

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف المسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

تخصص : اتصال وعلاقات عامة

رقم التسجيل : 07073075719



رقم

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي تحت عنوان

تحت عنوان

التغطية الإعلامية الجزائرية للأزمة الروسية الأوكرانية- دراسة
تحليلية لجريدة الخبر اليومية-

من إعداد الطالب

- تيريات فريد

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الجامعة	الصفة
بوبكر بوعزيز	جامعة محمد بوضياف المسيلة	رئيسا
يحي تقي الدين	جامعة محمد بوضياف المسيلة	مشرفا ومقررا
إبراهيم مرزقنان	جامعة محمد بوضياف المسيلة	مناقشا

السنة الجامعية 2024-2025

شكر و عرفان

مصداقا لقوله صلى الله عليه وسلم

" من لم يشكر الناس لم يشكر الله "

بداية أشكر الله وأحمده حق الحمد على توفيقه لإتمام هذا العمل المتواضع

وأسأله أن يكون خالصا لوجهه الكريم وأن ينفعني وينفع الناس جميعا

أتوجه بالشكر والعرفان إلى من كان دليلي ومرشدي في هذا العمل

الأستاذ " يحي تقي الدين " الذي أشرف على هذا العمل المتواضع

وإلى الأساتذة الكرام أعضاء لجنة المناقشة وعلى موافقتهم مناقشة هذا

العمل

كل الشكر والعرفان لمن ساهم من قريب أو من بعيد في إتمام هذا العمل ولو

كانت بمساهمة صغيرة

إهداء

انطلاقاً من قول الله تعالى عزوجل :

بسم الله الرحمن الرحيم

"رب أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت علي وعلى والدي

وأن أعمل صالحاً ترضاه وأدخلني برحمتك في عبادك الصالحين"

الآية 19 من سورة النمل

أهدي ثمرة هذا الجهد إلى الوالدين الكريمين حفظهما الله،

وإلى كل أفراد العائلة الكريمة وإلى كل الأصدقاء كل باسمه

وإلى كل زملائنا وإلى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد

في إنجاز هذا العمل

فهرس المحتويات

شكر وعرفان

إهداء

فهرس المحتويات

مقدمة أ-ب-ت

موضوع الدراسة و إطارها المنهجي

- 1- الاشكالية -5-
- 2- سؤال رئيسي -6-
- 3- أسئلة فرعية -6-
- 4- أسباب إختيار الموضوع -6-
- 5- أهمية الموضوع -7-
- 6- أهداف الدراسة -8-
- 7- مصطلحات الدراسة -8-
- 8- الدراسات السابقة -10-
- 9- منهج الدراسة و أدواتها: -15-
- 10- أدوات الدراسة -16-
- 11- مجتمع البحث -19-
- 12- تحديد العينة -20-
- 13- الإطار الزمني للدراسة -21-
- 14- الأطار المكاني للدراسة -21-
- 15- الإطار النظري -21-
- 16- الإطار الإعلامي للدراسة -24-
- 17- أنواع الأطر الإعلامية -25-
- 18- خطوات تكوين الإطار -27-
- 19- ثالثاً: وظائف الأطر وأهميتها -28-

20-	رابعاً: عناصر الإطار الإعلامي:.....	-30-
21-	العوامل المؤثرة في الإطار الإعلامي.....	-31-
22-	سادساً: أدوات وآليات الإطار الإعلامي.....	-32-
23-	معالم القوة والضعف في نظرية تحليل الاطار الإعلامي.....	-36-
24-	أطر تقديم صورة المرأة في الصحافة الفلسطينية.....	-39-
25-	مشكلة الدراسة.....	-39-
26-	أهمية الدراسة.....	-40-
27-	أهداف الدراسة.....	-41-
28-	تساؤلات الدراسة.....	-42-

الفصل الثاني الاطار النظري

45-	المبحث الأول: الإعلام وإدارة الأزمات.....	-45-
47-	المطلب الأول: المراحل التي يمر بها الإعلام في التعامل مع الأزمات.....	-47-
1-	مرحلة نشر المعلومات.....	-47-
2-	مرحلة تفسير المعلومات.....	-47-
3-	مرحلة الوقاية.....	-47-
48-	المبحث الثاني: كيفية التعامل مع الأزمة.....	-48-
1-	استراتيجيات التعامل مع الأزمات.....	-48-
2-	تحليل الموقف الأزموي :.....	-52-
3-	التخطيط العلمي للتدخل في الأزمة.....	-52-
4-	التدخل لمعالجة الأزمة.....	-52-
56-	المبحث الثالث: التخطيط الإعلامي لإدارة الأزمة.....	-56-
58-	المبحث الرابع: خطوات التخطيط الإعلامي لإدارة الأزمة.....	-58-
65-	المبحث الخامس : تعامل الإعلام الجزائري مع الأزمات.....	-65-

الفصل الثاني الجانب التطبيقي

69-	تمهيد للفصل الثالث.....	-69-
-----	-------------------------	------

-72-	المضامين السياسية	-
-74-	المضامين العسكرية	-
-76-	المضامين الاقتصادية	-
-85-	الخاتمة	-
-86-	نتائج الدراسة	-
-87-	التوصيات	-

قائمة الجداول

70	الموضوعات الرئيسية التي عالجتها عينة الدراسة	01
73	المضامين السياسية التي عالجتها جريدة الخبر عند تغطيتها للحرب الروسية الأكرانية	02
75	المضامين العسكرية التي عالجتها جريدة الخبر عند تغطيتها للحرب الروسية الأكرانية	03
76	المضامين الاقتصادية التي عالجتها جريدة الخبر عند تغطيتها للحرب الروسية الأكرانية	04
78	المضامين الاجتماعية التي عالجتها جريدة الخبر عند تغطيتها للحرب الروسية الأكرانية	05
81	أنماط المعالجة الإعلامية لموضوعات الحرب الروسية الأكرانية .	06
82	مصادر المعالجة الإعلامية لموضوعات الحرب الروسية الأكرانية .	07

ملخص الدراسة

جاءت هذه الدراسة بعنوان : التغطية الإعلامية الجزائرية للأزمة الروسية الأكرانية- دراسة تحليلية لجريدة الخبر اليومية-

السؤال الرئيسي : كيف عالجت جريدة الخبر الأزمة الروسية الأكرانية ؟

STUDY ABSTRACT

This study is entitled "The Algerian Media Coverage of the Russian –Ukrainian Crisis –An Analytical of EL Khabar Daily Newspaper"

Main Question :How did EL Khabar newspaper cover the Russian –Ukrainian crisis ?

- 1- "What are the most frequently used journalistic genres by EL KHABAR newspaper in its coverage of the Russian-Ukrainian crisis"?
- 2- What space did EL KHABAR newspaper allocate to covering the events in Ukraine ?
- 3- "What journalistic templates and artistic were employed in addressing press topics concerning the Ukraine crisis in 2025"

The study aimed to identify how EL Khabar newspaper addressed the Russia-Ukraine crisis , as well as to highlight the role and importance of the newspaper in presenting crisis.

"This study was conducted on a number of articles published in the daily issues of EL Khabar newspaper in the daily issues of EL Khabar newspaper between 01 FEBRUARY 2025 and 01 April 2025, The content analysis method was used along with a purposive systematic sample of selected articles , In the end we reached the following results".

"EL Khabar newspaper paid great attention to topics related to the Russian-Ukrainian war its coverage of the crisis Political topics ranked first followed by economic topics and then military topics"

"In most of its coverage with in political topics EL Khabar newspaper often aims to focus on the issue of Russia politically and internationally strained position of its war on Ukraine "

"Some of EL Khabar newspaper coverage related to military topics was characterized by an attempt to conceal the tensions in South China sea in favor of U.S foreign policy"

" In its economic coverage EL Khabar newspaper portrayed the Russian side as using wheat and food shortages as a means of blackmail to serve its interests and impose a fait accompli policy on the course of events on the battlefield"

" EL Khabar newspaper in its news coverage of the Russian-Ukrainian war followed a balanced editorial policy in distributing news formats across its pages "

"EL Khabar newspaper primarily relies on its coverage which stands as a positive point in its favor demonstrating its ability to access the field and be at the heart of events , This is made possible by the financial and logistical support provided of correspondents working under its media institution"

"There is diversity and variation in the way EL Khabar newspaper highlights its news coverage of topics related to the Russian –Ukrainian war"

مقدمة



يشهد العالم اليوم انطلاقة عظيمة في مجال العلم و التكنولوجيا، و على عكس كثير من التوقعات و الرؤى الفلسفية فان التقدم العلمي و التكنولوجيا لم يؤد إلى نهاية المشكلات و الأزمات، بل على العكس ربما شهد العالم و البشرية زيادة مزعجة للأزمات، و مع ذلك فان هذا الوضع - ربما - لا يعود إلى البأس لأنه من المؤكد أن العلم و التكنولوجيا يوفران أيضا و ربما كل لحظة أساليب جديدة و متطورة المعامل مع الأزمات.

هكذا إذن تبدو جلية العلاقة بين العلم و التكنولوجيا و الأزمات.

تنامي الاهتمام النظري و العلمي بإزادة الأزمات، و أصبح هذا المجال مساحة لتلاقي علوم و تخصصات عديدة و تفاعلها، و أيضا مجالا خصبا لخبرات متنوعة يسعى كل منها لتقديم معرفة و خبراته لمعالجة الأزمات و احتواء، أثرها المدمرة و التعلم من نتائجها الإيجابية و السلبية من دون أن يدعي أي علم بمفرد، المقدره على مواجهة موقف الأزمة بحكم طبيعة و سماته يخلق ضغوطا مادية و معنوية تجاوز قدرات و إمكانيات أي تخصص علمي معزول أو منغزل عن بقية العلوم و التخصصات الأخرى.

من هناك تتأكد حقيقة التكامل و النظرة الشمولية في معالجة و إدارة الأزمات و التي تتأسس على التعاون و تفاعل و تكامل كل العلوم و التخصصات ذات العلاقة بالأزمة و ما تطرحه من تحديات اجتماعية و اقتصادية و نفسية و ثقافية و إعلامية.

و تجدر الإشارة إلى أنه من النادر أن تظهر أزمة ذات بعد واحد و آثار محدودة، لذلك فإنه من الخطأ أن تترك إدارة الأزمات لعلم الإدارة أو لرجال السياسة فقط، بل يجب أن تقوم عملية مواجهة و إدارة الأزمات على التعاون و الجهود المشتركة لفريق العمل الأزموي من تخصصات مختلفة و من الضروري أن يتسم هذا الفريق بدرجة عالية من التناسق و القدرة على العمل الجماعي تحت الضغوط المادية و المعنوية التي يحققها موقف الأزمة.

ومما لاشك فيه إن الإعلام و الاتصال (إعلام الأزمات) يعتبر من العلوم و التخصصات الضرورية و المطلوبة ضمن فريق العمل الأزموي و لكن رغم أهمية و حيوية نشاط الإعلام وقت الأزمة إلى أن هناك إهمالا كبيرا و استخفافا شديدا بهذا الجانب.

وهناك أيضا نظرة جد سطحية لإعلام الأزمات تدفع كثيرا من المسؤولين إلى إسناد مهام ووظائف إعلام الأزمات إلى غير المختصين، أو إلى بعض رجال الإعلام الناجحين في أدائهم الإعلامي في المواقف العادية إلا أنهم قد لا يكونون كذلك في التعامل مع الأزمات لأن موقف الأزمة يستدعي نوعا من المعالجة و الإدارية الإعلامية.

إن الاستخفاف بدور و أهمية إعلام الأزمة أدى أحيانا إلى ارتكاب أخطاء تسببت في حدوث الأزمات وزيادة من حدتها، و على الأساس فقد ركزت الدراسات و الأبحاث، خاصة مع مطلع هذا القرن – جل اهتمامها على ابرز الدور الكبير الذي يمكن أن يلعبه الإعلام في إدارة الأزمات بمختلف أنواعها، وهذا جاء تزامنا مع الازدياد الكبير و الخطير للأزمات في العالم كأزمة الإرهاب الدولي، و الحروب و الأزمات الطبيعية و الاقتصادية و السياسة (كحرب الخليج الثالثة).

وبرزت في الآونة الأخيرة أزمة خطيرة جدا وهي الحرب الروسية الأوكرانية ، ونظرا لحجم هذه الأزمة وأبعادها المتشابكة أصبحت محورا رئيسيا في الأجندة السياسية والإعلام الدولي وشكلت مادة دسمة لوسائل الإعلام بمختلف توجهاتها سواء من حيث تغطية المعارك الميدانية أو رصد المواقف السياسية أو تحليل تداعياتها الجيوسياسية والاقتصادية كما أعادت هذه الحرب تسليط الضوء على قضايا السيادة و الأمن الجماعي و حقوق الشعوب في تقرير مصيرها .

في ضوء ذلك تمثل الأزمة الروسية الأوكرانية واحدة من أهم الأزمات المعاصرة التي تستدعي الدراسة والتحليل لفهم طبيعة التحولات الدولية الجارية وكان لجريدة الخبر النصيب الوافر في تغطيتها للحرب الروسية الأوكرانية منذ بدايتها في فبراير 2022 .

فقد جاءت هذه الدراسة لتعالج القضية، ذلك بالتركيز على دراسة حالة، وهي الأزمة الروسية الأوكرانية من خلال جريدة الخبر على أن نقسم هذه الدراسة حسب الخطة التالية:

في البداية ارتأينا أن تكون مقدمة البحث الشاملة، ثم عرض مشكلة الدراسة و إجراءاتها المنهجية وصولاً إلى طرح التساؤلات، ثم أسباب اختيار الموضوع و أهميته و الأهداف المتوخاة من هذه الدراسة، بالإضافة إلى تحديد مجموعة من المفاهيم ذات البعد الحيوي بالنسبة لدراستنا، ثم عرض مجموعة من الدراسات السابقة التي أفادتنا في توجيه خطط البحث، وفي جانب الإجراءات المنهجية تطرقنا إلى المدخل النظري المتبع كسند تحليلي و قاعدة نظرية و هو مقرب ترتيب الأولويات، بعد ذلك تم توضيح منهج الدراسة و هو المنهج المسحي الوصفي تليه أدوات جمع البيانات لنصل في الأخير إلى توضيح كيفية تصميم العينة.

الفصل الأول

موضوع الدراسة و إطارها المنهجي



الإشكالية :

الواقع أنه في ظل التطورات المتسارعة في هذا العصر، و في ظل الاضطراب الاقتصادي و السياسي و الاجتماعي الذي سيطر على هذا العصر فإن الأزمات أصبحت شيئا متوقعا في أي مكان و أي زمان، و من هنا أصبح من المفروض أن تستمر الإدارات بالمؤسسات الإعلامية أن تكون مهياًة دائما لمثل هذه الطوارئ، فالأزمة حدث مفاجئ يكون مقتدرا بتهديد خطر أو غير توقع تكون ناتج في اغلب الأحيان مؤثرة لأنها في كثير من الأحيان تحتوي على أحداث سريعة و نتائج تهدد القيم و الأهداف، حيث أن الأزمات أمر غير محبب للنفس و ذلك لأنها تشعرنا بعدم الاستقرار و التغيير المفاجئ، ما يشعر بالارتباك و القلق وربما اتخاذ القرارات المتسارعة التي تريد الأمر سوءا على سؤئه.

و مما لاشك فيه أن أهم الظواهر التي تهدد المجتمعات هي " سرعة التطور" في مختلف مجالات الحياة السياسية و الاقتصادية و الثقافية و العلمية و التكنولوجية حتى أضحت المعرفة العلمية هي كلمة السر التي تفسر الفقرات الهائلة في تلك المجالات جميعها، كما أضحت الثورة في التكنولوجيا نقل المعلومات ووسائل الاتصالات فائقة السرعة والدقة معا معلما بارزا من معالم التقدم الحضاري في العالم المعاصر و صاحب هذا التطور الهائل المبني على العلم و المعرفة تطور لا يقل عن أهمية في النظر إلى الإنسان من حيث كونه إنسانا أولا و قبل أي اعتبارات أخرى تتعلق بأصله، أو دينه، أو لونه، أو جنسه، أو مذهبه، أو لغته.

فبالرغم من الخطوات الكبيرة التي قطعتها أغلب المجتمعات و إن كانت بدرجات مختلفة و نسب متفاوتة فيما بينها عن طريق التقدم و التطور في ميادين العلم و المعرفة، إلا أن هذا العصر الحديث اتسم دوما بكثرة الأزمات و اتساع نطاقها باستمرار، و تعقدها من مرحلة إلى أخرى لدرجة أن بعضها أضحت مستعصيا على الحل.

ومن بين الأزمات التي شكلت محور اهتمام المجتمع الدول الحرب الروسية الأوكرانية التي اشتعل فتيلها بتاريخ 24 فيفري 2022 فقد حظيت بتغطية واسعة وشاملة لمجرياتهما بالمعالجة والتغطية المباشرة على مدار 24 ساعة في القنوات الفضائية وكذا الجرائد الوطنية والمحلية والتي نخص بالذكر جريدة الخبر التي كانت من بين السباقيين لتغطية هذه الحرب من بدايتها حيث خصصت لها العديد من صفحاتها للكتابة حول أحداثها .

تعتبر وسائل الاعلام أداة هامة تستعملها الدول كوسيلة لإدارة الأزمات وكذلك تقوم هذه الأخيرة بتنوير الرأي العام وتوجهه وفق ما يخدم أيديولوجية الصحيفة ، فقد قامت جريدة الخبر بتغطية هذه الأزمة إلى غاية اليوم وذلك بتتبع أحداثها والكتابة عليها ومناقشة قضاياها من هذا المنطلق نطرح الإشكالية التالية :

كيف عاجلت جريدة الخبر الأزمة الروسية الأوكرانية ؟

ومن هذه الإشكالية تبلورت لنا التساؤلات التالية التي ستساعدنا في دراستنا :

(1) ما هي الأنواع الصحفية الأكثر اعتمادا من طرف جريدة الخبر خلال تغطيتها للأزمة الروسية

الأوكرانية ؟

(2) ما هي المساحة التي أولتها جريدة الخبر لتغطية الأحداث في في أوكرانيا ؟

(3) ما هي القوالب و الأشكال الفنية المستخدمة في معالجة الموضوعات الصحفية المتعلقة بأزمة

أوكرانيا 2025؟

(1) أسباب اختيار الموضوع:

لاشك أن اختيار الموضوع الدراسة هو الحجر الأساسي للانطلاق أي بحث علمي أو دراسة أكاديمية، و لاشك أن اختيارنا لموضوع المعالجة أو التغطية الإعلامية لأزمة روسيا وأوكرانيا في جريدة الخبر اليومي جاء نتيجة عدة أسباب موضوعية و أخرى ذاتية نذكرها.

الأسباب الموضوعية:

- 1/ غياب و انعدام الدراسة الإعلامية تتناول لمواضيع معالجة الأزمات
- 2/ نقص البحوث الميدانية المتعلقة بالأزمات الدولية التي حدثت مؤخرا ونقصد بها الأزمة الروسية الأوكرانية
- 3/ معرفة السياسية الإخبارية لجريدة الخبر.

الأسباب الذاتية:

- 1/ التعرف على دوافع الحرب الروسية الأوكرانية عن كثب.
- 2/ الغوص في التعرف على أهداف هذه الأزمة.
- 3/ المساهمة في إضافة شيء للمعرفة و إثراء مكتبتنا بمرجع جديد.

(2) أهمية الموضوع:

يأتي البحث ليكون حلقة في سلسلة الجهود العلمية الهادفة إلى تفعيل الدور الذي يمكن أن تقوم به و سائل الإعلام عامة، و الصحافة الخاصة، في معالجتها للأزمات مهما كان نوعها سواء كانت سياسية أو أمنية و ذلك وفق أسس علمية و موضوعية فإن هذه الدراسة تركز على تحليل دور الصحف في معالجة الأزمات زيادة إلى ذلك دراسة تطبيقية على أزمة روسيا وأوكرانيا و من هنا يمكن تحديد أهمية الدراسة و تلخيصها فيما يلي:

- 1/ تعود أهمية هذه الدراسة إلى قلة هذا النوع من الدراسات و البحوث الأكاديمية على مستوى جامعة الجزائر التي تتناول التغطية الإعلامية في الصحافة المكتوبة أثناء الأزمات.

