوعها إلى إلقاء الضوء على الدور الهام الذي تقوم به العناوين في خلق شخصية مميزة للصحيفة عما سواها من الصحف الأخرى، وقد درج الباحثون إلى تصنيف العناوين المستخدمة في الصحف إلى عدة أنواع رئيسية، من أبرزها العنوان العريض (المانشيت) والعنوان الممتد والعنوان العمودي، باعتبارها تمثل أهم وسائل الإبراز في الصحف.

يتبين من البيانات الواردة في الجدول السابق (1) تركيز الصحف الثلاث عينة الدراسة على العناوين الممتدة كوسيلة لجذب انتباه القارئ لمضمون المادة الاقتصادية المقدمة حول الأزمة المالية العالمية، حيث بينت النتائج ما يلي:

1- جاء اعتماد صحيفة الرأي الأردنية في تغطية الأزمة المالية العالمية في المرتبة الأولى على العناوين الممتدة بنسبة تصل إلى 42.3%، تلتها العناوين العمودية بنسبة بلغت 31.1%، ثم العناوين العريضة "مانشيت" بنسبة بلغت 26.6%.

2- جاء اعتماد صحيفة الزمان العراقية في تغطية الأزمة المالية العالمية في المرتبة الأولى على العناوين العمودية بنسبة تصل إلى 42.3%، تلتها العناوين الممتدة بنسبة بلغت 37.7%، ثم العناوين العريضة "مانشيت" بنسبة بلغت 20%.

3- جاء اعتماد صحيفة البيان الإماراتية في تغطية الأزمة المالية العالمية في المرتبة الأولى على العناوين الممتدة بنسبة تصل إلى 46.6%، تلتها العناوين العريضة "مانشيت" بنسبة بلغت 31.1%، ثم العناوين العمودية بنسبة بلغت 22.3%.

وعلى الرغم من الفوارق الظاهرية بين الصحف الثلاث في توزيع المادة الصحفية حسب أنماط العناوين المستخدمة، إلا أن نتائج اختبار كا² بينت عدم وجود فروق معنوية بين الصحف الثلاث في فئة العناوين المستخدمة، حيث فاقت قيمة كا² الجدولية نظيرتها المحسوبة، مما يشير إلى عدم وجود فروق حقيقية بين الصحف.

ثانياً: طرق الإقناع المستخدمة في الصحف لتغطية الأزمة المالية: عرض الحقائق والأرقام، المبالغة والتهويل، التخويف والتحذير.

جدول (2)

توزيع المادة الصحفية حسب طرق الإقناع المستخدمة

البيان		الزمان		الرأي		طرق الإقناع المستخدمة
النسبة%	تكرار	النسبة%	تكرار	النسبة%	تكرار	
33.2	15	26.6	12	48.9	22	عرض الحقائق والأرقام
37.8	17	42.2	19	35.5	16	المبالغة والتهويل
29	13	31.2	14	15.6	7	التخويف والتحذير
%100	45	%100	45	%100	45	المجموع

مستوى الدلالة=0.05

قيمة كا² الجدولية=9.48

قيمة كا² المحسوبة=2.9

تهدف هذه الفئة (فئة مسارات الإقناع) التعرف على مسارات البرهنة والإقناع المستخدمة في الصحف الثلاث موضع الدراسة، وقد دلت النتائج على تنوع طرق التأثير على القراء بين أسلوب المبالغة والتهويل والإثارة العاطفية، والذي ينزل بطبيعته إلى أدنى

المستويات العقلية، وأسلوب عرض الحقائق والأرقام حول الأزمة المالية العالمية، والذي يعتمد على وصول الحقائق إلى أكبر عدد ممكن من القراء، على أساس أن الحقائق الملموسة أقوى أثراً وأبقى من التهويل والمبالغة والتضخيم، فضلاً عن أسلوب التخويف والتحذير هو من أكثر الأساليب الصحفية شيوعاً في الآونة الأخيرة.

يتبين من البيانات الواردة في الجدول السابق (2) تركيز الصحف الثلاث عينة الدراسة على أسلوب عرض الحقائق والأرقام في تحليل مضمون المادة الاقتصادية حول الأزمة المالية العالمية، حيث بينت النتائج ما يلي:

1- جاء اعتماد صحيفة الرأي الأردنية في تغطية الأزمة المالية العالمية في المرتبة الأولى على أسلوب عرض الحقائق والأرقام بنسبة تصل إلى 48.9%، تلاه أسلوب المبالغة والتهويل بنسبة بلغت 35.5%، ثم أسلوب التخويف والتحذير بنسبة بلغت 15.6%.

2- جاء اعتماد صحيفة الزمان العراقية في تغطية الأزمة المالية العالمية في المرتبة الأولى على أسلوب المبالغة والتهويل، وذلك بنسبة تصل إلى 42.2%، تلاه أسلوب عرض الحقائق والأرقام بنسبة بلغت 33.3%، ثم أسلوب التخويف والتحذير بنسبة بلغت 26.6%.

3- جاء اعتماد صحيفة البيان الإماراتية في تغطية الأزمة المالية العالمية في المرتبة الأولى على أسلوب المبالغة والتهويل، وذلك بنسبة تصل إلى 37.8%، تلاه أسلوب التخويف والتحذير بنسبة بلغت 31.2%، ثم أسلوب عرض الحقائق والأرقام بنسبة بلغت 29%.

وعلى الرغم من الفوارق الظاهرية بين الصحف الثلاث في توزيع المادة الصحفية حسب طرق الإقناع المستخدمة، إلا أن نتائج اختبار كا² بينت عدم وجود فروق معنوية بين الصحف الثلاث في فئة مسارات الإقناع، حيث فاقت قيمة كا² الجدولية نظيرتها المحسوبة، مما يشير إلى عدم وجود فروق حقيقية بين الصحف.

ثالثاً: المصادر الإخبارية التي اعتمدت عليها الصحف لتغطية الأزمة المالية: وكالات أنباء عالمية، بدون مصدر، وكالات أنباء وطنية، مندوبون، مراسلون صحفيون وكتاب.

