الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد بن باديس – مستغانم-
كلية العلوم الاجتماعية
قسم الإعلام و الاتصال

دور الإعلام الجزائري في معالجة أزمة الزيت
دراسة تحليلية لجريدة الشروق الالكترونية
في الفترة الممتدة من شهر مارس الى شهر أفريـــل 2021

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصّص: اتصال وعلاقات عامة .

إعداد الطالبة:
حمدي شريف سهام .

إشراف الأستاذة:
عكروت فريدة

أعضاء لجنة المناقشة

اللقب و الاسم	الجامعة	الصفة
نفوسي لمياء	جامعة مستغانم	رئيسا
عكروت فريدة	جامعة مستغانم	مشرف و مقررا
بنونة نادية	جامعة مستغانم	مناقشا

السنة الجامعية: 2022- 2023

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد بن باديس – مستغانم-
كلية العلوم الاجتماعية
قسم الإعلام و الاتصال

دور الإعلام الجزائري في معالجة أزمة الزيت
دراسة تحليلية لجريدة الشروق الالكترونية
في الفترة الممتدة من شهر مارس الى شهر أفريـــــل 2021

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصّص: اتصال وعلاقات عامة .

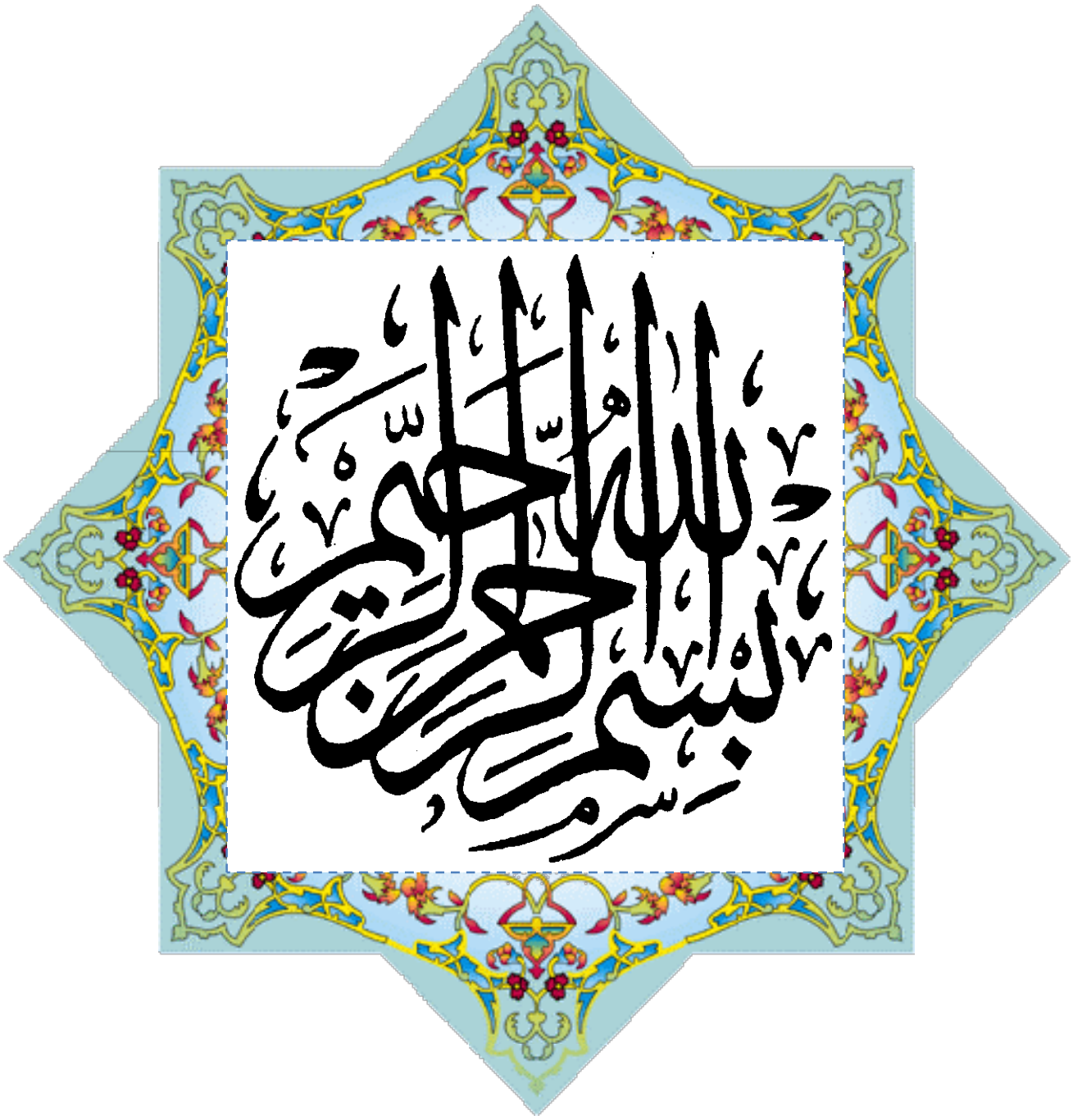
إعداد الطالبة:
حمدي شريف سهام .

إشراف الأستاذة:
عكروت فريدة

أعضاء لـجنة المناقشـــة

اللقب و الاسم	الجامعة	الصفة
نفوسي لمياء	جامعة مستغانم	رئيسا
عكروت فريدة	جامعة مستغانم	مشرف و مقررا
بنونة نادية	جامعة مستغانم	مناقشا

السنة الجامعية: 2022- 2023


بسم الله الرحمن الرحيم

- شكر و عرفان

بداية الشكر لله عز وجل الذي أعانني وشدّ من عزمي لإكمال هذا البحث، أشكره راكعة

قال رسول الله – حلى الله عليه وسلم . " **من لم يشكر الناس لن يشكر الله** "

يطيب لي أن أتقدم بكل عبارات الشكر والامتنان تقديرا وعرفانا بالجميل لأستاذتي الفاضلة والمشرفة الأستاذة عكروت فريدة " التي لم تبخل علي بنصائحها وتوجيهاتها السديدة وآرائها النيرة . وعلى تواضعها و صبرها خلال فترة إشرافها لي

كما لا يفوتني أن أتقدم بالشكر الجزيل إلى كافة الأساتذة الكرام الذين تلقيت على أيديهم مختلف مستويات العلم، وأخص بالذكر أساتذة قسم علوم الإعلاموالاتصال - وإلى كل من ساهم في إنجاز هذا العمل من قريب أو بعيد.

إهداء

أهدي تعبي لأبي. لأنني عرفت باسم أبي أكثر من اسمي و كانت شهادة نصري الأولى بمعركة الحياة وحافز للاستمرار.

.إلى من أخص الله الجنة تحت قدميها . إلى التي كانت تمسك يدي كأنني طفلة صغيرة وتؤمن بأنني سأكون يوما ما أريد إلى أمي الغالية.

-إلى من لا يطيب لي العيش إلا بينهم إخوتي الأعزاء:**هدى - حمزة. نهاد - أمنية . لميس.**

إلى جميع من وقف جانبي وكان معي طيلة مسيرتيالدراسية ودعمني لكي أكون على ما أنا عليه.

مقدمة

تحظى وسائل الإعلام بأهمية كبيرة في المجتمعات وذلك لاعتبارها مصدرا أساسيا لتثقيف الإنسان وترفيهه، بالإضافة لدورها في نقل وتبادل المعلومات و الأخبار السياسية، الاقتصادية و الاجتماعية... والصحافة الإلكترونية من بين هذه الوسائل الإعلامية التي لطالما لعبت دورا مهما في التعبير عن آراء الأفراد والمواطنين. وفي نقل مختلف القضايا التي تهم حياتهم. وكانت تعتبر حلقة وصل بين القارئ. والعالم المحيط به. فقد ساهمت في الحفاظ على التماسك الاجتماعي من خلال نقل القيم المدنية والاجتماعية والأخلاقية والثقافية ولعل من أبرز المواضيع الهامة التي تعالجها الصحف إعلاميا وبصفة يومية هي المواضيع الاقتصادية، وهذا ما لاحظناه في الآونة الأخيرة تداولها للقضية البارزة وهي أزمة الزيت التي عرفتها مختلف دول العالم، حيث مست هذه الأزمة باقي الميادين وأثرت عليها سلبا كما هو حاصل حاليا في الجزائر.

ونسعى من خلال هذه الدراسة إلى معرفة واقع وطبيعة المعالجة الإعلامية للأزمة في الصحافة الجزائرية من عمل جريدة الشروق الإلكترونية. التي تم اعتمادها كنموذج عنالصحافة الجزائرية اليومية الالكترونية محاولين بذلك معرفة موقع ومكانة أزمة الزيت ضمن الأجندة الإعلامية للجريدة ومدى اهتمامها بها.

وقد تضمن المبنى الشكلي للدراسة على مخرجات ومتطلبات التقليد العلمي بدءًا بالمقدمة الإطار المنهجي والإطار النظري ثم الإطار التطبيقي وأخيرًا خاتمة للموضوع بما تتضمنه من نتائج.

الإطار المنهجي : عرضت فيه الإشكالية ، تساؤلات الدراسة الأهمية والأهداف، وأسباب اختيار الموضوع،اعتمدت منهج أسلوب تحليل المضمون باستخدام أداة الملاحظة ، وتحليل المضمون لجمع البيانات ، حيث كانت العينية قصدية، أما الخلفية النظرية فقد اعتمدت على نظرية الأطر الخيرية، ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام . قمت بتحديد المفاهيم. كما تطرقت إلى عرض بعض الدراسات السابقة، وفي الأخير عرض مجالات الدراسة.

الإطار النظري : تناولت فيه ثلاثة فصول جاءت علىالنحو التالي:

الفصل الأول: تناولت فيه متغير الصحافة الالكترونية:

تضمن العناصر التالية: التعريفات، انطلاقة الصحافة الالكترونية، السمات الأنواع، الميزات.

الفصل الثاني: يشمل هذا الفصل متغير ماهية الأزمة وإدارتها متضمن العناصر الآتية: أبعاد الأزمة، مراحلها،خصائصها. مراحل إدارة الأزمات الأهداف الأساليب، الأدوات. المتطلبات، نماذج إدارة الأزمات. واختتمنا هذا الفصل بمعوقات نجاح إدارة الأزمات

الفصل الثالث: تناولت فيه متغير: علاقة الإعلام بإدارة الأزمات: ويشمل العناصر التالية: علاقة وسائل الإعلام بالأزمات، دور الإعلام في إدارة الأزمات، مراحل تناول الإعلام للأزمات الإستراتيجيات الإعلامية لمواجهة الأزمات. مهام إعلام الأزمات و العلاقة بين الإعلام والسلطة أثناء الأزمات

الإطارالتطبيقي:ويتضمن البطاقة الفنية لجريدة الشروق الإلكترونية،تحليل المضمون (فئات التحليل، وحدات التحليل)، عرض وتحليل البيانات. نتائج الدراسة.

الإطار المنهجي

-إشكالية الدراسة

-تساؤلات الدراسة

- أهمية الدراسة

- أسباب اختيار الموضوع

-أهداف الدراسة

- منهج الدراسة.

- أدوات جمع البيانات

- مجتمع الدراسة

- عينة الدراسة

- الخلفية النظرية

- تحديد المفاهيم

- الدراسات السابقة

- مجالات الدراسة

الإشكالية:

تواجه العديد من الدول والمنظمات أزمات مختلفة اقتصادية، اجتماعية سياسية.....، والتي تكون عبارة عن حالة حرجة وهامة قد تهدد كيانها والتي تظهر بشكل مفاجئ من الممكن أن يزداد عددها وتتنوع في توجهاتها وهذا ما يستدعي توفر إرادة حقيقية. وجهودا كثيفة ومنظمة لمواجهتها

ومع ازدياد الأزمات في العصر الحالي ونتيجة للخطورة التي يمكن أن تسببها الأزمة، فقد ظهر مصطلح "إدارة الأزمة " الذي نشأ حديثا في العالم العربي فأصبح يحظى باهتمام كبير من جانب الباحثين في عديد من التخصصات الاجتماعية خاصة الاتصال منها. وذلك على ضوء الثورة التكنولوجية التي يعيشها العالم حاليا في مجال الإعلام والاتصال هذا من جهة، ومن جهة أخرى كثرة الأزمات التي تعاني منها المؤسسات. فهذه الأزمات هي من تعرض سمعة المؤسسات وتضعها أمام اختبار صعب غالبا ما يلقى على عاتق العلاقات العامة أمر التصدي للأزمة والقيام بإجراء اتصالات الأزمة.

ولطالما أعتبر الإعلام عملية مهمة في التخاطب مع الأفراد. فهو همزة وصل لنقل الأخبار والأحداث الجديدة والحصرية حول مختلف القضايا وفي مختلف المجالات. كما ينقل لناالمعرفة ويساهم في التعليم . بالإضافة إلى ذلك فإنه يؤديوظيفة الترفيه والتسلية . ومع التطور الذي عرفته وسائل الإعلام، فإن وظائفه تطورت أيضا. فلم يعد دور الإعلام نقل الأحداث والوقائع فحسب كما كان من قبل. بل أصبح عاملا مهما في إدارة الأزمات وتسييرها من خلال اقتراح الحلول للازمة والعمل على جمع مختلف الأطراف المتصارعة وتقريب وجهات النظر بينها وكشف أوجاع و آفاق الأزمة.

ويتعرض المجتمع الجزائري كغيره من المجتمعات لأزمات عديدة سواء كانت اجتماعية. اقتصادية أو سياسية، ويكون حجم ومستوى الخسائر المادية والبشرية

الناجمة عن بعض الأزمات عادة كبيرًا ومؤثرا ويرجع ذلك إلى عدم مراعاة الأسس العلمية والخبرات الدولية في إدارة تلك الأزمات.

وتعد أزمة الزيت من بين أهم الأزمات الاقتصادية التي عرفتها الجزائر في الآونة الأخيرة وقد حازت على معالجة إعلامية مكثفة شاركت فيها معظم وسائل الإعلام من تلفزيون صحافة مكتوبة و الكترونية..... ميرزا دوره الفعال من خلال نقل الأخبار والمعلومات ومواكبة المستجدات وتقديمها للجمهور الذي يعتمد علو الاجتماعية وسائل الإعلام في استبقاء المعلومة التي تهمه ومتابعة كل ما له علاقة بقضية الزيت وانعكاساتها الاقتصادية و الاجتماعية و السياسية على الجزائر.

ومن بين الصحف الجزائرية التي واكبت تغطية ومعالجة أزمة الزيت في الجزائر،صحيفة الشروق الالكترونية التي نحاول من خلال در استنا هذه إلى الإحاطة بتفاصيل معالجة الصحيفة لهذه الأزمة الاقتصادية ، وذلك من خلال طرح التساؤل الرئيسي التالي:

كيف عالجت صحيفة الشروق الالكترونية أزمة الزيت في الجزائر ؟

وتفرع عن هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات التالية:

- ما هو موقع المادة الإعلامية المتعلقة بأزمة الزيت في جريدة الشروق الإلكترونية ؟ .
- ما هي أهم القوالب الصحفية التي استخدمتها الجريد لمعالجة الأزمة ؟ .
- فيما تمثلت عناصر الإبراز و الدعم في جريدة الشروق أثناء معالجتها للأزمة ؟.
- ما هي المواضيع التي ركزت عليها الجريدة دون غيرها في تناولها للأزمة؟.
- ما اتجاه صحيفة الشروق الإلكتروني نحو الأزمة؟

3- أهمية الموضوع:

تكمن أهمية هذه الدراسة من حيث تناولها موضوعا لم يأخذ المجال الأوسع في الدراسات الإعلامية،حيث تبرز أهمية هذه الدراسة في أهمية الموضوع بحد ذاته خاصة أنها تأتي في وقت تتأثر الجزائر بعدة أزمات سواء دولية أم محلية،وهنا يبرز دور الصحف في تغطية هذه الأزمات ودورها في إيصال المعلومة بشكل دقيق إلى الجماهير من أجل دعم و تحقيق الاستقرار.

4-أسباب اختيار الموضوع:

-من بين الأسباب التي دفعتني إلى اختيار هذا الموضوع هي:

أ- الأسباب الذاتية:

- ارتباط موضوع الدراسة بمجال التخصص اتصال وعلاقات عامة.
- اهتمام الشخصي بالإعلام وإدارة الأزمات.
- الرغبة الملحة في معرفة وفهم التناقض الذي تشهده المؤسسات في ظل تعرضها للأزمات.
- إدراك الدور الذي يمكن أن يؤديه الإعلام في إدارة الأزمة.
- خدمة البحث العلمي ومحاولة إثراء المكتبة الجامعية.
- معايشتنا أزمة الزيت.

ب- الأسباب الموضوعية :

الاهتمام الزائد بالدراسات والبحوث الجديدة بدراسة مختلف جوانب الأزمات وعلاقتها بوسائل الإعلام.

- الرغبة في إثراء وتدعيم الدراسات العلمية المتعلقة بالتخفيف الإعلامي للإدارة أزمة الزيت.
- معرفة ردة فعل المؤسسات إثر وقوع الأزمة وآلية معالجتها.

5- أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف أهمها:

- وصف أزمة الزيت في الجزائر أسبابها وظروفها.
- وصف المعالجة الإعلامية لهذه الأزمة.
- الكشف عن دور الإعلام الجزائري في معالجة الأزمات بصفة عامة وأزمة الزيت بصفة خاصة .
- توضيح مدى أهمية الإعلام ودوره في تغطية ومعالجة الأزمات.
- تقديم دراسة علمية حول موضوع اعلام الأزمات والمساهمة في تطوير البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال
- معرفة الحلول والوسائل التي اعتمدها الإعلام جزائري في إدارة أزمة الزيت لتجاوز الانعكاس السلبي لهذه الأزمة.

6- منهج الدراسة:

عند القيام بأي دراسة علمية لابد من إتباع منهج معين يتناسب وطبيعة الدراسة التي سنقوم بها ، وبما أن درا ستنا تدور حول :" دور الإعلام الجزائري في معالجة أزمة الزيت" فإن المنهج المناسب لها هو أسلوب تحليل المضمون.

- تحليل المضمون هو تقنية غير مباشرة للتقصي العلمي تطبق على المواد المكتوبة المسموعة أو المرئية والتي تصدر عن الأفراد أو الجماعات حيث يكون المحتوى غير رقمي و يسمح . بالقيام بسحب كيفي أو كمي بهدف التفسير والفهم والمقارنة.[1]

مبررات استخدام منهج تحليل المضمون:

- تتعدد الأسباب التي تدفع الباحث إلى استخدام أسلوب تحليل المضمون ومنها:

[1] موريس أنجرس ،منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبات علمية، تر: بوزيد صحراوي آخرون، دار القصبة للنشر، الجزائر، ط2، 2006 ، ص .218

يتسم منهج تحليل المضمون بالموضوعية ، بحيث يتحرر الباحث من جميع آرائه الشخصية واعتماده على المعلومات الموثوقة.

- يتميز هذا المنهج العلمي بالتنظيم، فبذلك يلتزم الباحث بمستوى أو وحدة التحليل المناسبة،مما يمكنه من الوصول إلى تعميمات علمية سليمة.
- يعتمد على وصف الظواهر المدروسة كميا، وذلك من خلال رصد التكرارات في الفئات المختلفة لوصف الظاهرة.

7- أدوات جمع البيانات:

هي تلك الوسائل المختلفة إلي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات والبيانات وذلك لتوافقها مع المنهج المعتمد.

وقد اعتمدنا في دراستنا على مجموعة من أدوات جمع البيانات التي تساعدنا في مجال بحثنا وهي

أداة تحليل المضمون :

يعرف موريس انجريس أداة تحليل المضمون : "تقنية مباشرة تستعمل في منتجات مكتوبة أو سمعية - بحرية. صادرة من أفراد أو مجموعة أو عنهم والتي يظهر محتواها. شكل مرقم.[1]

عرفته دائرة المعرف الدولية للعلوم الاجتماعية تحليل المحتوى بأنه :

" أحد المناهج المستخدمة في دراسة محتوى وسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة والمرئية وذلك باختيار عينة من المادة موضوع التحليل وتقسيمها وتحليلها كميا و كيفيا على أساس خطة منهجية منظمة.[2]

[1] موريس أنجرس. منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية .المرجع السابق . ص 218

[2] عاطف عدلي العبد. زكريا أحمد عزمي . الأسلوب الإحصائي واستخداماته في الرأي العمومي والإعدام. دار الفكر العرب القاهرة، 2002 . ص 208

8- مجتمع البحث:

- مجتمع البحث هو:مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث أو التقصي.[1]

- ارتباط بعنوان الدراسة يتحدد لنا مجتمع البحث و المادة التي سوف تجري عليها التحليل. وستشكل الصحافة الجزائرية الإلكترونية على غرار صحيفة الشروق ذلك النموذج الذي مجتمع البحث. وهي صحيفة يومية وطنية طبيعتها هذه ساعدتها على مواكبة الأحداث بالسرد و التحليل من جميع أنحاء الوطن. كما أنها تعد من الجرائد الأكثر مقروئية لدى الجمهور الجزائري.

إضافة إلى ملاحظتنا الأولية للمواد التي تعتمد عليها الجريدة الإلكترونية فوجدنا أنها تنشر الأخبار والقضايا الاقتصادية والتي من بينها أزمة الزيت.

9- عينة الدراسة:

تعد مرحلة اختيار العينة وانتقاء مفرداتها من أهم المراحل ضمن خطوات البحث العلمي،وهي خطوة حاسمة في التحقق من مشكلة البحث وحدق النتائج.

تم اعتماد العينة القصدية في اختيار أعداد الجريدة الإلكترونية التي قمنا بتحليلها.

العينة القصدية : " يقوم فيها الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكمية لا مجال فيها للصدقة، بل يقوم هو شخصيا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع

[1] موريس أنجرس، المرجع السابق، ص 298

البحث و لعناصره العامة ، التي تمثله تمثيل صحيحا. وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة ".[1]

قمنا باختيار عينة زمنية محددة بشهرين مارس وأفريل من سنة 2021 . وقد تم اختيار هذه الفترة الزمنية للتحليل على اعتبارها الفترة التي بلغت فيها الأزمة ذروتها وقد بلغ حجم العينة 23 عددًا كما، هو موضح في الجدول الأتي :

الرقم التسلسلي	التاريخ	العدد
01	04 مارس 2021	6733
02	13 مارس 2021	6740
03	14 مارس 2021	6741
04	15 مارس 2021	6742
05	18 مارس 2021	6745
06	21 مارس 2021	6747
07	23 مارس 2021	6749
08	24 مارس 2021	6750
09	25 مارس 2021	6751
10	27 مارس 2021	6752
11	28 مارس 2021	6753
12	29 مارس 2021	6754
13	31 مارس 2021	6756
14	06 أفريل 2023	6758
15	04 أفريل 2023	6759
16	07 أفريل 2023	6762

[1]أحمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر ط1، 2003، ص 198

17	08 أفريل 2023	6763
18	10 أفريل 2023	6764
19	13 أفريل 2023	6767
20	14 أفريل 2023	6768
21	18 أفريل 2023	6771
22	19 أفريل 2023	6772
23	أفريل	6780

10- الخلفية النظرية:

1/ نظرية الأطر الخبرية :(mewsPramingthrary) :

أو نظرية الإطار الإعلامي، تستخدم هذه النظرية لقياس وتحليل مضمون الرسالة الإعلامية التي ينقلها الخطاب الإعلامي حيال قضية معينة. ذلك أن مفهوم الإطار له دالة إعلامية. ويسهم في التعرف على دور وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات. الرأي العام إزاء مختلف الموضوعات و القضايا التي تعالجها وسائل الإعلام. وهذه النظرية هي إحدى النظريات الإعلامية الحديثة التي تسمح بقياس مضمون الرسالة الإعلامية. وتقدم تفسيرا لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات إزاء قضايا بارزة مطروحة أمام الرأي العام.

-تحدد هذه النظرية عدة جوانب معينة تتعلق بقضية أو مضمون آية رسالة إعلامية وإغفال وتجاهل جوانب أخرى وهذا يعني بالضرورة انتقاء متعمد لجانب من جوانب تلك القضية والتركيز عليه دون بقية الجوانب الأخرى التي تتكون منها تلك القضية أو الحدث.[1]

وطائف نظرية الأطر الخيرية:

تحددentmanأربع وظائف لتحليل الإطار الخبري هي:

1- تحديد المشكلة أو القضية بدقة.

2-تشخيص أسباب المشكلة.

[1] د جمال الفار، المعجم الإعلامي، دار أسامة للنشر التوزيع، عمان، 2006، ص 35

3-وضع أحكام أخلاقية.

4-اقتراح سبل العلاج والحلول.

العناصر التي تتعامل معها نظرية الأطر.

1-الجمهور (المتلقي).

2- المضمون (نص الرسالة).

3-وضع أحكامأخلاقية.

الثقافة أو المجتمع ذاته وكمثال على ذلك فإننا تجد أن الصحف تركز على عدد القضايا عالم كالانتخابات والقضايا الاجتماعية كقضية أزمة الزيت. بينما نجدها في اليوم الموالي تركز على مواضيع وقضايا أخرى.[1]

2/ نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

من خلال اسمها يتضح مفهومها وهو الاعتماد المتبادل بين الأفراد ووسائل الإعلام، وأن العلاقة التي تحكمها هي علاقة اعتماد ما بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية والجمهور.

إذ يعتمد الأفراد في تحقيق أهدافهم على مصادر معلومات الإعلام من خلال جمع المعلومات ومعالجتها ونشرها، ويبين << دي فلور سانتا كلور>> أن المعلومة هنا في كل الرسائل الإعلامية حتى الترفيهية منها، حيث يقول << إن تأثيرنا بهذا النظام الاجتماعي الذي نعيش بداخله ينعكس على طريقة استخدامنا لوسائل الإعلام ولا يقتصر التأثير على النظام الاجتماعي فقط، بل يشمل تأثير وسائل الإعلام في الجمهور وكلما تعقدت البنية الاجتماعية قل التفاعل بين أفراد المجتمع، مما يتيح للإعلام مجالا واسعا لملء الفراغ،

[1] محمد جمال الفار، مرجع سابق، ص 36.

فيصبح الفرد أكثر اهتماما بوسائل الإعلام لاستقصاء المعلومات وعلى هذا فإن الجمهور عنصر فاعل وحيوي في الاتصال.[1]

- **النشأة والتطور:**

- اهتم بعض الباحثين في العشرينيات من القرن العشرين للماضي بدراسة تأثير وسائل الإعلام على المستوى المعرفي (Cognitivelevel)، وأكد بعضهم أن اختلاف المستوى المعرفي للأفراد يرجع أساسا إلى التفاعل بين متغيرات مرتبطة بطبيعة وسائل الإعلام، بالإضافة إلى سمات الجمهور. وخصائصه المختلفة.
- كما أوضح الكثير من الخبراء في الغرب العلاقة بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية ومؤسساتها في المجتمع على أساس من الاعتماد المتبادل.
- ونظرا للتطور التكنولوجي المستمر لوسائل الإعلام، ازدادت أهمية هذه الوسائل في نقل المعلومات والتي أصبحت المصدر الرئيسي لتزويد الجمهور بكل ما يستجد من أحداث داخلية وخارجية، كما توفر أيضا كمّا هائلا من البرامج الترفيهية لمساعدة الجمهور على الاسترخاء والهروب من مشاكل الحياة اليومية، ومن أجل الحصول على المعلومات.[2]

تتفاعل وسائل الإعلام مع النظم الأخرى كالنظام الاقتصادي والسياسي، والديني، حيث تنشأ علاقة متبادلة بين وسائل الإعلام وهذه الأنظمة.

ومن ثم كانت البدايات الأولى لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على يد الباحثة "ساندرا بول وكيتس" وزملائهما عام 1974م، عندما قدموا ورقة بحثية بعنوان (منظور

---

[1] علي عبد الفتاح علي، نظريات الاتصال والإعلام الحديثة، دار الأيام للنشر والتوزيع، الأردن، ص 240.

[2] منال هلال مزاهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ط1، 2012م، ص207.

المعلومات)، وطالبوا فيها بضرورة الانتقال من مفهوم الإقناع لوسائل الإعلام إلى وجهة النظر التي ترى قوة وسائل الإعلام كنظام معلوماتي يستمد من اعتمادات الآخرين على المصادر النادرة للمعلومات التي تسيطر عليها وسائل الإعلام أي أن هناك علاقة اعتماد بين وسائل الإعلام والأنظمة الإعلامية الأخرى.

وبعدها ظهر مفهوم الاعتماد على وسائل الإعلام من قبل الباحثين "دي فلور، وساندرا بول وكيتس"، مؤلفا كتاب (نظريات وسائل الإعلام)، بعد أن قاما بملء الفراغ الذي خلفه نموذج الاستخدامات والإشباعات الذي أهمل تأثير وسائل الإعلام، وركز على المتلقي وأسباب استعمال وسائل الإعلام، فقد اتخذ الباحثان منهج النظام الاجتماعي العريض لتحليل تأثير وسائل الإعلام، حيث اقترحا علاقة اندماج بين الجمهور ووسائل الإعلام والنظام الاجتماعي، حيث كانت هي البداية الأولى لهذه النظرية.[1]

ومن هنا وضع "دي فلور" و"روكيتس" نموذج لتوضيح العلاقة بين وسائل الإعلام والقوى الاجتماعية الأخرى، وهو ما عُرف بنظرية الاعتماد.

- **فرضيات النظرية:**

1-يتراوح تأثير وسائل الإعلام بين القوة والضعف تبعا للظروف المحيطة والخبرات السابقة.

2-نظام وسائل الإعلام جزء من النسق الاجتماعي للمجتمع، ولهذا النظام علاقة بالأفراد والجماعات والنظم الاجتماعية الأخرى.

3- استخدام وسائل الإعلام لا يحدث بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي يكون فيه الجمهور ووسائل الاتصال.

4-كلما زادت التغيرات والأزمات في المجتمع زادت حاجة المجتمع للمعلومات.

[1] منال هلال مزاهرة، المرجع نفسه، ص .ص 207.208

5-استخدام الجمهور لوسائل الإعلام وتفاعله معها يتأثران بما يتعلمه الفرد من المجتمع ومن وسائل الاتصال، ويتأثر الفرد بما يحدث نتيجة تعرضه لوسائل الاتصال.

6-يزداد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام كلما كان النظام الإعلامي قادرا على الاستجابة لاحتياجات النظام الاجتماعي أو الجمهور، وفي هذه الحالة ينبغي على النظام الإعلامي أن يتطور.

7-يختلف الجمهور من حيث اعتماده على وسائل الإعلام فالصفوة قمة الهرم، قد يكون لهم وسائل إعلام خاصة بهم غير الوسائل التقليدية (الصحافة...)، بمعنى أن للصفوة مصادرها في الحصول على المعلومات كالبرقيات أو وكالات الأنباء وغيرها والتي ليست متاحة لكل الناس.[1]

- **الانتقادات الموجهة لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:**

- تبالغ النظرية في تطوير حجم الاعتماد الفعلي للعناصر المختلفة وخاصة المتعلقة بوسائل الإعلام واستقلالها عن النظام الاجتماعي، فوسائل الإعلام غالبا ما تكون محايدة، حيث إنها مصدر غير سياسي، تستطيع أن تجده عند الضرورة، ويجب أن ترتبط وسائل الإعلام بشكل أساسي بالمؤسسات الأكثر هيمنة وسيطرة في المجتمع.
- على الرغم من أن الاعتماد الشديد على وسائل الإعلام قد يزيد من التأثيرات الإدراكية والسلوكية على الفرد، إلا أنه وللأسف ليست كل تأثيرات وسائل الإعلام الجماهيرية هي تأثيرات لمحتويات وسائل، أو أنها تؤثر على الأفراد.
- رغم أنه كان يقصد بمدخل الاعتماد أساسا الاعتماد على مستوى النظام الاجتماعي ككل، لكن معظم الدراسات الإعلامية تعاملت معه على المستوى الفردي فقط، أي أنها ركزت على الآثار الناجمة عن اعتماد الأفراد على الوسائل المختلفة.

[1] المرجع نفسه، ص، ص 213- 214.

- معظم الباحثين عرفوا الاعتمادإجرائيا بالتعرض، رغم أنه ليس كل من يتعرض لوسيلة يعتمد عليها.[1]

11- مفاهيم الدراسة:

تعد عملية تحديد المفاهيم، عملية أساسية في ضبط التصور ومسار الباحثين، وتتضمن دراستنا بعض المفاهيم نحددها كالآتي:

1-الدور:

- **لغة:** من دار يدور دورا أي تحرك باتجاهات متعددة في مكانه وكلمة الدور مستعارة من المسرح وأول من استعملها بهذا المعنى "نيتشه" حيث أن الفرد يمثل مجموعة من السلوكات على خشبة المسرح وكان التنظيم الاجتماعي مسرح حياة الجماعة وأفرادها يمثلون تلك الأدوار المتعددة والمختلفة حسب اختلاف مراكزهم.[2]
- **اصطلاحا:** الدور هو سلوك متوقع يرتبط بوضع اجتماعي معين وللدور معنيين:

- الأول سناتيكي: يقصد به ذلك المعنى الذي يرتبط به مثال ذلك أن يرتبط دور معين بجنس معين باعتبار ذلك أمرا بديهيا أو شائعا داخل المجتمع.
- الثاني معياري: فهو الذي يتوقع الدور والدور المقابل ويتم تحديد هذا المعنى طبقا لما يعتقدانه هو الوضع الصحيح الذي يجب أن يتبع.

- **إجرائيا:**

الدور هو مجوعة سلوكيات مكتسبة ومتوقعة، يؤديها شخص معين في موقع التفاعل.

2-الإعلام:

---

[1] المرجع نفسه، ص233.

[2] عصمت عدلي، علم الاجتماع الأمني (الأمن والمجتمع)، [د.ط]، دار المعرفة الجامعية الإسكندرية، 2001، ص.ص 14.15

- **لغة:** جاء في لسان العرب، علم وتفقه وتعالمه الجميع أي علموه، ويقال: "استعلم لي خير فلان".

ورد في قاموس المحيط، عالم وعليم، جمعهما علماء، وعلام كجهال وعلمه العلم وتعليما وعلاما وأعلمه إياه فتعلمه.[1]

الإعلام لغويا: هو الإبلاغ برسالة معينة بين المرسل والمستقبل أي المتكلم والمخاطب.[2]

- **اصطلاحا:** يعرفه "حمزة عبد اللطيف" بأنه تزويد الناس ألأخبار الصحيحة

والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين أي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات بحيث يعبر هذا الرأي تعبيرا موضوعيا على عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم.[3]

أما "إبراهيم إمام" فيشير إلى أن الإعلام هي عملية تفتقر للمشاركة والتفاعل.[4]

ويطلق مفهوم أو مصطلح الإعلام على الصحافة بكل أنواعها فيقال الإعلام الصحفي، الإعلام المطبوع، الإعلام المسموع، والإعلام المرئي.[5]

- **إجرائيا:**

---

[1]ابن منظور، لسان العرب، دار الفكر العربي، بيروت، ج6، ص 871.