2/ لأن دراسة مهمة كونها مقترنة بجرية الصحافة من خلال تغطيتها لأحداث الجارية و الأزمات و الكوارث و غيرها من الأخبار.

(3) أهداف الدراسة:

لكل إنسان هدف يسعى إلى تحقيقه و يثابر من أجل الوصول إليه، و كلما كان هدف الإنسان واضحا كلما اتضحت له معالم الطريق و انقشع عنه الضباب و الغموض، و في دراستنا هذه حددنا جملة من الأهداف و تتمثل فيما يلي:

1/ معرفة الكيفية التي عاجلت بها جريدة الخبر لأزمة روسيا وأوكرانيا.

2/ إبراز دور و أهمية الجريدة في عرضها للأزمات.

3/ إثراء المكتبة بهذه الدراسة التي تبقى مرجع يعتمد عليه في المستقبل، كما أنها تؤرخ لمرحلة هامة من مراحل حياة المجتمع الدولي وتوثق أحداث تاريخية هامة جدا في العلاقات الدولية.

4/ تعريف بأزمة روسيا وأوكرانيا من خلال جريدة يومية جزائرية.

(4) تحديد المصطلحات:

I. التغطية الإعلامية:

الإعلام لغة: ورد في قاموس المحيط: " علمه كسمعه علما " بالكسر و عرفه و هو علم نفسه، و رجل عالم و عليم جمعها علماء، و علام كجاهل. و علمه العلم تعليما و علاما... و أعلمه إياه فتعلمه¹.

اصطلاحا: هو عملية اتصال، و قبل كل شيء إقامة اتصال بين فرد أو جماعة لديه رسالة Message يريد إيصالها إلى فرد أو جماعة آخرين، و لكي يقوم الاتصال لا بد من توافر أربعة عناصر: مرسل، ملتقط، قناة الاتصال، و رسالة².

التغطية الإعلامية في اللغة: هي مصطلح يستخدم لوصف أي حقيقة ما و هي عملية أو طريقة امتلاك المعرفة الخاصة بمسألة معينة³.

اصطلاحا: هي استيفاء تفاصيل الأنباء، أو المتابعة الأخبار التي حدثت فعلا، و إرسال الجديد حولها لمقر المؤسسة الإعلامية، حيث تنشر للجمهور⁴.

إجرائيا: و هي انتقال المؤسسة الإعلامية لموقع الحدث للحصول على جميع المعلومات المتعلقة بالحدث، و التفاصيل التي تم الجمهور المطلع على الوسيلة الإعلامية و التي تخص الحدث محل الاهتمام – أزمة روسيا أوكرانيا – من خلال جريدة الخبر.

II. مفهوم الأزمة:

في اللغة: يورد لنا المعجم الوسيط تعريف الأزمة بقوله (أزم على الشيء أزمة: عض بالفم كله عضاً شديداً)

1. د رحمة الطيب عيساني: مدخل إلى الإعلام و الاتصال، عالم الكتب الحديث، و جدارا للكتاب العالمي، ط1، الأردن، 2008، ص15
2. دلوي خليل: الإعلام الصحفي، دار أسامة للنشر و التوزيع، ط1، الأردن- عمان، 2010، ص290
3. عماد عبد الوهاب الصباغي: علم المعلومات، مكتبة دار الثقافة للنشر و التوزيع، ط1، الأردن، 1998، ص 19
4. معجم المصطلحات الإعلامية: (عربي، عربي)، دار الشروق العربي، القاهرة:1999، ص 33

، يقال أزم الفرس على اللجام، و أزم فلان على كذا لزمه، و واضب عليه، و أزمّت السنة: اشتد قحطها: و أزم الحبل أحكم فتله، و أزم الباب: أغلقه: تأزم: أصابته أزمة، الأزمة: الشدة و القحط، جمع أوازم (الأزمة) الضيق و الشدة ، يقال أزمة مالية سياسية مرضية.

اصطلاحاً: الأزمة هي فترة حرجة أو حالة غير مستقرة يترتب عليها حدوث نتيجة مؤثرة، و تنطوي في الأغلب على أحداث سريعة و تهديد للقيم و الأهداف التي يؤمن بها من يتأثر بالأزمة.¹

III. إدارة الأزمة:

" هي كيفية التغلب على الأزمة بالأدوات العلمية الإدارية المختلفة و تجنب سلبياتها و الاستفادة من إيجابياتها." و عرفها أبو قحف بقوله " إنها عملية الإعداد و التقدير المنظم و المنتظم للمشكلات الداخلية و الخارجية التي تهدد بدرجة خطيرة سمعة المنظمة و بقائها في السوق ".²

الدراسات السابقة:

في الحقيقة الأمر هناك نقص كبير على مستوى قسم الإعلام للبحوث و المذكرات التي تتناول هذا النوع من المواضيع و هو ما لاحظناه و نحن نعد بحثنا، مما اضطرنا إلى البحث عن معلومات أخرى ذات صلة في الدراسات على مستوى المعاهد و الكليات الإعلام التي حاولنا أن نجتمع من خلال الدراسات و البحوث المتناولة على مستواها المعلومات التي تفيد دراستنا عبر المذكرات و الأطروحة.

الدراسات العربية:

1-الدراسة الأولى:

¹. د محمود جاد الله: إدارة الأزمات، دار أسامة للنشر و التوزيع، دون طبعة، الأردن - عمان، 2001، ص 09
². نفس المرجع، ص 26

دراسة أمال إدريس: التغطية الإعلامية لحرب الخليج الثالثة قناة المنار نموذجاً، دراسة تحليلية و صافية.¹

تهدف الدراسة إلى التعرف على كيفية تغطية قناة المنار و تناولها الإعلام لوقائع الحرب على العراق و الإستراتيجية التي تبنتها من الناحية الإعلامية لنقل مجريات الأحداث بحيث اعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي الوصفي التحليلي بالدرجة الأولى مدعماً بأسلوب تحليل المضمون كأداة من أدوات التحليل وذلك من اجل الكشف عن طبيعة المعالجة الإعلامية التي قامت بتبنيها قناة المنار في تغطية وقائع حرب على العراق من خلال النشرات الإخبارية و قد حددت فترة الحرب من إلى 19 مارس إلى 9 ابريل 2003 و كانت إشكالية الدراسة : كيف تناولت قناة المنار الفضائية وقائع الحرب الخليج الثالثة

وماهية الرسالة الإعلامية التي حاولت تبليغها خلال تغطيتها ،توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج نذكر منها:

أن قناة المنار اهتمت بشكل ملفت للانتباه بأحداث الحرب على العراق و أعطتها أولوية كبيرة، وهو ما يفسر العينة المختارة كانت لآخر النشرة الإخبارية من حيث موعد البث و التي كانت تعد بمثابة الحصاد الإخباري، و بخصوص المصادر التي اعتمدت عليها قناة المنار فقد اعتمدت بشكل كبير على مصادرها الداخلية الخاصة، حيث احتلت 91.04% أي أكثر من نصف مصادر قناة المنار خلال تغطيتها لوقائع الحرب على العراق كانت داخلية.

غير أن المواضيع العسكرية و السياسية جاءت في المقام الأول بنسبة 49.27% و 26.74% وهي المواضيع التي حرصت و فرضت نفسها خلال فترة الدراسة بحكم الوقائع على الأرض التي تصدرتها المواضيع العسكرية و حيثيات الأحداث الميدانية و مجرياتها.

¹ أمال إدريس : التغطية الإعلامية لحرب الخليج الثالثة قناة المنار نموذجاً من (19 مارس إلى 09 أبريل 2003) دراسة تحليلية و صافية مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال ، الجزائر ، 2010 2011.

وقد استعملت قناة المنار الصورة الحية بشكل مكثف، ويعود ذلك لطبيعة القناة بحكم أنها وسيلة إعلامية سمعية بصرية، الصورة الحية فيها تكون في الواجهة، ولكونها اصدق تعبيراً من غيرها من الصور الأخرى.

ما يميز دراستنا عن هذه الدراسة هو أننا سنحاول تسليط الضوء على الجريدة الخبر في معالجتها لازمات و من بين هذه الأزمة " أزمة روسيا أوكرانيا " و من هنا ما يهمنا في هذه الدراسة هو كيفية تحليلها لمحتوى المضامين لقناة المنار¹.

الدراسة الثانية:

دراسة محمود كمال عبد الحميد، تغطية الصحافة الأردنية اليومية لحرب الخليج الثالثة، تحليل مضمون.

تهدف هذه الدراسة التعرف على الصحافة الأردنية اليومية و تغطيتها لحرب الخليج الثالثة وذلك من خلال الإجابة على أسئلة الدراسة المتعلقة بمصدر الأخبار و هوية المتحدثين داخل الخبر و الأوضاع التي قدمت من خلالها الحرب و المصطلحات المستخدمة.

و من هنا فان مشكلة الدراسة تقوم على رصد و تحليل التغطية الصحفية التي قامت بها الصحافة الأردنية لحرب الخليج الثالثة في مسعى لمعرفة كيف قدم حارس البوابة الصحفية الأردني هذه الحرب للقراء، وكيف قدم وجهات نظر الأطراف المتصارعة المختلفة داخل العراق و خارجه، وتبيان المصطلحات التي استخدمها.

و توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة نتائج، أن وكالات الأنباء التي قامت بتغطية حرب الخليج الثالثة في الصحف الأردنية و هي وكالات دولية بنسبة 92.02% و أن الصراع كان في الغالب الوضع الذي وصفت فيه تلك الوكالات العراق بنسبة 90.31% مقابل نسبة ضئيلة بالنسبة للوكالات العربية 28.11% وقد بينت النتائج أن

¹. أمال إدريس : التغطية الإعلامية لحرب الخليج الثالثة: دراسة تحليلية وصفية: كلية العلوم السياسية و الإعلام، قسم علوم الإعلام و الاتصال، شهادة لنيل درجة ماجستير، جامعة الجزائر، 2010/2011، ص ص 04-186 منشورة

². محمود كمال عبد الحميد: تغطية الصحافة الأردنية اليومية لحرب الخليج الثالثة: تحليل مضمون، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، تشرين الأول، ص (ي). منشورة

وكالات الأنباء الدولية قد وصفت العمليات العسكرية في العراق بمصطلحات (القتل و مشتقاته) 80% ثم تلاها (الإرهاب) 86.84% ثم (النضال) 25.80% ثم الاستشهاد و مشتقاته 23.52% ثم التمرد 100% كما بينت النتائج أكثر الصفحات تغطية لحرب الخليج الثالثة كانت الصفحات الداخلية بلغت نسبة التغطية فيها 88.32%¹.

الهدف من اختياري لهذه الدراسة أولا كونها عربية تستعمل منهج تحليل المضمون من اجل التعرف على كيفية تحليلها لحرب الخليج الثالثة.²

الدراسة (03):

أحمد علي محمد زيدان: اتجاهات التغطية الإخبارية لصحيفة نيويورك تيمز قبل الحرب الأمريكية على العراق خلال المدة من 20 تشرين الأول إلى 20 آذار 2003 دراسة تحليلية.

هدفت الدراسة إلى كشف عن اتجاهات التغطية الإخبارية لصحيفة نيويورك تيمز قبل الحرب الأمريكية على العراق خلال الفترة من 20 تشرين الأول / أكتوبر 2002 إلى 20 آذار مارس 2003 يتكون مجتمع الدراسة من جميع الموضوعات المنشورة في صحيفة نيويورك تيمز الأمريكية و تكونت العينة من 20 موضوعا من النصوص الإخبارية و التحليلات و التحقيقات الصحفية و غيرها من الموضوعات المطروحة في الصحيفة نيويورك تيمز الأمريكية و كانت الإشكالية على النحو التالي: هل هناك علاقة ارتباطية قوية بين اتجاهات الإعلام الأمريكي و الموضوعات الإخبارية التي عاجلها حول الأزمة مع العراق و انبثق من هذه الإشكالية التساؤلات التالية:

1/ ما اتجاهات صحيفة نيويورك تيمز من الحرب الأمريكية على العراق؟

2/ ما الدلالات التي يمكن الوصول إليها من خلال الكشف في هذه الاتجاهات؟

¹ محمود كمال عبد الحميد: تغطية الصحافة الأردنية اليومية لحرب الخليج الثالثة: تحليل مضمون، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، تشرين الأول، ص (ي). منشورة

² أحمد علي محمد زيدان: اتجاهات التغطية الإخبارية لصحيفة نيويورك تيمز قبل الحرب الأمريكية على العراق خلال المدة من 20 تشرين الأول إلى 20 آذار 2003 دراسة تحليلية،

رسالة ماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، حزيران، 2010، ص (ك). منشورة

3/ هل كان موقف الصحيفة عدائياً أو محرض؟

و قد استخدم أسلوب تحليل المحتوى للدراسة للخروج بتحليل مضمون الموضوعات حيث تم استخراج التكرارات و النسب المئوية لمفاهيم و الدلالات و المعاني التي تضمن أداة الدراسة.

و قد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية: أن فكرة إخفاء العراق لأسلحة الدمار الشامل هي الفكرة التحريضية المباشرة الأكثر تكراراً في الحرب على العراق إذ تحصلت على أعلى تكرار في كل من الثلاثة الشهر الأولى، فيما برزت فكرة حقوق الإنسان في العراق أكثر فكرة تحريضية غير مباشرة خلال فترة الدراسة.

الدراسة (04):

كمال كريم عباس الدليمي: اتجاهات التغطية الإخبارية لصحيفتي الرأي و العرب اليوم إزاء الاحتلال الأمريكي للعراق، دراسة تحليلية.

انطلقت هذه الدراسة في محاولة لرصد احد الفيضانات التي تناولتها الصحافة الأردنية، و معرفة التحول الذي طرأ على صورة الولايات المتحدة في المنطقة من خلال تحليل مضمون التغطية الصحفية الأردنية لاحتلال العراق عام 2003، لما يتميز به هذا العام من أهمية خاصة لأنه شهد احتلال العراق.

و من أهم التساؤلات التي طرحتها هذه الدراسة ما يلي:

1) هل انعكس احتلال العراق على الصورة النمطية للولايات المتحدة الأمريكية كما تقدمها

الصحيفتان عينة البحث من خلال تغطيتها اليومية؟

2) ماهية أهمية المحتوى الذي تقدمت به الصحيفتان بخصوص احتلال العراق من خلال تغطيتها في

فترة الدراسة؟

وقد خلصت الدراسة بعدة نتائج نذكر أهمها:

1)أبدت الصحافة الأردنية اهتماما كبيرا باحتلال العراق و أعطته أولوية العالية جدا في تغطيتها و خصصنا مكانا بارزا للنصوص المتعلقة باحتلال العراق و كذلك قدمنا تغطيتها للعناوين المتعلقة باحتلال العراق غالبا في صحافتها الأولى أو الأخيرة لإبراز الأهمية، وقد نشرت ما نسبته 71.20% من التغطية في أعلى الصفحات (أعلى يمين و أعلى يسار)، مما يدل على اهتمام الصحافة الأردنية باحتلال العراق بصورة كبيرة.¹

5) منهج الدراسة و أدواتها:

تعد الدراسة الراهنة من الدراسات الوصفية التحليلية، وهي الدراسات التي تسعى إلى تصوير الوقائع و الحقائق الجارية، و تقوم بوصف ورصد حالة لظاهرة معينة، قد تكون مؤسسة أو نشاطا إنسانيا أو خصائص مادية أو معنوية لأفراد أو نمط من أنماط التفاعل بين البشر.²

ففي دراستنا نسعى إلى وصف و تحليل دور الصحف الجزائرية في معالجتها للازمات من بين هذه الأزمات أزمة روسيا أوكرانيا، ويتم ذلك من خلال تحليل مضمون التغطية الإعلامية و الموضوعات.

أما فيما يخص أدوات الدراسة فتمثل في:

¹ . كمال كريم عباس الدليمي: اتجاهات التغطية الإخبارية لصحيفتي الرأي و العرب اليوم إزاء الاحتلال الأمريكي للعراق، دراسة تحليلية، شهادة لنيل درجة ماجستير في الإعلام، كلية العلوم الإنسانية، قسم الإعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، تشرين 2008، ص14-13 . منشورة

² . محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب للنشر و التوزيع، القاهرة، 2000، ص 159

تحليل المضمون بشقيه الكمي و الكيفي المادة الصحفية التي تناولتها الصحف الجزائرية، بحيث إن تحليل المضمون يركز على وصف منظم و موضوعي لبعض مجالات الاتصال مثل تحليل مضمون الصحافة و الوثائق و النصوص القانونية.¹

و أداة تحليل المضمون هي وسيلة بحث غير مباشرة تستخدم في معالجة النصوص المكتوبة و الأنشطة الصوتية و الأفلام المصورة.²

و تحليل المضمون هو أسلوب غير مباشر يستخدم في الإنتاج الكتابي، الصوتي، أو السمعي البصري من الأفراد و المجموعات عليها، و تحليل المضمون هو على الأرجح الأكثر شهرة من تقنيات تحليل البيانات الثانوية.³

التحليل الكمي: هو التحليل القائم على تفسير البيانات تفسيراً كمياً بحساب درجة تزايدها في أشكالها المختلفة المساحة، الزمن، الكلمة، الجملة، الموضوع، التي تستخدم كأجزاء مادية تسجيلية في القياس العددي لظهورها في المادة المدروسة.⁴

أما التحليل الكيفي: و هو التحليل الذي لا يهتم بلغة الأرقام في تفسير المضامين المدروسة، بل يركز على إبرازها تتميز به الأشياء من خصائص وصفات تميزها عن بعضها البعض.... و عادة ما يستخدم هذا النوع من التحليل في تفسير النتائج الرقمية المتوصل إليها في التحليل الكمي، و التعليق عليها في استخلاص النتائج.

تبعاً لما ذكر فإن أداة تحليل المضمون تقوم على توضيح النص المدروس إلى الوحدات تستخدم في قياس مدى تردد الموضوع محل التحليل وهي تعرف لدى الباحثين بوحدات العد و التشغيل تستخدم في الحساب التكرار لمدى

¹. خالد حامد: منهجية البحث في العلوم الاجتماعية و الإنسانية، جسر للنشر و التوزيع، ط2، الجزائر 2012، ص66

². أحمد بن مرسللي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، الجزائر، 2010، 249

³. Professeur Gilles Laporte ,Initialisation pratique a la mythologie des sciences humaines (300 – 300 – 91)Cégep du vieux, Montréal, 2003–2004, p40

⁴. أحمد بن مرسللي: م.س.ذ، ص258

ظهور البيانات في المضمون المعالج وهي لديهم خمسة أنواع: وحدة الكلمة، وحدة الموضوع، وحدة المساحة، و الزمن، وحدة الشخصية، وحدة السياق، وحدة العد.

وفيما يخص دراستنا فسوف نتطرق إلى وحدة الموضوع بحيث تعرف:

بوحدّة الفكرة التي يدور حولها الموضوع لذا تستخدم كوحدة عد في قياس الموضوعات أو كوحدة تسجيل في حساب الأفكار الخاصة بالأسباب و الدوافع و الآراء و التصرفات و القيم و الاعتقادات و الاتجاهات.....الخ، ووحدة الفكرة غير ثابتة الشكل، من حيث الظهور فيمكن العثور عليها في جملة أو فقرة كاملة أو نص مستقل، وهي مرتبطة الظهور هنا حسب المستوى اللغوي، الذي يجري على أساسه التحليل¹.

و السبب لاختيارنا لوحدة الموضوع هو أن الدراسة تعتمد على المقالات الصحفية و الأخبار و المعلومات التي تصدر في الجريدة اليومية الخبر.

وهناك أيضا بما يعرف بفئات التحليل:

وهي التقسيمات، التوزيعات، الأركان التي يعتمدها الباحث في توزيع الوحدات المتوصل إليها في المادة المدروسة و هذا بناء على ما تتحد فيه من صفات و تختلف فيه من خصائص.

و هي مجموعة من التصنيفات التي يعدها الباحث وفق المضمون الذي يقوم بتحليله و الهدف الذي يسعى لتحقيقه من التحليل و بطريقة تسهل عليه إمكانية عد هذه الفئات لاستخراج النتائج و يتوقف مدى نجاح تحليل المضمون الإعلامي على عملية اختيار فئات التحليل بطريقة واضحة و دقيقة و تطبيق هذه الفئات بما يتناسب مع محتوى و أهداف البحث و لا بد أن تستوفي هذه الفئات شروطا أوردها الوفاي كما يلي:

¹. المرجع نفسه، ص 261

1- ألا تتداخل الفئات مع غيرها بحيث تكون كل واحدة مستقلة.