جدول (3)

توزيع المادة الصحفية حسب المصادر الإخبارية

البيان		الزمان		الرأي		المصادر الإخبارية
النسبة%	تكرار	النسبة%	تكرار	النسبة%	تكرار	
35.6	16	37.8	17	40	18	وكالات أنباء عالمية
2.2	1	11.1	5	4.4	2	بدون مصدر
42.2	19	26.7	12	31.1	14	وكالات أنباء وطنية
11.1	5	17.8	8	11.1	5	مندوبون
8.9	4	6.6	3	13.4	6	مراسلون صحفيون وكتاب
%100	45	%100	45	%100	45	المجموع

مستوى الدلالة=0.05

قيمة كا² الجدولية=15.5

قيمة كا² المحسوبة=1.9

تهدف هذه الفئة (فئة المصدر الإخباري) إلى التعرف على المصادر المستخدمة في عرض المضامين في الصحف الثلاث المدروسة، حيث انه من الضروري تحديد مصدر الرسالة الإعلامية، للوقوف على مدى صدقها وجديتها. كما تعتبر المصادر الخاصة بالأمور الاقتصادية وتحديدا حول الأزمة المالية العالمية من المصادر المفتوحة التي يمكن من خلالها للصحفي الوصول إلى المعلومة بحرية وبسهولة لجمع الأخبار ويلتقي بالمسؤولين، كذلك الشخصيات الكبيرة يمكن مقابلتها بسهولة. وقد دلت النتائج اعتماد الصحف الثلاث موضع الدراسة على وكالات الأنباء المختلفة خاصة العالمية، الأمر الذي يمكن تفسيره في ضوء الإمكانيات المادية المرتفعة والتقنيات التكنولوجية الهائلة التي تتمتع بها هذه الصحف، فضلا عن وجود عدد كبير من المحررين والمندوبين لدى هذه الصحف، كذلك المراسلين الداخليين والخارجيين.

يتبين من البيانات الواردة في الجدول السابق (3) تركيز الصحف الثلاث عينة الدراسة على وكالات الأنباء العالمية والوطنية في تحليل مضمون المادة الاقتصادية حول الأزمة المالية العالمية، حيث بينت النتائج ما يلي:

1- جاء اعتماد صحيفة الرأي الأردنية في تغطية الأزمة المالية العالمية في المرتبة الأولى على وكالات الأنباء العالمية بنسبة تصل إلى 40%، تلتها وكالات الأنباء الوطنية بنسبة بلغت 31.1%، ثم المراسلون الصحفيون بنسبة بلغت 13.4%، ثم المندوبون بنسبة بلغت 11.1%، وأخيرا جاءت الأخبار بدون مصدر بنسبة بلغت 4.4%.

2- جاء اعتماد صحيفة الزمان العراقية في تغطية الأزمة المالية العالمية في المرتبة الأولى على وكالات الأنباء العالمية بنسبة تصل إلى 37.8%، تلتها وكالات الأنباء الوطنية بنسبة بلغت 26.7%، ثم مندوبيون وبنسبة بلغت 17.8%، ثم الأخبار بدون مصدر وبنسبة بلغت 11.1%، وأخيرا جاء مراسلون صحفيون وبنسبة بلغت 6.6%.

3- جاء اعتماد صحيفة البيان الإماراتية في تغطية الأزمة المالية العالمية في المرتبة الأولى على وكالات الأنباء الوطنية بنسبة تصل إلى 42.2%، تلتها وكالات الأنباء العالمية بنسبة بلغت 35.6%، ثم جاء المندوبيون وبنسبة بلغت 11.1%، ثم المراسلون الصحفيون وبنسبة بلغت 8.9%، وأخيرا جاءت الأخبار بدون مصدر وبنسبة بلغت 2.2%.

وعلى الرغم من الفوارق الظاهرية بين الصحف الثلاث في توزيع المادة الصحفية حسب فئة المصدر الإخباري، إلا أن نتائج اختبار كا² بينت عدم وجود فروق معنوية بين الصحف الثلاث في فئة المصدر الإخباري، حيث فاقت قيمة كاي الجدولية نظيرتها المحسوبة، مما يشير إلى عدم وجود فروق حقيقية بين الصحف.

رابعاً: الفنون والأشكال الصحفية المستخدمة في عرض وتقديم الأزمة المالية العالمية:
الخبر، التقرير، المقال، التحقيق، الحوار، الحديث، الترجمة، الوثائق.

جدول (4)

توزيع المادة الصحفية حسب الفنون والأشكال الصحفية

البيان		الزمان		الرأي		الفنون والأشكال الصحفية
النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	
28.9	13	20.1	9	26.6	12	الخبر
15.6	7	22.2	10	17.8	8	التقرير
8.9	4	13.3	6	11.1	5	المقال
22.2	10	17.8	8	20.0	9	التحقيق
4.4	2	4.4	2	6.7	3	الحوار
8.9	4	11.1	5	6.7	3	الحديث
6.7	3	6.7	3	4.4	2	الترجمة
4.4	2	4.4	2	6.7	3	الوثائق
%100	45	%100	45	%100	45	المجموع

قيمة كا² المحسوبة = 1.9 قيمة كا² الجدولية = 23.68 مستوى الدلالة = 0.05

هدفت الدراسة الوقوف على الأشكال والفنون الصحفية المستخدمة في نقل المضامين الإعلامية الخاضعة للتحليل والتي قدمت من خلالها الأزمة المالية العالمية في الصحف عينة الدراسة خلال فترة التحليل (فئة الفنون والأشكال الصحفية) وشملت هذه الفئة عدة فئات من أهمها (الخبر، التقرير، المقال، التحقيق، الحوار، الحديث، الترجمة، الوثائق)، حيث تعتبر

صيغة الأخبار الصحفية من أكثر الصيغ الفنية التي استخدمتها الصحف موضع الدراسة خلال فترة التحليل، ومن المعروف تأثر الرأي العام بالصحف المختلفة عن طريق الخبر تارة، والتعليق تارة والأحاديث والتحقيقات تارة أخرى، حيث تختلف سياسة التحرير الصحفي لكل صحيفة باختلاف تخصصها وتوجهاتها، وكذلك وفقا لخصائص المحررين وخبراتهم، وأن تميز أي صحيفة عن غيرها إنما يتوقف على حسن ما تتميز به من جودة فن الكتابة الصحفية، ومهارة الأسلوب التحريري المستخدم.

يتبين من البيانات الواردة في الجدول السابق (4) تركيز الصحف الثلاث عينة الدراسة على الأخبار والتقارير في عرض وتقديم مضمون المادة الاقتصادية حول الأزمة المالية العالمية، حيث بينت النتائج ما يلي:

1- جاء اعتماد صحيفة الرأي الأردنية في تغطية الأزمة المالية العالمية في المرتبة الأولى على الخبر وذلك بنسبة تصل إلى 26.6%، تلاه التحقيق بنسبة بلغت 20.0%، ثم التقرير وبنسبة بلغت 17.8%، ثم المقال وبنسبة بلغت 11.1%، ثم الحوار والحديث والوثائق وبنسبة بلغت 6.7% لكل شكل منها، وأخيرا جاءت الترجمة وبنسبة بلغت 4.4%.

2- جاء اعتماد صحيفة الزمان العراقية في تغطية الأزمة المالية العالمية في المرتبة الأولى على التقرير بنسبة تصل إلى 22.2%، تلاه الخبر بنسبة بلغت 20.0%، ثم التحقيق وبنسبة بلغت 17.8%، ثم المقال وبنسبة بلغت 13.3%، ثم الحديث وبنسبة بلغت 11.1%، ثم الترجمة وبنسبة بلغت 6.7% وأخيرا جاء الحوار والوثائق وبنسبة بلغت 4.4% لكل شكل منهما.