[2]زينة بوسالم، المعالجة الإعلامية لمشكلات البيئة في الصحافة الجزائرية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الماجيستر في علم الاجتماع، جامعة منتوري 2، قسنطينة، الجزائر، 2010، ص19.

[3]عبد اللطيف حمزة، الإعلام والدعاية، القاهرة، دار الفكر العربي، 1984م، ص 60.

[4]عاطف عدلي العبد؛ نهى عاطف العبد، نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي للنشر، ط1، 2011، ص16.

[5]فاروق أبو زيد، مدخل إلى علم الصحافة، عالم الكتاب، القاهرة، ط2، 1993م، ص45.

الإعلام هو تزويد الجمهور بالأخبار الصادقة والموضوعية ونقل ونشر المعلومات جول حدث ما أو موضوع يهم القراء وتختلف وسائله ومجلات وتلفزيون وإذاعة...

3-الأزمة:

- **لغة:** تأتي كلمة أزمة في مادة أزم، والأزمة في مختار الصحاح، هي الشدة والقحط، وأزم عن شيء أمسك عنه.[1]

وفي المعجم الوجيز في مادة أزم: أزم على شيء أزما أي عض بالفم كله عضا شديدا، ويقال أزم الفرس على اللجام، وأزمة السنة، أزما أي اشتد قحطها، تأزم: أصابته أزمة، والأزمة: الشدة، والقحط والجمع أوازم وأزمات.[2]

- **اصطلاحا:** هي ظاهرة غير مستقرة تمثل تهديدا صريحا ومباشرا لبقاء المنظمة استمراريتها وهي تتميز بدرجة صعبة من المخاطر وتمثل نقطة تحول في أوضاع غير مستقرة، تعود إلى نتائج غير مرغوبة تؤثر سلبا على كفاءة فاعلية متخذ القرار وتؤدي إلى خسارة مادية ومعنوية وجسدية تؤثر في سمعة المنظمات ومكانتها ومستقبلها.[3]

- **إجرائيا:**

الأزمة هي مشكلة تصيب المنظمة، تتسبب في حدوث خلل في سيرها بشكل جيد.

4-الإدارة:

- **لغة:** تشاق كلمة إدارة (administration) من الأصل اللاتيني (administration) بمعنى تخدم أو مساعدة الآخرين (to serve) وهي أداء لخدمات مطلوبة والشخص

[1] محمد بن أبي بكر عبد القادر الرازي، مختار الصحاح، المطبعة الأميرية، القاهرة، [د.ت]، ص 15.

[2] مجمع اللغة العربية، المعجم الوجيز، المطبعة الأميرية، القاهرة، 1998م، ص15.

[3] غسان داوود اللامي، إدارة الأزمات والتطبيقات، نشر بشكل إلكتروني من قبل مكتبة نيبور الإلكترونية، 2015، ص13.

الذي يؤدي هذه المهمة "الإداري" يقوم بتنظيم شؤون الناس وتنسيق جهودهم التعاونية والعناية بأمورهم.[1]

- **اصطلاحا:** تعرف الإدارة بأنها عملية تخطيط وتنظيم للمشاريع التجارية بهدف تحقيق أهداف معينة، ويشير "بيتر دراكر" وهو أحد الشخصيات الإدارية بأن الهدف الأساسي للإدارة هو الابتكار والتسويق معا.
- الإدارة هي النشاط المسئول عن اتخاذ القرارات وصياغة الأهداف وتجميع الموارد المطلوبة واستخدامها بكفاءة لتحقيق نمو المنظمة واستقرارها من خلال عدة وظائف.[2]
- **إجرائيا:**

الإدارة هي عملية التخطيط والتنظيم والقيادة والرقابة على جهود كل الأفراد، ترتكز على الوظائف التي يقومون بها.

5-إدارة الأزمات:

هي عبارة عن محاولة لتطبيق مجموعة من الإجراءات والقواعد والأسس المبتكرة تتجاوز الأشكال التنظيمية المألوفة وأساليب الإدارة الروتينية المتعارف عليها وذلك بهدف السيطرة على الأزمة والتحكم فيها وتوجيهها وفقا لمصلحة الدولة.[3]

---

[1]حسين عبد الحميد أحمد رشوان، الإدارة والمجتمع، دراسة في علم اجتماع الإدارة، الإسكندرية، مؤسسة شباب الجامعة، 2006، ص 04.

[2]http// : klamnewws.com.12/02/2023.15 :23.

[3]قدري علي عبد المجيد، اتصال الأزمة وإدارة الأزمات، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2011، [د.ط]، ص14.

- **التعريف الإجرائي:**

عبارة عن إجراءات وأعمال تعتمدها إدارة المنظمة لمجابهة الأحداث الطارئة التي تهدد استقرارها من خلال التحكم في ضعفها ومسارها وتجنب سلبياتها والاستفادة من إيجابياتها.

- **المفاهيم المشابهة للأزمة:**

1-الحادث:

خلل يؤثر تأثيرا على ماديا على النظام بأكمله غير أنه لا يهدد الافتراضات الرئيسية التي يقوم عليها النظام، وهو في ذلك يختلف عن الأزمة والتي تمثل تحديا صريحا للافتراضات، والمسلمات التي يؤمن بها أعضاء المنظمة لدرجة أنها قد تثبت بطلان تلك الافتراضات مما يدفع المسئولون إلى البحث عن أساليب دفاعية اتجاه هذه الافتراضات.

2-الكارثة:

هي التغيير المفاجئ ذو الأثر التدميري والذي ينتج عنه تغييرات ونتاج تتعلق بعملية التوازن، فالكارثة هي تلك المشكلة التي تبقى دون حسم لفترة طويلة، غير أنها محدودة زمانا ومكانا.

3-الصراع:

هو نتيجة لتكالب الناس على الموارد المادية المحدودة، والفرص المعنوية المحدودة.

هو عائق يهدد الكيانات المختلفة حيث يصيبها بالخلل أو الاضطراب وغالبا ما يكون الصراع معروف الأبعاد والأطراف والاتجاهات.[1]

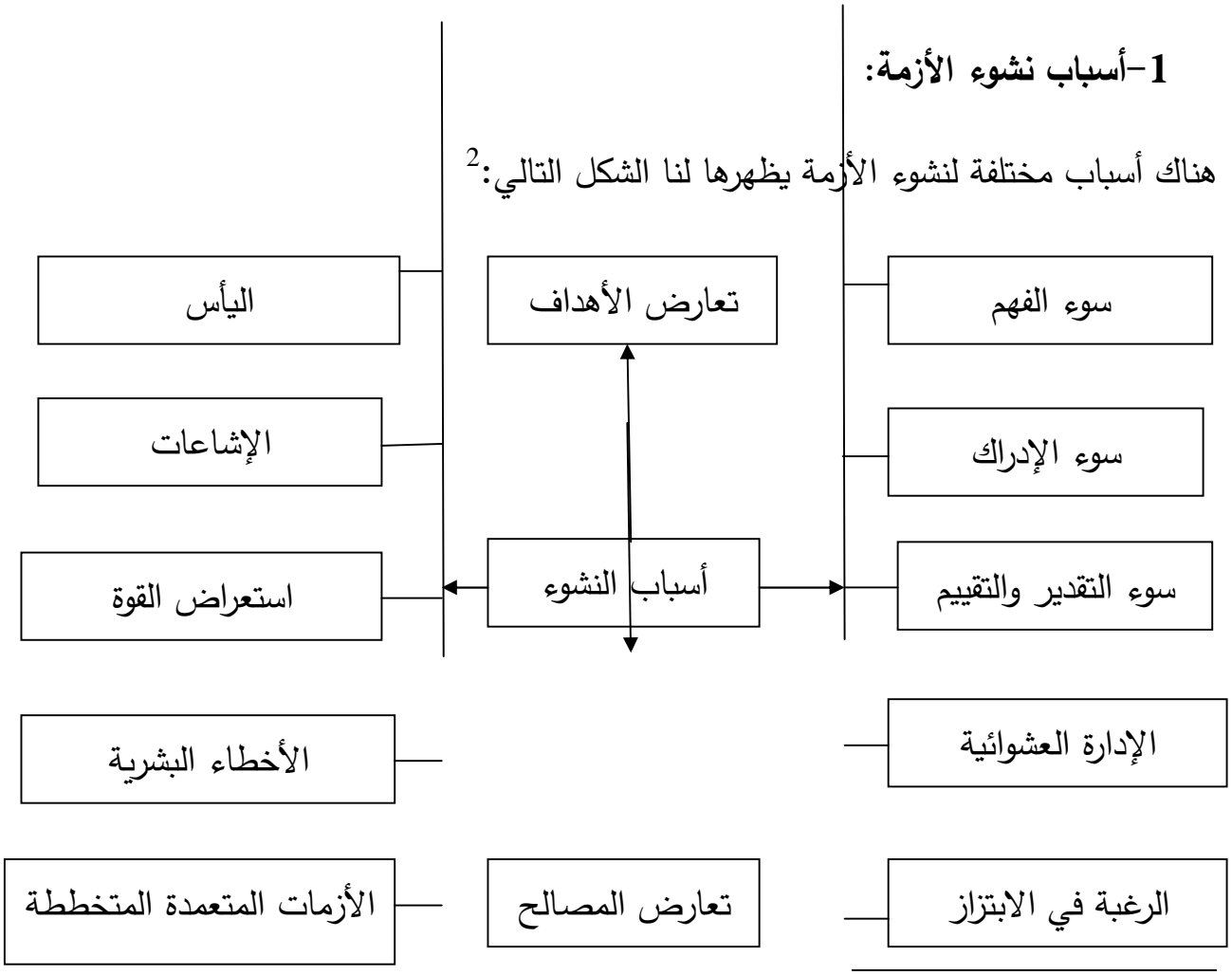
[1] محمد الصيرفي، إدارة الأزمات، مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، [د.ط]، 2008، ص ص 23- 24.

4-المشكلة:

تمثل المشكلة حالة من التوتر وعدم الرضا، نتيجة لوجود بعض الصعوبات التي تعوق تحقيق الأهداف أو الوصول إليها، وتظهر المشكلة بوضوح عندما تعجز المؤسسة في الحصول على النتائج المتوقعة من أعمالها وأنشطتها المختلفة، والمشكلة هي السبب لحالة غير مرغوب بها، وبالتالي يمكن أن تعمل بمثابة تمهيد للأزمة، إذا اتخذت مسارا حادا ومعقدا يصعب حساب وتوقع نتائجه بصورة دقيقة، وهذا ما يفرقها عن الأزمة، حيث تحتاج إلى التفكير والجهد المنظم للتعامل معها والقضاء عليها.[1]

1-أسباب نشوء الأزمة:

هناك أسباب مختلفة لنشوء الأزمة يظهرها لنا الشكل التالي:[2]



[1]http://www.shababek.de/radio tv/modules/news/article.php? storyid=177 24/02/2023.

[2]محسن أحمد الخيضري، إدارة الأزمات، علم امتلاك كامل القوة في أشد لحظات الضعف، مجموعة النيل العربية، القاهرة، مصر، [د.ط]، 2002.، ص66.

الشكل رقم (01): يوضح أسباب نشوء الأزمة

من أبرز الأسباب المؤدية لحدوث الأزمات، والتي اتفق عليها عدد من المفكرين الإداريين منهم، "ماهر، فتحي، الخضري"، وأهم هذه الأسباب ما يلي:

1-سوء الفهم: وهو يشير إلى خطا في استقبال وفهم المعلومات المتاحة عن الأزمة، ويرجع ذلك للأسباب التالية:

- قلة المعلومات وإشارات الإنذار عن الأزمة.
- المعلومات سريعة ومتلاحقة ومتغيرة لا يمكن الإلهام بها.
- تداخل وتشويش في المعلومات وتضاربها.
- عدم القدرة على ربط المعلومات بالأزمة...إلخ.

2-سوء التقدير: وتعني أن المعلومات تعطي لها قيمة وتقدير ومعنى مخالف للحقيقة، ويرجع ذلك إلى الأسباب التالية:

- المغالات في قيمة المعلومات الخاصة بالأزمة.
- الثقة الزائدة بالنفس.
- الشك في قيمة المعلومات.
- التأثر بشعارات وهمية.

3-سوء الإدارة: حينما يتدهور النظام الإداري فعلين أن تتوقع توالي الكوارث والأزمات ومن أسباب سوء الإدارة ما يلي:

- عدم وجود نظام للتخطيط.
- عدم وجود نظام للمعلومات.
- عدم وجود اهتمام بالأزمات.
- عدم احترام العلاقات التنظيمية الموجودة في الهيكل التنظيمي.[1]

[1] أحمد ماهر، إدارة الأزمات، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، [د.ط]، 2006، ص15.

4-تعارض المصالح والأهداف: حينما تختلف وجهات النظر والأهداف ينشأ صراع بين الأفراد أو بين المديرين والأقسام، الأمر الذي قد يؤدي إلى كوارث وأزمات، ومن أسباب تعارض المصالح والأهداف ما يلي:

- عدم احترام خطوط السلطة والعلاقات التنظيمية.
- عدم وجود آلية ونظام لفض النزاعات.
- عدم وجود نظام للرقابة على الأداء.

5-**الأخطاء البشرية:** وهي تعني أخطاء ترجع لانصدام القدرة أو رغبة أطراف الأزمة على التعامل مع حقائق الأزمة، وترجع الأخطاء البشرية للأسباب التالية:

- انعدام التدريب.
- قلة الخبرة في نوعها وسنواتها.
- تدهور صحي والإرهاق.
- الإهمال.
- عدم التركيز في العمل.

6-**الإشاعات:** عبارة عن استخدام للمعلومات الكاذبة والمظلة، وإعلانها في توقيت ومناخ معين يؤدي إلى الأزمة، ومن بين الأسباب المؤدية لظهور الإشاعات ما يلي:

- انعدام الحقائق لدى الناس.
- إهمال الأزمة.
- وجود إطماع لدى الغير، والذين يرجعون للإشاعات.د
- وجود توتر جماهيري.[1]

7-**اليأس:** هو فقدان الأصل في حل المشاكل والكوارث، وعدم الرغبة لدى متخذ القرار في مواجهة المشاكل، ويرجع ذلك لأحد الأسباب التالية:

[1] محمد فتحي، الخروج من المأزق، فن إدارة الأزمات، دار التوزيع والنشر الإسلامية، [د.ط]، 2001، ص 10.

- التدهور في الأنظمة الإدارية.
- الشعور بالظلم.
- انخفاض الدخل.
- عدم معالجة المنظمة لمشاكلها.[1]
- **أنواع وتصنيفات الأزمة:**

للأزمات أنواع عديدة حسب معظم الدراسات التي أوردها الباحثون والعلماء في مجال علم إدارة الأزمات إذ يعتمد على معايير معينة لتحديد أنواع الأزمات:

أ- من حيث طبيعة الحدوث:

- أزمة بفعل الإنسان.
- أزمة طبيعية.

ب- من حيث مرحلة التكوين:

- الأزمة في مرحلة الميلاد.
- الأزمة في مرحلة النمو.
- الأزمة في مرحلة الانحسار.
- الأزمة في مرحلة النضج.
- الأزمة في مرحلة الاختفاء.

ج- من حيث معدل التكرار أو الحدوث:

- أزمات ذات طابع دوري متكرر الحدوث.
- أزمات ذات طابع فجائي عشوائي غير متكرر.

[1] محمد فتحي، المرجع السابق، ص 10.

د- من حيث عمق الأزمة:

- أزمات سطحية غير عميقة هامشية التأثير.
- أزمات عميقة متغلغلة جوهرية هيكلية التأثير.[1]

هـ- من حيث شدتها:

- أزمات عنيفة جامحة ساحقة يصعب مواجهتها.
- أزمات هادئة خفيفة يسهل مواجهتها.