2- أن تشمل على الاحتمالات الممكنة للمادة المراد تحليلها.¹

و الفئات التي سنستخدمها في هذه الدراسة:

أولاً: فئة المصدر: وهي تعني بالمعنى الشامل الأشخاص و المؤسسات ووسائل الإعلام المختلفة التي تحصل الوسيلة الإعلامية على الإخبار منها.²

ثانياً: فئة المواضيع: وهي الفئة التي تجيب على السؤال: ماذا قيل/ بغية الكشف من مراكز الاهتمام في المحتوى.

ثالثاً: فئة الاتجاه: و نعني بها الموقف المعبر في كل مؤشر من مؤشرات المواضيع التي تم تصنيفها في فئة المواضيع.³

رابعاً: فئة الأنواع الصحفية: و نعني بها الأنواع الصحفية التي حملت مضمون المادة الإعلامية المنشور في الجريدة و تشمل فئة الأنواع الصحفية.

العناوين: ملخصات مركزة لأهم الأخبار في الجريدة و هي عبارة عن نوافذ تطل منها على محتوى العام للمقال.⁴

الخبر الصحفي: وصف موضوعي و دقيق للواقعة (الحادثة).

التقرير: نوع يقوم على وصف الأحداث الجارية بالتفصيل و تطورها و نتائجها و ملامساتها.⁵

التعليق: الشرح والتفسير و إصباغ المعاني الكاملة على الأخبار في إطار وجهة نظر محددة.⁶

1. محمد الوفاوي: مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية و الإعلامية، مكتبة الأنجلو المصرية، دون طبعة، القاهرة، 1989، ص 153

2. نصر حسني. عبد الرحمان سناء: الخبر الصحفي، دار الكتاب الجامعي، العين، دون طبعة، 2004، ص 91

3. أمال إدريس: التغطية الإعلامية لحرب الخليج الثالثة: مرجع سابق، ص 210

4. عبد العالي الرزاق: الأساليب الفنية في التحليل الصحفي، دار قباء للطباعة و النشر، دون تاريخ و طبعة، القاهرة، ص 96

5. عبد العزيز شرف: الأساليب الفنية في التحليل الصحفي، دار قباء للطباعة و النشر، دون طبعة، القاهرة، ص 96

6. نصر الدين العياضي: إقترابات نظرية للأنواع الصحفية، ديوان المطبوعات الجامعية، دون تاريخ و طبعة، الجزائر، ص 22

(6) مجتمع البحث:

هو مجموع المصادر التي تنشر أو تذايع فيها دراسة خلال الإطار الزمني للبحث¹. و يمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة جميع الأخبار مهما كان نوعها و التي تم تحريرها في جريدة الخبر خلال فترة الأزمة الروسية وأوكرانيا من 01 فيفري 2025 إلى 01 أفريل 2025.

تحديد العينة:

لقد أصبح استعمال العينات لدراسة ظاهرة ما دراسة علمية أمرا شائعا في مجال البحث العلمي². حيث يعتمد الباحث اختيار عينة المجتمع المدروس³ فعالية بعض يمثل الكل ليختار بطريقة علمية⁴ ، فهي جزء من المجتمع الكلي المراد تحديد سماته ممثلة نسبة مئوية يتم حسابها طبقا لمعايير إحصائية و طبيعية مشكلة البحث و مصادر بياناته⁵.

وقد تم استخدام العينة القصدية و التي تعرف بأسماء متعددة مثل العينة النظامية - العمدية - و هي كلها تشير إلى العينة التي يقوم هو شخصيا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات و بيانات.

1. محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، دون طبعة، الجزائر، 1985، ص 53

2. فوضيل دليو.علي غربي: أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية: منشورات جامعة منتوري، قسنطينة، 1999، ص 141

3. عبد الله عامر الهاملي: أسلوب البحث الاجتماعي و تقنياته، منشورات جامعة قارونوس، دون طبعة و تاريخ، بنغازي، ص 153

4. طلعت همام: سين و جيم من مناهج البحث العلمي، مؤسسة الرسالة، دار عمان للنشر و التوزيع، دون تاريخ و طبعة ، ص 49

5. أحمد بن مرسللي ، م.س.ذ ، ص 197

وقد وقع اختيارنا على المقالات الصادرة بجريدة الخبر المستقلة و بالتالي اعتمدت على مقالات في الفترة ما بين 1

جانفي 2025 و 01 أفريل 2025

ولقد اخترت عدد من كل أسبوع من صحيفة الخبر موزعة على مدار فترة الدراسة، لتمثيل المجتمع

الكلي 2025/01/01 2025/04/01.

و سبب اختياري لهذه العينة من الدراية راجع إلى:

● تجدد الأزمة " أزمة أوكرانيا روسيا " و تمدد الأحداث و تسارعها و لأنها أحداث الساعة، و تخص الرأي العام.

● و من أسباب اختيارنا لجريدة الخبر دون غيرها من الجرائد الأخرى باعتبارها أكثر مقروئية و ساهمت في تشكيل الرأي العام.

الإطار الزمني للدراسة: من الفاتح جانفي إلى غاية 01 أفريل 2025

تم تحديد هذا الإطار الزمني لعدة أسباب:

1/ لأنها الفترة التي تمكن فيها الباحث من جمع و تسجيل المادة الإعلامية و المعلومات الخاصة بالتحليل لمحتوى الجريدة.

2/ فترة تأزم الوضع في البلدية.

3/ اقتصاد الدراسة على صحيفة الخبر اليومية.

الإطار المكاني للدراسة:

7) الإطار النظري:

نظرية ترتيب الأولويات:

قامت هذه النظرية على أكتاف كل من " ماك كومب وشاو " و انطلقت من فرضية مؤداها الوظيفة الأساسية لوسائل الاتصال فيما يجب أن يفكر به الجمهور وليس كيف يفكر، وقد حدد كل من " شاو " و " مارتن " أربعة أنواع بحثية لقياس ترتيب الأولويات و هي:

1/ قياس أولويات اهتمام الجمهور ووسائل الاتصال و الإعلام اعتمادا على المعلومات التي تجمع بواسطة المسح الاجتماعية و تحليل المضمون.

2/ التركيز على مج من الملفات و القضايا، و لكن مع نقل وحدة التحليل من المستوى الكمي إلى الفردي.

3/ دراسة قضية واحدة في وسائل الاتصال و الإعلام عند الجمهور في فترتين زمنيتين مختلفتين.

4/ دراسة قضية واحدة مع انطلاق من الفرد كوحدة للتحليل¹

و تستند هذه الدراسة في إطارها النظري على (نظرية ترتيب الأولويات)

¹. بسام عبد الرحمان المشاقبة: نظريات الاتصال، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن- عمان، ط 1، 2011، ص ص 187-188

إذ تمثل وسائل الإعلام مصدرا رئيسيا للمعلومات، ولاشك أن التطورات التي تختزلها ذاكرة الإنسان عند الأشخاص و القضايا أو الأحداث التي يعيشها في محيطه تبني على المعلومات المتاحة.

ولا بد أن تتأثر بهذه المعلومات التي تقدم وجهة نظر القائمين على الوسيلة الإعلامية وإذا انتقلنا من دائرة أوسع من الفرد نرى أن تأثير وسائل الإعلام في وجهة نظره و القضايا التي تواجهه في المجتمع تنتسب في التركيز على شيء و تجاهل من شيء آخر و تسهم وسائل الإعلام في تحديد أولويات اهتمام أفراد المجتمع بالقضايا المتعلقة بحياته، فالوسيلة الاتصالية تكون سبب في تحليل الجماهير، الطريقة العلمية التي يتم تحديدا و ترتيب هذه الأولويات فيها تسمى (نظرية ترتيب الأولويات).

تعتبر نظرية الأجندة مهمة جدا لهذه الدراسة كإطار نظري لأنها تبين الطرق التي يحاول بواسطتها حارس البوابة الإعلامية وضع قدر من التأثير على أجندة الصحافة الجزائرية في محاولة لتشكيل الرأي العام، و طريقة معالجة القصص الإخبارية، و التي تساعد على تشكيل أو بناء المعلومات من خلال عدة صحف و مجلات.

يرى روجر و ديرنج إن عملية ترتيب الأجندة هي عملية تحد لمجريات الأمور من خلال القضايا المقدمة لكسب اهتمام و انتباه الجمهور بشكل عام، و الصحفيين، و نخب السياسات العامة بشكل خاص¹.

قامت هذه النظرية على أكتاف كل من " ماك كومب و شاو " و انطلقت من فريضة مؤداها الوظيفية الأساسية لوسائل الاتصال فيما يجب أن يفكر به الجمهور و ليس كيف يفكر².

1. Dearing. J. Rogers ,E. Communication concepts, Agenda setting, London and new delhi, sage, 1996, p 02

2. بسام عبد الرحمان المشاقبة: م. س . ذ ، ص 187-188

و يتخلص مفهوم هذه النظرية في أن تركيز وسائل الإعلام على موضوع معين أو شخص معين و إعطائها حيزا كبير يدل لدى الجمهور على أن الموضوع أو الشخص له من الأهمية ما يجعله حاضرا باستمرار أو بكثرة في وسائل الإعلام و أن الموضوعات الأخرى ليس لهم حضور أو أهمية للجمهور¹.

تحليل الإطار الإعلامي :

Frame Analysis Theory

منظر النظرية الرئيسي انتمان

موجز النظرية (مختصر)

نظرية تحليل الإطار الإعلامي هي نظرية تدرس ظروف تأثير الرسالة

تقوم هذه النظرية على أساس أن أحداث ومضامين وسائل الإعلام لا يكون لها مغزى في حد ذاتها إلا اذا وضعت في تنظيم وسياق وأطر إعلامية هذه الأطر تنظم الألفاظ والنصوص والمعاني وتستخدم الخبرات والقيم الاجتماعية السائدة.

تأثير الرسالة الإعلامية يوفر القدرة على قياس محتوى الرسالة ويفسر دورها في التأثير على الآراء والاتجاهات

¹. عبد الحافظ عوامي صلوي: نظريات التأثير الإعلامية، تم إعدادها بتاريخ 25 /06 /1433 هـ ، ص 25

يعني عندما يقع حادث معين فالحدث قد لا تكون له دلالة كبرى عند الناس ولكن وسائل الاعلام تصفه في إطار إعلامي من حيث اللغة والصياغة والتركيز على عنصر معين حتى يصبح هاما في قلب الإطار الاجتماعي كله

على سبيل المثال: تفسير الحدث في سياق نزيه الدم المستمر لأرواح الشباب استهتار السائق أو القيادة بدون رخص أو في حالة تعاطيه المخدر فوضى الشارع الفلسطيني إهمال رجال الشرطة!

أيضا حادث مثل سرقة فتاة في غزة المعالجة الإعلامية هنا تؤطر الموضوع وتضعه في سياقات تجعل الناس أكثر إدراكا للحدث مثل: تكرار حوادث السرقة الشارع الفلسطيني هل فقد حياؤه أين شهامة الفلسطينيين هل الإعلام مسئول عن إثارة الشباب ما حكم القانون و الشرع في هذا ؟

وهكذا يستخدم الإعلام جزءا من المضمون لوضعه في أنساق اجتماعية عامة وهامة ليحدد ويضخم الحدث ثم يبسطه ويضع له الحل

ويعرف جوفمان الإطار الإعلامي بأنه: بناء محدد للتوقعات التي تستخدمها وسائل الإعلام لتجعل الناس أكثر إدراكا للمواقف الاجتماعية في وقت ما

فهي إذن عملية هادفة من القائم بالاتصال عندما يعيد تنظيم الرسالة حتى تصب في خانة إدراكات الناس ومؤثراتهم الإقناعية والإطار الإعلامي يحاول أن يشابه ويمثل بين ما يدركه الناس في حياتهم اليومية وبين بناء الرسالة وتشكيلها كما تفعل الوسيلة الإعلامية بمعنى أن الوسيلة الإعلامية لا تهدف إلى التغيير أو بناء قيم جديدة ولكنها تهدف أكثر إلى الاستفادة من الفهم العام الموجود .

وكما يرى انتمان المنظر الأبرز لهذه النظرية أن تأثير الأطر الإعلامية على الرسالة لا يتم عبر تشكيل الإطار بشكل متعمد فقط بل يتحقق بالحذف والتجاهل والإغفال المقصود وربما غير المقصود من القائم بالاتصال أي أن عملية التأطير تؤثر في: القائم بالاتصال- نص الرسالة- جماهير المتلقين- الإطار الثقافي والاجتماعي

أنواع الأطر الإعلامية

قدم العلماء عدة أنواع للإطار الاعلامية المرتبطة غالباً بتغطية الاعلام للأخبار من ذلك:

1- الإطار المحدد بقضية: حيث يتم التركيز على قضية أو حدث جوانبه واضحة عند الجمهور لأنه حدث مرتبط بوقائع ملموسة عندئذ يركز الإطار على المدخل الشخصي أو تقديم عناصر الحدث وتداعياته(مثل أنفلونزا الطيور الحدث انتشار مظاهر الإصابة نصائح إجراءات سلوكية وطبية أدوار وقرارات المسؤولين قصص إخبارية عن الإصابات أو صناعة سلعة ما التي تضررت ' البدائل المتاحة عند الحكومة و الشعب)

2- الإطار العام: يرى الأحداث في سياق عام مجرد يقدم تفسيرات عامة للوقائع يربطها بالمعايير الثقافية والسياسية وقد تكون ثقيلة على نفسية المتلقي من الناحية المهنية إلا أنها هامة لفهم المشكلات وتقديم الحلول و الإقناع على المدى البعيد (فحادث انتحار الرجل الذي عجز عن دفع رسوم الجامعة لأولاده يعالج في إطار: البطالة أو الفقر الذي يهدد المجتمع ' غياب التضامن الاجتماعي ' مجانية التعليم التي ذهب مع الريح' هل يدفع الآباء حياتهم ثمناً لأولادهم وهكذا)

3- إطار الإستراتيجية: يرى الأحداث في سياقها الاستراتيجي المؤثر على أمن الدولة القومي ' يتلاءم هذا الإطار مع الأحداث السياسية والعسكرية ويركز على قيم مثل:

- مبدأ الفوز والخسارة والتقدم والتأخر والنهضة أو الانهيار

- لغة الحروب والصراعات والتنافس الوطني والدولي

- مبدأ النفوذ والقوة ومصادره وأشخاصه ومظاهره

- تقديم الانجازات الضخمة أو الإخفاقات والانتقادات الكبرى

(هذا المعنى برز في أعقاب فوز دولة ما بكأس مسابقة رياضية

4-إطار الاهتمامات الإنسانية: يرى الأحداث في سياق تأثيراتها الإنسانية و العاطفية العامة، تصاغ الرسائل في قوالب وقصص درامية ذات نزعة عاطفية مؤثرة(الاستشهادية التي فجرت نفسها في جيش الاحتلال الصهيوني يتم تأطيرها في سياق إنساني يدور حول: قصة فرار الاستشهاد لحظة وداعها لأهلها، اللحظات الأخيرة في وداعها لخطيبها ' الفتاة التي صارت نموذجاً لأطفال العرب وهكذا)

7- إطار النتائج الاقتصادية: يضع هذا الإطار الوقائع في سياق النتائج الاقتصادية التي نتجت عن الأحداث'

يشير للتأثير المتوقع أو القائم على الأفراد والدول والمؤسسات القائمون بالاتصال يستخدمون الناتج المادي لجعل الرسالة الإعلامية أكثر فاعلية على الناس وأكثر ارتباطا بمصالحهم(بيع إحدى شركات القطاع العام تتأطر في: علاج الحسائر المادية الحالية' تشغيل رأس المال الفردي' إيجاد فرص عمل جديدة للشباب وهكذا)

6-إطار المسئولية : يضع القائم بالاتصال الرسالة للإجابة عن السؤال "من المسئول عن؟" الأفراد والمؤسسات والدولة معنيون بمعرفة المسئول عن الحدث وتحديدته في شخص أو مؤسسة أو قانون أو سلوك أو حكومة محددة(إنتاج أغنية هابطة قد يؤطر فيك, من المسئول عن هذا الاسفاف؟ هل يتحكم المنتجون في إفساد الذوق العربي ؟ أين دور الدولة والقانون في حمايتنا من مثل هذا الإنتاج)

7- إطار الصراع: تقدم الأحداث في إطار تنافسي صراعي حاد قد تتجاهل الرسائل الإعلامية عناصر هامة في سبيل إبراز سياق الصراع, تبرز الفساد وعدم الثقة في المسئولين, ترى الأشخاص قبل أن ترى الأحداث وترصد المصالح قبل أن ترصد الأهداف وتقيس الرسالة غالبا بمقياس الخاسر والرابح والمنتصر والمهزوم وهو بعد يبالغ الصحفيون والمذيعون كثيرا في جعله إطارا للأحداث(اعتذار أحد مرشحي الحزب عن خوض الانتخابات قد يؤطر في سياق: صراع خطير داخل الحزب, تنافس بين الحرس القديم والجديد, التيار الإصلاحية يهزم القدامى)

8-إطار المبادئ الأخلاقية: عرض الوقائع في السياق الأخلاقي و القيمي للمجتمع, يخاطب المعتقدات والمبادئ الراسخة عند المتلقي, القائم بالاتصال يرد الحدث ردا مباشرا لوعاء المجتمع الأخلاقي, قد يستشهد بالاقتباسات والأدلة الدينية التي تدعم سوقه للوقائع أو بالمصادر والجماعات المرجعية التي تؤكد هذا الإطار (مظاهرة طلاب الجامعة الإسلامية ضد الرسوم الكاريكاتيرية المسيئة للنبي صلى الله عليه وسلم قد يضعها الإعلاميون في إطار: حمية الشباب المشروعة للدفاع عن دين المجتمع, دور فلسطين التاريخي يبرر هذا الموقف الوطني, النصوص الدينية تدفع الأفراد للدفاع عن رسول الله,

خطوات تكوين الإطار:

تتم عملية التأطير الإعلامي للمضمون من خلال أربع خطوات رئيسية:

*يصدر القائمون بالاتصال أحكاما واعية أو غير واعية وبطريقة معتمدة أو غير معتمدة على الرسالة من خلال البناءات المعرفية

والإدراكية للإعلاميين

*تشكل الرسالة في أطر مهنية من ناحية الشكل أو المضمون، في عبارات ومفاهيم واقتباسات المصدر هنا له أطره المتحكمة ليس

في ذاته بل في الرسالة فوجود أو عدم وجود صور للحدث، مساحة النشر والإذاعة، يسر أو عدم يسر الحصول على المعلومة

والجزء الناتج عن العمل كل هذا وغيره يؤثر في خطوات بناء الإطار

*يتوقع المرسل أطرا خاصة للمتلقي فترشده وتؤثر في عملية التأطير الحالية والمتوقعة

*الرسالة المؤطرة تمثل المخزون المشترك لكل خطوات وضع الإطار، هي في الغالب التمثيل المشترك للإطار الاجتماعي العام

إذن فالإطار الإعلامي ليس الوسيلة الإعلامية (التليفزيون مثلا) بل هو وليد السياسات والممارسات الإعلامية الموجودة وثقافة

القائم بالاتصال ونوع ومصادر الأخبار والاتجاهات الأيديولوجية والثقافية الشائعة ودرجة الحرية السياسية الحاكمة وطبيعة

الأحداث وحجمها وارتباطها بالجمهير

ثالثاً: وظائف الأطر وأهميتها:

تبرز أهمية الأطر الإعلامية وأهميتها في التالي:

7- كَشَفَ اهتمام الباحثين بدراسة إنتاج الأخبار والخطاب الإخباري عن أنَّ الصحفيين يعتمدون على التأطير في إنتاج القصص

الخبرية، ووفقاً لأولئك الباحثين فإنَّ الصحفيين يحاولون كتابة تقارير إخبارية موضوعية، وتنظيم المادة الإخبارية بطريقة فاعلة، ويميلون

إلى المشاركة في عملية التأطير من خلال البناء والتركيب، وإبراز جوانب معينة من الواقع، وعزل جوانب أخرى، ويُسلِّم الباحثون

الذين يستخدمون تحليل الإطار بأنَّ علاقات القوة غالباً ما تنعكس في تلك الأطر المتبناة، وتفترض بعض بحوث التأطير أنَّ الإطارَ

يمكن أن يُسيطرَ على التغطية لفترات طويلة من الوقت.