3- جاء اعتماد صحيفة البيان الإماراتية في تغطية الأزمة المالية العالمية في المرتبة الأولى على الخبر بنسبة تصل إلى 28.9%، تلاه التحقيق بنسبة بلغت 22.2%، ثم التقرير وبنسبة بلغت 15.6%، ثم المقال والحديث وبنسبة بلغت 8.9% لكل شكل منهما، ثم الترجمة وبنسبة بلغت 6.7%، وأخيرا جاء الحوار والوثائق وبنسبة بلغت 4.4% لكل شكل منهما.

وعلى الرغم من الفوارق الظاهرية بين الصحف الثلاث في توزيع المادة الصحفية حسب فئة الفنون والأشكال الصحفية، إلا أن نتائج اختبار كا² بينت عدم وجود فروق معنوية بين الصحف الثلاث في فئة الفنون والأشكال الصحفية، حيث فاقت قيمة كا² الجدولية نظيرتها المحسوبة، مما يشير إلى عدم وجود فروق حقيقية بين الصحف.

خامسا: مدى اهتمام صحف الدراسة بالأزمة المالية العالمية من حيث مساحة التغطية المنشورة: عمود، ربع صفحة، نصف صفحة، أكثر من نصف صفحة.

جدول (5)

توزيع المادة الصحفية حسب مساحة التغطية المنشورة

البيان		الزمان		الرأي		مساحة التغطية المنشورة
النسبة%	تكرار	النسبة%	تكرار	النسبة%	تكرار	
11.1	5	17.8	8	11.1	5	عمود
20.0	9	26.7	12	31.1	14	ربع صفحة
26.7	12	31.1	14	22.2	10	نصف صفحة
42.2	19	24.4	11	35.6	16	أكثر من نصف صفحة
%100	45	%100	45	%100	45	المجموع

قيمة كا² المحسوبة = 1.8 قيمة كا² الجدولية = 12.59 مستوى الدلالة = 0.05

يقصد بهذه الفئة حجم المساحة التي تشغلها المواد المنشورة في الصحف الثلاث، حيث تعتبر الأزمات الاقتصادية وتحديد الأزمات المالية العالمية لها وزن سياسي واجتماعي وأمني وإعلامي هائل، فيتم إفراد مساحات كبيرة لها على الصفحة، بشكل يعكس التغيرات التي يمكن أن تحدثها الأزمات الاقتصادية من زاوية، ومن أجل اتخاذ الإجراءات المناسبة من جانب جمهور القراء من زاوية أخرى.

يتبين من البيانات الواردة في الجدول السابق (5) تركيز الصحف الثلاث عينة الدراسة على أكثر من نصف صفحة لتحليل مضمون المادة الاقتصادية حول الأزمة المالية العالمية، حيث بينت النتائج ما يلي:

1- جاءت فئة أكثر من نصف صفحة في المرتبة الأولى في التحليل بالنسبة لصحيفة

الرأي الأردنية وبنسبة تصل إلى 35.6%، تلتها فئة ربع صفحة بنسبة بلغت 31.1%،

ثم فئة نصف صفحة وبنسبة بلغت 22.2%، وأخيرا جاءت فئة العمود وبنسبة بلغت 11.1%.

2- جاءت فئة نصف صفحة في المرتبة الأولى في التحليل بالنسبة لصحيفة الزمان العراقية وبنسبة تصل إلى 31.1%، تلتها فئة ربع صفحة بنسبة بلغت 26.7%، ثم فئة أكثر من نصف صفحة وبنسبة بلغت 24.4%، وأخيرا جاءت فئة العمود وبنسبة بلغت 17.8%.

3- جاءت فئة أكثر من نصف صفحة في المرتبة الأولى في التحليل بالنسبة لصحيفة البيان الإماراتية وبنسبة تصل إلى 42.2%، تلتها فئة نصف صفحة بنسبة بلغت 26.7%، ثم فئة ربع صفحة وبنسبة بلغت 20.0%، وأخيرا جاءت فئة العمود وبنسبة بلغت 11.1%.

وعلى الرغم من الفوارق الظاهرية بين الصحف الثلاث في توزيع المادة الصحفية حسب فئة حجم المساحة التي تشغلها المواد المنشورة في الصحف الثلاث، إلا أن نتائج اختبار كا² بينت عدم وجود فروق معنوية بين الصحف الثلاث في حجم المساحة التي تشغلها المواد المنشورة في الصحف الثلاث، حيث فاقت قيمة كا² الجدولية نظيرتها المحسوبة، مما يشير إلى عدم وجود فروق حقيقية بين الصحف.

سادسا: اتجاه صحف الدراسة نحو الأزمة المالية العالمية: ايجابي، سلبي، محايد.

جدول (6)

توزيع المادة الصحفية حسب اتجاه صحف الدراسة نحو الأزمة المالية العالمية

الاتجاه	الرأي	الزمان	البيان
---------	-------	--------	--------

الأزمة المالية العالمية	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %	تكرار	النسبة %
ايجابي	6	13.3	5	11.1	8	17.8
سلبي	32	71.1	34	75.6	33	73.3
محايد	7	15.6	6	13.3	4	8.9
المجموع	45	%100	45	%100	45	%100

قيمة كا² المحسوبة = 2.3 قيمة كا² الجدولية = 9.48 مستوى الدلالة = 0.05

استهدفت الدراسة التعرف على اتجاه صحف الدراسة الخاضعة للتحليل نحو تغطية الأزمة المالية العالمية، ويقصد بهذه الفئة اتجاه التغطية لهذه الأزمة كونها (ايجابية أو محايدة أو سلبية)، ويتضح أن معظم التغطيات عن الأزمة المالية العالمية تصب في توجهات سلبية، بينما نسبة التغطيات الايجابية تعد محدودة نسبياً، كذلك نسبة التغطية المحايدة.

يتبين من البيانات الواردة في الجدول السابق (6) تركيز الصحف الثلاث عينة الدراسة على الاتجاهات السلبية في تغطية الأزمة المالية العالمية وتحليل مضمون المادة الاقتصادية حول الأزمة المالية العالمية، حيث بينت النتائج ما يلي:

1- جاءت فئة الاتجاهات السلبية في تغطية الأزمة المالية العالمية في المرتبة الأولى في التحليل بالنسبة لصحيفة الرأي الأردنية وبنسبة تصل إلى 71.1%، تلتها فئة الاتجاهات المحايدة بنسبة بلغت 15.6%، وأخيراً جاءت فئة الاتجاهات الايجابية وبنسبة بلغت 13.3%.

2- جاءت فئة الاتجاهات السلبية في تغطية الأزمة المالية العالمية في المرتبة الأولى في التحليل بالنسبة لصحيفة الزمان العراقية وبنسبة تصل إلى 75.6%، تلتها فئة الاتجاهات المحايدة بنسبة بلغت 13.3%، وأخيرا جاءت فئة الاتجاهات الايجابية وبنسبة بلغت 11.1%.