و- من حيث الشمول والتأثير:

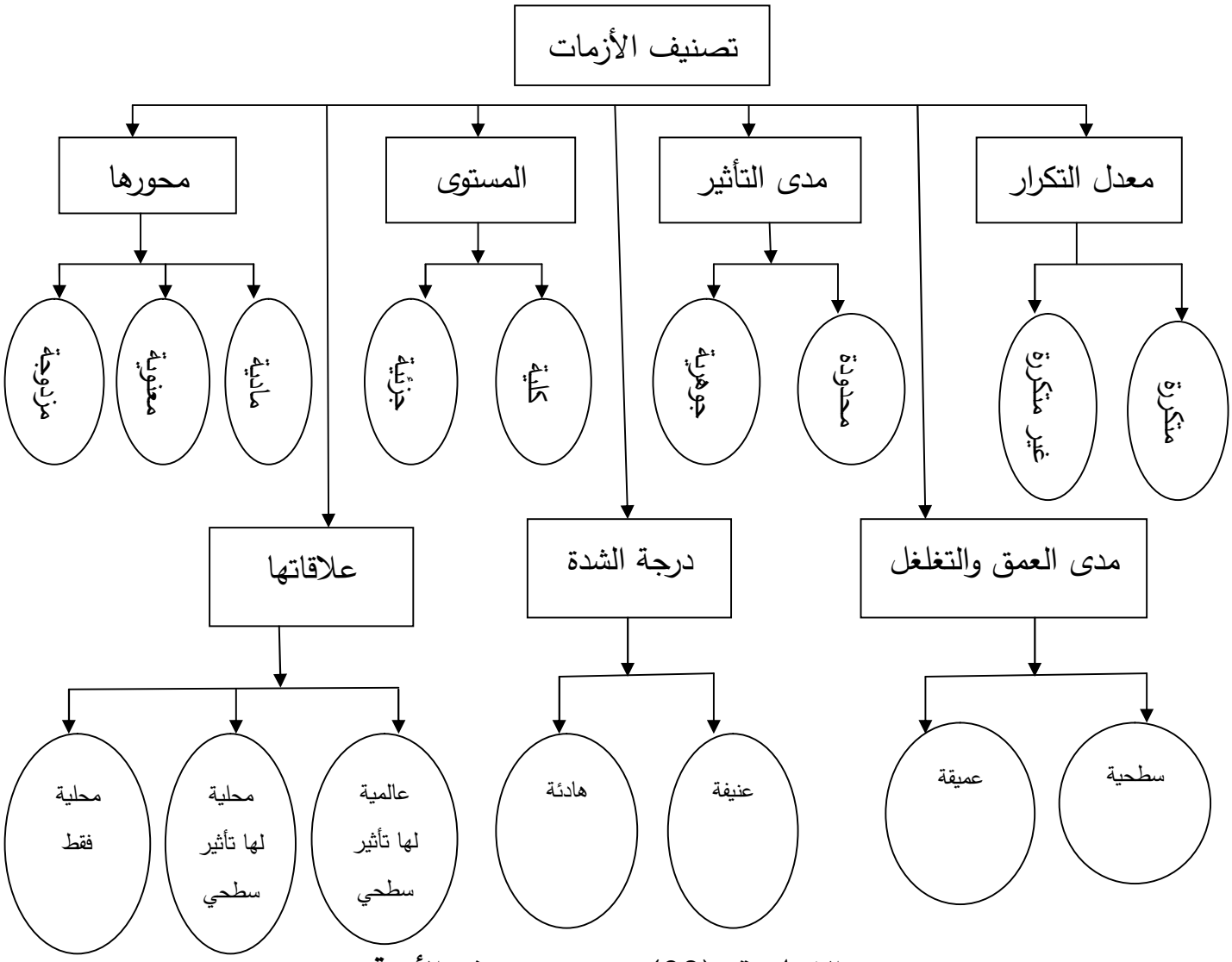
- أزمات عامة شاملة لجميع أجزاء الكيان الإداري الذي حدثت به الأزمة.
- أزمات خاصة جزئيا تنحصر في جزء أو أكثر من أجزاء الكيان الذي حدثت به الأزمة.

ي- من حيث موضوع الأزمة:

- أزمات مادية.
- أزمات معنوية.
- أزمات تجمع بين النوعين السابقتين.
- أزمات بشرية، اجتماعية، تنظيمية، وتشمل الإرهاب وأعمال العنف والتخريب.
- أزمات المسار الطبيعي.
- أزمات الأحداث الطارئة.

والمخطط التالي يوضح تصنيف الأزمة:[1]

[1] عزاب كريم العدوان، العلاقة بين خصائص القيادة وإدارة الأزمات، دار حامد للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2013، ص 107- 108.



الشكل رقم (02): يوضح تصنيف الأزمة

12- الدراسات السابقة:

- **الدراسة الأولى:** المعالجة الإعلامية للقضايا الاقتصادية في الصحافة الاقتصادية الجزائرية.رسالة لنيل شهادة الدكتوراه .الطور الثالث في علوم الاعلام و الاتصال.

- تسعى هذه الدراسة إلى تحليل مضمون كل من صحيفة

(le financier/leMaghreb/ lechiffre d'affaire)في محاولة تطبيق نظرية الأطر الخبرية على القضايا الاقتصادية البارزة، وكشف مدى قدرة الصحافة الاقتصادية

[1]طاهر حسن، مقر اتخاذ القرار وإدارة الأزمات، كلية إدارة الأعمال السورية الخاصة، مجلة جامعة دمشق، الفصل التاسع، 2019، ص03.

الجزائرية على تفسير تلك القضايا وتحليلها وتوضيحها، ورصد الأسباب واقتراح الحلول لها، كما تسعى هذه الدراسة إلى تحديد طبيعة المعالجة بكل أبعادها التشكيلية والضمنية.

- تم استخدام أداة تحليل المضمون، وأداة المقابلة العلمية كما تم الاعتماد على العينة العشوائية المنتظمة.

- **النتائج:**

- تنوع القوى الفاعلة التي اعتمدت عليها عينة الصحف الاقتصادية لمعالجة القضايا الاقتصادية البارزة.[1]
- تم تسجيل توافق بين الصحف الاقتصادية الجزائرية فيما يخص معالجة قضية الإصلاحات الاقتصادية في الجزائر.
- اتفاق الصحف الاقتصادية الجزائرية في كيفية معالجتها لقضية الفقر في إفريقيا، بحيث ركزت تلك المعالجة على الدور الإيجابي لبعض المؤسسات الدولية.

- **الدراسة الثانية:** المعالجة الإعلامية للأزمات الاقتصادية في الصحف الإلكترونية وانعكاساتها على الشباب المصري نحو الأداء الاقتصادي للحكومة.دراسة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في الاداب من قسم علوم الاعلام و الاتصال .

- تهدف الدراسة للوقوف على معالجة الصحف الإلكترونية للأزمات الاقتصادية المصرية وتأثيرها على اتجاهات الشباب المصري نحو الأداء الاقتصادي للحكومة.
- استخدمت استمارة تحليل المضمون واستمارة الاستبيان من خلال تحليل موقع ثلاث صحف إلكترونية، واعتمدت على عينة عمدية متاحة من الشباب المصري ممن يستخدمون المواقع الإخبارية على شبكة الانترنيت.

[1] كهينة بركون، المعالجة الإعلامية للقضايا الاقتصادية في الصحافة الاقتصادية الجزائرية، دراسة تحليلية مقارنة لليوميات: (leMaghreb/ lechiffre d'affaire' le financier)، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: صحافة مكتوبة، قسم الإعلام، جامعة الجزائر 3، 2017.

- **النتائج:**

- كشفت الدراسة عن انخفاض التقييم الإيجابي للأداء الحكومي بخصوص معالجة الأزمات الاقتصادية.
- على الرغم من أن التقييم متوازن نحو الأداء الحكومي لكنها مازالت تحتاج إلى بذل الكثير من الجهود.[1]

- **الدراسة الثالثة:** الصحافة المصرية وكارثة كفر الدوار.

- سعى الباحث إلى دراسة وتحليل دور الصحف المصرية في إدارة كارثة كفر الدوار من خلال تحليل مضمون ما نشرته الصحف خلال شهر كامل بعد وقوع الكارثة، مع تقييم هذا الدور في مراحل مواجهة الكارثة، استعادة النشاط ثم التعليم، اعتمد الباحث على تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات، ثم اختيار كل المواد الصحفية التي نشرت خلال الشهر التالي لوقوع الكارثة.

- **النتائج:**

- اهتمام الصحف القومية والحزبية بكارثة قطار كفر الدوار، وإن اختلف هذا الاهتمام باختلاف المساحة التي خصصتها كل صحيفة.
- ظهور الصور الموضوعية ثم الصور الذاتية على رأس أنماط التحرير التي استخدمتها صحف العينة في الإدارة الصحفية لكارثة قطار كفر الدوار، وذلك رغم اختلاف دورية الصدور والتوجهات المهنية والسياسية لعينة الصحف.[2]

[1] مها مدحت محمد كمال، المعالجة الإعلامية للأزمات الاقتصادية في الصحف الإلكترونية وانعكاساتها على الشباب المصري نحو الأداء الاقتصادي للحكومة، دراسة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في الآداب من قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية الآداب، جامعة عين شمس، 2019.

[2] محمد شومان، الإعلام والأزمات، مدخل نظري وممارسات عملية، دراسة تحليلية لعينة من الصحف القومية والحزبية، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002، ص 153.

- اتفاق صحف العينة على الاهتمام بالجوانب الإنسانية في كارثة قطار كفر الدوار، ولم تهتم بدرجة كافية بمتابعة مرحلة استعادة النشاط أو التعلم، أي أنها اهتمت أساسا بمواجهة الكارثة، واتخذ هذا الاهتمام أشكالا ومخاصمين تركز على القصص الإنسانية ودور الأهالي في عمليات الإنقاذ ومساعدة المتضررين.[1]
- **التعقيب على الدراسات السابقة:**

- استطعنا من خلال اطلاعنا على الدراسات السابقة تكوين فكرة عامة حول موضوع دراستنا، إذ سهلت علينا التعرف على مختلف الخطوات والإجراءات التي سنتبعها، كما سهلت الوصول إلى المراجع والمصادر التي تخدمنا في إنجاز دراستنا.
- استفدنا من الدراسات السابقة في بلورة المشكلة البحثية وتساؤلات الدراسة بشكل أكثر تفصيلا من خلال التعرف على أدوار ووظائف الإعلام في إدارة الأزمات.
- من خلال تتبع الدراسات السابقة لاحظنا وجود مجموعة من نقاط التلاقي بينها وبين دراستنا، فقد توافقت معها في محاولة التعرف على الدور الذي تؤديه الصحافة الإلكترونية من خلال معالجتها للأزمات، وتوافقها في اختيار أدوات جمع البيانات.

أما الاختلاف بين دراستنا والدراسات السابقة يكمن في اختيار منهج الدراسة، وفي اختيارها لحجم العينة.

في الأخير نستنتج أن لكل موضوع طريقته الخاصة التي تختلف عن موضوع آخر، وهذا ما يؤدي إلى الاختلاف في النتائج المتحصل عليها في الأخير.

13- مجالات الدراسة:

[1] محمد شومان، المرجع نفسه، ص153.

1/ المجال الزمني: انطلقت دراستي تحت عنوان << دور الإعلام الجزائري في معالجة أزمة الزيت>> دراسة تحليلية لعينة من جريدة الشروق الإلكترونية، ابتداء من شهر ديسمبر 2022، حتى منتصف شهر جوان، حيث مرت بثلاث مراحل هي كالآتي:

- **المرحلة الأولى:** خاصة بالجانب المنهجي للدراسة الذي استمر من بداية شهر ديسمبر إلى منتصف شهر فيفري، تناولت فيه إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، أسباب اختيار الموضوع، أهمية الدراسة، أهداف الدراسة، منهج الدراسة، عينته، أدواته الخلفية النظرية، مجتمع الدراسة، المفاهيم، عرض الدراسات السابقة.
- **المرحلة الثانية:**خاصة بالجانب النظري للدراسة، انطلق من منتصف شهر فيفري إلى غاية شهر افريل، تضمنت هذه المرحلة جمع المعلومات عن متغيرات الدراسة، تتكون من ثلاثة فصول جاءت عناوينها على النحو التالي: الفص الأول: الصحافة الإلكترونية، الفصل الثاني: ماهية الأزمة وإدارتها، الفصل الثالث: علاقة الإعلام بإدارة الأزمات.
- **المرحلة الثالثة:** تتعلق بالجانب الميداني، الذي انطلق من نهاية شهر أفريل إلى غاية منتصف شهر جوان، قمت بجمع المادة الإعلامية الخاصة بالتحليل، والتي تمثلت في أعداد من جريدة الشروق الإلكترونية، قمت بتحميلها، وإجراء التحليل عليها، وفي الأخير تفريغ البيانات وتفسيرها، وتحليلها، واستخلاص النتائج.

2/ المجال المكاني:

تمثل المجال المكاني في جريدة الشروق الإلكترونية.

الإطـــــار النـــــظري

الفصل الأول:
الصحافة الإلكترونية

- **تمهيد**

1-تعريف الصحافة الالكترونية.

2-انطلاقة الصحافة الالكترونية

3-سمات الصحف الالكترونية .

4-أنواع الصحف الالكترونية.

5-ميزات الصحف الالكترونية .

- **الخلاصة**

تمهيد:

للصحافة أهمية كبيرة في حياة الأفراد والمجتمعات باعتبارها المرآة المعاكسة لكل حدث في المجتمع، بحيث تؤدي أدوارا مختلفة من تقديم للمعلومات ونقل الأخبار المهمة والقضايا التي تشغل الرأي العام.

ومع التطورات التي سادت في مجتمعاتنا ظهرت الصحافة الإلكترونية التي تعد منة أبرز مظاهر اندماج التكنولوجيا بوسائل الاتصال والإعلام من حيث التأثير والتأثر.

1- تعريف الصحافة الإلكترونية:

يعرفها علاء الدين ناطورية في كتابه: << مدخل إلى الصحافة الإلكترونية، النشأة والتطور، والإستراتيجيات>>، أنها: << منشور إلكتروني دوري يحتوي على الأحداث الجارية سواء المرتبطة بموضوعات عامة أو بموضوعات ذات طبيعة خاصة، ويتم قراءتها من خلال جهاز الكمبيوتر وغالبا ما تكون متاحة عبر شبكة الانترنيت والصحيفة الإلكترونية أحيانا تكون مرتبطة بصفة مطبوعة>>.[1]

كما يمكن تعريف الصحافة الإلكترونية على أنها جمع وإعداد وتحرير الأخبار، وفق كتابة مصممة للانترنيت وبثها عبر الأقمار الصناعية وكبيلات الاتصال، فهي الصحافة الممارسة على شبكة الانترنيت، حيث تقوم ببث وسائل إلكترونية إلى جمهور غير محدد جغرافيا، لتقدم لهم الأخبار والتقارير والتحليلات والحقائق بآنية وبسرعة نقل عالية وتفاعلية وسرعة استرجاع وأرشيف إلكتروني.[2]

وتخطت الحدود لتحظى بصفة الكونية ومساحات لا محدودة من الصفحات، ناهيك عن أنها وسيلة متعددة الوسائط بحيث استطاعت تقديم خدمات إذاعية وتلفزيونية، وصولا للبث الفضائي الحي.

2- انطلاقة الصحافة الإلكترونية:

شهد الميدان الصحفي عدة محاولات لتوصيل الصحيفة إلى قرائها عبر الوسائل الإلكترونية، لتوفير الوقت الذي تستغرقه عملية توصيل إلى القراء، وقد بدأت محاولات إرسال الصحف بالفاكس منذ منتصف القرن الماضي لكن تكلفتها كانت عالية جدا حيث

[1] علاء الدين ناطورية، مدخل إلى الصحافة الإلكترونية، النشأة، والتطور والاستراتيجيات، دار زهران للنشر والتوزيع، [د.ط]، عمان، 2013، ص11.

[2] عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2010م، ص 219.

وصلت إلى خمسين دولار ثم انتقلت المحاولات إلى خدمة الفيديوتكس (videotext) في عقد الثمانينات عبر خطوط الهاتف ليتم استقبالها على شاشات التلفزيون، أيضا مقابل اشتراك شهري أكثر من ثمن الجريدة، كما أن مدى وضوح الصورة انخفض قليلا.

بدأت الصحف الإلكترونية في عقد التسعينات في الانتشار على الشبكة الدولية للمعلومات (www)، وقد ساعدها في ذلك الانخفاض المستمر في أعداد قراء الصحف المطبوعة، وزيادة تكلفة التوزيع والإنتاج في الصحف الورقية، ومحاولة الصحف الورقية أن تدخل على الطريق السريع للمعلومات (الإنترنيت)، من قبل المنافسة.

هناك اختلاف بين المهتمين في الصحافة الإلكترونية على اسم أول صحيفة إلكترونية ظهرت على شبكة انترنيت كصحيفة بالكامل، هي صحيفة (هيلز نبورج داجبلاد) عام 1991م، وهي صحيفة سويدية، أم صحيفة تريبيون (Tribune) الأمريكية التي تصدر من ولاية مكسيكو، هي الصحيفة الإلكترونية الأولى التي صدرت عام 1992م، وقد كان من بين الصحف الكبرى التي ظهرت على شبكة الانترنيت صحيفة (US Today) كأول الصحف الكبرى التي تسمح للمستخدم أن ينتقل من موقع لآخر، وكذلك الانتقال إلى الأقسام المتعددة، وفي عام 1993م، كان هناك ما يقرب من 20 صحيفة ومجلة، لها مواقع على الانترنيت منها مجلة أخبار الأسبوع (News Week) التي نشرت فضيحة كلينتون ومونيكا على الانترنيت تقدمها الصحيفة الورقية، إضافة إلى أنها توفر خدمات البحث أو تكنولوجيا اتصال النص الفائق أي إمكانية البحث داخل المواقع المشابهة، كما أنها تقدم خدمات الوسائط المتعددة (النصية، الصوتية، والصورة).[1]

– **النسخ الإلكترونية من الصحف الورقية:** وفي هذا النوع تقصر الصحف الورقية خدماتها على تقديم بعض مضمون الصحيفة الورقية مع بعض الخدمات الأخرى، كما تفعل معظم الصحف الأردنية التي لا تنشر الإعلانات أو كل النصوص على مواقعها.

[1] عبد الرزاق الدليمي .المرجع نفسه، ص ص219– 220.