7- تُعرِّف الأطر المشكلات، وتشجِّصُ الأسباب، وتحدِّد قوتها التي تخلق المشكلة، وتضع الأحكام أو التقييمات الأخلاقية، وتقيِّم

العوامل غير المقصودة وتأثيرها، وتقدِّم المعالجات وتسوغها، كما تتنبأ بتأثيراتها المختلفة، ويرى Entman أنَّ الإطارَ في أي نص

محدد قد لا يتضمن بالضرورة الوظائف السابقة جميعها، واتساقاً مع الوظائف السابقة كشفت دراسة Gamson (1992) عن أن إطار الحرب الباردة هيمن على الأخبار الخارجية في الصحافة الأمريكية، مركزاً على أحداث خارجية معينة مثل: الحروب الأهلية، ومقديماً أحكاماً أخلاقية، وموصياً بحلول معينة، أي أن الإطار هنا حقق وظائف الإطار السابقة.

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

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

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

وعلى الصعيد نفسه يؤسس الإطار لسبيلٍ مترابط بين القضية المستهدفة ومجموعة المفاهيم المحددة من خلال تنشيط أو اقتراح بعض الأفكار على حساب الأخرى.

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

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

8- تقوم الأطر بأدوارٍ استراتيجية في المؤسسات والحركات الاجتماعية، وتؤثر في السلوك، وتجذب الأعضاء والمصادر، كما تساعد في ربط الفرد بالجماعة، وقيمتها وأيديولوجيتها، وهو الأمر الذي يتوافق مع أنّ الإطار له قوة اجتماعية.

وتستخدم المؤسسات والحركات الاجتماعية الأطر في محاولة التأثير في إدراك مبادئ ومعتقدات وأفعال المجموعات المستهدفة على اختلافها، وجزءاً من هذه القوة يأتي من خلال قدرة وسائل الإعلام على تحديد الإطار دون معرفة الجمهور به، إلا أنّ تعدد الأطر قد يشوب القوة الكامنة في تأثير أي إطار في التغطية الإعلامية أو إخضاع الرأي العام.

رابعاً: عناصر الإطار الإعلامي:

يعتبر Entman أنّ العناصر الأربعة في العملية الاتصالية هي: القائم بالاتصال (الصحفي) Communicator، والنص Text، والمتلقي Receiver، والثقافة Culture.

7- القائم بالاتصال (الصحفي): قد يُقدّم -عن عمدٍ أو غير عمد- أحكاماً من خلال أطر تحكّمها تسمى Schemata تنظّم قيمته ومعتقداته، ويمارس دوراً هاماً في بناء وتشكيل الأخبار من حيث الاختيارات اللغوية، والاقتباسات، والمعلومات التي تقود للتأكيد على عناصر أو جوانب معينة في القصة الخبرية، ويؤطر الصحفيون القصص الخبرية من خلال اختياراتهم التي يقومون بها أثناء كتابتهم وتحريهم لتلك القصص، وهذه الاختيارات تؤثر بدورها في الطريقة التي يفستر القراء القصص من خلالها.

ويرسم الصحفيون أنماطاً أو أطراً تصب معرفياً في المناقشات العامة، وتؤثر في مستوى معلومات الأفراد، وهذا يتم من خلال الاختيار الانتقائي لتغطية جانب أو الجانبين كليهما لحدث أو قضية ما، مع وضع تفسير مبسط للأحداث والقصص، أو من خلال تغطية أكبر لقضية واحدة على حساب الأخرى، وهم محكومون بدورهم بالأطر التي تنظّم أنساقهم المعرفية والضغوط المهنية التي يعملون في ظلها مثل: ضغوط السيطرة والملكية والتمويل، والتي تحدد السياسة التحريرية، بالإضافة إلى ضغوط المساحة وسرعة العمل الإعلامي، والمشكلة التي تحدث في عمل التحرير اليومي تتعلق بعملية الإدراك الانتقائي التي تقود إلى أطرٍ بديلة تصطبغ بالأيديولوجية عن وعي أو عدم وعي بذلك.

وتؤثر المصادر الإخبارية في الكتابة الصحفية، حيث يعتمد الصحفيون عليها في الموضوعات القصصية، ومضمونها، كما أنّ اختيار المصدر قد يعكس الأحكام الفردية أو العوامل المؤسسية والتنظيمية.

ويتعلق بما سبق ما توصل إليه Chyi&McCombs من أن الصحفيين ومصادرهم يعززون إبراز القضية في الأجنحة الإعلامية من خلال تغيير الإطار، وأن المغزى المحتمل المرتبط بطبيعة الحدث الإخباري يجعل التأطير ممكناً على مستويات متعددة، كما أن الاختلاف في التغطية ينتج عن اختلاف القيم الشخصية والمهنية للصحفيين الذي يعملون في عُرف الأخبار.

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

7- المتلقي: حيث قد يعكس تفكير المتلقي واستنتاجه الأطر في النص، ونية أو قصد التأطير لدى القائم بالاتصال، وقد لا يعكس.

7- الثقافة: وهي "مجموعة من الأطر المشتركة المقدمة في خطاب الأفراد أو تفكيرهم في جماعة اجتماعية معينة"، وهي كما عرّفها Entman "مجموعة من الأطر التي يتم الاستشهاد بها"، ومن الممكن أن تعرّف إمبيريقياً بأنها "مجموعة من الأطر الشائعة التي تظهر في خطاب وتفكير معظم الناس، أو جماعة اجتماعية معينة"، ويذكر الأخير أن التأطير في العناصر أو المواقع الأربعة يتضمن وظائف متشابهة هي: الاختيار والإبراز، واستخدام تلك العناصر لبناء الجدل حول المشكلات ومسبباتها، انتهاءً بتقييمها وتقديم حلول لها.

وبصفة عامة تُعتبر وسائل الإعلام مشاركاً نشطاً في اختيار وتأطير العالم، حيث تنقل ذلك الاختيار من خلال ممارسات ثقافية، وتُمثّل شبكات اتصالية لتطور الخطاب، مؤديةً ذلك بطرق تُبنى على أساس عمليات نفسية لغوية Psycholinguistic Processes مهمة في المعرفة الإنسانية.

وتخلق الضغوط الخارجية التي تتعرض لها هذه الوسائل الحاجة إلى تسوية الاختلافات -ليس فقط على مستوى المهنيين في غرف الأخبار- ، ولكن أيضاً على مستوى ثقافة غرف الأخبار، وقد تتمثل الضغوط الخارجية في "المالكن الذي ينطلق حافزهم من الاعتبارات السياسية والاقتصادية".

خامساً: العوامل المؤثرة في الإطار الإعلامي:

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

7- العادات والتقاليد الاجتماعية.

7- القيود والضغوطات المؤسسية أو التنظيمية.

7- جماعات الضغط والمصالح.

7- القيود الصحفية الروتينية.

7- الاتجاهات الأيديولوجية والسياسية للصحفيين.

ووفقاً لنموذج Gans (1979)، ودراسة Shoemaker&Reese (1996) هناك على الأقل ثلاثة مصادر للتأثير في الإطار الإعلامي تتمثل في:

- المصدر الأول: التأثيرات التي مصدرها الصحفي: حيث أنّ تشكيل الأطر يتوسطه متغيرات مثل: الأيديولوجية، والاتجاهات، وتعكس الطريقة التي يوظف بها الصحفيون التغطية الإعلامية.

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

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

سادساً: أدوات وآليات الإطار الإعلامي:

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

7- موقع الخبر أو القصة الخبرية.

ب- الرموز والإشارات.

ج- الصور والرسوم البيانية.

د- العناوين الفرعية.

هـ- حجم الخبر.

7- ووفقاً ل Entman (1991) فإنَّ أطر وسائل الإعلام غالباً ما تتضمن:

7- الكلمات الرئيسية Keywords.

ب- مجاز أو الاستعارة Metaphors.

ج- المفاهيم Concepts.

د- الرموز Symbols.

هـ- الصور البصرية (المرئية) Visual Images.

7- وأشار Entman (1993) إلى الانتقاء والبروز Selection&Salience كأدواتٍ للتأطير، حيث أنَّ التأطير يتضمن

بالضرورة الاختيار والإبراز، وذلك لتعزير مشكلةٍ معينة، أو تفسيرٍ متفق عليه، أو تقييمٍ أخلاقي، أو معالجةٍ للموضوع، وفي السياق

نفسه فإنَّ استبعاد واستثناء معلوماتٍ أو جوانب معينة من الموضوع يعتبر من أدوات الإطار.

7- قام Pan&Kosicki باقتراح أدوات عدة لصنع الإطار وبنائه وهي:

7- البناء التركيبي للقصة الخبرية.

ب- الأفكار الرئيسية المتضمنة في سياق القصة الخبرية.

ج- البناء الموضوعي للنص.

د- الاستنتاجات الضمنية.

7- وتعتبر العناصر النصية مثل: الكلمات والصور من أدوات الإطار.

6- ومن آليات الإطار:

7- آلية بناء السياقات Contextualization.

ب- شخصية المواقف والأحداث Personalization.

ج- إضفاء الطابع الدرامي على المواقف والأحداث Dramatization.

د- تجزئة المواقف والأحداث Fregmentation.

هـ- ترميم المواقف والأحداث Normalization.

و- التجريد من الإنسانية Dehumanization.

ز- التحويل إلى شيطان Demonizatin.

ح- المساواة Equalization.

ط- الاستئصال والتطهير Sanitization.

7- ومن آليات التأطير كذلك:

-العناوين الرئيسية والترويسات.

- العناوين الفرعية.

- الصور الفوتوغرافية.

- تعليقات الصور الفوتوغرافية.

- المقدمات الاستهلالية.

- الاختيار الخاص بالمصادر.

- الاختيار الخاص بالاقتباسات.

-الاقتباسات المؤكدة.

- السمات الطباعية للنص مثل: الرموز والأشكال التخطيطية المستخدمة عادة في تمييز نصوص معينة.

- البيانات الإحصائية أو الرسوم البيانية والأشكال التخطيطية.

-العبارات الخاتمة أو الفقرات التلخيصية للنص الخبري.

8- ومن آليات الإطار:

- التلميحات الاجتماعية Social Cues.

- نغمة (نبرة) التغطية Tone of Coverage.

- إعادة التأطير Reframing.

-آليات خاصة بالعناصر الشكلية في النصوص الصحفية مثل: الصور، وموقع التغطية الصحفية، وحجمها، والمساحة، وكلمات التدعيم والتكرار.

- آليات اعتمدت على توظيف خصائص التحرير الصحفي مثل: البناء الفني، ونوع الشكل التحريري.

- القضايا الفرعية التي يتضمنها النص الإخباري.

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

معالم القوة والضعف في نظرية تحليل الإطار الإعلامي:

7- معالم القوة في نظرية تحليل الإطار الإعلامي:

أ- وفقاً لـ Baran&Davis تتجلى معالم القوة في النظرية من خلال:

- تركيزها على الأفراد في عملية الاتصال الجماهيري.

- رغم تركيزها على مجتمع واحد في الدراسة فهي من الدراسات الـ Micro، إلا أنّها أسهل وأقدر على الوصول إلى موضوعات أو قضايا التأثيرات على المستوى الـ Macro أي الأوسع والأشمل.

- مرونتها الشديدة "حيث يمكن تطبيقها في مجالات عدة سياسية وثقافية واجتماعية واقتصادية".

- تناسقها مع النتائج الحالية لدراسات علم النفس المعرفي.

ب- يعتبر مفهوم تحليل الإطار من أبرز المفاهيم الحديثة التي تفسر دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحو القضايا المختلفة، وبذلك يمكن دراسة الاتجاهات والمعارف من خلال تلك النظرية.

ج- تتمثل نقاط القوة في النظرية فيما يلي:

- إمكاناتها في اقتحام مجال رصد وقياس التأثيرات السلوكية للتأثير الإعلامي في الجمهور.

- ثراء وخصوبة التطبيقات البحثية لها بالتوازي مع محاور عملية الاتصال الجماهيري متمثلة في القائم بالاتصال، والرسالة الإعلامية، والجمهور، والسياق الثقافي، ورجع الصدى.

- مرونتها حيث يمكن جمعها بأطر إعلامية أخرى، أو اعتماد مدخل نظري تكاملي من جهة، وصلاحيتها للتطبيق في فروع العلوم الإعلامية على اختلافها مثل: التحرير، والإعلام الدولي، والإعلان، والعلاقات العامة، ودراسات الصورة من جهة أخرى.

- يمكن تطبيقها في أنواع مختلفة من الدراسات مثل: الدراسات التاريخية والآنية.

- يمكن لتطبيقاتها البحثية الاستعانة بأي كيم أو نوع من المناهج والأساليب والأدوات في جمع وتحليل وتفسير البيانات المختلفة.

- تتميز بقدرتها على التطوير الذاتي من خلال نماذج مقترحة في تيارات بحثية معاصرة ومستقبلية، واتساعها لتشمل نماذج بناء الأطر، ووضع الأطر، والتأثير الاستراتيجي، والتي من الممكن أن تنفصل مستقبلاً عن هذه النظرية لتصبح أطراً نظرية مستقلة بذاتها.

د- تقدم النظرية فوائد لدراسات الرأي العام، والسلوك الانتخابي، والدراسات المعرفية والثقافية ودراسات علم الاجتماع.

7- معالم الضعف في نظرية تحليل الإطار الإعلامي:

أ- يرى كل من Baran&Davis أن نقاط الضعف في النظرية تتجلى فيما يلي:

- مرونتها تجعلها تفتقر إلى التحديد.

- ليست لديها القدرة على تحديد مدى وجود أو غياب التأثيرات.

- تحوّل دون التفسيرات السببية بسبب اعتمادها الأكبر على المناهج الكيفية.

- تنتقص من قيمة قدرات الأفراد حيث تفترض أنّ الأفراد يرتكبون أخطاء كثيرة في التأطير.

ب- يؤخذ على النظرية عدم وجود نموذج فكري مشترك متفق عليه من قبل الباحثين في دراسة النظرية، نظراً للجدل القائم حول مفهوم الإطار وطرق قياسه.

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

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

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

ر- الإطار يبقى قائماً بتأثير عوامل مختلفة.

الدراسة التطبيقية

أطر تقديم صورة المرأة في الصحافة الفلسطينية

خلاصة:

بعد استعراض مفاهيم مختلفة للإطار الإعلامي، أظهرت اختلاف الباحثين حولها، الأمر الذي انعكس أيضاً على اختلافاتهم في تحديد آليات وأنواع الإطار، كما أفرز نماذج نظرية مختلفة وفقاً للخلاف القائم بين الباحثين في منطلقاتهم ومرتكزاتهم في دراساتهم وأبحاثهم التي تناولت الإطار، وتطرق أيضاً إلى أهمية وظائف الأطر الإعلامية التي تؤثر في بنائها وطبيعتها عوامل عدة عرضها المبحث كذلك.

وبرزت مزايا النظرية ومن أهمها مرونتها من حيث قابليتها للتطبيق في مجالات عدة، والتي استفادت منها الباحثة بشكل أساسي حيث ارتكزت الدراسة الحالية على البحث في الصورة الإعلامية للمرأة في الصحف الفلسطينية، والأطر التي توّظف في تقديمها، خاصة وأنه كما لاحظنا في ثنايا الفصل الأول العلاقة الواضحة بين دراسات الأطر ودراسات الصورة.

ومن جانبٍ آخر أتاحت مرونة النظرية استخدام أكثر من أداة بحثية لتطبيقها في الجزأين التحليلي والميداني للدراسة الحالية، وتمثلت في تحليل المضمون وتحليل الخطاب، بالإضافة إلى المقابلة المتعمقة مع القائمين بالاتصال من الصحفيين المهتمين بشئون المرأة في صحف الدراسة، حيث تولي نظرية تحليل الإطار الإعلامي أهميةً كبيرة للقائم بالاتصال في العملية الاتصالية وعلاقته بالإنتاج الإعلامي أو الصحفي

مشكلة الدراسة:

بعد عرض التراث العلمي المتعلق بموضوع الدراسة، ومما تبين من خلال الدراسة الاستطلاعية، تتحدد أبعاد وجوانب المشكلة البحثية فيما يلي:

- قلة الدراسات التي تناولت المرأة في الصحافة الفلسطينية الأمر الذي يترك فجوةً في المعرفة العلمية في هذا الإطار.
- أهمية المرأة كقناة اجتماعية ذات دور كبير في المجتمع، وخصوصية واقع المرأة الفلسطينية جراء الظروف التي تحيط بالشعب والمجتمع الفلسطيني، وعلاقة ذلك بالصحافة الفلسطينية التي من المفترض أن تقوم بدورها إزاء المرأة وقضاياها ومشكلاتها.
- ضعف تناول والمعالجة الصحفية لموضوعات وقضايا المرأة في الصحافة الفلسطينية بشكل عام، وعدم تخصيص صفحات أو زوايا ثابتة ومنتظمة خاصة بالمرأة في الصحافة اليومية، وارتباط التغطية والمعالجة لشئون المرأة فيها بالأحداث والمناسبات أكثر من القضايا، وقلة مواد الرأي التي تتناول المرأة، وعدم وجود محررين أو كتّاب متخصصين في الكتابة في شئون المرأة، وقلة المحررات والكاتبات الإناث قياساً بالذكور، وما يتعلق بذلك من عوامل مهنية وسياسية واجتماعية وثقافية واقتصادية سيتم تناولها خلال الدراسة، ومعرفة مدى تأثيرها فيما سبق.

- تنوع واختلاف الأطر التي تقدّم من خلالها صورة المرأة في الصحافة الفلسطينية، وميل الصحف اليومية الثلاث إلى التركيز على صورة المرأة كأرملة شهيد، أو أم أسير من جهة، وميل الصحف النسائية متمثلة في (صوت النساء) إلى التركيز على صورة المرأة المقهورة المظلومة في إطارَي الاهتمامات الإنسانية وذكورية المجتمع، وتركيز مجلة (السعادة) على صورة المرأة التقليدية ودورها الإنجابي، بالإضافة إلى اختلاف طبيعة الموضوعات المطروحة في كل من صحف الدراسة، الأمر الذي يوضح ضرورة دراسة هذه الأطر وأثر بعض المتغيرات فيها وهي: نوع ونمط ملكية الصحيفة، ودوريتها، وسياستها التحريرية بشكل عام، ونحو المرأة بشكل خاص، والقائم بالاتصال فيها، بالإضافة إلى السياق السياسي الاجتماعي والثقافي والاقتصادي الذي تعمل صحف الدراسة في إطاره.

وتختلف معالجات وسائل الإعلام ومنها الصحف بصفة عامة، لشعور المرأة وقضاياها، وتقديمها لصورة المرأة وفقاً لاختلاف الأيديولوجيات والسياسات التي تنطلق منها تلك الوسائل، والمرتبطة بسياساتها التحريرية والمعايير المهنية التي تتبناها، بالإضافة إلى السياق السياسي والاجتماعي والثقافي والاقتصادي الذي تعمل في إطاره، ومن ثمّ تبلور المشكلة البحثية في دراسة علاقة سياسات الصحف الفلسطينية بالأطر التي تقدمها في معالجة قضايا المرأة، وتقديم صورة المرأة الفلسطينية بالتطبيق على صحف (القدس والأيام والحياة الجديدة وصوت النساء والسعادة) خلال الفترة الممتدة على مدار عامي 2006 و2007، وذلك في ضوء نظرية تحليل الأطر الإعلامية.

أهمية الدراسة:

- تبرز أهمية الدراسة في ضوء قلة الدراسات التي تناولت المرأة في الصحافة الفلسطينية، وهو الأمر الذي وضح من خلال مسح التراث العلمي في هذا الإطار.
- يتعلق موضوع الدراسة بالمرأة التي تمثل فئة عريضة في المجتمع الفلسطيني، وتتميز بخصوصية خلقتها ظروف مجتمعتها السياسية والاقتصادية والاجتماعية، كما تتطرق الدراسة إلى القضايا والمشكلات الخاصة بالمرأة والتي أثارها صحف الدراسة الفلسطينية خلال الفترة الزمنية للدراسة، وتلقي الضوء على واقع المرأة الفلسطينية إلى جانب الصحافة الفلسطينية والقائمين بالاتصال فيها.