3- جاءت فئة الاتجاهات السلبية في تغطية الأزمة المالية العالمية في المرتبة الأولى في التحليل بالنسبة لصحيفة البيان الإماراتية وبنسبة تصل إلى 73.3%، تلتها فئة الاتجاهات الايجابية بنسبة بلغت 17.8%، وأخيرا جاءت فئة الاتجاهات المحايدة وبنسبة بلغت 8.9%.

وعلى الرغم من الفوارق الظاهرية بين الصحف الثلاث في توزيع المادة الصحفية حسب اتجاه التغطية لهذه الأزمة كونها (ايجابية أو محايدة أو سلبية)، إلا أن نتائج اختبار كا² بينت عدم وجود فروق معنوية بين الصحف الثلاث في اتجاه صحف الدراسة الخاضعة للتحليل نحو تغطية الأزمة المالية العالمية، حيث فاقت قيمة كاي الجدولية نظيرتها المحسوبة، مما يشير إلى عدم وجود فروق حقيقية بين الصحف.

سابعا: المواقع التي نشرت فيها الأزمة المالية العالمية: الصفحة الأولى، الصفحة الأخيرة، الصفحات الداخلية، الملحق الاقتصادي.

جدول (7)

توزيع المادة الصحفية حسب المواقع التي نشرت فيها الأزمة المالية العالمية

البيان		الزمان		الرأي		المواقع التي نشرت فيها الأزمة المالية العالمية
النسبة%	تكرار	النسبة%	تكرار	النسبة%	تكرار	
20.0	9	13.3	6	26.7	12	الصفحة الأولى
2.2	1	11.1	5	6.6	3	الصفحة الأخيرة
8.9	4	26.7	12	4.5	2	الصفحات الداخلية
68.9	31	48.9	22	62.2	28	الملحق الاقتصادي
%100	45	%100	45	%100	45	المجموع

قيمة كا² المحسوبة = 2.5 قيمة كا² الجدولية = 12.59 مستوى الدلالة = 0.05

ترتبط أهمية مضمون الأزمات الاقتصادية المنشورة بموقعها على الصفحة، حيث يقسم خبراء الصحافة وعلماء الإخراج الصحفي الصحيفة إلى ثلاثة مواقع رئيسية، حيث يبتدئ التركيز على الموضوع الرئيسي الساخن في الصفحة الأولى، ثم يحتل الموضوع الثاني أو القضايا الأقل أهمية بعض الشيء الأخيرة، بينما يتخذ الموضوع الثالث أو الأخبار الأقل سخونة، أو التي تحدث بشكل يومي في الصفحات الداخلية. بمعنى إنه عندما يتعلق الأمر بالقضايا والأحداث الهامة كالقضايا الاقتصادية وتحديدًا الأزمة المالية العالمية والأزمات السياسية والعسكرية، يتم إفراغ مساحات كبيرة من جانب الصحف، كذلك يتم توظيف مواقع عدة على صفحاتها وملاحق خاصة لعرض مضامينها على عكس الحال في الأحداث المحلية.

يتبين من البيانات الواردة في الجدول السابق (7) تركيز الصحف الثلاث عينة الدراسة على الملاحق الاقتصادية في تغطية الأزمة المالية العالمية وتحليل مضمون المادة الاقتصادية حولها، حيث بينت النتائج ما يلي:

1- جاء اعتماد صحيفة الرأي الأردنية في تغطية الأزمة المالية العالمية في المرتبة الأولى على الملحق الاقتصادي بنسبة تصل إلى 62.2%، تلتها الصفحة الأولى بنسبة بلغت 26.7%، ثم الصفحة الأخيرة وبنسبة بلغت 6.6%، وأخيرا جاءت الصفحات الداخلية وبنسبة بلغت 4.5%.

2- جاء اعتماد صحيفة الزمان العراقية في تغطية الأزمة المالية العالمية في المرتبة الأولى على الملحق الاقتصادي بنسبة تصل إلى 48.9%، تلتها الصفحات الداخلية بنسبة بلغت 26.7%، ثم الصفحة الأولى وبنسبة بلغت 13.3%، وأخيرا جاءت الصفحة الأخيرة وبنسبة بلغت 11.1%.

3- جاء اعتماد صحيفة البيان الإماراتية في تغطية الأزمة المالية العالمية في المرتبة الأولى على الملحق الاقتصادي بنسبة تصل إلى 68.9%، تلتها الصفحة الأولى بنسبة بلغت 20.0%، ثم الصفحات الداخلية وبنسبة بلغت 8.9%، وأخيرا جاءت الصفحة الأخيرة وبنسبة بلغت 2.2%.

وعلى الرغم من الفوارق الظاهرية بين الصحف الثلاث في توزيع المادة الصحفية حسب المواقع التي نشرت فيها الأزمة المالية العالمية، إلا أن نتائج اختبار كا² بينت عدم وجود فروق معنوية بين الصحف الثلاث حسب المواقع التي نشرت فيها الأزمة المالية العالمية، حيث فاقت قيمة كاي الجدولية نظيرتها المحسوبة، مما يشير إلى عدم وجود فروق حقيقية بين الصحف.

ثامنا: القائمون بعملية التغطية الصحفية: محللون أكاديميون مختصون في علم الاقتصاد، صحفيون مهتمون بمتابعة الشأن الاقتصادي، مسؤولون حكوميون.

جدول (8)

توزيع المادة الصحفية حسب القائمون بعملية التغطية الصحفية

البيان		الزمان		الرأي		القائمون بعملية التغطية الصحفية
النسبة%	تكرار	النسبة%	تكرار	النسبة%	تكرار	
48.9	22	44.4	20	57.8	26	محللون أكاديميون مختصون في علم الاقتصاد
26.7	12	46.7	21	35.6	16	صحفيون مهتمون بمتابعة الشأن الاقتصادي
24.4	11	8.9	4	6.6	3	مسؤولون حكوميون
%100	45	%100	45	%100	45	المجموع

قيمة كا² المحسوبة = 2.8 قيمة كا² الجدولية = 9.48 مستوى الدلالة = 0.05

استهدفت الدراسة الوقوف على القائمين بعملية التغطية الصحفية للأزمة المالية العالمية والكتابة لنقل المضامين الإعلامية الخاضعة للتحليل التي قدمت من خلالها الأزمة المالية العالمية في الصحف عينة الدراسة خلال فترة التحليل (فئة القائمين بعملية التغطية الصحفية) وشملت هذه الفئة عدة فئات من أهمها (محللون أكاديميون مختصون في علم الاقتصاد، صحفيون مهتمون بمتابعة الشأن الاقتصادي، مسؤولون حكوميون)، حيث تعتبر

خصائص القائمين بعملية التغطية الصحفية للأزمة المالية العالمية وخبراتهم ذات أهمية تنعكس على جودة المادة الصحفية، وهذا يحتاج إلى إعلام اقتصادي متخصص وقوي وفعال، وبحاجة إلى دراسات وتحليلات وتقارير وبيانات وإحصائيات وتوجيهات وإرشادات ووعي اقتصادي على مختلف الأصعدة.