3- سمات الصحف الإلكترونية:

1/ الحالية والآنية: هي الدرجة التي تستطيع مواقع الصحف الإلكترونية في شبكة الانترنيت مواكبة الأحداث، والمستجدات، وتزويد القراء بآخر الأخبار والمعلومات، بمعنى أن الممارسة الصحفية في بيئة الصحافة الإلكترونية ألغت المفاهيم التقليدية في الصحافة المطبوعة، إذ أن الصحيفة الإلكترونية غير مقيدة بأوقات الأعداد والطبع والتوزيع، تتميز بالفورية والمرونة في نقل الأخبار فور وقوعها.

2/ الاتصال التفاعلي: يعد هذا العنصر من أبرز سمات الصحافة الإلكترونية، ويشما الاتصال التفاعلي المباشر وغير المباشر، وتعد التفاعلية معيارا رئيسيا في تقييم مواقع الصحافة الإلكترونية.

3/ العمق المعرفي: تتميز خدمات الصحافة الإلكترونية بالعمق والشمول، بمعنى أن طبيعة التقنيات المستخدمة في الصحافة الإلكترونية تهيئ مساحات ومواد غير محدودة في فضاءات شبكة الانترنيت من خلال إحالة تفصيله إلى روابط عديدة للمواقع الإلكترونية ذات الصلة.[1]

4/ الحركية: وتعني إمكانية نقل المعلومات عن طريق النشر الإلكتروني من مكان إلى آخر التحديث، تتميز الصحافة الإلكترونية بقدرتها على تحديث المواد الصحفية بشكل مستمر، وتعد القدرة والمرونة التي تملكها الصحيفة الإلكترونية في متابعة الأحداث والمستجدات، عاملا رئيسيا في استثمار هذه السمة.

5/ تعدد خيارات التصفح: مكنت خيارات التصفح من الحصول على التنوع والتعدد في مضامين ومحتويات الصحافة الإلكترونية وبات المستخدم يستطيع الحصول على مواد مختلفة تلبي الحاجات الاتصالية، وتحقق الإشباعات الإعلامية.

[1] المرجع نفسه، ص221.

6/ الاستهلاك حسب الطلب (اللاتزامنية): يمكن إرسال الرسائل واستقبالها وتصفح الصحيفة في وقت مناسب للفرد المستخدم، إذ لا تتطلب عملية استخدام الصحافة الإلكترونية من كل أطراف العملية الاتصالية مشاركة في الوقت ذاته، أو حتى تحديد أوقات محددة لاستخدام الصحيفة الإلكترونية.

7/ الوسائط المتعددة: تعد من المميزات الرئيسية في الصحافة الإلكترونية، التي أصبحت توظف النصوص والجداول والرسوم البيانية والصور الثابتة واللون والحركة والرسوم المتحركة والصوت والفيديو بأساليب مندمجة ومتكاملة.

8/ الكونية: تتميز الصحافة الإلكترونية بسمة النطاق العالمي، فالبيئة الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية، فإمكانيات هذا النوع من الصحافة ألغت الحواجز الجغرافية، وتواصلت مع جماهير عديدة ومتنوعة، الأمر الذي يوجب على المؤسسات الصحفية مراعاة هذا البعد في إصداراتها الإلكترونية، من حيث خريطة أجندة الصحيفة، وتحديد جمهورها على الشبكة العنكبوتية ومضامين المواد المقدمة.

9/ التفتت واللاجماهيرية: هي إحدى سمات الصحافة الإلكترونية البارزة التي يقصد بها الانتقال من مفهوم الحشد في التعامل مع جماهير الوسيلة الإعلامية إلى مخاطبة اهتمامات الأفراد والجماعات وفق طبيعة الصحيفة الإلكترونية التي تتيح للمرسل توجيه رسائل تتفق وميول وحاجات تتفق ورغبات الجمهور المستهدف.[1]

10/ الأرشيف الإلكتروني: من السمات البارزة في الصحافة الإلكترونية الأرشيف الإلكتروني، الذي يعد مكونا حيويا في عملية إصدار الصحيفة الإلكترونية، ويثري عنصر التفاعلية في عرض واستدعاء وأرشفة المواد من قبل المستخدمين، ويتجاوز الأرشيف الإلكتروني دور ومساحة حجم الأرشيف المطبوع، إلى حجم المواد التي يمكن حفظها

[1] المرجع نفسه، ص 222- 223.

واسترجاعها، أو الأشكال المختلفة، أو حجم الجمهور الذي يخدمه الأرشيف الإلكتروني، وفق عنصر الفورية والتفاعلية.

11/ الدمج: تتميز الصحيفة الإلكترونية بإمكانيات فنية متقدمة، تتيح تقديم تغطية صحيفة متعددة الوسائط، عبر عرض الموضوع الصحفي بأشكال مصاحبة مثل الصور الحية والرسوم الجرافيكية والصوت والنصوص، ما يعني تمكين المستخدم من اختيار الشكل الذي يرغبه مباشرة على المادة، وكذلك تحويلها من مسموع أو مرئي إلى مطبوع، من خلال وسائل التقنية المتاحة، حاسب آلي، هاتف جوال، أو جهاز تلفزيون أو غيرها من الوسائل.

12/ نظام الربط والوصلات: هي تقنيات فنية تتمثل في قدرة الصحيفة الإلكترونية على ربط عناصر وأشكال المعلومات المختلفة، وتحقيق إثراء معلوماتيا وبعدا تفاعليا، وفق نظام الوصلات التي تتيح للمستخدم مزيدا من الخيارات المعرفية والتعمق في متابعة الحدث أو القضية ليس في موقع الصحيفة فحسب، وإنما قد يتجاوز إلى مواقع أخرى.

13/ الوصلات التشعبية: وهي توفر وصلات إلى نصوص متصلة بالموضوع في نفس الموقع، وهذا الحالات في النص تستفيد من ميزات الانترنيت في تتبع مصادر الموضوع.[1]

4- أنواع الصحف الإلكترونية:

هناك نوعان من الصحف على شبكة الانترنيت منها:

1/ الصحف الإلكترونية الكاملة (On- Line News papes): وهي صحف قائمة بذاتها وإن كانت تحمل اسم الصحيفة الورقية ويمتاز هذا النوع من الصحف الإلكترونية أنه:

- تقديم نفس الخدمات الإعلامية والصحفية التي تقدمها الصحيفة الورقية من أخبار وتقارير وأحداث وصور وغيرها.

[1] المرجع نفسه، ص224.

- تقديم خدمات صحفية وإعلامية إضافية لا تستطيع الصحيفة الورقية تقديمها وتتيحها الطبيعة الخاصة بشبكة الانترنيت وتكنولوجيا النص الفائق (HyperText) مثل خدمات البحث داخل الصحيفة أو في شبكة الويب بالإضافة إلى خدمات الربط بالمواقع الأخرى وخدمات الرد الفوري والأرشيف.

2/ النسخ الإلكترونية من الصحف الورقية: ونعني بها مواقع الصحف الورقية على الشبكة والتي تقصر خدماتها على تقديم كل أو بعض ممون الصحيفة الورقية مع بعض الخدمات المتصلة بالصحيفة الورقية مثل خدمة الاشتراك في الصحيفة الورقية وخدمة تقديم الإعلانات والربط بالمواقع الأخرى.[1]

5- ميزات الصحافة الإلكترونية:

تتميز الصحافة الإلكترونية عن غيرها بما يأتي:

1- تعدد الوسائط المستخدمة في تقديم الأخبار إذ لا يقتصر الأمر على الكلمة المطبوعة والصور الفوتوغرافية كما هو الحال في الصحافة المطبوعة أو حتى الحركة والصوت كما في الإذاعة والتلفزيون، فقد أصبح الخبر الإلكتروني يجمع كل هذا.

2- تعدد المصادر وتنوعها: إذ لم يعد القارئ أو المستخدم مكرها على التعامل فقط مع الأخبار التي يجمعها مندوبو وسيلة واحدة فقط، ولكن بإمكانه التنقل بين المواقع للتعرض إلى مختلف الروايات في الحدث الواحد.

3- التحديث المستمر للصحيفة وللأخبار على مدار الساعة أي إمكانية البث والتوزيع على مدار 24 ساعة يوميا.

4- إمكانية البحث داخل الأرشيف الإخباري: أي أن القارئ يستطيع أن يعود بنفسه إلى خدمة الأرشيف لمعرفة خلفيات الموضوع وحيثياته.

[1] علاء الدين ناطورية، المرجع السابق، ص 09.

5- إمكانية إنتاجها بناء على طلب القارئ أو المستخدم: وبالتالي إمكانية تعديلها حسب رغبات القراء، ولا يتوافر هذا في الصحف الورقية.

6- سهولة الوصول إلى نوعيات معينة من الأخبار من خلال نظام (خريطة الموقع).

7- ربط الأخبار المنشورة بالأخبار المشابهة لها داخل الموقع أو في مواقع أخرى، إذ يستطيع القارئ أن يتوسع في قراءة الموضوع من روابط أخرى.

8- إمكانية وصول أخبار معينة فور وضعها في الموقع إلى صندوق البريد الخامس، بالمستخدم من خلال الاشتراك.

9- أنها موجودة ضمن إطار موقع معين (Web site) ويمكن لكل من يملك البنية التحتية أن يتصفحها وله حرية قراءة أي جزء وتكبيره وتصغيره والتخاطب الإلكتروني مع كاتبه.

10- للقارئ حرية القراءة في أي وقت يشاء مع إمكانية تخزينها واسترجاعها.

11- أن الوحدة الأساسية للجريدة الإلكترونية هي الموضوع المطروح وليس الصفحة، حسب الترقيم المعروف بالصحف المطبوعة.

12- لا توجد مشكلة مساحة في الصحيفة الفورية الإلكترونية.[1]

[1] المرجع نفسه، ص ص.226.225.

الخلاصة:

يتبين لنا من خلال هذا الفصل أهمية الصحافة الإلكترونية التي حظيت باهتمام كبير من طرف الجماهير، وذلك لامتلاكها مجموعة من المميزات تجعلها متقدمة في ظل عالم متسارع والكل فيه يسعى إلى المعلومة والخبر في زمن قياسي وجهد أقل.

الفصل الثاني

ماهية الأزمة وإدارتها

- **تمهيد**

I. تشخيص الأزمة

1-1- أبعاد الأزمة.

1-2- مراحل الأزمة .

1-3- خصائص الأزمة .

II. إدارة الأزمة

2-1- مراحل إدارة الأزمة

2-2- أهداف إدارة الأزمة.

2-3- أساليب إدارة الأزمة

2-4- أدوات إدارة الأزمة.

2-5- متطلبات إدارة الأزمة

2-6- نماذج إدارة الأزمة.

2-7 معوقات نجاح إدارة الأزمة

- **خلاصة.**

تمهيد:

يعتبر عالم الأزمات عالم حي ومتفاعل له أطواره، وخصائصه وأسبابه، تهدد استمرارية المؤسسة، وقدرتها على المنافسة، وبما أن الأزمات جزء هام وأساسي في دورة حياة أي مؤسسة وبالأخص المؤسسة الاقتصادية، لا بد من استعدادها لمواجهتها وإدارتها عند ظهورها في أي وقت من خلال الإدارة الفعالة للأزمات في مختلف مراحلها، هذا ما جعل من إدارة الأزمات أحد أهم الفروع الحديثة نسبيا في مجال الإدارة.

I. تشخيص الأزمة:

1- أبعاد الأزمة:

تتمثل الأبعاد في:

1/ البعد السياسي:

تعد الأزمات ذات البعد السياسي من أخطر الأزمات التي تعرض الدولة للانهيار والخطر بسبب حساسية وضعها، وشمولية تأثيرها، وارتباطها بالأبعاد المحلية والإقليمية والدولية.

ويتولد نوع من عدم الاستقرار والتوازن السياسي بين القوى السياسية الوطنية نتيجة تأثر المصالح الوطنية وظهور جماعات معارضة تنشط العناصر الانفعالية مما يؤدي إلى حالة من الاستقرار بين شرائح المجتمع تدفعها إلى الاحتجاجات، والمظاهرات، وإن استمرار هذه الأزمة وتطورها يولد أزمات مصاحبة صعبة الحل، ولها تأثير كبير في شرائح المجتمع تدفعهم إلى الشغب مما يهدد النظام.[1]

2/ البعد الاقتصادي:

مهما كان نوع الأزمة أو مستواها فإن أول ما تؤثر عليه هو الاقتصاد، فالمتأثر الأول هو رأس المال، فتعطيل القوة المنتجة يسبب الكماد والركود وانخفاض الأسعار.[2]

---

[1] إبراهيم بن عبد الرحمن الهدلق، الأزمة الفجائية المربكة لصناع القرار، مجلة الفيصل، الرياض، العددان 419- 420، ص 11.

[2] حاجب عبد مرزوك الجنابي، الأزمة النفسية: تشخيصها، وأساليب التعامل معها، دار اليازوري، [د.ط]، عمان، 2019م، ص 42.

3/ البعد الاجتماعي:

تنشأ الأزمة بفعل أسباب ومسببات قد تكون طبيعية أو بشرية أو كلاهما، وتأثير الأزمة متعلق بالإنسان نفسه ولا يمكن وصف الأزمة بأنها أزمة إلا عندما تؤثر بصورة مباشرة أو غير مباشرة على الإنسان فردا أو مجتمعا أو دولة، ويعتبر البعد الاجتماعي للأزمة هو الأخطر تأثيرا لأنه يمتد تأثيرها سنينا طويلة.[1]

2- مراحل الأزمة:

يرى بعض الباحثين أن الأزمة تمر بعدة مراحل متسلسلة ونذكر أن الباحث محمد الصرفي قرر أن الأزمة تمر بأربعة مراحل وهي:

1/ المرحلة التحذيرية:

حيث يكون هناك شيء يلوح في الأفق وينذر بموقف غير محدد المعالم.

2/ مرحلة نشوء الأزمة:

عندما لا تنتبه المنظمة إلى خطورة الأزمة، لأن الأزمة سوف تنمو وتشتد بشكل متسارع.

3/ مرحلة الانفجار:

إذا لم تتمكن المنظمة من التحكم أو التحرك في المرحلة السابقة أو أخفقت في اتخاذ القرار المناسب، فإن المنظمة سوف تتعرض إلى أزمة ذات درجة عالية من القوة والشدة.

4/ مرحلة الانحصار:

[1] حاجب عبد مرزوك الجنابي، المرجع نفسه، ص42.

هنا تبدأ الأزمة بالانحصار وتتلاشى لأنها تفتقد القوة الدافعة لها وتعود المنظمة إلى حالة التوازن الطبيعي قبل وقوع الأزمة أو على نحو أفضل منه.[1]

أما "ماهر أحمد" فصنفها على النحو التالي:

1/ مرحلة ما قبل الأزمة:

تبدأ هذه المرحلة عند ظهور قصور في الأداء الوظيفي، وهي بذلك تبرز بعض الإشارات التحذيرية لاحتمال وقوع الأزمة في المستقبل.

2/ مرحلة الأزمة:

يطلق عليها أيضا مرحلة الخلل والاضطراب ويقع حدث مفاجئ يبرز الأمة.

3/ مرحلة ما بعد الأزمة:

وتظهر في هذه المرحلة النتائج التي خلفتها الأزمة، إذ من الممكن أن تكون النتائج مدمرة تشبه ما يخلفه إعصار أو زلزال، ومن جهة أخرى من الممكن أن تكون النتائج مشابهة للشعور بالراحة بعد النجاة من حادث.[2]

3- خصائص الأزمات:

تتسم الأزمات بعدة سمات، كما ذكر بعض الباحثين، ومن بينها ما يلي:

- أنها نقطة تحول تزداد فيها الحاجة إلى الفعل المتزايد، ورد الفعل المتزايد لمواجهة الظروف الطارئة.
- تتميز بدرجة عالية من الشك في القرارات المطروحة، ويصعب التحكم بها.

[1] محمد الصيرفي، المرجع السابق، ص 23.

[2] أحمد ماهر، المرجع السابق، ص12.