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيس للدراسة في التعرف على الأطر التي تقدّم من خلالها صورة المرأة في صحف الدراسة الفلسطينية، بالإضافة إلى دراسة مدى تأثيرها ببعض المتغيرات المتعلقة بصحف الدراسة مثل: النوع (جريدة - مجلة، عامة - متخصصة، سياسية - اجتماعية...)، ونمط الملكية، والدورية، والسياسة التحريرية، والقائمون بالاتصال، والسياق السياسي والاجتماعي والثقافي والاقتصادي الذي تعمل فيه.

الأهداف الفرعية للدراسة:

- التعرف على سمات صورة المرأة المقدّمة في صحف الدراسة، والأطر التي وُظّفت في تقديمها.
- دراسة العوامل المؤثرة في تشكيل صورة المرأة والأطر التي توظفها صحف الدراسة في تقديمها.
- التعرف على أهم الأحداث والقضايا المتعلقة بالمرأة في صحف الدراسة، واستراتيجيات معالجتها فيها، من حيث طرح أسئلتها، ونتائجها وحلولها.
- رصد مصادر صحف الدراسة التي استقت منها موادها الصحفية المتعلقة بالمرأة.
- التعرف على القائمين بالاتصال من المحررين والكتّاب في صحف الدراسة من حيث: السمات الديموغرافية-التأهيل العلمي والمهني-الخبرة العملية-الرضا الوظيفي.
- تحليل صورة المرأة لدى القائمين بالاتصال في صحف الدراسة، ودراسة اتجاهاتهم نحو قضاياها.

تساؤلات الدراسة:

- ما الأطر التي تبنتها صحف الدراسة في تقديم صورة المرأة فيها؟
- ما الأطر المسيطرة في تقديم صورة المرأة في صحف الدراسة؟
- ما آليات الإطار التي وُظّفتها صحف الدراسة في تقديمها لصورة المرأة؟
- إلى أي مدى عكست صحف الدراسة واقع المرأة الفلسطينية في معالجتها للأحداث والقضايا المتعلقة بها؟

- ما أهم الأحداث والقضايا المتعلقة بالمرأة والتي ركزت عليها صحف الدراسة؟
- ما الفئات النسوية التي أولتها صحف الدراسة بالاهتمام في تقديمها لصورة المرأة؟
- ما القوى الفاعلة التي تم إبرازها في صحف الدراسة، وما الأدوار والسمات التي نسبت إليها في كل صحيفة؟
- ما الأطر المرجعية التي استند إليها الكتاب في صحف الدراسة في تقديم صورة المرأة فيها؟
- ما أوجه الاتفاق والاختلاف بين صحف الدراسة فيما يتعلق بالأطر التي وظّفت في تقديم صورة المرأة؟
- لماذا اتفقت/ اختلفت صحف الدراسة في الأطر التي وظّفتها في تقديم صورة المرأة؟
- كيف أثر نوع ونمط ملكية كل من صحف الدراسة في الأطر التي تقدّم من خلالها صورة المرأة فيها؟
- كيف أثرت دورية كل من صحف الدراسة في أطر تقديم صورة المرأة فيها؟
- كيف أثرت السياسة التحريرية لكل من صحف الدراسة في الأطر التي توظفها في تقديم صورة المرأة؟
- إلى أي مدى تأثرت الأطر التي وظّفت في تقديم صورة المرأة في صحف الدراسة بسمات واتجاهات القائم بالاتصال فيها؟
- كيف تأثرت أطر تقديم صورة المرأة في صحف الدراسة بالسياق السياسي والاجتماعي والثقافي والاقتصادي الذي تعمل في إطاره؟
- ما الفنون التحريرية التي قدّمت من خلالها صحف الدراسة صورة المرأة؟.

الفصل الثاني

الإطار النظري



المبحث الأول : الإعلام وإدارة الأزمات

مازالت إشكالية مدى التأثير الذي تحدثه وسائل الإعلام في الأفراد والمجتمع محل خلاف بين المهتمين بها بصفة عامة, وبشأن ما تحدثه من تأثيرات أثناء الأزمات بصفة خاصة, حيث تتلخص هذه الإشكالية في أن البعض يتهم وسائل الإعلام بالمسؤولية وخطا الذوق العام والثقافة لدى الجماهير, وزيادة معدلات العنف وجنوح الأحداث وإصابة الناس بالسطحية السياسة, وتفاقم الأزمات أكثر من المساعدة في مواجهتها...

بينما يرى البعض الآخر أن لوسائل الإعلام تأثير إيجابيا في كشف الفساد و الانحراف, وأنها وسيلة لحرية التعبير وثراء ثقافات الجماهير وتزويد الأفراد بالأخبار والأحداث العالمية, المساعدة في إدارة الأزمات بشكل فعال يساهم في التغلب عليها, وهكذا ستظل وسائل الإعلام على الرغم من تعرضها للنقد بالإيجاب أو السلب موضوع اهتمام الناس دائما.

وتنعكس أهمية وسائل الإعلام عند مواجهة الأزمة من خلال زيادة اعتماد الجمهور عليها في معرفة تفاصيل تلك الأزمة , فهي تمثل المصدر الرئيسي للمعلومات عن الأزمة لدى الجمهور , وأيضا في تشكيل اتجاهاته نحو الأزمة وكيفية إدارتها. وقد أكد عديد من الدراسات أن الجمهور بكل فئاته يعتمد على وسائل الإعلام كمصادر رئيسية لمعرفة تفاصيل الأزمات. وتظهر أهمية وسائل الإعلام أيضا في مجال السيطرة على الشائعات التي تنشر بسرعة بالغة وقت الأزمة, والتي تكون لها أحيانا تداعيات سلبية على إدارة الأزمة , فهي غامضة بطبيعتها ومن الصعب معرفة مصادرها لعدم توافر المعلومات الكافية عن الأزمة¹ .

ويرى البعض أن وظائف الإعلام تنبع من الرغبة في إشباع الحاجات النفسية للإنسان والتي تتمثل في عدة جوانب منها الحاجة إلى تزويد الإنسان بالأخبار حول موضوع المجتمع, والحاجة إلى رفع المستوى المعرفي والثقافي, و حاجة

1. أ.د.حسن عماد مكوي,الإعلام ومعالجة الأزمات, المرجع السابق, ص 146,147.

الإنسان إلى رفع المعلومات والتسلية والترفيه وشغل أوقات الفراغ، ودعم الاتجاهات النفسية وتقوية المبادئ والقيم والمعتقدات أو التعديلات¹.

تعد الأزمات مادة خصبة وثرية لوسائل الإعلام و تحظى بتغطية على نطاق واسع وتسعى إليها لإرضاء جماهيرها، حيث أن وسائل الإعلام تركز في تقاريرها الإخبارية على الأخبار السيئة والأخطاء والحوادث والفضائح التي تقع في المجتمع، وتعتمد هذه الوسائل إثارة روح التساؤل والبحث عن الجمهور وإمداده بالمعلومات عن الأخطاء البشرية وفقاً لما أظهرته نتائج البحوث العلمية، فإن الناس يفضلون أن يسمعو الأخبار السيئة أكثر من غيرها من الأخبار. ويرى الكثير من الدارسين أن الأزمة مشكلة إدارية أساساً ألا أنها سرعان ما تتحول إلى حدث إعلامي، حيث تهتم وسائل الإعلام بنقل أخبارها وهو ما يعرف بالرؤية الجماهيرية لأعمال المنظمة، ويتوقف التعامل إعلامياً مع الأزمة على نوعية وطبيعة وحجم هذه الأزمة أو موقف الدولة منها، وطبيعة النظام السياسي السائد، والجمهور المستهدف خاصة عند مواجهة أزمة على مستوى الدولة. وتعتبر وسائل الإعلام في حالات الأزمات سلاحاً ذو حدين، فهي إما أن تساهم في احتواء الأزمة وتلاقي الآثار السلبية الناجمة عنها ومساندة موقف المؤسسة، وإما أنها تتسبب في حدوث أزمات للمؤسسة من واقع تغطيتها الإعلامية السلبية للأزمة والتي قد تتسبب في حدوث أزمة مصداقية في المؤسسة وإثارة الرأي العام ضد موقفها وما تقدمه من خدمات للجمهور.

يعد الإعلام أداة رئيسية وفعالة من أدوات الأزمة، سواء على المستوى الداخلي أو الخارجي، وقد امتدت الدراسات لدور الإعلام في إدارة الأزمات الداخلية إلى أهمية الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام أثناء الأزمات وما بعد الأزمات، إلا أن هذا الدور يتوقف على عدة ضوابط ومتطلبات منها²:

1. الدقة في إمداد الرأي العام بالحقائق التفصيلية.

¹. علي باز، الإعلام والإعلام الأمني، مرجع سابق، ص20، 21.

². Lorna Roth, Media and communication of crisis and democracy, 1996, p 144.146.

2. الاهتمام بالتصريحات ذات الطبيعة السياسية والرسمية التي تساعد على تشكيل الرأي العام اتجاه الأزمة.
3. الاعتراف بالأخطاء التي قد تحدث أثناء عمليات الإنذار والإغاثة بالنسبة إلى الأزمات والكوارث الطبيعية.
4. القدرة على التعامل بموضوعية وعدم الانفعال مع أجهزة الرأي العام وبسرعة نشر الحقائق اللازمة لخلق مناخ صحي يحتوي آثار اللازمة ويعمل على تخفيف حدتها.

المطلب الأول: المراحل التي يمر بها الإعلام في التعامل مع الأزمات :

في ضوء الضوابط التي يجب أن تلتزم بها وسائل الإعلام عند التعامل مع الأزمات, نجد أن الإعلام يمر بثلاث مراحل لتحقيق دور فعال في إدارة الأزمة, وهي على النحو الآتي

1/ مرحلة نشر المعلومات :

في بداية الأزمة يواجه الإعلام رغبة الجماهير في مزيد من المعرفة و استجلاء الموقف عن الأزمة ذاتها, وآثارها وأبعادها, وعلى هذا فإن السرعة في جمع المعلومات ونشرها على الجمهور بمصدقية وشفافية تمثل عنصر النجاح في إدارة الأزمة وتلبي حق الفرد في الحصول على المعلومات أولاً بأول.

2/ مرحلة تفسير المعلومات :

أي تقوم وسائل الإعلام في هذه المرحلة بتحليل عناصر الأزمة والبحث في جذورها وأسبابها ومقارنتها بأزمات أخرى مماثلة (ليساعد على استجلاء الحقائق وتفسيرها وتحليلها) واحتواء آثارها.

3/ مرحلة الوقاية :

وهي مرحلة ما بعد الأزمة وانحصارها، حيث لا يتوقف دور وسائل الإعلام على مجرد تفسير الأزمة والتعامل مع عناصرها، بل يجب أن يتعدى الدور الإعلامي هذا البعد لتقدم وسائل الإعلام للجماهير طرق الوقاية بأسلوب التعامل مع الأزمات المتشابهة¹.

المبحث الثاني: كيفية التعامل مع الأزمة

ومن أجل التعامل مع الأزمات، يقتضي منا وضع إستراتيجية محددة لمواجهتها بالإضافة على مجموعة من التجهيزات والوسائل، مع الحرص الشديد على أن يتم هذا التعامل عبر خطوات معينة، وهذا ما سنحاول توضيحه في هذا المبحث.

1/ استراتيجيات التعامل مع الأزمات :

تعتبر هذه الإستراتيجيات والوصايا في نظر الباحثين بمثابة الدستور الإداري الذي يتعين على كل متخذ قرار أن يعيه جيدا عند العامل مع أي أزمة تواجهه، وأن لا يتناسى أو يتجاهل إحدى هذه الوصايا شديدة الأهمية، وهي عشر استراتيجيات نذكرها²:

1-1: توخي الهدف : أي تحديد الهدف بدقة، والغرض منه مواجهة الأزمة في اللحظة المناسبة التي يكون فيها

جدار الأزمة الأكثر قابلية للإصابة. ومن هنا فإن تحديد الهدف بدقة هو نصف المعالجة الحقيقية للأزمة.

1-2: الاحتفاظ بحرية الحركة وعنصر المبادأة : تعتبر الحركة بمثابة الروح من الجسد للكيان الإداري، فإذا ما

وضعت قيودا أو محددات عليه أبطلت حرية حركته وقضى عليه الكيان الإداري، وتم تدميره، ومن هنا يتعين أن يعمل كل متخذ قرار أيا كان موقعه على الاحتفاظ بحرية الحركة، وتمكنه أيضا من تحقيق عنصر المبادأة.

1. د. محمد عبد الوهاب حسن عثماوي، دور الصحف في إدارة الأزمات، مرجع سابق، ص 117.

2. محسن أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 112، 98.

1-3 : المباغتة : تعتبر أهم الإستراتيجيات العشر للتعامل مع الأزمات, إن لم تكن أهمها على وجه الإطلاق, حيث تمكن ولفترة مناسبة من الزمن السيطرة شبه الكاملة على الأزمة, ذلك أنه إذا تم تأمين المباغتة فإنها تحقق فوراً نوعاً من الذهول لدى القوى الصانعة للأزمة تجعلها لا تستطيع التفكير أو التصرف بشكل عقلائي, وتحت تأثير صدمة المباغتة يمكن التعامل معها و القضاء عليها.

1-4 : الحشد : يقصد به جمع القوة المراد بها معالجة الأزمة في الزمان الذي يهيئ الوفرة الفنية للقوة والمكان المناسب لتأمين تنفيذ العملية لمواجهة الأزمة والقضاء على الأزمة وأسبابها وعناصرها.

1-5 : التعاون : لا يستطيع الكيان الإداري أن يتعامل وحده مع بعض الأزمات التي قد تعترضه, خاصة إذا كانت النتيجة فجائية, لذا فإن كان من اللازم على متخذ القرار بالإضافة إلى تسخير كافة قدراته و إمكانياته لمواجهة الأزمة, أن يطلب مساعدة كل الأطراف التي تساعد للتغلب على الأزمة.

1-6 : الاقتصاد في استخدام القوة : إن استخدام القوة أو صانعيها يجب أن يكون خاضع لحسابات مضبوطة ودقيقة, ذلك لأن التسرع والإسراف في استعمال القوة عادة ما يكون مدمراً ليس فقط لصانعيها, بل أيضاً للكيان الإداري سواء من حيث التكلفة التي أنفقت وأيضاً من حيث الأمان ورد الفعل الانعكاسي, وكذلك لاحتمالات علمية الارتداد والمخادع.

1-7 : التفوق والسيطرة على الأحداث : ويأتي هذا التفوق من خلال عدة عوامل أهمها:

- المعرفة الكاملة التفصيلية بتطورات الأزمة, و ما يستدعيه ذلك من حضور فعال للمتابعة الحثيثة لأحداث الأزمة.
- الاختراق الأمني للقوى الموجهة والصانعة للأزمة والمهتمة بها, وهو ما يطلق عليه بالاختراق الثلاثي لإبعاد الأزمة, أي الذي يتم كالاتي:

❖ اختراق القوى الموجهة للأزمة: وهي القوى التي عادة ما توجه الأحداث

❖ اختراق القوى الصانعة للأزمة: وهي القوى التي أهدرت مصالحها وتعارضت مع مصالح الكيان

الإداري.

❖ اختراق القوى المهتمة بالأزمة : وهي القوى التي استطاعت قوة الإدارة جذبها إلى دائرة الأزمة.

8-1: الأمن والتأمين للأرواح والممتلكات والمعلومات : يشكل هذا المبدأ ضرورة حتمية لمواجهة الأزمات,

خاصة تلك التي يكون لها بعض الجوانب التدميرية أو التي اتخذت مظاهر تخريبية, وتشمل عملية التأمين جانبيين

أساسيين هما:

❖ التأمين الطبيعي الممتد من قبل وقوع الأزمة, و هي الذي يقوم الكيان الإداري.

❖ التأمين التعبوي الإضافي عند وقوع الأزمة, و هو يستخدم في الأوقات غير العادية.

9-1: المواجهة السريعة والتعرض السريع للأحداث .

10-1: استخدام الأساليب غير المباشرة كلما كان ذلك ممكنا.

2-1: خطوات التعامل مع الأزمات :

هناك مجموعة متكاملة ومتراصة من الخطوات المتتابعة يمر بها التعامل العقلاني والرشيد مع الأزمات, وتتمثل تلك

الخطوات فيما يلي¹:

¹. محسن أحمد الخضيرى, م. س. ذ, ص 156,148 .

1/ تقدير الموقف الأزموي :

ونقصد بذلك تحديد جملة التصرفات التي قامت بها قوى صنع الأزمة, وقوى وقفها, ويشمل تقدير الموقف هذا تحليلا لمضمون العلاقات, و مكونات القوة للطرفين ومصادر الوصول إليها إلى النتائج الحالية, وأسباب نشوء الموقف الراهن...

ويشمل تقدير الموقف الأزموي أربعة أبعاد هي :

* تحديد دقيق للقوى التي صنعت الأزمة.

* تحديد وتوقع ورصد عناصر القوة التي تركز عليها القوى الصانعة للأزمة

* تحديد من هي القوى المساعدة والمؤيدة لقوى صنع الأزمة.

* تحديد لماذا وكيف صنعت الأزمة.

2/ تحليل الموقف الأزموي :

ويكون ذلك بعد تقدير الموقف الأزموي, وذلك بأن يقوم مدير الأزمة بالتعاون مع مساعديه على تحليل الموقف

الأزموي وعناصره المختلفة ومكوناته, وكل هذا بغية اكتشاف المصالح الحقيقية الكامنة وراء صنع الأزمة.

ويعتمد هذا على الاختيار الدقيق لأدوات القياس والتحليل والتي أهمها :

- تحليل علاقات الارتباط و الانحدار للمتغيرات والثوابت الخاصة بعوامل وعناصر الموقف الأزموي.
- تحليل أسباب التوتر على أساس المعلومات التي يتم الحصول عليها.
- تحليل مواطن القوة لدى كل من صانع الأزمة وكابجها ومواطن الضعف أيضا.

- تحليل طبيعة الخطر الذي تشكله الأزمة.

3/ التخطيط العلمي للتدخل في الأزمة :

وهذه المرحلة هي مرحلة السيناريوهات ووضع الخطط والبرامج, وحشد القوى لمواجهة قوى الأزمة والتصدي لها. وقبل أن يتم هذا بكامله, يتم رسم الخريطة العامة لمسرح عمليات الأزمة بوصفه الحالي, مع إجراء كافة التغييرات التي تتم عليه أولاً بأول.

4/ التدخل لمعالجة الأزمة :

ويتم هذا من خلال المعرفة والإحاطة الشاملة والتامة بالسيناريوهات البديلة التي يتم وضعها في المرحلة السابقة.

3-تجهيزات للتعامل مع الأزمات :

أن التعامل مع الأزمات يحتاج في الواقع إلى توفير جملة من التجهيزات المختلفة, حيث يمكن النجاح في إدارتها وبالشكل الذي يحقق أهدافه, ومن ضمن هذه التجهيزات نذكر ما يلي¹:

1-3/ غرفة عمليات إدارة الأزمات :

حتى تتم إدارة الأزمة بفاعلية و كفاءة كبيرة, يتعين توفير غرفة عمليات إدارة الأزمة, والتي يجب أن تحتوي عدة خصائص أهمها:

- أن تكون مؤمنة بشكل كامل بحيث يصعب اختراقها مادياً أو معنوياً من جانب القوى الصانعة للأزمة.
- أن تكون مجهزة تجهيزاً عالياً بوسائل الاتصال الفعالة.
- أن تكون مريحة وصالحة من حيث الحجم و الاتساع للقيام بالغرض.

¹ محسن أحمد الخضيرى, م . س . ذ , ص ص 130 - 118.

■ أن تتيح لمدير الأزمة حرية المناورة و ممارسة الضغوط.

2-3/ نظم الاتصال الخاصة بإدارة الأزمات :

وهذا النظام يجب أن يتم فحصه بدقة وبسرعة لمعرفة أين يكمن الخلل ومن تم تتم معالجته قبل استفحال الأزمة, ويتكون نظم الاتصال هذا من عدة عناصر يتم توضيحها فيما يلي:

العنصر الأول: أطراف الاتصال, حيث أن عملية الاتصال يوجد فيها دائما طرفان: المرسل والمستقبل.

العنصر الثاني: الرسالة والمعلومة والبيانات المطلوب إرسالها أو إبلاغها من المرسل إلى المستقبل.