إن العلاقة بين الإعلام والاقتصاد يجب أن تُبنى على أسس متينة تقوم على العلم والمعرفة والتخصص، فالذي يكتب ويحلل ويناقش وينتقد في المسائل والقضايا الاقتصادية، يجب أن يكون متخصصاً وله دراية وخبرة وتجربة في المواضيع الاقتصادية المختلفة التي يكتب عنها.

يتبين من البيانات الواردة في الجدول السابق (8) تركيز الصحف الثلاث عينة الدراسة على المحللين الأكاديميين المختصين في علم الاقتصاد في تغطية الأزمة المالية العالمية وتحليل مضمون المادة الاقتصادية حولها، حيث بينت النتائج ما يلي:

1- جاء اعتماد صحيفة الرأي الأردنية في تغطية الأزمة المالية العالمية في المرتبة الأولى على المحللين الأكاديميين المختصين في علم الاقتصاد بنسبة تصل إلى 57.8%، تلاها الصحفيون المهتمون بمتابعة الشأن الاقتصادي بنسبة بلغت 35.6%، وأخيراً جاء المسؤولون الحكوميون بنسبة بلغت 6.6%.

2- جاء اعتماد صحيفة الزمان العراقية في تغطية الأزمة المالية العالمية في المرتبة الأولى على الصحفيين المهتمين بمتابعة الشأن الاقتصادي بنسبة تصل إلى 46.7%،

تلاها المحللون الأكاديميون المختصون في علم الاقتصاد بنسبة بلغت 44.4%،
وأخيرا جاء المسؤولون الحكوميون وبنسبة بلغت 8.9%.

3- جاء اعتماد صحيفة البيان الإماراتية في تغطية الأزمة المالية العالمية في المرتبة الأولى على المحللين الأكاديميين المختصون في علم الاقتصاد بنسبة تصل إلى 48.9%، تلاها الصحفيون المهتمون بمتابعة الشأن الاقتصادي بنسبة بلغت 26.7%،
وأخيرا جاء المسؤولون الحكوميون وبنسبة بلغت 24.4%.

وعلى الرغم من الفوارق الظاهرية بين الصحف الثلاث في توزيع المادة الصحفية حسب فئة القائمين بعملية التغطية الصحفية، إلا أن نتائج اختبار كا² بينت عدم وجود فروق معنوية بين الصحف الثلاث حسب فئة القائمين بعملية التغطية الصحفية، حيث فاقت قيمة كاي الجدولية نظيرتها المحسوبة، مما يشير إلى عدم وجود فروق حقيقية بين الصحف.

الفصل الخامس

النتائج والتوصيات

النتائج

التوصيات

الفصل الخامس

النتائج والتوصيات

في ضوء تحليل المضمون الذي تم في الفصل الرابع، فإن هذا الفصل يتناول عرضاً لمجمل النتائج التي تم التوصل إليها كإجابة عن الأسئلة التي طرحها الباحث في الفصل الأول من هذه الدراسة والتي مثلت مشكلتها والأسئلة التي تم طرحها، وعلى ضوء هذه النتائج قدم الباحث عدداً من التوصيات، ويمكن تلخيص أهم نتائج الدراسة حسب ما تم التوصل إليه من خلال تحليل مضمون الصحف عينة الدراسة بما يلي:

النتائج

سعت الدراسة الحالية إلى وصف التغطية الإعلامية من خلال القيام بالدراسة التحليلية للمواضيع التي تناولت الأزمة المالية العالمية، وكما وردت في الصحف العربية ومن خلال العينة المعتمدة، حيث استندت في إطارها النظري على نظرية ترتيب الأوليات (تحديد الأجندة) لدى جمهور القراء، كذلك نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج يمكن إجمالها فيما يلي:

أولاً: أوضحت هذه الدراسة أن المجتمعات عندما تتعرض لأزمة مالية فإنها تعيش حالة استثنائية تستتفر فيها كل مؤسسات الدولة العامة والخاصة جهودها لاحتواء تداعياتها والتقليل من أخطارها ومحاولة تقليص الأضرار الناتجة عنها. وفي مثل هذه الحالات الاستثنائية التي يعيشها المجتمع فإن أفراده يتعرضون لوسائل الإعلام لمعرفة المزيد من المعلومات عن الأزمة المالية والوقوف على أسبابها واتخاذ موقف تجاهها. وهذه النتيجة تتفق مع النتيجة التي توصلت إليها دراسة علي أسامة عبد الرحيم (2003)، التي أكدت نتائجها على ارتباط الجمهور بالموضوعات الاقتصادية، وانعكاس تفضيل الموضوع على تفضيل الأشكال

الصحيفة التي تعرضه به، فحينما يتم تفضيل الموضوع بدرجة كبيرة تزداد درجة تفضيل الأشكال الصحفية التي تؤدي وظيفة تحليل الأحداث بشكل أكثر عمقا. كذلك تتفق هذه النتيجة مع النتيجة التي توصلت إليها دراسة السيد بهنسي حسن، (2000)، حول وجود درجة عالية من الاقتران بين درجة ثقة الجمهور في وسائل الإعلام المصرية ودرجة اعتماد هذا الجمهور عليها. وتخالف نتيجة هذه الدراسة، نتيجة الدراسة التي قامت بها سامية عبد المجيد محمد الأغبري، (2005)، التي بينت وجود إجماع للصحف المبحوثة على تهميش الأزمة الاقتصادية في اليمن من ناحية حجم التغطية الصحفية بدرجة كبيرة مقارنة بالقضايا الاقتصادية الأخرى، أكدت نتائج الدراسة أن الصحافة اليمنية تلعب دوراً ضعيفاً في بناء أجندة القضايا الاقتصادية لدى الجمهور، بغض النظر عن مستوياتهم التعليمية أو الوظيفية أو المهنية وانتماءاتهم الحزبية.

ثانياً: استحوذت الأزمة المالية العالمية على اهتمام مختلف وسائل الإعلام في دول العالم نظراً لانعكاساتها وتداعياتها على شعوب العالم اجمع، والإعلام العربي بشكل عام والصحافة العربية تفاعلت وتعاظت مع الأزمة، من خلال إلقاء الضوء عليها وشرحها وتفسيرها وتقديمها للرأي العام والجمهور العربي، كذلك تناولت الصحافة العربية الأزمة ومصطلحاتها ونظرياتها الاقتصادية من خلال الأخبار والتقارير والتحليلات والتحقيقات المختلفة. وهذه النتيجة تتفق مع نتيجة الدراسة التي قام بها المجلس الأعلى للأعلام (2005)، التي بينت ارتفاع نسبة التغطية للشأن الاقتصادي المحلي مقارنة بالشأن العربي والدولي، كذلك أن الموضوعات الاقتصادية الواردة في الصحف عينة الدراسة تعتمد على مراسليها كمصدر للمعلومات.