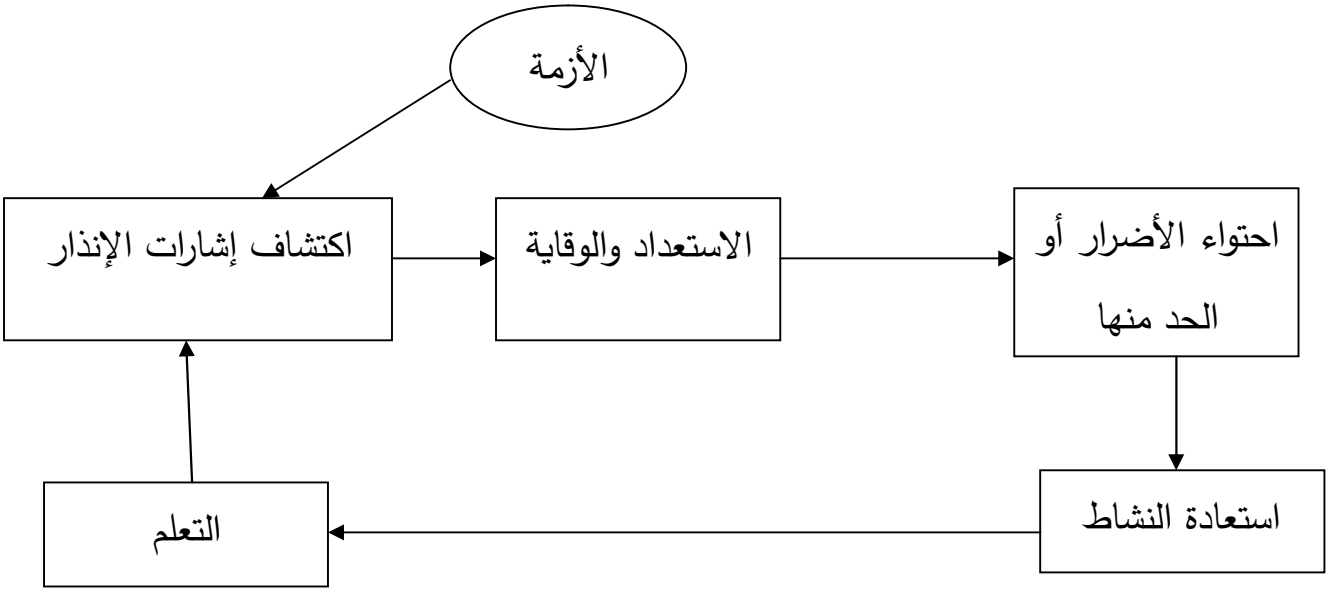
- تسود فيها ظروف عدم التأكيد ونقص المعلومات وضغط الوقت، والحاجة إلى اتخاذ القرارات الصائبة، والمفاجئة والسرعة التي تحدث فيها.
- سيادة حالة من الخوف، والهلع، قد تصل إلى حالة من الرعب.
- وجود مجموعة من القوى ذات الاتجاهات الضاغطة على الكيان الإداري، ومتخذ القرار فيه لإملاء إدارتها سواء في شكل ضغوط نفسية أو مادية، أو اجتماعية أو إنسانية، وتشكل تيارا من الضغط الرهيب عليه.
- تساعد الأزمة على ظهور أعراض سلوكية مرضية خطيرة مثل القلق، التوتر، وفقدان العلاقات الاجتماعية، وشيوع اللامبالاة وعدم الانتماء وهذا في جانبها السلبي، أما الجانب الإيجابي فقد تؤدي إلى شيوع التخريب، التدمير، والإتلاف للموجودات المادية المتواجدة في الكيان الإداري.[1]

II. إدارة الأزمات:

1- مراحل إدارة الأزمات:

توجد خمس مراحل تمر بها إدارة الأزمة للعمل على درء وقوعها أو التخفيف من آثارها، بل والقدرة على تحقيق التوازن وإعادة الأمور إلى ما كانت عليه قبل وقوع الأزمة، وهي على النحو الآتي:

[1] عليوة السيد، إدارة الوقت والأزمات والإدارة بالأزمات، دار الأمين، القاهرة، [د.ط]، 2003، ص ص 81- 82.



الشكل رقم (03): يوضح مراحل إدارة الأزمات

المصدر: رشاد الحملاوي، التخطيط لمواجهة الأزمات، عشر كوارث هزت مصر، مكتبة شمس، 1995م، ص 47.

- **المرحلة الأولى: اكتشاف إشارات الإنذار**

عادة ما ترسل الأزمة قبل وقوعها سلسلة من إشارات الإنذار المبكر أو الأعراض التي تبنى باحتمال وقوعها، وتعني اكتشاف إشارات الإنذار تشخيص المؤشرات والأعراض التي تبنى بوقوع أزمة ما، والأزمات تحدث عادة بسبب عدم الانتباه لتلك الإشارات.[1]

- **المرحلة الثانية: الاستعداد والوقاية**

وتعني التحضيرات المسبقة للتعامل مع الأزمات المتوقعة بقصد منع وقوعها أو إقلال أثارها، ويجب أن يتوفر لدى المنظمة استعدادات وأساليب كافية للوقاية من الأزمات ويشمل ذلك الاختبار الدقيق والمستمر للعمليات وهياكل الإدارة للتعرف على أي أعراض لأزمات محتملة.

[1] رشاد الحملاوي، التخطيط لمواجهة الأزمات، عشر كوارث هزت مصر، مكتبة شمس، 1995م، ص ص 47- 50.

- **المرحلة الثالثة: احتواء الأضرار والحد منها**

وتعني تنفيذ ما خطط له في مرحلة الاستعداد والوقاية والحيلولة دون تفاقم الأزمة وانتشارها، ففي هذه المرحلة يتم احتواء الآثار الناتجة عن الأزمة الناتجة وعلاجها لتقليل الخسائر فمن المستحيل منع الأزمات من الوقوع ما دام أن الميول التدميرية تعد خاصية طبيعية لكافة النظم، وبالتالي فإن المرحلة التالية في إدارة الأزمات هي الحد من الأضرار ومنعها من الانتشار.

- **المرحلة الرابعة: استعادة النشاط**

يجب أن يتوافر للمؤسسة خطط طويلة وقصيرة الأجل لإعادة الأوضاع لما كانت عليه قبل الأزمة واستعادة مستويات النشاط، وهذه المرحلة إعادة التوازن، القدرة على إنجاز فعاليات مرحلة إعادة التوازن، وهو جانب يستوجب قدرات فنية وإدارية وإمكانيات كبيرة ودعما ماليا.

- **المرحلة الخامسة: التعلم**

وهي المرحلة الأخيرة وتتضمن مرحلة التعليم دروسا هامة تتعلمها المؤسسة من خبراتها السابقة، وكذلك من خبرات المؤسسات الأخرى التي مرت بأزمات معينة يمكن للمؤسسة أن تمر بها، ونجد قليل من المؤسسات يقوم بمراجعة الدروس السابقة للتعلم من الأزمات التي حدثت فالأمم الراشدة هي التي لا تلقي بتجاربها المريرة في طي النسيان.[1]

2- أهداف إدارة الأزمات:

يمكن حصرها فيما يلي:

1. وضع قائمة بالتهديدات والمخاطر المحتملة، ووضع أولويات لها حسب أهميتها.

[1] المرجع نفسه، ص ص 48- 50.

2. تجنب المفاجأة المصاحبة لحدوث مخاطر أو الأزمات عن طريق المتابعة المستمرة والدقيقة لمصادر التهديد المخاطر المحتملة، واكتشاف إشارات الإنذار المبكر وضمان توصيلها لمتخذ القرار في الوقت المناسب لاتخاذ إجراءات مضادة.
3. تحديد أدوار الأجهزة المعينة بتنظيم إدارة الأزمة سواء قبل الأزمة أو وقت حدوثها.
4. حسب استغلال الوقت المتاح للمواجهة عن طريق تقليل الوقت اللازم لاتخاذ القرار لمنع المواجهة.
5. محاولة القضاء على قدر كبير من التخطيط والعشوائية، وانفعال اللحظة التي عادة ما يصاحب الأزمات.
6. الاستغلال الكفء للموارد المتاحة وضمان سرعة توجيهها للتعامل مع الأزمة.
7. استخلاص الدروس المستفادة من الأزمات السابقة، وتحسين طرق مواجهتها مستقبلا.[1]

3- أساليب إدارة الأزمة:

1/ الأساليب التقليدية لإدارة الأزمات:

استخدمت هذه الأساليب عبر العصور، تميزت بطابعها الخاص المستمد من خصوصية الأزمة، وأثبتت نجاحات كبيرة وهي كالتالي:

أ- **تجاهل الأزمة:** وهي أبسط الطرق التقليدية حيث يتجنب وينكر متخذ القرار الإداري بوجود أية أزمات، وأن الأوضاع القائمة تعبر عن أفضل حال.

ب- **كبت الأزمة:** وتتم عملية الكبت من خلال كافة المنافذ التي يمكن أن تدخل منها قوى صنع الأزمة، وإخفاء قيادتها وعدم السماح لهم بالتجدد الذاتي والقضاء أولا بأول على ما يمكن أن يشكل محورا من محاور التجدد.

[1] حسين موسى العساف، الأزمات الإدارية في منظمات الأعمال بين الواقع والحلول، مصر، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، ص107.

ت- **تشكيل لجنة للبحث عن الأزمة:** تستخدم هذه الطريقة عندما لا تتوفر معلومات عن القوى الحقيقية التي صنعت هذه الأزمة أو لها مصلحة في إنشائها، حيث يتم رصد هذه القوى وتشخيص كافة الجوانب التعاملية، وعادة ما تأخذ اللجان فترة طويلة من الزمن، حيث ينسى الجميع الأزمة وأسبابها.

ث- **نجس الأزمة:** بمعنى التقليل من شأنها ومن تأثيرها، ومن نتائجها، ولكن يتعين أولا الاعتراف بالأزمة كحدث ثم فعلا، ولكنه حدث غير هام.

ج- **تنفيس الأزمة:** يتم ذلك من خلال دراسة واسعة لقوى الضعف الخاصة بالأزمة، ومعرفة علاقات أطرافها ببعضهم البعض.

ح- **طريقة تفريغ الأزمة:** يتمك بموجب هذه الطريقة إفقاد تيار الأزمة قوته، حيث يتم إيجاد مسارات بديلة تتسرب إليها قوة الدفع الأزموي ومن ثمة تفقد عناصر الخطر فيها، حيث يصبح تيار الأزمة الرئيسي مجزأ إلى تيارات فرعية جانبية.

خ- **طريقة إخماد الأزمة:** وهذه الطريقة بالغة العنف والتي تقوم على الصراع العلني والصريح مع كافة القوى التي يصنعها التيار الأزموي، وتصنيفها بعنف بالغ وبدون مراعاة لأية مشاعر أو قيم.[1]

2/ الأساليب غير التقليدية:

- هي الأساليب التي ظهرت بسبب طبيعة التطورات العصرية وتم اكتشاف بعضها كنتيجة للتطورات والبحث العلمي وتشمل ما يلي:

أ- **طريقة فرق العمل:** يكون أكثر من خبير ومتخصص في مجالات مختلفة لكي يتم حساب كل عامل وتحديد التصرف المطلوب للتعامل معه.

ب- طريقة المشاركة الديمقراطية للتعامل مع الأزمة: وتستخدم هذه الطريقة عندما تتصل الأزمة بالأفراد أو يكون محورها عنصرا بشريا.

[1] أحمد ماهر، المرجع السابق، ص89.

ت- **طريقة احتواء الأزمة:** يعني حصر الأزمة في نطاق محدود، وتجميدها في المرحلة التي وصلت إليها، وفي الوقت ذاته امتصاص واستيعاب الضغط الأزموي المولد له، ومن ثم اختفاء قوتها التدميرية.

ث- **طريقة تفتيت الأزمة:** حيث يتم تفتيت الأزمة إلى مكونات وأجزاء وعناصر، ومن ثم افتقاد الأزمة لقوتها.

ج- **طريقة التخطيط المسبق لمواجهة الأزمة:** وهي عبارة عن رسم أهداف الخطط المواجهة الفعلية مع الأزمة عن طريق:

- تحديد الإجراءات الواجب اتخاذها.
- إعطاء التعليمات والتحليلات اللازمة.
- إعادة هيكلة الموارد البشرية والفنية.
- تحديد نوع المعلومات وتوقيت صدورها.[1]

4- أدوات إدارة الأزمة:

تتعدد أدوات إدارة الأزمة، وهي ليست جميعها من ذات طبيعة واحدة، وهي تطبق سواء على الأزمات الداخلية، أو الخارجية، بحسب الأحوال، وتتنوع وسائل الدبلوماسية، القوة العسكرية والتعاملات الاقتصادية والجاسوسية وأعمال المخابرات وأخيرا الحرب النفسية:

أ- **الدبلوماسية:** تعد الدبلوماسية من أهم أدوات إدارة الأزمة وأهمها بلا شك في وقت السلم، وإذا كان هدف الدبلوماسية هو إنجاز المصالح في مال العلاقات الدولية من خلال التفاوض والتفاهم، إلا أنها لا تستطيع وحدها أن تقوم بدورها دون أن تساندها عوامل القوة العسكرية.

[1] الهدمي ماجد؛ محمد القاسم، مبادئ إدارة الأزمات، الإستراتيجية والحلول، دار زهوان، الأردن، [د.ط]، 2007، ص172.

ب- **القوة العسكرية:** إن الدبلوماسية كأحد أدوات الإدارة لا تعمل على استقلال عن غيرها من الأدوات وأهمها الإدارة العسكرية ممثلة في القوات المسلحة للدولة في حالة الأزمات الدولية أو أزمات الإرهاب الدولي من ناحية أو بمساعدة قوات الشرطة المحلية.

ت- **التعاملات الاقتصادية:** تعتبر المساعدات الاقتصادية أحد العناصر الهامة في العلاقات الدولية وأداة من أدوات إدارة الأزمات، فما تم منحها فهي إدارة ترغيب، وما تقرر قفلها أو إيقافها فهي أداة للترهيب، وتعتبر من أهم الأدوات الاقتصادية التي تستخدمها الدول في إدارة الأزمات، هي المقاطعة الاقتصادية، طرد العمالة أو الرعايا من الدول الأخرى، تجميد الديوان أو المطالبة بها وغيرها.[1]

5- متطلبات إدارة الأزمة:

أورد الباحثون في إدارة الأزمات عدة متطلبات:

1. **سجل الأزمات:** لا بد من وجود سجل للأزمات (Grisis Portfoli) توثق به المنظمات كل المواقف التي تعتبرها أزمات من شأنها تهديد كيان المنظمة ويكون بمثابة ذاكرة المنظمة.[2]
2. **فريق إدارة الأزمات:** تلجأ إدارة الأزمات إلى التعامل مع أية أزمة جديدة من خلال فريق متخصص يجري تشكيله لهذا الغرض، وهذا الفريق يختلف عن الإدارة المتخصصة بالأزمات، والتي تدعى بإدارة الأزمات، فهي إدارة تتمتع بصفة الاستمرارية والدوام في المنظمة، وتكون مدرجة على الهيكل التنظيمي للمنظمة.

أما فريق إدارة الأزمة فهو الفريق الذي يجري تكليفه من إدارة الأزمة بالتعامل مع الأزمة وقوى الأزمة والعمل على معالجة الأزمة والحد من تطورها وأثارها السلبية، وهذا

[1] محمود جاد الله، إدارة الأزمات، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2008، ص 59.

[2] محمد جاد الله، المرجع نفسه، ص ص 23- 24.

الفريق هو فريق يكلف بمهام وظيفية محددة للتعامل مع أزمة بحد ذاتها، وقد يتطلب الأمر أن يجري تكليف هذا الفريق بالاستمرار بعد ذلك.

وقد يجري حل هذا الفريق بهد انتهائه من معالجة الأزمة، ويجري اللجوء إلى تكوين فريق أزمة للتعامل مع كل أزمة، وليس بالضرورة أن يتعامل مع الأزمات الأخرى، إذ أنه لا توجد أزمات متماثلة تماما، فلكل أزمة لها خصائصها وعناصرها وأسبابها التي تميزها عن أية أزمة أخرى، وإذا لوحظ أن أزمة ما تشبه أزمة أخرى، فإن هذا التشابه يكون في بعض العناصر والمتغيرات فقط ويكون هناك اختلاف وتباين في العناصر والمتغيرات الأخرى.[1]

3. **التخطيط لإدارة الأزمة:** يعد التخطيط بمثابة الإطار العام الذي يتم في نطاقه التعامل مع الأزمات، وهو ما يعني التحديد المسبق لما يجب عمله وكيفية القيام به، ومتى ومن الذي سيقوم به، ومن هنا فإن التخطيط عادة يكون مرتبطا بحقائق الأزمة وبتطورات الأوضاع المستقبلية لها وتوقع الأحداث والإعداد للطوارئ، ورسم سيناريو تتبعات الأنشطة والأعمال الكفيلة بمعالجة الأزمات بأكثر فعالية ممكنة.

ومن ثم فإن استخدام التخطيط كأداة منهجية للتعامل مع الأزمات يساعد على تحديد سبل هذا التعامل والوقت والجهد والاحتياجات المادية والبشرية اللازمة للتغلب على الأزمة، بمنع الأنشطة الارتجالية والعشوائية وتلك التي لا ضرورة لها ولا نفع منها.[2]

4. **وسائل علمية مثل المحاكاة والسيناريو:** استخدم وسائل علمية في التعامل مع الأزمات مثل المحاكاة والسيناريو، فالسيناريو هو مجموعة من الافتراضات المتعلقة

[1] يوسف أحمد أبو فارة، إدارة الأزمات: مدخل متكامل، إثراء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2009، ص 66.

[2] ماجد عبد المهدي المساعدة، إدارة الأزمات– المداخل– المفاهيم– العمليات، دار الثقافة، ط1، عمان، 2012، ص 90.

بالموقف في مجال محدد يقوم فيه النظام بتحليله ودراسته، مما يساعد على وضع تصورات للأزمة وإيجاد بدائل عديدة للحلول الموضوعة.[1]

5. **نظام الاتصالات في الأزمات:** إن عملية الاتصالات هي عبارة عن نقل وتبادل الأفكار والمعلومات والتعليمات المتعلقة بالأزمة بين قائد فريق الأزمات وأعضاء الفريق والهيئات المساندة للفريق باستخدام قنوات الاتصال الرسمية أو غير الرسمية، من اجل إيصال الكم والنوع المناسب من المعلومات في الوقت المناسب لمتخذ القرار لكي يتمكن من التغلب على الأزمة، ويتطلب التعامل مع الأزمة وضع أسلوب اتصال يتضمن:

- تحديد الأفراد الذين سيتم الاتصال بهم في موقف الأزمة.
- تحديد الهدف من الاتصال، بحيث يكون الاتصال أثناء الأزمة أهداف واضحة ومحددة.
- أن تكون الرسالة ملائمة لطبيعة الأزمة، ومصاغة بوضوح في ضوء الهدف، وتحديد المصدر بتحديد من سيقوم بنقل محتوى الرسالة.