العنصر الثالث: وهي الوسيلة التي عن طريقها يتم إبلاغ المعلومات والبيانات, وهي تتضمن استخدام عدة وسائل تختلف تبعا لنوع الاتصال المستخدم.

العنصر الرابع: وهو عنصر التأمين والحفاظ على سرية الرسالة, وهو ما يتعلق بنظام الشفرة المستخدم بين الأطراف لضمان عدم تسرب فحوى ومضمون الرسالة لأطراف أخرى.

العنصر الخامس: السلوك المطلوب القيام به, والذي تتضمنه الرسالة, حيث أن هذه الأخيرة غالبا ما تتضمن تعليقات محددة للقيام بسلوك معين خلال فترة معينة.

العنصر السادس: نتائج و تبعات السلوك الذي تم القيام به كتأثر مرتد يتم إبلاغه إلى المرسل للتأكد من سلامة العملية الاتصالية .

3-3/ من المؤكد أن الأزمة تحتاج إلى العديد من الأدوات وذلك لوقف تصاعدها, أو التعامل معها والقضاء عليها, أو لعزل القوى والأطراف المحيطة بها.

وإن من أهم أدوات التأثير ما يلي:

- اللقاء الشخصي و الاجتماعات الشخصية.
- استدعاء قادة التنظيمات العلنية والسرية و الاجتماع بهم لدراسة الموقف.
- عقد المؤتمرات والمحاضرات.
- استخدام وسائل الإعلام الجماهيرية.
- المكافآت والحوافز والمنح غير العادية.

3-4 / نظام معلومات الأزمة:

يعبر هذا النظام عن مجموعة من العناصر ذات الصلة فيما بينها, والتي تقوم بجمع وفرز وتصنيف وتشغيل وتحليل وحفظ البيانات والمؤشرات والمعلومات المستخرجة منها.

ويتم تجهيز نظام المعلومات بالحسابات الإلكترونية, وبرامج التعامل والتحليل, ورسم السيناريوهات, واستخدام مجموعات العمل, وكل هذه الوسائل تزيد من قوة وقدرة الوصول إلى حكم أو قرار موضوعي عن الأحداث التي صنعتها الأزمة.

وحتى ينجح هذا النظام في مهمته فإنه يتعين على القائمين عليه أن يحددوا على وجه الدقة متطلبات إدارة الأزمات من البيانات والمعلومات, وخاصة فيما يتصل بأماكنه وبؤر التوثر ومناطق الصراع, وأهداف المجموعات المختلفة التي يحتمل أن تخلف الأزمة

3-5 / فريق إدارة الأزمة :

تتلخص مهام هذا الفريق في تعظيم قدرة المنظمة على إدارة الأزمة من خلال توفير المعلومات و البيانات الضرورية لاتخاذ القرارات أثناء الأزمة, و توفير سيناريوهات وبدائل أو التدريب مع اتخاذ الإجراءات المطلوبة في كل مرحلة من مراحل تطور الأزمة , بما في ذلك ممارسة التقييم والتعلم بعد انتهاء الأزمة, بالإضافة إلى مخاطبة الجماهير المختلفة ذات العلاقة بالأزمة¹.

ويتفق الباحثون على مجموعة من الخصائص والشروط التي يجب أن تتوفر و أن يحضى بها فريق إدارة الأزمة ككل لكي ينجح في تحقيق المهام المنوطة به ولعل أهم الخصائص نذكر مايلي²:

✓ تحقيق مستوى عال من الاتصالات الأفقية والرأسية, وتوفير مناخ من الحرية في التفكير والمناقشة لكل الأمور و الاحتمالات.

✓ أن يكون عدد أفراد الفريق صغير ومتلائم مع المهام المطلوبة التي قد تفرضها طبيعة ونوعية الأزمات المتوقعة, و الأقسام أو القطاعات الرئيسية داخل المنظمة.

✓ تنوع وتعدد التخصصات داخل الفريق, مع مراعاة القدرة على التعاون المشترك والعمل الجماعي بروح الفريق³.

✓ التنسيق و الاتصال الفعال بين فريق الأزمة و بين المستويات القيادية بحيث لا تقع أخطاء أو مشكلات أثناء مواجهة الأزمة.

✓ اختيار قائد لفريق الأزمة تتوافر فيه مواصفات معينة تؤهله للقيادة تحمل المسؤولية والقدرة على اتخاذ القرار والتعاون مع المستويات القيادية.

¹ منى صلاح الدين شريف, إدارة الأزمات الوسيلة للبقاء, دار الأمين للنشر والتوزيع, القاهرة, 1998, ص227.

² محسن أحمد الخضيرى, مرجع سبق ذكره, ص207, 209.

³ منى صلاح الدين الشريف, مرجع سبق ذكره, ص240, 247.

المبحث الثالث: التخطيط الإعلامي لإدارة الأزمة

تتفق آراء الباحثين والخبراء في الأزمات على ضرورة التخطيط والتدريب على الخطط المختلفة لإدارة الأزمات والكوارث أيا كانت طبيعية هذه الأزمات ونطاقها ومجال تأثيرها، والتخطيط العلمي شرط أساسي لنجاح أي عمل أو إنجاز أي مهمة في المجتمع الحديث، بحيث هناك عدة اعتبارات وحقائق تتعلق بعملية التخطيط الإعلامي للأزمات أهمها :

1. أن أي منظمة أو دولة لا بد أن يكون لوسائل إعلامها خطة محددة لمواجهة الأزمات يدرك أبعادها كل العاملين مع التدريب على تنفيذها وتحديثها بصفة مستمرة.
2. التخطيط الإعلامي لمواجهة الأزمات له خصوصية وصعوبة تتمثل في ضيق الوقت ومشاعر القلق والتوتر وربما الخوف الذي يعتري الجماهير.
3. خطة إعلام الأزمة الجيدة هي التي تعتمد على التفكير الإبداعي لتجنب البيروقراطية والقدرة على التكيف و الاستجابة بتطورات وتداعيات الأزمة المتوقعة وغير المتوقعة .
4. قد تقع وسائل الإعلام في أخطاء تتعلق بالدقة والوضوح نتيجة جو الأزمة المشحوذ بالتوتر والسرعة مما يزيد من الضغوط على فريق إدارة الأزمة ذاته.
5. تحتاج إدارة الأزمة الإعلامية على سرعة نشر الحقائق بهدف خلق مناخ صحي يحتوي آثار الأزمة ويعمل على تخفيف حدتها¹.

¹. محسن محمد الخضير، إدارة الأزمات منهج اقتصادي وإبداعي متكامل لحل الأزمات، مكتبة مدبولي، القاهرة، 1994، ص122، 123

سننترق أولاً إلى مفهوم التخطيط الإعلامي :

7- **التخطيط** : هو النشاط العقلي الذي يوجه اختيار أمثل استخدام ممكن لمجموعة الطاقات المتاحة لتحقيق

أغراض معينة لفترة زمنية محددة.

ويعرف لينمان **التخطيط** : بأنه هو ذلك الفعل المعتمد والمنسق الذي يقوم به المخططون هادفين من ورائه إلى

تحقيق أهداف عامة, أو أغراض محددة من أجل مصلحة ومنفعة أفراد الدولة, سواء أقام بذلك أفراد الهيئة البرلمانية

في الأمة, أو سعت إليه الحكومة مباشرة¹.

التخطيط الإعلامي : نقصد به الجهود المبذولة لتحقيق أهداف مستقبلية في إطار سياسية إعلامية محددة, و

باستخدام خطط إعلامية متكاملة يجري تنفيذها تنفيذاً فعالاً بأجهزة إدارة وتنظيمية قادرة على تعبئة القدرات

والإمكانات الإعلامية, و استغلالها بطريقة مثلى لتحقيق أهداف الخطط الإعلامية².

وتتحكم في تكوين وبلورة عملية التخطيط الإعلامي متغيرات ثلاثة وهي³:

- الأهداف الإعلامية المطلوبة تحقيقها
- الموارد والإمكانات الإعلامية
- الوقت المتاح أو المحدد للتنفيذ, وهذا المتغير يثير أكثر من مشكلة نظرية وعلمية عند وضع وتنفيذ الخطط الإعلامية لمواجهة وإدارة الأزمات, لأنه يصعب علينا في مثل هذه الحالات تحديد أو معرفة الوقت المتاح للتنفيذ, و ذلك أن الأزمة بتطورها هي التي تفرض علينا ذلك خاصة و أن الأزمة هي حالة أو موقف يتسم بثلاث خصائص أساسية هي:

¹. د. عبد الرزاق محمد الدليمي: التخطيط الإعلامي, دار الميسرة للنشر والطباعة, الطبعة الأولى, عمان, 2012, ص48.

². المرجع نفسه, ص80.

³. محمد رشاد الحملاوي: إدارة الأزمات, تجارب محلية وعالمية, مرجع سبق ذكره, ص29.

- المفاجأة
- التهديد الخطير للمصالح والأهداف الجوهرية, مع احتمال تحقيق خسائر مادية أو معنوية
- ضغط الوقت

المبحث الرابع: خطوات التخطيط الإعلامي لإدارة الأزمة

تختلف الخطط الإعلامية لإدارة الأزمات باختلاف طبيعة نوع الأزمة من ناحية و طبيعة و مستويات وإمكانيات الجهة أو الهيئة التي تواجه موقف الأزمة من ناحية أخرى, وهذا يؤكد مقولة أنه لا يوجد خطة إعلامية سابقة التجهيز أصلح للتطبيق على كافة الأزمات¹.

الخطوة الأولى: تحديد المخاطر والأزمات محتملة الوقوع

إن خطة إعلام الأزمة تكون متلازمة ومتلاحقة مع الخطة العامة لإدارة الأزمة أو الكارثة, ويستدعي ذلك تحديد المخاطر المحتملة التي قد تتعرض لها الهيئة أو المنظمة , و وضع قائمة لأولويات تلك الأزمات ومراجعتها دوريا و اختصارها في قائمة أولويات الأزمات أو ما يسمى بمصفوفة الأزمات, و القاعدة التي يتفق عليها هي رصد الأخطار و الأزمات المحتملة ثم حسابها على النحو التالي:

+ قوة الأخطار والأزمات المحتملة

+ تقدير القابلية للتعرض على الأخطار.

+ تقدير قدرة المجتمع ومؤسساته المختلفة على إدارة و امتصاص الأزمة لتشكيل بذلك معادلة تقييم المخاطر*.

¹. محمد علي شومان: الإعلام و الأزمات, المرجع السابق, ص75.

بحيث يقوم فريق إدارة الأزمة بهذه الخطوة عبر جمع المعلومات و البيانات و إعداد السيناريوهات بالأزمات متوقعة الحدوث و التي تسهل من عملية تحديد الإجراءات اللازمة و مرونة اتخاذ القرار أثناء المواجهة¹.

الخطوة الثانية : تحديد أهداف الخطة الإعلامية:

الخطة الإعلامية لمواجهة الأزمات تدور في فلك الخطة العامة لإدارة الأزمة ولكل خطة إعلامية أهداف عامة تنبثق من خطة إدارة الأزمة, حيث تتسم الأهداف العامة بدرجة عالية من الثبات, و تعتبر عن إستراتيجية الهيئة أو المنظمة والوظائف التي تقدمها للمجتمع,ويمكن تلخيص تلك الأهداف في :

1. الدفاع عن مصالح المجتمع وتنفيذ السياسة الإعلامية.

2. الحفاظ على مصالح الهيئة أو المنظمة

3. كسب ثقة الجمهور وتأييده

4. تقديم صورة إيجابية عن أنشطة الهيئة أو المنظمة

5. تزويد الجمهور بالأخبار والمعلومات عن أنشطة الهيئة والمنظمة

6. إقامة علاقات تعاون إيجابية مع وسائل الإعلام

7. مواجهة الحملات الدعائية للأعداء

إن الخطة الإعلامية لمواجهة الأزمات لا تبدأ مع انفجار الأزمة بل يجب أن تسبق هذه المرحلة بحيث تعالج مرحلة ما قبل الأزمة و اكتشاف إشارات الإنذار ثم مرحلة الأزمة وأخيرا مرحلة ما بعد الأزمة².

¹. المرجع السابق,ص76.

*المخاطرة= المخاطرة المحتملة/مدى التعرض/القدرة على إدارة الأخطار
² محمد علي شومان,الإعلام والأزمات,المرجع السابق,ص79,80,81.

الخطوة الثالثة : تحديد الجمهور المستهدف

إن الهدف من تحديد الجماهير بالرسالة الإعلامية هو ضمان تحقيق الرسالة لأهدافها وتوفير الجهد والنفقات من خلال البناء الجيد للرسالة و اختيار أساليب الإقناع المناسبة لطبيعة المستهدفين بالاتصال فضلا عن دورها في اختيار وسيلة الاتصال الملائمة.

وعند أوليات التخطيط للفئات الجماهيرية عند إدارة الأزمات يجب وضع الأولويات الآتية في الحسبان وهي: المتأثرون بالأزمة مباشرة والذين يمكنهم التأثير بالأزمة على المنظمة, والمحتمل تأثيرهم بالأزمة لاحقا والذين يحتاجون إلى معلومات.

هذا بالإضافة إلى التقسيم التقليدي للجمهور :

7- الجمهور الداخلي : وهم المنتمون إلى الهيئة أو المنظمة على اختلاف تخصصاتهم و درجاتهم الوظيفية مما

يجعل هناك ضرورة لوجود نظام اتصالي داخلي على درجة من الكفاءة و تنفيذ الخطة الإعلامية سواء قبل

أو أثناء أو بعد الأزمة.

ب- الجمهور الخارجي : يفترض في كل هيئة أو وسيلة إعلامية أن تكون على دراية بالجماهير الخارجية التي يمكن

أن تتعامل معها وتوجه خطابها الإعلامي إليها¹.

الخطوة الرابعة : إعداد الرسالة الإعلامية

الهدف الرئيسي للخطة الإعلامية هو إحداث التأثير المطلوب في المتلقي و ذلك من خلال رسالة إعلامية جيدة و

يكون لها تأثير إيجابي على الجمهور المتلقي.

¹د.محمد عبد الوهاب, دور الصحف في إدارة الأزمات, المرجع السابق, ص129,130.

ويعتبر إعداد الرسالة المفيدة خطوة بالغة الأهمية في مواجهة الأزمات إعلامياً إذ إن ما تقوله أثناء الأزمة قد يعد أكثر أهمية مما تفعله خاصة في الساعات الأولى لوقوع الأزمة, و على هذا فمن الأهمية أن تعمم الرسالة الإعلامية لتلائم اهتمامات و احتياجات كل قطاع من الجمهور المستهدف و تؤسس على المصداقية و الالتزام و الحقائق دون المبالغة سواء التهوين أو التهويل مع مراعاة السرعة و الدقة

و الوضوح¹.

الخطوة الخامسة : التدريب

يضيف بعض الباحثين إلى الخطوات الأربع السابقة للتخطيط الإعلامي خطوة خامسة ذات أهمية بالغة هي التدريب على إدارة الأزمات, باعتباره يمثل العنصر الفاعل في إعداد الخطة ورسم السيناريوهات وتنفيذ الخطط. وهذا ما يؤكد أن نصف النجاح في إدارة الأزمة إعلامياً يرتبط بالتدريب, والذي يهدف فقط إلى التعلم و اكتساب مهارات جديدة ولكنه يهدف أيضا إلى اختيار تلك المهارات ومدى كفاءة الجهات المعنية بإدارة الأزمة واستعدادها لها.

وهناك من يرى أن برامج التدريب تثير إشكالية و افتراض أزمات تختلف عن الموقف الحقيقي للأزمة و ما يرتبط به من توترات عصبية, كما أن استجابة أعضاء الفريق بالأزمات التدريبية قد تكون هادئة و ربما روتينية لمعرفة المسبقة بأنها أزمات بغرض التدريب, و البديل عن ذلك خلال الجلسات التدريبية هو حضور خبراء استشاريين من خارج المنظمة لتوريد أفكار و تصور احتمالات لتطور الأزمات المتوقعة و هو نوع من التفكير المستقبلي أو التمرين وتكون فوائده عديدة نذكر أهمها²:

¹ نفس المرجع أعلاه,ص131,132.

². محمد علي شومان: الإعلام والأزمات, المرجع السابق,ص93,96.

1. إدراك بعض المشكلات التي يمكن منعها إذ تم إدخال بعض التعديلات على برامج التدريب أو خطة إدارة الأزمة إعلامياً.

2. التفكير في ردود الأفعال الجماهيرية المختلفة تجاه الأزمة و اتجاه المعالجة الإعلامية لها وذلك بأفضل سيناريو متوقع...و أسوأ سيناريو.

3. إن التفكير في الخطة والتدريب عليها والإجراءات المطلوبة قد يكشف لنا أن المنظمة التي تعمل بها في طريقها لمواجهة أزمة ما وبالتالي نسعى إلى تطويقها وعلاجها و اكتشاف إشارات الإنذار بالأزمة والقضاء عليها¹.

ومن خلال ما سبق يمكن القول إن التخطيط لإدارة الأزمات وفق الرؤية الإعلامية يمثل ركنا أساسيا ضمن منظومة التخطيط الشاملة لإدارة الأزمات والتي تتطلب مشاركة كافة الجهات والأنظمة والتي تهدف بدورها إلى تقليل نسبة الخسائر إلى أقصى درجة ممكنة مع الحفاظ على صورة ذهنية جيدة لدى الرأي العام إلى جانب التخطيط الأمثل يتطلب إتباع عدة إجراءات تبدأ بتحديد الهدف.

2/2- عناصر التخطيط الإعلامي لإدارة الأزمات²:

تختلف الخطط الإعلامية لإدارة الأزمات باختلاف طبيعة ونوع الأزمة من جهة, وطبيعة ومسؤوليات الجهة أو الهيئة التي تواجه موقف الأزمة من جهة أخرى, فمثلا: تختلف الخطة الإعلامية لمواجهة فشل تسويق منتج ما عن خطة مواجهة مجموعة من الإرهاب لأن الجمهور يختلف في الحالتين و بالتالي تختلف الوسائل الإعلامية المستخدمة و الرسائل التي يجب توجيهها.

¹. محمد علي شومان: الإعلام والأزمات, المرجع السابق,ص93,96.

². نفس المرجع أعلاه,ص76,96.

ولكن رغم الاختلافات بين الخطط الإعلامية إلا أن هناك عناصر أساسية مشتركة اتفق عليها الباحثون والخبراء التي تقوم عليها أية خطة إعلامية لإدارة الأزمات, و تعتبر هذه العناصر شروطا عامة لنجاح و تصميم الخطة الإعلامية لمواجهة الأزمات, وتتمثل في ما يلي:

✓ تحديد المخاطر و الأزمات المحتملة

✓ تحديد الأهداف

✓ تحديد الوسائل والإمكانات المتاحة

✓ تحديد طبيعة ونوع الأزمة و الجمهور

✓ إعداد الرسالة الإعلامية لمواجهة الجمهور

✓ التدريب على تنفيذ الخطة الإعلامية الموضوعية لإدارة الأزمة

2/ شروط وأسس التخطيط الإعلامي لمواجهة الأزمات:

نظرا للطبيعة التي تميز الأزمات عن سائر الأحداث الأخرى, فإنها تتطلب نوعا منفردا من التخطيط يشمل الإعداد للتعامل مع كافة الجهات و الأطراف في إدارة الأزمات و التي منها وسائل الإعلام, و من تم التخطيط الإعلامي يتطلب الإعداد للتعامل مع وسائل الإعلام من جهة المؤسسات من ناحية , و إعداد وتدريب الإعلاميين على التعامل مع الأزمات من ناحية أخرى, والتي تبدأ بالتعرف على أنواع الأزمات و الهدف من إدارتها وفئات الجمهور المستهدفة و النتائج المتوقعة.

وهناك بعض الدراسات التي تحدد مجموعة من الأسس الواجب أخذها في الاعتبار عند التخطيط الإعلامي لإدارة الأزمات منها:

(1) إنه يجب أن تعد الخطط الإعلامية في ضوء الإستراتيجيات العامة لإدارة الأزمة وضمن التوجهات السياسة العامة. ويجب أن تتناول ثلاث مراحل "ما قبل وأثناء وبعد الأزمة" بحيث تكون لكل خطة إستراتيجيتها و منطلقاتها.

(2) أن تكون الخطط دقيقة و شاملة و واضحة الوسائل و الأهداف, و تكون المرنة حيث تستجيب لما قد يطرأ على مسار الأزمة من تطورات.