ثالثاً: يلاحظ أن الصحف العربية ركزت على عرض الأزمة المالية العالمية وليس تحليلاً لأسبابها وانعكاساتها، حيث أن معظم ما قدمته الصحافة العربية عن الأزمة المالية العالمية هو نقل لما حدث ويحدث من تطورات ناتجة عن الأزمة في الولايات المتحدة الأمريكية، وغيرها من الدول الغربية، ولكنها لم تقدم معلومات عن تأثيرات الأزمة وانعكاساتها على الاقتصاد العربي. وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة منى عيد ابوجامع، (2009)، التي أظهرت نتائج تحليل المضمون انخفاض نسبة المعالجة التفسيرية في تناول المادة التحريرية الاقتصادية في الصحف اليومية الأردنية المبحوثة مع تفاوت بسيط بينها.

رابعاً: أظهرت نتائج تحليل المضمون ما يلي:

- 1- فيما يتعلق بالسؤال الأول فقد بينت النتائج أن اغلب أنماط العناوين المستخدمة والمعتمدة في صحف الدراسة والمصاحبة للأزمة المالية العالمية كانت العنوان الممتد.
- 2- فيما يتعلق بالسؤال الثاني فقد بينت النتائج أن أكثر طرق الإقناع المستخدمة في صحف الدراسة لتغطية الأزمة المالية هي عرض الحقائق والأرقام، إضافة إلى أن بعضها لجا إلى المبالغة والتهويل في وصف الأزمة المالية العالمية.
- 3- فيما يتعلق بالسؤال الثالث فقد بينت النتائج أن أغلبية المصادر الإخبارية التي اعتمدت عليها الصحف لتغطية الأزمة المالية كانت وكالات الأنباء العالمية والوطنية.
- 4- فيما يتعلق بالسؤال الرابع فقد بينت النتائج أن أكثر الفنون والأشكال الصحفية المستخدمة في عرض وتقديم الأزمة المالية العالمية كانت الأخبار والتقارير والتحقيقات الصحفية، حيث أن الصحافة العربية تعتمد في مصادر المعلومات على الأخبار التي ترد من مكاتب العلاقات

العامة في الشركات والبنوك، ويظهر ذلك جلياً في وجود نفس الخبر أو التقرير الإخباري بنفس الصياغة دون حذف ولا إضافة في أكثر من صحيفة.

5- فيما يتعلق بالسؤال الخامس فقد بينت النتائج أن اهتمام صحف الدراسة بالأزمة المالية العالمية من حيث مساحة التغطية المنشورة كانت أكثر من نصف صفحة، وهذا مؤشر على تزايد اهتمام الصحافة العربية بالموضوعات الاقتصادية بشكل عام وبالأزمة المالية العالمية.

6- فيما يتعلق بالسؤال السادس فقد كشفت نتائج الدراسة أن اتجاه صحف الدراسة نحو الأزمة المالية العالمية كان سلبياً.

7- فيما يتعلق بالسؤال السابع فقد بينت النتائج أن أغلب المواقع التي نشرت فيها الأزمة المالية العالمية كان في الملحق الاقتصادي، والجدير بالذكر أن الصحافة العربية قد بدأت في تخصيص صفحة واحدة على الأقل للشأن الاقتصادي وتطورت إلى صفتين وفي بعض الصحف أصبح نصيب الشؤون الاقتصادية أربع صفحات وأحياناً تحتوي ملحقا اقتصاديا يتكون من ثمان صفحات بل من اثنتي عشرة صفحة.

8- فيما يتعلق بالسؤال الثامن فقد بينت النتائج أن أغلب القائمين بعملية التغطية الصحفية هم محللون أكاديميون مختصون في علم الاقتصاد، حيث أن التحليلات الاقتصادية وبالذات من رجال الاقتصاد ومن المتخصصين في الدراسات الاقتصادية من الأكاديميين تنال مساحات كبيرة وصلت أحياناً إلى أكثر من 50%.

التوصيات

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة يمكن للباحث تقديم عدة توصيات من أجل

تطوير الأداء الصحفي الهادف إلى تغطية القضايا الاقتصادية والأزمات المالية هي:

1- مبادرة الصحف العربية إلى تنظيم الدورات التدريبية للصحفيين والمحللين الاقتصاديين في مجالات فنون الكتابة الصحفية المختلفة، للتعرف على القضايا الاقتصادية والأزمات المالية المختلفة مع التدريب على التحليل المتعمق لتلك القضايا والأزمات واقتراح الحلول لها.

2- العمل على تأهيل العاملين في مجال الصحافة الاقتصادية من خلال استخدام الوسائل التقنية الحديثة، ودعم التعاون مع الهيئات والمنظمات والبرامج العربية والدولية المهتمة بقضايا الاقتصاد والتنمية.

3- أهمية الاستعانة بالأسلوب العلمي في إدارة الصحف العربية عند طرح القضايا الاقتصادية من خلال رصد وتحليل الأزمات المالية وتفسيرها وطرحها للنقاش العام.

4- أهمية إعادة النظر في الرؤية الصحفية العربية لتغطية القضايا الاقتصادية والأزمات المالية من أجل تحقيق فاعلية الصحافة العربية، ففي ظل تعدد ومناقسة مصادر المعلومات المختلفة يجب على الصحف العربية تحديث وتطوير آليات تغطية القضايا الاقتصادية والأزمات المالية، حتى لا تتراجع المعالجة الصحفية وينصرف جمهور القراء إلى مصادر المعلومات الأخرى.

5- قيام الصحف العربية باستكمال مقومات المعالجة الصحفية المتميزة للقضايا الاقتصادية والأزمات المالية من خلال السرعة وبت الأخبار بدقة وبموضوعية ومصداقية، وعدم إخفاء الحقائق والمكاشفة واستخدام المعلومات الكاملة المفسرة، إضافة إلى البعد التام عن اختلاق الضجة الإعلامية التي تصاحب الأزمات المالية.

6- أهمية إعطاء مزيد من مساحة التغطية المنشورة وتخصيص مساحات أكبر وأبواب ثابتة، وبما يتناسب مع حجمها وأهميتها، وكذلك زيادة مساحات الحوار الحر غير المتحيز وإتاحة الفرصة للتعبير عن الرأي والرأي الآخر.

7- رفع كفاءة الصحف وإثرائها بالكفاءات الصحفية المؤهلة والمدرّبة، وزيادة عدد المرسلين الصحفيين لإثراء التغطية الصحفية للازمات المالية، وعدم الاعتماد على الشبكات والصحف الإخبارية الدولية فقط.

8- أهمية توظيف وسائل الإبراز والفنون الصحفية وفقاً لاستراتيجية واضحة المعالم، من خلال استخدام التقارير والتحليلات والتحقيقات الإخبارية واستضافة الشخصيات المرتبطة بتلك الأزمات، ولا يتأتى ذلك كله إلا بالاستعانة بفرق مدرّبة ومتميزة من أطقم التغطية الإخبارية.