6. **نظام المعلومات في الأزمات:** إن نظام المعلومات عبارة عن مجموعة من العناصر البشرية والآلية (التجهيزات، البرمجيات، وقواعد المعلومات)، التي تتشكل لكي تقوم بعملية جمع وتخزين وتحليل وتصنيف وتوزيع المعلومات المتعلقة بالأزمة من أجل السيطرة على الأزمة بفعالية وفي ضوء ذلك المفهوم يتضح أن هناك بعض العناصر التي يتعين توافرها لتوفير نظام معلومات متكامل للأزمات وهي العنصر البشري

[1] محمود جاد الله، المرجع السابق، ص ص 36- 37.

المؤهل والقادر على التعامل مع نظام المعلومات وخاصة في موقف الأزمة، توفير المستلزمات المادية، مثل الحاسوب لجمع وتخزين وتحليل وتصنيف المعلومات.[1]

7. **اتصال الأزمات:** يتفق معظم الباحثين على أن الاتصال يلعب دورا بالغ الأهمية في المراحل المختلفة من الأزمات ومن هنا تنامي الاهتمام النظري والعملي باتصالات الأزمة والتي تتسع لكل أنماط الاتصالات ومجالاته أثناء الأزمات.

وفي هذا السياق تطورت إلى نحو سريع استخدامات العلاقات العامة لاتصالات الأزمة، حيث تعمل العلاقات العامة على الاتصال بجماهير المنظمة الداخلية والخارجية بما فيها وسائل الإعلام، وأطراف الرأي العام لإخراج المنظمة من ورطتها وتهيئة الظروف لإعادة سمعة المنظمة وصورتها إلى ما كانت عليه من قبل الأزمة.[2]

8. **تفويض السلطة:** حيث أن عملية تفويض السلطة تعتبر أمرا في غاية الأهمية أثناء معالجة الأزمات، فقد تضطر الأحداث إلى ضرورة اتخاذ القرار المناسب بشكل سريع وبدون الانتظار لحين حضور الشخص المسئول والذي يقع هذا القرار ضمن اختصاصاته، وتفويض السلطة يعني نقل حق اتخاذ القرار من الرئيس إلى المرؤوسين وإعطائهم السلطة اللازمة لإنجاز مهمة معينة أو حل مشكلة محدودة، وتفويض السلطة في هذا المجال أمر ضروري حتمي إذا ما كانت الأزمة قد حدثت في أماكن متفرقة، ومتباعدة عديدة.[3]

---

[1] رهام راسم عودة، واقع إدارة الأزمات في مؤسسات التعليم العالي بقطاع غزة، دراسة تطبيقية على الجامعة الإسلامية، رسالة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجيستر في إدارة الأعمال، غزة، 2008م، ص ص 42- 43.

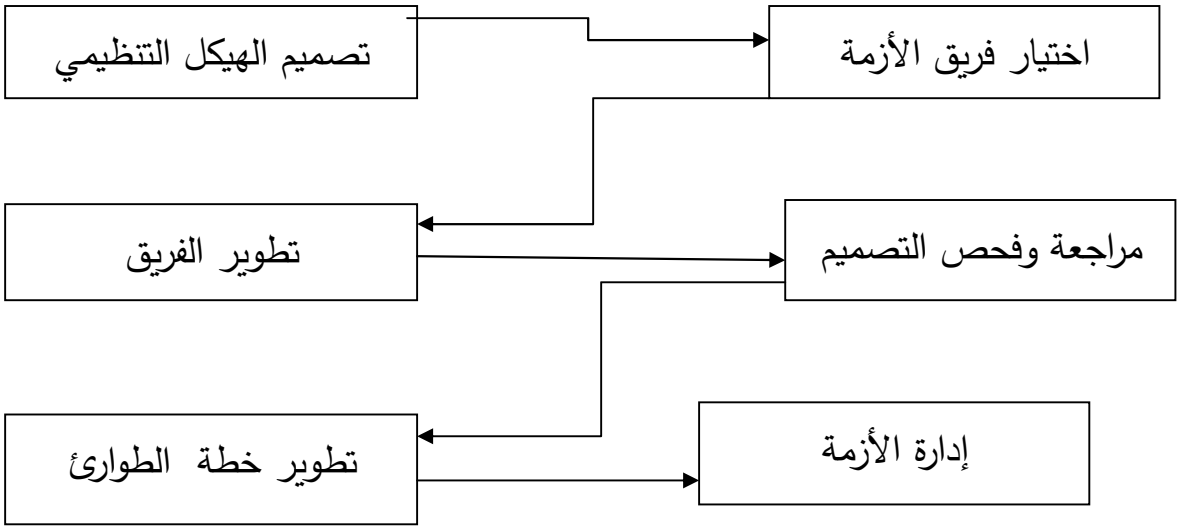
[2] محمد شومان، إدارة الصحف المصرية لكارثة قطار كفر الدوار، دراسة تحليلية لعينة من الصحف القومية والحزبية، بحث مقدم إلى المؤتمر السنوي الرابع لإدارة الأزمات والكوارث، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الثالث، المجلد2، 2001م، ص 152.

[3] نفس المرجع السابق، ص ص 28- 29.

6- نماذج إدارة الأزمات:

1. نموذج ليتلجون لتطبيق إدارة الأزمات (littlejohn)

النموذج يتكون من خمس خطوات تتضمن: تصميم الهيكل التنظيمي، اختيار الأفراد، وتطوير الفريق، فحص البيئة، تخطيط الطوارئ، وأخيرا إدارة الأزمة الفعلية، ويمكن استخدام هذا النموذج كمرشد لإدارة الأزمات وهو يبدأ بتنظيم هيكل الإدارة وينتهي بإدارة الأزمة نفسها، ويوضح الشكل هذا النموذج:



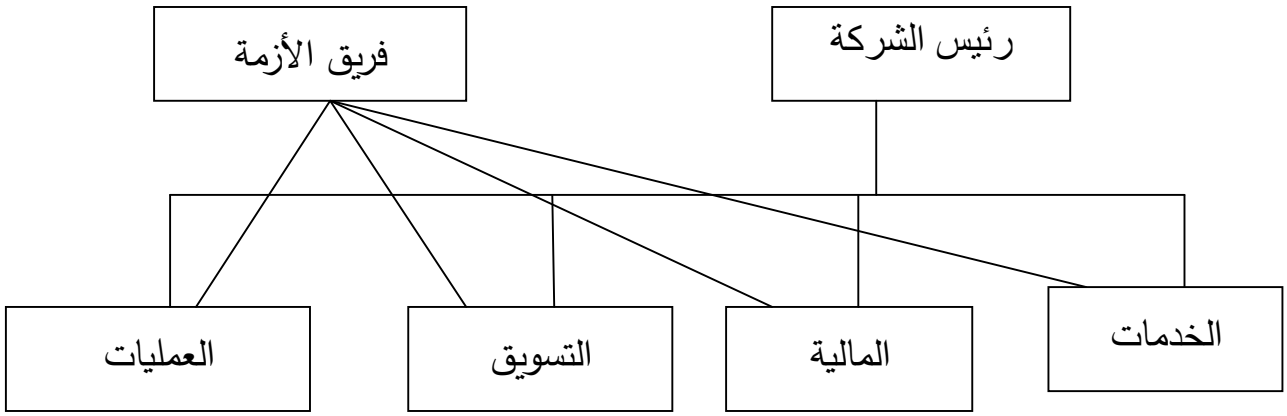
الشكل رقم (04): يوضح خطوات نموذج ليتلجون[1]

- **الخطوة الأولى: تصميم الهيكل التنظيمي**

الهدف من إدارة الأزمة هو استخدام طريقة يمكن الاعتماد عليها كأداة فعالة ولتحقيق أقل تكلفة اقتصادية للمنظمة، والهيكل التنظيمي المصفوفي لإدارة الأزمات وهو أحد الأساليب الفاعلة لتصميم الهيكل التنظيمي، ويتكون من وحدة دائمة يمكن تعزيزها بخبراء من

[1] سحمي محمد القحطاني، دور إدارات العلاقات العامة في التعامل مع الأزمات والكوارث، دراسة تطبيقية على إدارة العامة في الدفاع المدني، رسالة ماجيستر في العلوم الإدارية، قسم العلوم الإدارية، كلية الدراسات العليا، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، ص 53.

الأقسام الوظيفية المختلفة، وهذه الوحدة تتميز بالمرونة وسرعة التكيف مع تغيير الظروف، وبمجرد تحديد وتعريف الأزمة ودرجة التهديد المصاحبة لها يمكن لمدير الأزمة أن يختار مع جميع الأقسام الوظيفية أفضل الأفراد ذوي القدرة والمهارة اللازمة للتعامل مع الأزمة.



الشكل رقم (05): يوضح تصميم الهيكل التنظيمي.[1]

- **الخطوة الثانية: اختيار فريق الأزمة**

يمكن أن تتشابه سياسات لاختيار أعضاء الفريق مع تلك المستخدمة عند اختيار الأفراد، ويمكن لأعضاء الفريق الدائم أن يقرروا المهارات الإضافية المطلوبة لإدارة الأزمة الوشيكة الحدوث وتحديد المدة المطلوبة لتلك الاحتياجات.

- **الخطوة الثالثة: تطوير الفريق**

يعد اختيار أعضاء فريق الأزمة، يصبح مدير الفريق مسئولا عن تطوير الفريق ليصبح وحدة متماسكة وذات كفاءة، ويجب أن يكون واضحا أن الغرض هو تطوير فريق ذي خبرة في معالجة الأزمة، بينما يستمر باقي الأفراد في المنظمة في مزاولة وأداء أعمالهم الروتينية، ويتحقق تطوير الفريق بتحليل الأهداف والقواعد والعمليات، وبمجرد فهم الفريق لهذه المبادئ سيبدؤون في التحول إلى وحدة لها أهداف واضحة.

[1] سحمي محمد القحطاني، المرجع السابق، ص54.

- **الخطوة الرابعة: مراجعة التصميم وفحصه:**

يعد فحص الأزمة مهما جدا في إدارة الأزمات، ويمثل أداة تساعد المديرين في العمل، تحليل للبيئة وتحديد القضايا والأزمات المحتملة ومعرفة تأثيرها، واحتمالات حدوثها، ووضع أولويات لأغراض التخطيط، وتقسم التهديدات إلى مستويات مختلفة حسب نتائجها، المستوى الأول له تأثير خطير على قدرة المنظمة على البقاء، بينما التهديد في المستوى الثاني يسبب اضطرابا ولكن لا يهدد العمليات بالتوقف.

- **الخطوة الخامسة: تطوير خطة الطوارئ**

بمجرد تحديد الأولويات وأهداف الفريق يصبح الوقت مناسبا للبدء في إعداد خطة الطوارئ، والتي يجب أن تتضمن خمسة مكونات، وهي: المقدمة، الأهداف، الافتراضات، المنبه التلقائي، خطوات التصرف، فالمقدمة هي محاولة إلقاء نظرة على الأزمة، فيما تركز الأهداف على تحديد الأولويات بقدر الإمكان، أما الافتراضات الأساسية فهي تمثل العوامل التي لا يمكن التحكم فيها، ويجب النظر إليها كمرشدات تضيف تركيزا أكبر أو عمق للأهداف، ويعمل المنبه التلقائي (ميكانيزم)، كأداة منبه لتنشيط الخطة ولمنع حدوث تنفيذ مبكر أو متأخر للخطة، ويجب أن يوضع بصورة تمكنه من قياس الاستجابة المطلوبة بدرجات وبالطبع، فإن هذه الاستجابة ستختلف من منظمة إلى أخرى ومن أزمة إلى أخرى، وبدون هذا التحكم فإن كل حادث سيعالج باستجابة عالية مما يسبب اضطرابا للعمليات في المنظمة، والمكون الأخير هو خطة التصرف ووضع تسلسل للأحداث اللازمة لتحقيق الأهداف، هذه الخطوات تحدد الأنشطة اللازمة لتحقيق هدف كما تحدد دور كل قسم وفرد في المنظمة.[1]

[1] سحمي محمد القحطاني، المرجع السابق، ص ص 55- 56.

- **الخطوة السادسة: إدارة الأزمة**

وهنا يصبح من اللازم وضع بعض المرشدات لكيفية إدارة الأزمة من سيديرها، وسيتوقف هذا بالطبع على شخصية وسمات المديرين، فالبعض يفضل أن يدير الأزمة بنفسه والآخر قد يفضل وجود مدير لفريق الأزمة يتعامل مع الموقف على أن يتم إبلاغه بتطورات الأحداث.

2. نموذج منى شريف لإدارة الأزمات:

قدمت منى شريف نموذجا عاما لإدارة الأزمات مكونا من أربعة عشرة خطوة.

1/ الخطوة الأولى: تبدأ عملية إدارة الأزمة برصد ومراقبة البيئة الداخلية والخارجية للمنظمة عن طريق نظام المعلومات.

2/ الخطوة الثانية: تقييم المتغيرات البيئية وتحديد أولوياتها عن طريق دراسة احتمالات التغيير في تلك المتغيرات.

3/ الخطوة الثالثة: تنتج عن عملية تقييم المتغيرات في البيئة تحديد المخاطر والأزمات المحتملة المتولدة من البيئة الداخلية أو الخارجية للمنظمة أو كليهما معا.

4/ الخطوة الرابعة: وضع أولويات للمخاطر أو الأزمات المحتملة باستخدام ما يعرف بمصفوفة الأزمات.[1]

5/ الخطوة الخامسة: البدء في التخطيط وإعداد سيناريوهات المواجهة.

6/ الخطوة السادسة: يتم عن طريق توفير نظم للإنذار المبكر بالأزمات، رصد وتسجيل وتحليل الإشارات التحذيرية التي ترسلها الأزمات بصفة مستمرة ومتكررة ولفترة طويلة قبل وقوعها.

[1] سحمي محمد القحطاني، المرجع السابق، ص ص 56- 57.

7/ الخطوة السابعة: فحص الإشارات التحذيرية وتقييمها للتأكد من أنها تمثل إنذارا مبكرا حقيقيا.

8/ الخطوة الثامنة: في هذه المرحلة يتم الاستعداد وتنشيط خطط المواجهة.

9/ الخطوة التاسعة: تقوم المنظمة باتخاذ مجموعة من الإجراءات الوقائية، كمحاولة أخيرة لمنع وقوع الأزمة أو تحجيم آثارها، أو تأخير حدوثها لكي تكتمل تجهيزات المواجهة.

10/ الخطوة العاشرة: تخصص الموارد اللازمة لمواجهة الأزمة، ويتم التهيئة النفسية للعاملين واستدعاء فريق إدارة الأزمات.

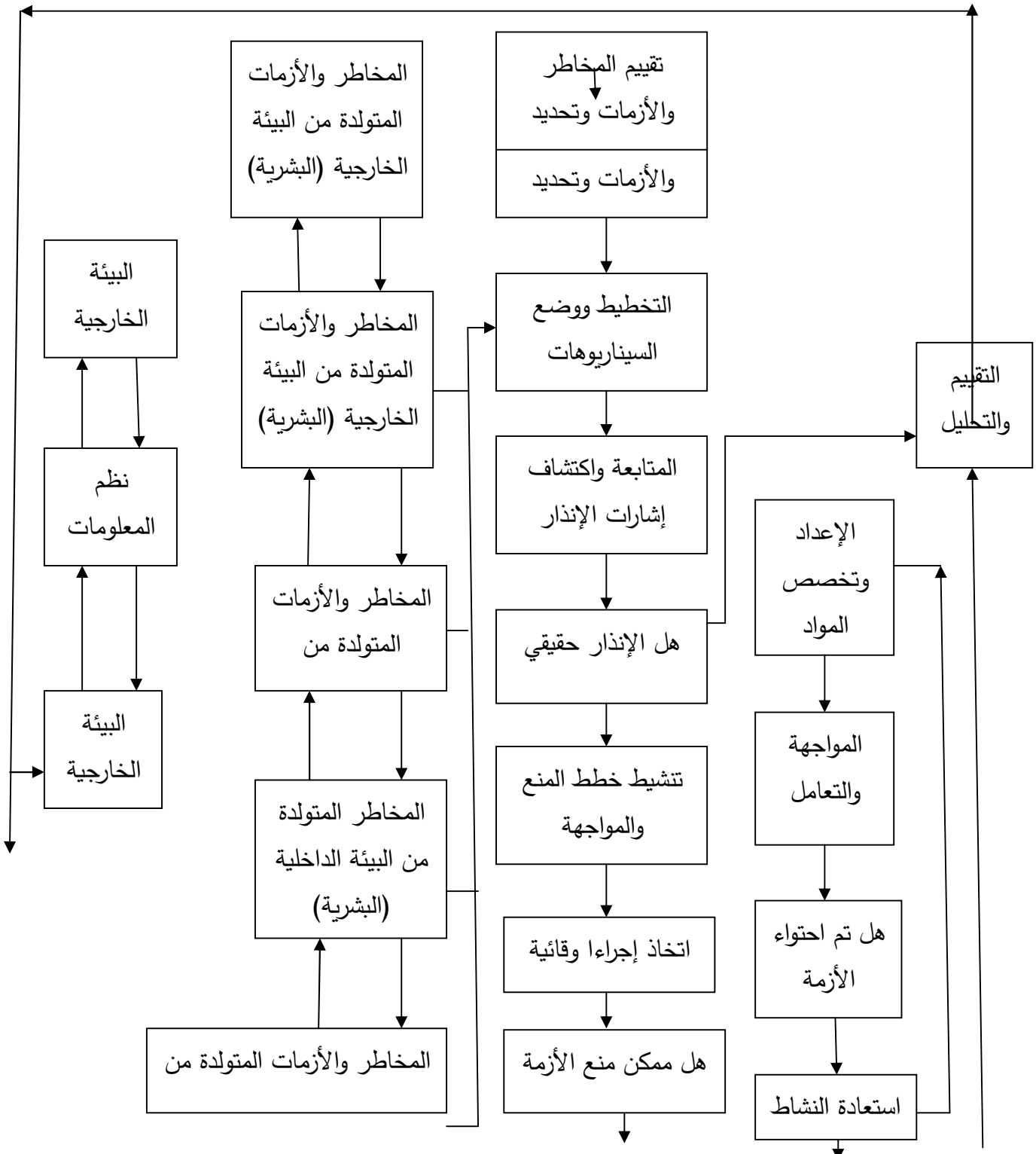
11/ الخطوة الحادية عشرة: في هذه المرحلة تبدأ المنظمة في مواجهة الأزمة عن طريق تحديد أولويات المواجهة، حيث تبدأ في تحقيق استجابة تنظيمية مناسبة، واختيار الأسلوب الإداري المناسب للمواقف، والعمل على تخفيض الضرر الذي تحدثه الأزمة إلى أقل ما يمكن، وفي هذه المرحلة تعمل المنظمة على تنظيم عملية الاتصال داخليا وخارجيا مع جميع الأطراف المعنية المتأثرة، والمؤثرة في الأزمة.[1]

12/ الخطوة الثانية عشر: تحاول المنظمة وفي الوقت نفسه محاولة منع تصاعدها، وإذ لم تنجح المنظمة في احتواء الأزمة، وعزلها لمنع امتدادها لباقي أجزاء المنظمة وفي الوقت نفسه محاولة منع تصاعدها، وإذا لم تنجح في احتواء الأزمة يتم تخصيص مزيد من الموارد وتحسين أساليب المواجهة لرفع قدرة المنظمة على التعامل مع الأزمة واحتوائها.