(3) الحرص على التعامل بمصدقية مع كافة وسائل الإعلام وعدم التسرع أو المبالغة أو التقليل من إعطاء المعلومات والحقائق مع ضرورة اختيار الوقت المناسب لتزويد وسائل الإعلام بالمعلومات و الأخبار الجديدة و بشكل لا يؤثر على مسار إدارة الأزمة.

(4) الاستعانة بالخبراء والمتخصصين في تصميم وتنفيذ ومتابعة الخطط الإعلامية بالأزمات مع ضرورة أن تشمل الخطط الإعلامية أساليب متابعة لتطورات الأزمة, ورصد متابعتها بكل دقة والتعامل معها بكل دراية وحكمة مع رصد ردود الأفعال.

(5) ويفترض أن تشمل الخطة الإعلامية مركزا لإعلام الأزمة يصب فيه كافة المعلومات المتعلقة بالأزمة على أن يكون مجهزة بالتقنيات الحديثة.¹

3/ صعوبات التخطيط الإعلامي لمواجهة الأزمات :

1. أن الوقت المتاح ضيق و غير محدد ومرتبطة أشد الارتباط بنوع الأزمة و سيناريوهات السريعة التي تنطوي على مخاطر و تهديدات مختلفة.

2. حساسية الرأي العام و مشاعر القلق والتوتر وربما الخوف الذي يسيطر على الجماهير ذات العلاقة المباشرة أو غير المباشرة بالأزمة.

¹ د.محمد عبد الوهاب حسن عشاوي: دور الصحف في إدارة الأزمات, مرجع سابق, ص124,125.

3. معظم الأزمات ذات بعد إعلامي يؤثر في تطور الأزمة و في إدراك واستجابة الجمهور لها, و من هنا مطلوب من أجهزة الإعلام وضع خطط مرنة للتعامل مع الأزمات و المخاطر المحتملة و التي قد تهدد المجتمع.

4. سعي وسائل الإعلام وتنافسها في التغطية الإعلامية ومحاولة تحقيقها للسبق و الإنفراد الإعلامية للأزمة مما قد يوقعها في أخطاء تتعلق بالدقة و الوضوح أو على الأقل خلق مزيد من الضغوط على فريق إدارة الأزمة.

أن أتساع حجم المخاطر و الآثار النفسية و الاجتماعية للأزمة قد يمثل ضغطا على الموارد و الإمكانيات الإعلامية المتاحة التي سبق رصدها لمواجهة الأزمة بحيث تصبح غير كافية لتحقيق أهداف الخطة.

المبحث الخامس : تعامل الإعلام الجزائري مع الأزمات

فيما يخص الإعلام الجزائري و معالجته للأزمات فمن الملاحظ أنه في حالة الأزمات و الظروف الاستثنائية التي تواجه المجتمعات في مسيرتها من حين لآخر, يكون دور الإعلام هو نوعية الشعب برمته بخطورة الأزمة و جسامتها, و بإمكانية اتساعها و شمولها و إمكانية مساسها بكيان الدولة تفتيت عناصر الأمة و إعدادها لمواجهة الأزمة.

وفي ما يخص الصحافة الجزائرية فقد وجدت نفسها خلال الأزمة تحت الضغط, هذا الأخير من شأنه أن يؤثر على الممارسة الإعلامية و لهذه الأمور يمكن القول أن العمل الإعلامي في الجزائر استثنائيا بالفعل في سنوات الأزمة. و قد أشارت إلى ذلك تقارير المنظمات الدولية و غير الحكومية لحقوق الإنسان و منظمات الصحافة عبر العالم.

و في ما يخص الممارسة الإعلامية, فإن طريقة المعالجة المثيرة التي تعتمد على التهويل و التضخيم و هي التي كانت سائى بقوة و بكثافة في وسائل الإعلام الجزائرية على اختلافها... فمثلا ربطت في معظم الأحيان الأعمال الإرهابية بالدين الإسلامي الحنيف¹.

معوقات الإعلام الجزائري خلال الأزمة :

لعل فشل الإعلام الجزائري في المساهمة في إدارة الأزمة لا يرجع إلى تدني مستوى المهنية و الحرفية و الاحترافية لرجال الإعلام الجزائريين، وأيضا عدم كفاءة مؤسسات الإعلام، و إنما ذلك راجع إلى جملة من الصعوبات و العراقيل التي نذكر من بينها² :

- سياسة التهميش، و عدم القدرة على تميم و تقييم دور الوظيفة الإعلامية في إدارة الأزمات.
 - قلة المعلومات، و صعوبة الوصول إلى مصادرها المتمركزة، مع تدفقها بشكل عمودي و هو ما يجد و يقلل من مصداقيتها.
 - ركود مؤسسات الإعلام الرسمية
 - إثارة الشكوك في مصداقية وسائل الإعلام الخاصة، و دفعها باستمرار إلى ارتكاب الأخطاء المهنية في ظل غياب قنوات تنظيمية تتكفل بتأطير الخطاب الإعلامي و القضاء على الصعوبات التي تواجهها.
- و عليه فإنه يتوجب على الإعلام الجزائري في ظروف الأزمة أن يتوفى المبادئ العامة التي وضعها علماء الإعلام و الاتصال للتصدي و إدارة الأزمة بشكل فعال و هذه المبادئ التي أوجزها الدكتور "أديب خضور" في ضرورة عدم الخلط بين ما هو سياسي و ما هو إعلامي و أن يكون واضحا و مفهوما أن العامل الحاسم و

¹. محمد العقاب: الصحافة الجزائرية وحرية التعبير في مجتمع مهزوز، المجلة الجزائرية للعلوم السياسية و الإعلامية، العدد 2، (شطاء 2002، 2003)، ص 144، 146.
². أحمد حمدي: الخطاب الإعلامي العربي آفاق وتحديات، دار هومة للنشر و التوزيع، الجزائر، 2002، ص 134، 135.

المقرر في إدارة الأزمة هو السياسي, بمعنى أن القيادة السياسية ممثلة في هيئة الأركان المركزية هي مركز صنع القرارات المتعلقة بالأزمة. و يبقى الإعلام على أهميته عاملا متغيرا و نابعا للسياسي، فمهمة السياسي في وقت الأزمة تتمركز حول تحديد الإستراتيجية و الأهداف، و وضع المنطلقات و تحديد أسس إدارة الصراع في كل مجال، و تسيير كل ذلك إعلاميا فهي مسألة تخص الإعلامي وحده¹.

¹. أديب خضور: مرجع سبق ذكره، ص62.

الفصل الثالث

الإطار التطبيقي



تمهيد الفصل الثالث :

تعد جريدة الخبر واحدة من أبرز الصحف اليومية الصادرة في الجزائر وهي من الصحف التي تركت بصمتها في المشهد الإعلامي الجزائري منذ تأسيسها

تأسست جريدة الخبر في 01 نوفمبر 1990 بعد الانفتاح السياسي والإعلامي الذي عرفته الجزائر في أواخر ثمانينات القرن العشرين عقب إقرار دستور 1989 الذي أتاح التعددية الحزبية والإعلامية وجاءت الصحيفة في سياق التحولات الكبرى التي شهدتها البلاد حيث تأسست من طرف مجموعة من الصحفيين الذين كانوا يعملون سابقا في الصحافة الحكومية خاصة جريدة المجاهد.

الخط التحريري:

اتخذت الخبر منذ بدايتها خطا تحريريا مستقلا وحاولت أن تحافظ على مسافة من السلطة مع تركيزها على تغطية الأخبار الوطنية السياسية الاجتماعية الاقتصادية إضافة إلى الشؤون الدولية وقد عرفت الجريدة بمواقفها النقدية في العديد من القضايا مما منحها شعبية واسعة بين القراء الجزائريين .

التطورات والانعكاسات

عاشت الجريدة مراحل إزدهار وأزمات متتالية :

• في تسعينات القرن الماضي برزت كواحدة من أكبر الصحف الجزائرية من حيث التوزيع والمبيعات.

• تعرضت في مارس 1996 إلى حادثة مأساوية تمثلت في اغتيال مديرها سعيد مخلوفي في خضم

الأزمة الأمنية التي عصفت بالجزائر آنذاك

- واصلت صدورها رغم التحديات الأمنية والسياسية مع الحفاظ على مكانتها في سوق الصحافة

الجزائرية

- في السنوات الأخيرة واجهت الجريدة صعوبات مالية وأزمات إدارية خاصة بعد اعتقال جميل

عكوش في 2018 ضمن قضايا فساد أثر على استقرارها الإداري والمالي.

يتناول هذا البند تحليلاً لنتائج الدراسة حول معالجة جريدة الخبر لموضوعات الحرب الروسية الأوكرانية

خلال الفترة الممتدة من (2025/01/01 إلى 2025/04/01)

الموضوعات الرئيسية التي عالجتها الخبر في الحرب الروسية الأوكرانية للإجابة على هذا السؤال تم استخراج

التوزيع التكراري والنسبي لنوع الموضوعات الرئيسية في عينة الدراسة ، والجدول والشكل التاليان يوضحان

ذلك :

جدول (1) الموضوعات الرئيسية التي عالجتها عينة الدراسة

الخبر			الموضوعات
ت	ن	ك	
1	%26.2	1142	السياسية
3	%19.2	839	العسكرية
5	%15.9	695	القانونية
2	%22.1	964	الاقتصادية
4	%16.5	719	الاجتماعية

أخرى	06	%0.1	6
المجموع	4365	%100	-

تظهر بيانات الجدول الأول الموضوعات الرئيسية التي عالجتها قناة الجزيرة للحرب الروسية الأوكرانية ، بأن الموضوعات السياسية جاءت في المرتبة الأولى على جريدة الخبر (1142) تكرارا وبنسبة (26.2%) في حين في المرتبة الثانية الموضوعات الاقتصادية بواقع (694) تكرارا وبنسبة (22.1%) وجاءت الموضوعات العسكرية في المرتبة الثالثة بواقع (839) تكرارا وبنسبة (19.2%) وفي المرتبة الرابعة حلت الموضوعات الاجتماعية بواقع (719) تكرارا وبنسبة (16.5%) فيما حلت الموضوعات القانونية في المرتبة الخامسة بواقع (695) تكرارا وبنسبة (15.9%) بينما جاء في المرتبة الأخيرة الموضوعات الأخرى بواقع (6) تكرارات وبنسبة (01%)

ويفسر الباحثان هذه النتيجة التي توصلت لها الدراسة حول الموضوعات الرئيسية التي عالجتها جريدة الخبر في تغطيتها للحرب الروسية الأوكرانية من أن جريدة الخبر تولي اهتماما نسبيا مقداره (0.3%) للموضوعات السياسية و(0.5%) للموضوعات الاقتصادية و (0.3%) للموضوعات الاجتماعية ، وهذا ربما يعود إلى أن جريدة الخبر لا تستطيع الظهور بمظهر المتحيز بشكل كامل في تغطية الموضوعات الرئيسية للحرب الروسية الأوكرانية من حيث أنها موضوعات مهمة مهمة تفرضها الوقائع على الأرض إلا أن هذه النسب الضئيلة إنما هي مؤشرات تدل على شكل واتجاه التغطية الإعلامية للجريدة التي تتسم وفقا لهذه النتيجة بالتغطية الحذرة في تغطية أحداث الحرب إن جاز التعبير أن نصفها بهذا الوصف وهي بالرغم من ذلك تغطية يمكن قراءتها وملاحظتها في سياق المقالات الصحفية على أنها منحازة نسبيا لصالح الجانب الروسي .

وتختلف هذه النتيجة التي توصلت لها الدراسة الحالية مع نتيجة دراسة إسماعيل وحسان (2021) التي خلصت إلى أن أهم سمات الموضوعية في التغطية الإعلامية كان " للتجرد وعدم التحيز " في حين أنها تتفق مع دراسة السواح (2020) التي بينت عدم اهتمام الصحف الالكترونية العربية والأجنبية بالتغطية المتوازنة للأحداث الإرهابية محل الدراسة .

كما وتتفق هذه النتيجة مع نظرية الدراسة الحالية في فرضها الرئيس من منطلق أن الموضوعات قد لا تندرج تحت مغزى معين دون أن تكتسب هذا المغزى من خلال تأطيرها ووضعها في اتجاه معين يحددها وينظمها ويضفي عليها قدرا من الاتساق من خلال التركيز على بعض جوانب الموضوع وإغفال جوانب أخرى .

المضامين المنبثقة عن الموضوعات الرئيسية التي عالجتها قناة الجزيرة عن تغطيتها لأخبار الحرب الروسية الأوكرانية لدراسة المضامين الواردة في الموضوعات الرئيسية الخمس ، تم فصل كل موضوع على حدى لبيان مضامينه وما يمثله كل موضوع رئيسي من طرح وذلك على النحو التالي :

أولا : المضامين السياسية :

قمت باستخلاص وإيجاد عدد من المضامين التي عالجتها عينة الدراسة وتندرج تحت إطار الموضوعات السياسية في الحرب الروسية الاكرانية ، وبناء على ذلك تم استخراج التوزيع التكراري والنسبي لهذه المضامين والجدول التالي يوضح التالي :

جدول (2) المضامين السياسية التي عالجتها جريدة الخبر عند تغطيتها للحرب الروسية الأوكرانية

جريدة الخبر			المضامين السياسية
ت	ن	ك	
1	19.2	219	مطالبات دولية لحث روسيا القبول بالحلول السلمية لانتهاء الحرب دبلوماسية ومواقف دولية تسعى للوساطة
2	15.4%	176	إدانة دولية لحرب روسيا على أوكرانيا واتهامات متبادلة بين موسكو ودول الغرب بافترال الأزمات
3	13.4%	153	مستقبل العلاقات الروسية الغربية وانعكاساتها على المعسكرين الشرقي والغربي
4	13.0%	149	الطرد المتبادل للدبلوماسيين بين روسيا والدول الغربية
5	12.2%	139	مخاوف دولية من انخراط بلاروسيا والصين في حرب عالمية
6	9.5%	109	مباحثات دولية في ظل أجواء الحرب وتهديد محتمل ومتبادل بين إسرائيل وإيران
7	9.4%	107	تحذيرات أوروبية من أن تكون ليتوانيا على لائحة الاستهداف الروسية بعد أوكرانيا
8	7.9%	90	تصريحات روسية صينية بأن العالم سيكون خاليا من أحادية القطب
-	100%	1142	المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (2) المضامين المنبثقة عن الموضوعات السياسية الرئيسية التي عالجتها قناة الجزيرة

للحرب الروسية الأوكرانية حيث جاء مضمون " مطالبات دولية لحث روسيا على القبول بالحلول السلمية

لإنهاء الحرب دبلوماسيا ومواقف دولية تسعى للوساطة في المرتبة الأولى بواقع (219) تكرارا وبنسبة (19.2%) أما المرتبة الثانية لمضمون " إدانات دولية لحرب روسيا على أوكرانيا واتهامات متبادلة بين موسكو ودول الغرب بافتعال الأزمات " بواقع (176) تكرارا وبنسبة (15.4%)

أما في المرتبة السابعة فقد كانت لمضمون " تحذيرات أوروبية من أن تكون ليتوانيا على لائحة الاستهداف الروسية بعد أوكرانيا " بواقع (107) تكرارات وبنسبة (9.4%) في حين جاءت المرتبة الثامنة لمضمون تصريحات روسية صينية بأن العالم سيكون خاليا من أحادية القطب " بواقع (90) تكرارا وبنسبة (7.9%) .
ونشير هنا إلى مسألة هامة في النتائج التي توصلنا إليها من خلال هذه الدراسة الحالية ضمن مضامين الموضوعات السياسية على جريدة الخبر ، فمجموع تكرار المضمون المتعلق ب"إدانات دولية لحرب روسيا على أوكرانيا واتهامات متبادلة بين موسكو ودول الغرب بافتعال الأزمات " ومضمون "مطالبات دولية لحث روسيا على القبول بالحلول السلمية لإنهاء الحرب دبلوماسيا ومواقف دولية تسعى للوساطة " قد مثل ما نسبته (34.6%) من مساحة التغطيات الإعلامية على الجريدة ، وهي تعني أكثر من ثلث التغطية الإعلامية لمضامين الموضوعات السياسية .

ثانيا : المضامين العسكرية

قمت باستخلاص وإيجاد عدد من المضامين التي عالجتها عينة الدراسة وتدرج تحت إطار الموضوعات العسكرية في الحرب الروسية الأوكرانية وبناء على ذلك تم استخراج التوزيع التكراري والنسبي لهذه المضامين ، والجدول التالي يوضح ذلك:

جريدة الخبر			المضامين العسكرية
ت	ن	ك	
1	22.8%	191	تعزيز القوات الأوكرانية خطوطها الدفاعية في الجبهة الشرقية لمنع التقدم العسكري
2	17.4%	146	مجموعة الدول السبع والعمل على ضرب منظومة روسيا الصناعية العسكرية
3	16.4%	138	تزويد بلاروسيا "بأنظمة صواريخ "إسكندر إم " برؤوس نووية
4	15.1%	127	قصف روسي بصواريخ كاليبر على غرب أوكرانيا وتحقيق تقدم عسكري في المعارك
5	14.4%	121	الدفع باتجاه عسكرة أوروبا ومباحثات عسكرية للجناح الشرقي لبحث توسيع النيتو
6	13.8%	116	توتر صيني أمريكي عنوانه تايوان مرتبط بتأثيرات الحرب الروسية على أوكرانيا
-	839%	839	المجموع

تظهر بيانا الجول رقم (03) المضامين المنبثقة عن الموضوعات العسكرية الرئيسية التي عالجتها قناة الجزيرة

للحرب الروسية الأوكرانية ، حيث جاء مضمون " تعزيز القوات الأوكرانية خطوطها الدفاعية في الجبهة الشرقية

لمنع التقدم العسكري " في المرتبة الأولى على جريدة الخبر بواقع (191) تكرارا وبنسبة (22.8%) على

جريدة الخبر ، أما المرتبة الثانية فكانت على الخبر لمضمون "مجموعة الدول السبع والعمل على ضرب منظومة

روسيا الصناعية العسكرية " بواقع (146) تكرارا وبنسبة (17.4%) أما المرتبة الخامسة فكانت لمضمون " الدفع باتجاه عسرة أوروبا ومباحثات ومباحثات عسكرية للجنح الشرقي لبحث توسيع النيتو " بواقع (121) تكرارا وبنسبة (14.4%) وكانت المرتبة السادسة والأخيرة لمضمون "توتر صيني أمريكي عنوانه تايوان مرتبط بتأثيرات الحرب الروسية على أوكرانيا " بواقع (116) تكرارا وبنسبة (13.8%) .

ثالثا : المضامين الاقتصادية

قمت باستخلاص وإيجاد عدد من المضامين التي عالجتها عينة الدراسة تحت إطار الموضوعات الاقتصادية في الحرب الروسية الأوكرانية ، وبناء على ذلك تم استخراج التوزيع التكراري والنسبي الذي يوضح ذلك :

جدول رقم (4) المضامين الاقتصادية التي عالجتها جريدة الخبر عند تغطيتها للحرب الروسية الأوكرانية

جريدة الخبر			المضامين الاقتصادية
ت	ن	ك	
1	%17.5	151	أبعاد وخلفيات أزمة الاقتصاد العالمي نتيجة تداعيات الحرب على أوكرانيا
2	%13.1	113	تفشي المجاعة العالمية ونقص المواد الغذائية واستخدامها كسلاح استراتيجي في الحرب
3	%11.9	103	فتح ممرات بحرية لشحن الحبوب وتأثيرات الحرب على أسواق القمح عالميا
4	%11.5	99	توقعات اقتصادية مبهوطة حاد في محاصيل الحبوب

بسبب الحرب			
تقديرات الكلف الاقتصادية لإعادة إعمار أوكرانيا بعد الحرب	89	10.3%	5
العقوبات الاقتصادية التي يفرضها الاتحاد الأوروبي على رجال أعمال وشركات روسية	87	10.1%	6
استخدام الطاقة والغذاء كأداة لتقسيم التحالف الأوروبي الأمريكي	81	9.4%	7
دول البلطيق وفرضها حصارا على عبور البضائع الروسية إلى إقليم كالينغراد	75	8.7%	8
التفاف روسيا على العقوبات الاقتصادية من خلال سوق الطاقة الصينية	66	7.6%	9
المجموع	964	100%	-

تظهر بيانات الجدول رقم (05) المضامين المنبثقة عن الموضوعات الاقتصادية الرئيسية التي عالجتها قناة الجزيرة للحرب الروسية الأوكرانية ، حيث جاء مضمون أبعاد وخلفيات أزمة الاقتصاد العالمي نتيجة تداعيات الحرب على أوكرانيا في المرتبة الأولى على جريدة الخبر بواقع (151) تكرارا وبنسبة (17.5%) أما المرتبة الثانية فكانت على الخبر لمضمون تفشي المجاعة العالمية ونقص المواد الغذائية واستخدامها كسلاح استراتيجي في الحرب " بواقع (113) تكرارا وبنسبة (13.1%) .