9- ضرورة إيجاد آليات للتنسيق بين الجهات الاقتصادية المعنية ووسائل الإعلام المحلية في إشباع حاجة الرأي العام للمعلومة الصحيحة حتى لا يضطر إلى البحث عنها في مصادر

أجنبية وحتى لا يؤدي حجب المعلومة إلى إيجاد بيئة معلوماتية تقوم على الشائعة أو الرؤية للأزمة المبنية على الشك والريبة تجاه الحقائق المرتبطة بها.

10- ضرورة اهتمام صحف الدراسة بمصادرها الخاصة، التي تميز صحيفة عن أخرى، وتجعلها تتفرد بنشر أخبار عن غيرها، وهذا يقتضي تدعيم كوادرها بجيل من الصحفيين الشباب من خريجي أقسام الصحافة والإعلام في الجامعات العربية.

11- ينبغي على صحف الدراسة الاهتمام بوسائل الإبراز المختلفة، وعلى وجه الخصوص العنوان العريض.

قائمة المراجع

القران الكريم

المراجع باللغة العربية

- مجموعة الصحف، عينة الدراسة التي خضعت للتحليل: الرأي - البيان - الزمان والتي صدرت في فترات الأزمة المالية التي غطتها الدراسة، والواقعة ما بين الأول من أيلول 2008 وحتى الحادي والثلاثين من كانون الأول 2009.

الكتب

- إبراهيم، إسماعيل، الصحفي المتخصص. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2001.
- احمد، احمد إبراهيم، إدارة الأزمة: منظور عالمي، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية: مصر، 2003.
- أبو إصبع، صالح خليل، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، عمان: دار آرام للدراسات والنشر والتوزيع، 2004.
- أبو إصبع، صالح خليل، الاتصال الجماهيري، الأردن: دار الشروق، 1999.
- أبو زيد، فاروق محمد، مقدمة في علم الصحافة، القاهرة: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 1999.
- أبو عرجة، تيسير أحمد، دراسات في الصحافة والإعلام، عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2000.
- أبو قحف، عبد السلام. إدارة الأزمات. القاهرة: مطبعة الإشعاع للطباعة والنشر والتوزيع، 1999.

- الأحمدى، عبدالله بن سعد، المنظمة الموقفية فى إدارة الأزمات، أكاديمية نايف، الرياض، 1996.
- جوهر، صلاح الدين، علم الاتصال: مفاهيمه، نظرياته، مجالاته، القاهرة: مكتبة عين شمس، 2001.
- الجمال، راسم محمد، مقدمة فى مناهج البحث فى الدراسات الإعلامية، القاهرة، جامعة القاهرة، مركز التعليم المفتوح، 1999.
- حجاب، محمد منير، المعجم الإعلامى، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004.
- حسين، سمير محمد، بحوث الإعلام، القاهرة: عالم الكتب، 1999.
- حواش، جمال، سيناريو الأزمات والكوارث بين النظرية والتطبيق. القاهرة: المؤسسة العربية للنشر و الإعلام، 1999.
- خضور، أديب، الإعلام المتخصص. المكتبة الإعلامية: دمشق، 2005.
- الخضيرى، محسن احمد، إدارة الأزمات، القاهرة: مكتبة مدبولي، 1998.
- خليفة، إجلال، علم التحرير الصحفى: الجزء الأول، مصر: مكتبة الأنجلو المصرية، 1980.
- الدليمى، عبدالرزاق محمد، الدعاية والإرهاب، عمان: دار جرير للنشر والتوزيع، 2010.
- رفاعى، ممدوح، وجبريل، ماجدة، إدارة الأزمات، جامعة عين شمس، كلية التجارة، 2001.
- سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، دراسات فى مناهج البحث العلمى، القاهرة: عالم الكتب، 1999.
- سميسم، حميدة، الرأى العام وطرق قياسه، عمان: دار حامد للنشر والتوزيع، 2002.
- شرف، عبدالعزيز، الصحافة المتخصصة ووحدة المعرفة، القاهرة: عالم الكتب، 2003.

- شومان، محمد، الإعلام والأزمات: مدخل نظري وممارسة عملية، القاهرة: دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، 2002.
- الشناوي، محمد، التنشئة الاجتماعية للطفل، عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2001.
- عبداللطيف، صلاح، الصحافة المتخصصة. الإسكندرية، 2004.
- العزاوي، محمد عبدالوهاب، وخميس، عبدالسلام محمد، الأزمات المالية: قديمها وحديثها، أسبابها ونتائجها، الدروس المستفادة، الإمارات، الشارقة: مكتبة الجامعة، الأردن: إثراء للنشر والتوزيع (2010).
- عمر، السيد احمد مصطفى، البحث الإعلامي: مفهومه، إجراءاته، ومناهجه، الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع (2008).
- مصطفى، هويدا، دور الإعلام في الأزمات الدولية، القاهرة: مركز المحروسة للبحوث والتدريب، 2000.
- الموسى، عصام سليمان، المدخل في الاتصال الجماهيري، الشارقة: مكتبة الجامعة، الأردن: إثراء للنشر والتوزيع، 2009.
- اليحيا، فهد بن سعود، النواحي النفسية في عملية التفاوض في أزمة اختطاف، الرياض، 1996.
- يوسف، محمود، المدخل في العلاقات العامة، القاهرة: دار المصرية اللبنانية، 2003.

- سامية عبد المجيد محمد الأغبري، تأثير اتجاهات الخطاب الاقتصادي في الصحافة اليمنية على الجمهور للفترة 1995/2002م، أطروحة دكتوراه، رسالة جامعية، 2005.
- عبدالله بن محمد التويم، العوامل المؤثرة في ترتيب أولويات القضايا الاقتصادية في الصحف السعودية، أطروحة دكتوراه، رسالة جامعية، 2003.
- منى عيد ابوجامع، بعنوان: معالجة الصحافة اليومية الأردنية للشأن الاقتصادي: دراسة تحليلية، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، عمان: الأردن، 2009.

المجلات المحكمة

- أبو شعبان، عماد إبراهيم، الأزمة المالية العالمية مدخل في الأسباب، مركز الاقتصاد الإسلامي 2008.
- الأعرجي، عاصم، دقامسة، مأمون، إدارة الأزمات: دراسة ميدانية لمدى توافر عناصر نظام إدارة الأزمات من وجهة نظر العاملين في الوظائف الإشرافية في أمانة عمان الكبرى، مجلة الإدارة العامة، المجلد التاسع والثلاثون، العدد الرابع، 1997، ص 773-802.
- الأسرج، حسين عبد المطلب، تأثير الأزمة المالية العالمية على الاقتصاد المصري، المركز المصري للدراسات الاقتصادية، 2008.
- البشر، محمد بن سعود، التغطية الصحفية لإحداث التفجيرات الإرهابية في مدينة الرياض، وزارة التعليم العالي، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، بحث مقدم للمؤتمر العالمي عن موقف الإسلام من الإرهاب، 2004.