وجاءت المرتبة الثالثة لمضمون "فتح ممرات بحرية لشحن الحبوب وتأثيرات الحرب على أسواق القمح عالميا " بواقع (103) تكرارات وبنسبة (11.9%) على جريدة الخبر أما المرتبة السابعة فقد جاءت على جريدة الخبر لمضمون استخدام الطاقة والغذاء كأداة لتقسيم التحالف الأوروبي الأمريكي " بواقع (81) تكرارا وبنسبة (9.4%) على جريدة الخبر وكانت المرتبة الثامنة على جريدة الخبر لمضمون "دول البلطيق وفرضها حصارا على عبور البضائع الروسية إلى إقليم كالينغراد بواقع (75) تكرارا وبنسبة (8.7%) أما المرتبة التاسعة والأخيرة فقد كانت على الخبر لمضمون " التفاف روسيا على العقوبات الاقتصادية من خلال سوق الطاقة الصيني " بواقع (66) تكرارا وبنسبة (7.6%).

رابعا : الموضوعات الاجتماعية

قمنا باستخلاص وإيجاد عدد من المضامين التي عالجتها عينة الدراسة وتدرج تحت إطار الموضوعات الاجتماعية في الحرب الروسية الأوكرانية وبناء على ذلك تم استخراج التوزيع التكراري والنسبي لهذه المضامين والجدول التالي يوضح ذلك :

جدول رقم (5) المضامين الاجتماعية التي عالجتها جريدة الخبر لموضوعات الحرب الروسية الأوكرانية

الخبر			المضامين الاجتماعية
ت	ن	ك	
1	%16,0	115	القتلى المدنيين جراء تعرضهم للقصف الروسي على الأحياء السكنية في مختلف مناطق أوكرانيا
2	%14,7	106	حصار المدن الأوكرانية وإنشاء الممرات الإنسانية

			لإجلاء المدنيين
3	%12,7	91	معايير مزدوجة في التعامل مع اللاجئين الأوكرانيين وغيرهم من طالبي اللجوء
4	%12,1	87	تزايد أعداد اللاجئين الأوكرانيين وتقديم مساعدات لهم عبر المعابر الحدودية
5	%10,2	73	فرق الإنقاذ ودورها في عمليات البحث عن ناجين جراء انهيارات المباني في القصف الروسي على أوكرانيا
6	%9,9	71	الآثار المدنية المترتبة عن الهجرة والنزوح بفعل الحرب الروسية الأوكرانية
7	%9,6	69	تداعيات المجاعة على اللاجئين الأوكرانيين للبحث عن الأمان والقوت في أوروبا والولايات المتحدة
8	%8,2	59	استهداف المدنيين وسلب الثروات والمراكز الحيوية والمؤسسات الصحية والتعليمية وفساد البنى التحتية للأحياء السكنية
9	%6,7	48	الاغتراب الناتج عن النزوح ومغادرة العائلات لأحيائهم ومنازلهم وأماكن اقامتهم

-		719	المجموع
---	--	-----	---------

تظهر بيانات الجدول رقم (06) المضامين المنبثقة عن الموضوعات الاجتماعية الرئيسية التي عالجتها جريدة الخبر للحرب الروسية الأوكرانية ، حيث جاء مضمون " القتلى المدنيين جراء تعرضهم للقصف الروسي على الأحياء السكنية في مختلف مناطق أوكرانيا " في المرتبة الأولى على جريدة الخبر بواقع (151) تكرارا وبنسبة 16% أما المرتبة الثانية فكانت لمضمون " حصار المدن الأوكرانية وانشاء الممرات الإنسانية لإجلاء المدنيين " بواقع (106) تكرارا وبنسبة 14,7 % ، وجاءت المرتبة الثالثة لمضمون "معايير مزدوجة في التعامل مع اللاجئين الأوكرانيين وغيرهم من طالبي اللجوء " بواقع (91) تكرارا وبنسبة 12,7 %

أما المرتبة السادسة فقد جاءت لمضمون " الآثار المدنية المترتبة على الهجرة والنزوح بفعل الحرب الروسية الأوكرانية " بواقع (71) تكرارا وبنسبة 9,9 % في حين كانت المرتبة السابعة لمضمون "تداعيات المجاعة على اللاجئين الأوكرانيين للبحث عن الأمان والقوت في أوروبا والولايات المتحدة " بواقع (69) تكرارا وبنسبة 9,6 % وكانت المرتبة الثامنة لمضمون "استهداف المدنيين وسلب الثروات والمراكز الحيوية والمؤسسات الصحية والتعليمية وإفساد البنى التحتية للأحياء السكنية " بواقع (59) تكرارا وبنسبة 8,2 % أما المرتبة التاسعة والأخيرة فقد كانت لموضوع " الاغتراب الناتج عن النزوح ومغادرة العائلات لأحيائهم ومنازلهم وأماكن إقامتهم " ب 48 تكرارا وبنسبة 6,7 %

■ الأنماط الإعلامية الواردة في الجريدة عند معالجتها للحرب الروسي الأوكرانية

للإجابة على هذا السؤال تم استخراج التوزيع التكراري والنسبي لأنماط التغطية الإخبارية لموضوعات الحرب الروسية الأوكرانية ، والجدول والشكل التاليان يوضحان ذلك :

جدول (6) أنماط المعالجة الإعلامية لموضوعات الحرب الروسية الأوكرانية .

الخبر			أنماط المعالجة الإعلامية
ت	ن	ك	
1	%38,3	430	أخبار
2	%23,0	258	تقرير
3	%8,0	90	استطلاع رأي
4	%0,4	5	مقابلة مسجلة
-	%100	783	المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم 6 أنماط التغطية الإخبارية التي عالجتها جريدة الخبر لموضوعات الحرب الروسية الأوكرانية ، حيث جاء نمط التغطية الاخباري (أخبار) على جريدة الخبر في المرتبة الأولى بواقع 430 تكرارا ونسبة 38,3 % ، وكان نمط التغطية الاخباري (التقرير) قل حل في المرتبة الثانية على جريدة الخبر بواقع 258 تكرارا ونسبة 23,0 % وبواقع 86 تكرارا وحل نمط التغطية الإخبارية (استطلاع رأي) في المرتبة الثالثة على جريدة الخبر بواقع 90 تكرارا ونسبة بلغت

8,0% بينما كانت المرتبة الرابعة والأخيرة على جريدة الخبر لنمط التغطية الاخباري "مقابلة مسجلة " بواقع 5 مقابلات بنسبة 0,4%.

ويلاحظ من النتائج السابقة التي توصلت لها الدراسة الحالية ضمن فئة الأنماط الإخبارية أن جريدة الخبر في تغطيتها الإخبارية لموضوعات الحرب الروسية الأوكرانية كانت تتبع سياسة تحريرية متوازنة من حيث توزيع الأنماط

الإخبارية على صفحاتها خلال فترة الدراسة فالوزن النسبي لمجموع الأخبار والتقارير متقاربة نوعا ما (38,3%) للأخبار و(23,0%) للتقارير.

المصادر الإعلامية المعتمدة في معالجة جريدة الخبر للحرب الروسية الأوكرانية خلال فترة الدراسة . للإجابة على هذا السؤال تم استخراج التوزيع التكراري والنسبي لفئة مصادر التغطية الإخبارية لموضوعات الحرب الروسية الأوكرانية والجدول التالي يوضح ذلك :

جدول رقم (7) مصادر المعالجة الإعلامية لموضوعات الحرب الروسية الأوكرانية .

الخبر			مصادر المعالجة
ت	ن	ك	
1	29,5%	187	مراسلون
2	15,6%	99	وكالات أنباء عالمية
3	11,4%	72	وسائل إعلام روسية
4	10,6%	67	وكالات أنباء عربية

5	%10,4	66	وسائل إعلام أوكرانية
6	%9,1	58	شبكات تواصل اجتماعي
7	%6,0	38	صحف عالمية
8	%4,1	26	صحف عربية
9	%3,0	19	غير محدد
10	%0,3	2	أخرى
-	%100	634	المجموع

تظهر بيانات الجدول والشكل رقم 8 مصادر التغطية الإخبارية التي عالجتها جريدة الخبر لموضوع الحرب الروسية الأوكرانية حيث جاء مصدر التغطية الإخبارية "مراسلون" في المرتبة الأولى بواقع 187 تكرار ونسبة (29,5) ، وجاءت المرتبة الثانية في جريدة الخبر لمصدر التغطية الاخباري وكالات أنباء عالمية بواقع 99 تكراراً ونسبة بلغت 15,6 % وحل مصدر التغطية الإخباري وسائل إعلام روسية المرتبة الثالثة بواقع 72 تكراراً ونسبة بلغت 11,4 % في حين المرتبة السابعة جاءت على جريدة الخبر لنمط التغطية الإخباري صحف عالمية بواقع 38 تكراراً ونسبة 6,0 % وحلت المرتبة الثامنة على جريدة الخبر لمصدر التغطية الإخباري " صحف عربية " بواقع 26 تكراراً ونسبة 4,1 % فيما جاءت المرتبة التاسعة على جريدة الخبر لمصدر التغطية الإخباري غير محدد بواقع 19 تكراراً ونسبة 3,0 %.

خاتمة



خاتمة

في ختام هذا العمل يتضح أن جريدة "الخبر" الجزائرية أولت اهتماما ملحوظا بتغطية تطورات الأزمة الروسية الأوكرانية منذ اندلاعها إدراكا منها لأهمية هذه الأزمة وتأثيرها العميق على الأمن والاستقرار الدوليين وانعكاساتها المحتملة على الأوضاع السياسية والاقتصادية في المنطقة والعالم ، وقد تنوعت معالجات الجريدة بين الأخبار العاجلة التحليلات السياسية المقالات الافتتاحية والمتابعات اليومية لمستجدات الميدان مما يعكس وعي المؤسسة الإعلامية بأهمية الحدث وضرورة مواكبة تفاصيله.

كما أظهرت التغطية الإعلامية لجريدة الخبر حرصا على تقديم خطاب إعلامي متوازن يعكس الموقف الرسمي الجزائري الداعي إلى الحلول السلمية والحوار الدبلوماسي ، مع الابتعاد عن الانحياز الصريح لأي طرف من أطراف النزاع وهو ما ينسجم مع مبادئ السياسة الخارجية الجزائرية التقليدية ورغم هذا التوازن فقد أظهرت بعض التوجهات الضمنية في بعض المواد المنشورة خاصة فيما يتعلق بانتقاد السياسات العربية تجاه الأزمة أو تسليط الضوء على الأبعاد الإنسانية للأحداث .

وعليه يمكن القول أن تغطية الخبر للأزمة الروسية الأوكرانية شكلت نموذجا للاعلام الوطني الذي يسعى إلى إطلاع الرأي العام على أهم القضايا الدولية ، مع مراعاة الاعتبارات السياسية الوطنية والتزامات المهنة الإعلامية ، كما أكدت الدراسة أن معالجة الأزمات الدولية في الصحافة الجزائرية تتطلب مزيدا من التنوع في المصادر وتوسيع دائرة التحليل الجيوسياسي بما يعزز ثقافة القارئ ووعيه بمختلف الأبعاد المتشابكة للأحداث العالمية.

نتائج الدراسة :

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أبرزها :

أولت جريدة الخبر اهتماما كبيرا بموضوعات الحرب الروسية الأوكرانية في تغطيتها للحرب الروسية الأوكرانية ، فقد حلت الموضوعات السياسية في المرتبة الأولى ، تلتها الموضوعات الاقتصادية ، ثم الموضوعات العسكرية.

غالبا ما تهدف جريدة الخبر في معظم تغطياتها ضمن الموضوعات السياسية التركيز على مسألة الموقف الروسي (المتأزم) سياسيا ودوليا من جراء حربه على أوكرانيا .

اتسمت بعض تغطيات جريدة الخبر فيما يتعلق بالموضوعات العسكرية بمحاولة (إخفاء التوترات الحاصلة في بحر جنوب الصين) لصالح السياسة الخارجية الأمريكية .

أظهرت جريدة الخبر فيما يتعلق بالموضوعات الاقتصادية الجانب الروسي على أنه يستخدم القمح ونقص المواد الغذائية (ابتزاز) لتحقيق مصالحه وفرض سياسة الأرض الواقع على مجريات الأحداث في أرض المعركة .

اتبعت جريدة الخبر في تغطياتها الإخبارية لموضوعات الحرب الروسية الأوكرانية سياسة تحريرية متوازنة من حيث توزيع الأنماط الإخبارية على صفحاتها .

تعتمد جريدة الخبر في تغطياتها بالدرجة الأولى على مراسليها في الميدان ، وهذه نقطة تحسب لصالحها بأنها قادرة على الوصول إلى الميدان وفي قلب الحدث ، وذلك لاعتبارات تتعلق بالدعم المادي واللوجستي للمراسلين المنظرين تحت مؤسساتها الإعلامية .

هناك تنوع واختلاف فيما يتعلق بابرار التغطية الإخبارية بموضوعات الحرب الروسية الأوكرانية على جريدة الخبر ، إلا أن توظيف جريدة الخبر لعناصر الابرار كان متكافئا ومتوازن وتمثيل منطقي إلى حد كبير.

التوصيات

في ضوء النتائج التي توصلت لها الدراسة ، فإننا نوصي بمايلي :

- العمل على تخفيض الابرار والتأطير الواضح للتغطيات الإعلامية في جريدة الخبر ضمن مواقف أيديولوجية وسياسية منحازة لطرف على آخر .
- النأي بالمؤسسة الإعلامية عن القيم السلبية التي من شأنها استخدام المؤسسات الإعلامية كأداة من أدوات السياسة الخارجية والوقوف ما أمكن ضمن خط الحياد والموضوعية .
- الابتعاد عن الانحياز في التغطيات الإعلامية لجريدة الخبر بحيث تكون أكثر حيادية فيما يتعلق بفضة الاتجاهات ، وأن لا تقتصر تغطياتها على الاتجاهات المعارضة .
- السعي لأن تكون التغطيات الإعلامية ضمن إطار السياسة التحريرية المتكافئة والمتوازنة .
- ضرورة العمل على تنوع المصادر الإخبارية وعدم حصرها في مصادر محددة فقط .
- ضرورة تنوع الأنماط الإخبارية وتوزيعها بشكل متساو عند تغطيتها لموضوعات الحروب والصراعات.

قائمة المراجع



قائمة المراجع

الكتب

1. رحيمة الطيب عيساني: مدخل إلى الإعلام و الاتصال، عالم الكتب الحديث، و جدارا للكتاب العالمي، ط1، الأردن، 2008.
2. لؤي خليل: الإعلام الصحفي، دار أسامة للنشر و التوزيع، ط1، الأردن- عمان ، 2010.
3. عماد عبد الوهاب الصباغي: علم المعلومات، مكتبة دار الثقافة للنشر و التوزيع، ط1، الأردن، 1998.
4. معجم المصطلحات الإعلامية: (عربي، عربي)، دار الشروق العربي،، القاهرة:1999.
5. محمود جاد الله: إدارة الأزمات، دار أسامة للنشر و التوزيع، دون طبعة، الأردن - عمان .
6. محمود كمال عبد الحميد: تغطية الصحافة الأردنية اليومية لحرب الخليج الثالثة: تحليل مضمون، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، تشرين الأول، ص (ي). منشورة.
7. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب للنشر و التوزيع، القاهرة، 2000.
8. خالد حامد: منهجية البحث في العلوم الاجتماعية و الإنسانية، جسر للنشر و التوزيع، ط2، الجزائر 2012.
9. أحمد بن مرسللي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، الجزائر، 2010.

10. محمد الوفائي: مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية و الإعلامية، مكتبة الأنجلو المصرية، دون طبعة، القاهرة، 1989.
11. نصر حسني عبد الرحمان سناء: الخبر الصحفي، دار الكتاب الجامعي، العين، دون طبعة، 2004.
12. عبد العالي الرزاق: الأساليب الفنية في التحليل الصحفي، دار قباء للطباعة و النشر، دون تاريخ و طبعة، القاهرة.
13. عبد العزيز شرف: الأساليب الفنية في التحليل الصحفي، دار قباء للطباعة و النشر، دون طبعة، القاهرة.
14. نصر الدين العياضي: إقترابات نظرية للأنواع الصحفية، ديوان المطبوعات الجامعية، دون تاريخ و طبعة، الجزائر.
15. محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، دون طبعة، الجزائر، 1985.
16. فوزيل دليو.علي غربي: أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية: منشورات جامعة منتوري، قسنطينة، 1999.
17. عبد الله عامر الهمالي: أسلوب البحث الاجتماعي و تقنياته، منشورات جامعة قاربونس، دون طبعة و تاريخ، بنغازي.
18. طلعت همام: سين و جيم من مناهج البحث العلمي، مؤسسة الرسالة، دار عمان للنشر و التوزيع، دون تاريخ و طبعة .
19. بسام عبد الرحمان المشاقبة: نظريات الاتصال، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن- عمان، ط 1، 2011.

20. عبد الحافظ عوامي صلوي: نظريات التأثير الإعلامية، تم إعدادها بتاريخ 25 /06 /1433 هـ .
21. محمد عبد الوهاب ، حسن عثماوي ، دور الصحف في إدارة الأزمات ، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات
22. محسن أحمد القصيري ، إدارة الأزمات منهج إقتصادي وابداعي متكامل لحل الأزمات ، مكتبة مدبولي ، القاهرة ، 1994.
23. منى صلاح الدين شرف ، الإدارة والأزمات الوسيلة للبقاء ، دار الأمين للنشر والتوزيع ، القاهرة، 1998.
24. محمد عبد الرزاق محمد الديلمي ، التخطيط الإعلامي ، دار الميسرة للنشر والطباعة ، طبعة 1، عمان 2012.
25. محمد رشاد الحملاوي ، إدارة الأزمات ، تجارب محلية ودولية ، مركز الامارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية ، ط 4 ، 2014، الامارات.
26. محمد علي شومان ، الاعلام والأزمات، مدخل نظري وممارسات علمية ، طبعة 02.ب
27. محمد لعقاب ، الصحافة الجزائرية وحرية التعبير في مجتمع مهزوز ، المجلة الجزائرية للعلوم السياسية والإعلامية ، العدد 2 (2002-2003).
28. أحمد حمدي ، الخطاب الإعلامي العربي ، آفاق وتحديات ، دار هومة للنشر والتوزيع ، الجزائر ، 2002.

المذكرات والأطروحات

1. أمال إدريس ، التغطية الإعلامية لحرب الخليج الثالثة - قناة المنار نموذجاً - من (19 مارس إلى 09 أبريل 2003) دراسة تحليلية وصفية ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال ، الجزائر، 2010/ 2011.
2. أحمد علي محمد زيدان ، اتجاهات التغطية الإخبارية لصحيفة نيويورك تايمز قبل الحرب الأمريكية على العراق خلال المدة من 20 تشرين الأول إلى 20 آذار 2003، دراسة تحليلية -رسالة ماجستير في الاعلام كلية الاعلام جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا ، حزيران، 2010 ص(ك) منشورة .
3. كمال كريم عباس الديلمي ، اتجاهات التغطية الإخبارية لصحيفتي الرأي والعرب اليوم إزاء الاحتلال الأمريكي للعراق - دراسة تحليلية- شهادة لنيل درجة الماجستير في الإعلام ، كلية العلوم الإنسانية ، قسم الإعلام ، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا ، تشرين ، 2008.

المراجع باللغة الأجنبية

1. Professeur Gilles la porte Initialisation pratique a la mythologie des sciences humaines (300.300.91) cegap du vieux montreal 2003.2004.
2. Dearing Rogers E communication concepts agenda setting london and new delhi , sage 1996.
3. Lorna roth, Midia and communication of crisis and dempcracy ,1996.