- الربيعي، فلاح خلف، دور الإعلام في عملية التنمية في العراق، مجلة الحوار المتمدن، العدد: 2562، تاريخ 2/19/2009.
- السيد بهنسي حسن، مدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام المصرية أثناء الأزمات: دراسة ميدانية على طلاب الجامعات، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الرابع، 2000.
- شومان، محمد، إشكاليات في مسار تطور إعلام الأزمات والكوارث، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثالث، يوليو/سبتمبر 2001.
- عبدالله، متعب، تأثير الأزمة المالية العالمية على القضايا العسكرية والأمنية، مجلة كلية الملك خالد العسكرية، السعودية: الرياض، العدد 95، تاريخ 2008/12/1.
- العمر، فاروق، 11 سبتمبر وإدارة الأزمات والكوارث، ميريت للنشر والمعلومات، القاهرة، 2002.

الدراسات المنشورة

- المجلس الأعلى للإعلام، تحليل المضمون الهيكلي للصحف اليومية الأردنية ووكالة الأنباء الأردنية بترا. 2005.
- المجلس الأعلى للإعلام، تحليل المضمون الهيكلي للصحف الأسبوعية الأردنية للفترة الواقعة بين (2005/12/18 - 2005/12/18). 2005.
- المجلس الأعلى للإعلام، الاحتياجات الخاصة في القطاع الإعلامي الأردني، 2007.
- مجلة الاقتصاد المصري، الصادرة في 30 / آذار / 2099، العدد 126، السنة 2009.

- Dearing, J., & Rogers, E. Communication Concept: Agenda-Setting, London & New Delhi: SAGE, 1996.
- Frederick, Fico, Ku, linlin, Coffin and Stan, Fariness, Balance of Newspaper Coverge of u.s. in Gulf War. Newspaper Resarch Journal,1994, 15 (15): 30-34.
- Graber, Doris. Mass Media and American Politics. Congressional Quarterly, Inc. Washington D.C. 1993.
- Harville, Barbara, Wawrzyniak, Maria and Kaid Lynda Lee, Constructing Conflict : The Case of the International Elite Press and the Gulf War, World Communication, 1994, 23 (1): 15-21.
- Klaus Krippendors Content Analysis in Introduction to its Nethodogy and Edition Thousand Oaks C A: Sage 2004 currently the most important book available.pp84.
- Mitroff Ian: " Crisis Management: Cutting Though the Confusion", Sloan Management Reivew, Vol. 29, No. 2, Winter, 1989, pp. 16-18.
- Modzelweski Jack, " What I Would Do: CEOs Consider Corporate Crisses" (22) Public Relations Quarterly, Vol. 35, Spring, 1990, pp12-14.
- Peer, Limor, Deciphering Media Independence: the Gulf War Debate in Television and Newspaper news, Political Communication, 1995, 12 (1): 81-95.
- O'Sullivan, T., John, H., Danny, s., Montgomery, M., Fiske, J., Key Concepts In Communication And Cultural Studios. London & New Delhi: ROUTEDGE, 1994.
- Ronald Shaw & Maxwell McCombs, The Emergence of American Political Issues: The Agenda-Setting Function of the Press. (St. Paul: West Publisher Co., 1997.

- Soroka, N. S. Agenda Setting Dynamics in Canada. Toronto: UBC Press, 2002.
- Wisenblit Joseph: " Crisis Management: Planning Among U.S. Corporation ", Sam Advanced Management Journal, Vol. 54, No. 2, Winter, 1989, pp. 31.

ملحق رقم (1)

استمارة تحليل المضمون لصحف

(الرأي في الأردن، والزمان في العراق، والبيان في الإمارات)

البيان		الزمان		الرأي		التغطية الصحفية
						<p>أنماط العناوين المستخدمة في صحف الدراسة والمصاحبة للأزمة المالية العالمية</p> <p>- العنوان العريض "مانشيت"</p> <p>- العنوان الممتد</p> <p>- العنوان العمودي</p>
						<p>طرق الإقناع المستخدمة في الصحف لتغطية الأزمة المالية</p> <p>- عرض الحقائق والأرقام</p> <p>- المبالغة والتهويل</p> <p>- التخويف والتحذير</p>
						<p>المصادر الإخبارية التي اعتمدت عليها الصحف لتغطية الأزمة المالية</p> <p>- وكالات أنباء عالمية</p>

					<ul style="list-style-type: none"> - بدون مصدر - وكالات أنباء وطنية - مندوبون - مراسلون صحفيون - أخرى
					<p>الفنون والأشكال الصحفية</p> <p>المستخدمة في عرض وتقديم</p> <p>الأزمة المالية العالمية</p> <ul style="list-style-type: none"> - الخبر - التقرير - المقال - التحقيق - الحوار - الحديث - الترجمة - الوثائق
					<p>مدى اهتمام صحف الدراسة</p> <p>بالأزمة المالية العالمية من حيث</p> <p>مساحة التغطية المنشورة</p> <ul style="list-style-type: none"> - عمود - ربع صفحة

						<p>- نصف صفحة</p> <p>- أكثر من نصف صفحة</p>
						<p>اتجاه صحف الدراسة نحو الأزمة</p> <p>المالية العالمية</p> <p>- ايجابي</p> <p>- سلبي</p> <p>- محايد</p>
						<p>المواقع التي نشرت فيها الأزمة</p> <p>المالية العالمية</p> <p>- الصفحة الأولى</p> <p>- الصفحة الأخيرة</p> <p>- الصفحات الداخلية</p> <p>- الملحق الاقتصادي</p>
						<p>القائمون بعملية التغطية</p> <p>الصحفية</p> <p>- محللون أكاديميون مختصون في</p> <p>علم الاقتصاد</p> <p>- صحفيون مهتمون بمتابعة الشأن</p> <p>الاقتصادي</p> <p>- مسؤولون حكوميون</p>

ملحق رقم (2)

أسماء الأساتذة محكمي استبانة تحليل المضمون ومكان عملهم

التسلسل	الاسم	مكان العمل
1	الأستاذة الدكتورة حميدة سميسم	جامعة الشرق الأوسط
2	الأستاذ الدكتور عبدالجبار توفيق البياتي	جامعة الشرق الأوسط
3	الأستاذ الدكتور عبدالرزاق الدليمي	جامعة الشرق الأوسط
4	الأستاذ الدكتور تحسين منصور	جامعة الشرق الأوسط
5	الدكتور كامل خورشيد	جامعة الشرق الأوسط
6	الدكتور رائد البياتي	جامعة الشرق الأوسط
7	الدكتور عباس الشريفي	جامعة الشرق الأوسط
8	الأستاذ الدكتور تيسير ابو عرجة	جامعة البترا
9	الأستاذ الدكتور عبدالكريم جبر	جامعة البترا
10	الدكتور محمد صاحب سلطان	جامعة البترا