13/ الخطوة الثالثة عشر: بعد انتهاء الأزمة وانحسارها، تبدأ مرحلة الأوضاع الطبيعية واستعادة النشاط، في هذه المرحلة تسعى المنظمة لإصلاح وترميم ما حدث وعلاج أي خسائر أو أضرار سببتها الأزمة.

[1] سحمي محمد القحطاني، المرجع السابق، ص57.

14/ الخطوة الرابعة عشر: بعد انتهاء الأزمة واستعادة النشاط تبدأ مرحلة التحليل والتقييم والتعلم.[1]



الشكل رقم(06): يوضح نموذج منى شريف لإدارة الأزمات[1]

[1] سحمي محمد القحطاني، المرجع السابق، ص57.

7- معوقات نجاح إدارة الأزمات:

يمكن تصنيف المعوقات التي تعرقل عملية إدارة الأزمة عن تحقيق أهدافها في التخلص من الأزمة إلى أربعة أقسام وهي الأكثر شيوعا:

1/ معوقات تنظيمية: عدم تحديد واضح للسلطة، اختلاف الثقافة بين الأفراد، ضعف التدريب، عدم تأييد الإدارة العليا لأساليب عملية إدارة الأزمات.

2/ معوقات متعلقة بالمعلومات: تتعلق بصحة المعلومات من حيث تشخيص دقتها، ضمان مصادرها أو حجب جزء من المعلومات المطلوبة.

3/ معوقات متعلقة بالاتصال: تتعلق بصعوبة نقل وتبادل المعلومات من داخل وخارج المنظمة ومحدودية استخدام أنظمة الاتصال الحديثة لتحدي الأزمات.

4/ معوقات إنسانية: تتعلق بالأفراد ومنها الاعتماد الزائد على رأي الجماعة، الاعتقاد بعدم أهمية إدارة الأزمة، قصور الأفراد في معرفة وفهم طبيعة الأخطار.[2]

[1] سحمي محمد القحطاني، المرجع السابق، ص 58.

[2] فهد علي الناجي، أثر استراتيجيات إدارة الأزمات الحديثة على الأداء التسويقي، رسالة ماجيستر، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2012، ص 28.

الخلاصة:

بناءا على ما تم عرضه في هذا الفصل يمكننا القول بأن لإدارة الأزمات أهمية كبيرة في مواجهة الأزمة والتصدي لها.

ولنجاحها لا بد من إتباع خطط واستراتيجيات محكمة وفعالة لمواجهة مختلف الظروف الطارئة والحد من آثارها السلبية.

الفصل الثالث

علاقة الإعلام بإدارة الأزمات

- **تمهيد**

1- علاقة وسائل الإعلام بالأزمات .

2-دور الإعلام في إدارة الأزمات .

3-مراحل تناول الإعلام للأزمات.

4-الاستراتيجيات الإعلامية لمواجهة الأزمات .

5-مهام إعلام الأزمات.

6-العلاقة بين الإعلام و السلطة أثناء الأزمات.

- **الخلاصة**

تمهيد:

يعتبر الإعلام من أهم الآليات التي يتم الاعتماد عليها في الدور المتقدمة من أجل ترسيخ الديمقراطية وحقوق الإنسان والنهوض بالجانب التنموي على مستوى جميع المجالات.

لذلك فإن دوره يبقى حيويا من أجل إدارة مجموعة من السياسات والإستراتيجيات عن طريق آلياته الرقابية والإعلامية، ومن بين أهم المجالات التي يديرها الإعلام في الوقت الحالي هو إدارة الأزمات، وبالتالي فإن توجهات ومخططات وسائل الإعلام في الأوقات العادية تختلف اختلافا جذريا عن توجهاتها وسياستها الإعلامية في أوقات الأزمات.

1-علاقة وسائل الإعلام بالأزمات:

مازالت إشكالية مدى التأثير الذي تحدثه وسائل الإعلام في الأفراد والمجتمع محل خلاف بين المهتمين بها صفحة عامة، وبشأن ما تحدثه من تأثيرات أثناء الأزمات بصفة خاصة.

حيث تتلخص هذه الإشكالية في أن البعض يتهم وسائل الإعلام بالمسؤولية عن انحطاط الذوق العام والثقافة لدى الجماهير وزيادة معدلات العنف وجنوح الأحداث وإصابة الناس بالسطحية السياسية، وتفاقم الأزمات أكثر من المساعدة في مواجهتها...إلخ، بينما يرى البعض الآخر أن لوسائل الإعلام تأثيرا إيجابيا في كشف الفساد والانحراف، 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.[1]

ويؤكد الباحث "محمد عبد الوهاب حسن عشماوي" في دراسته حول << دور الصحف في إدارة الأزمات>> أن الأزمات تعد مادة خصبة وثرية لوسائل الإعلام وتحظى 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، وتتعمد هذه الوسائل إثارة روح التساؤل والبحث عند الجمهور وإمداده بالمعلومات عن الأخطاء البشرية، ووفقا لما أظهرته نتائج البحوث العلمية، فإن الناس يفضلون أن يسمعوا الأخبار السيئة أكثر من غيرها من الأخبار، ويرى أن الأزمة مشكلة إدارية أساسا إلا أنها سرعان ما تتحول إلى حدث إعلامي، حيث تهتم وسائل الإعلام بنقل أخبارها وهو ما يعرف بالرؤية الجماهيرية لأعمال المنظمة ولا يهتم الإعلام بكل الأزمات ولا يتعامل معها كلها وذلك حسب

[1] محمد عبد الوهاب حسن عشماوي، دور الصحف في إدارة الأزمات، دراسة تطبيقية على جريمة التأثر، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2008، ص111.

نوعية وطبيعة وحجم هذه الأزمة، وموقف الدولة منها، وطبيعة النظام السياسي السائد والجمهور المستهدف خاصة عند مواجهة أزمة على مستوى الدولة.

وتظهر أيضا علاقة وسائل الإعلام بالأزمات من خلال الدور الذي يلعبه الإعلام في إدارتها فتصبح هذه الوسائل سلاحا ذا حدين، فهي إما أن تسهم 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.

كما أن وسائل الإعلام ترتبط ارتباطا وثيقا بالأزمات من منطلق اهتمام الجمهور بمتابعة تلك الأزمات وتتبع أحداثها وتطوراتها إلى جانب وسائل الإعلام إلى تقديم ما يهم الجمهور وتحقيق الكفاءة الإعلامية والقدرة على المنافسة في تقديم المعلومات والحقائق.

وتتوطد العلاقة أيضا في أن بعض الأزمات قد تكون وسيلة للإعلانات، وتحقيق عائد مادي مرتفع من ارتفاع نسبة التوزيع في حالة الأزمات، ومن ثم فإن الجمهور يرتبط بالوسيلة الإعلامية ويعتمد عليها وفق التزامها بالحقائق والموضوعية في تقديم المعلومات.[1]

2- دور الإعلام في إدارة الأزمات:

تظهر أدوار ووظائف الإعلام ووسائله أكثر خلال الأزمات، ورصدت أدبيات إعلام الأزمات دور الإعلام في مواجهة الأزمة على أساس المعطيات التالية:

1/ يتميز الإعلام المعاصر بالكثافة والغزارة، وحدة المنافس، وقد أتاح التطور التكنولوجي في مجال الإعلام للفرد أن يحدد خياراته وأن ينتقي، ولم يعد بالتالي محاصرا بوسائل إعلام وطنية، أو إقليمية أو دولية محددة.

[1] المرجع نفسه، ص ص 113- 114.

2/ تولد الأزمة الإحساس بنوع من التوجس والقلق والحاجة، إلى الشعور بالأمن وتزداد الحاجة إلى المعرفة، وتستدعي الأزمة حدا من استفسار المعارف والمعلومات، لذا تزداد الحاجة إلى وسائل الإعلام في وقت الأزمات.

3/ يزداد الإعلام المعاصر التحاما بالقوى الفاعلة في المجتمع وفي النظام السائد، ففي الأنظمة "التعددية" تعود مرجعية وسائل الإعلام المادية والفكرية والإعلامية إلى القوى الاقتصادية الفعالة في المجتمع، وفي الأنظمة "غير التعددية"، تعود ملكية وسائل الإعلام إلى النظام وأجهزته ومؤسساته وهكذا نرى أن المؤسسات الإعلامية وبغض النظر عن نوعية الأنظمة ليست أكثر من أدوات مكرسة لخدمة الأنظمة القائمة والمتغير الوحيد هو أشكال وأساليب تلك الخدمة والمهام والوظائف المطلوبة تحقيقها، والقوى المطلوب خدمة مصالحها.

4/ تراجع التجربة المباشرة للفرد المعاصر كوسيلة للحصول على المعلومات والمعرفة الضرورية ولتكوين الرأي، نتيجة القضايا المثارة وتعدد الحاجات الإعلامية للفرد والتطور التكنولوجي، أدى هذا التراجع إلى تزايد أهمية الدور الوسيطي الذي تلعبه وسائل الإعلام، بحيث يمكن القول أن ما تقدمه وسائل الإعلام هو الأساس لتكوين معارف وقيم وآراء الناس، وبالتالي لتحديد اتجاهاتهم ومواقفهم ومن ثم سلوكهم.[1]

3- مراحل تناول الإعلام للأزمات:

يمر التناول الإعلامي للأزمات بثلاث مراحل يعلب الإعلام دورا في كل مرحلة:

1/ مرحلة نشر المعلومات:

في بداية الأزمة ليواكب الإعلام الأزمة ذاتها وآثارها وأبعادها.

2/ مرحلة تفسير المعلومات:

[1] محمد عادل صادق، الصحافة و ادارة الازمات .مدخل نظري تطبيقي .دار الفجر للنشر و التوزيع .ط1 .القاهرة .2007.ص 21 .

تقوم وسائل الإعلام في هذه المرحلة بتحليل عناصر الأزمة والبحث في جذورها وأسبابها، ومقارنتها بأزمات أخرى مماثلة، وذلك عن طريق استجلاء الحقائق وتوضيحها سواء من مواد إيضاحية أو من تحليلات، وآراء للخبراء وكذلك لموقف المسؤولين وصانعي القرار تجاه الأزمة.

3/ المرحلة الوقائية:

وهي مرحلة ما بعد الأزمة، وانحسارها، حيث لا يتوقف دور وسائل الإعلام على مجرد تفسير الأزمة والتعامل مع عناصرها، بل يجب أن يتخطى الدور الإعلامي هذا البعد لتقدم وسائل الإعلام للجماهير طرق الوقاية وأسلوب التعامل مع أزمات مشابهة.[1]

4- الإستراتيجيات الإعلامية لمواجهة الأزمات:

وفرت الدراسات العلمية للإدارة الإعلامية للأزمات بعض الإستراتيجيات الإعلامية الفعالة التي تستخدم في مواجهة الأزمات وهي على النحو التالي:

1/ إستراتيجية الكتمان والتحفظ: (Blok stones)

وتقوم هذه الإستراتيجية على رصد محاولات الأطراف الخارجية للحصول على المعلومات.

2/ الإستراتيجية القانونية: (Légal)

وتقوم المعالجة الإعلامية فيها على الاستعانة بآراء الخبراء والمستشارين القانونيين للدولة، وتتمثل في ذكر أقل معلومات وإنكار الاتهامات الموجهة للدولة لتحويل المسؤولية لجهة أخرى.

3/ إستراتيجية الاستجابة والدفاع: (RES pondant Défend)

[1] محمد عادل صادق، المرجع السابق، ص22.

وتقوم هذه الإستراتيجية على إعداد دفاع يتضمن معلومات حقيقية يقوم به المتحدث الرسمي للدولة سواء باسم الوزارة الخارجية أو الديوان الرأسمالي أو الملكي، بالاستعانة بآراء وخبرات كافة المستشارين المعنيون بالأزمة.

4/ إستراتيجية الدفاع الهجومي: (Attacks Défenses)

وفيها تقوم وسائل الإعلام باستغلال الأزمة لخلق رأي عام إيجابي يساند الدولة وموقفها وطريقة إدارتها للأزمة.[1]

5- مهام إعلام الأزمات:

لإعلام الأزمات مهمة مزدوجة تتمثل فيما يأتي:

أ- **مهمة إخبارية:** وتكون بمتابعة أخبار الأزمة والتعريف بنتائج مواجهتها والتطورات الحاصلة للأزمة، ويتم ذلك عن طريق نقل المعلومات إلى جمهور الأزمة بأمانة وسرعة ومصداقية وإحاطتهم بما يحدث فعلا عن الأزمة.

ب- **مهمة توجيهية:** وتعتبر من بين أهم المهام على الإطلاق في العملية الإعلامية، ومن ثم يستخدم الإعلام الجيد في إثارة اهتمام المهتمين بالأزمة وتزويدهم بالأخبار والحقائق والمعلومات، والبيانات، التي يتم إعدادها بشكل معين بمحتوى ومضمون معين.[2]

6- العلاقة بين الإعلام والسلطة أثناء الأزمات:

[1] المرجع نفسه، ص29.

[2] محسن أحمد الخضري، إدارة الأزمات، مكتبة مديولي، القاهرة، 1990، ص 123.

إن تعرض المجتمع للأزمات يفرض كل الوجهات والأنظمة بهذا المجتمع أن تتكاثف لمواجهة تلك الأزمات ومعالجتها وتقليل حجم الخسائر الناجمة عنها، ومن ثم فإن وسائل الإعلام تلعب دورا بارزا في إدارة تلك الأزمات من منطلق قدرتها على الاتصال بشرائح الجماهير لمسافات متباعدة عبر العالم.

فإنها القنوات الاتصالية التي من خلالها تستطيع السلطة السياسية أن تصل إلى الجمهور وتطلعه على مستجدات الإجراءات التي تتبع في إدارة الأزمات، وعلى هذا فإن الأسلوب العلمي في إدارة الأزمات يؤسس على مبدأ التكامل في إدارتها وفق منظومة شاملة من مختلف الأنظمة في مواجهتها.

وقد رصدت الدراسات أبعاد العلاقة بين الإعلام والسلطة وقت الأزمات من خلال بعض الأطر مثل الآتي:

- إن العلاقة بين الدولة ووسائل الإعلام هي علاقة ارتباط وثيقة، فمهما اختلف النظام السياسي للدولة فإن الإدارة الإعلامية تظل في أداة التواصل الرئيسية بين السلطة السياسية بشكل أو بآخر في جميع الأنظمة السياسية وتزيد هذه السيطرة وقت الأزمات.
- في وقت الأزمات ينتظر من وسائل الإعلام إقرار نموذج تفاعل بينها وبين الجمهور لتدعيم النظام القائم في مواجهة التغيرات التي تحدثها الأزمة، مما يتطلب فتح قنوات اتصال مباشرة بين وسائل الإعلام والجمهور.
- على القائمين بالاتصال وقت الأزمات التأكد من وصول المعلومات والبيانات حول الأزمة إلى الجمهور بالقدر المناسب ودون آراء مسبقة.[1]
- الالتزام بتدفق المعلومات دون وضع ما يعيقها من رقابة أو سيطرة مسبقة، وهو أمر يتطلب من الإعلاميين أنفسهم تجنب الوقاية الذاتية في التعامل مع الأحداث، مع

[1] محسن أحمد الخضري، المرجع السابق، ص118.

الأخذ في الاعتبار الحفاظ على الأمن الداخلي وسلامة المواطنين ومصالحهم الحيوية.[1]

خلاصة:

[1] محسن أحمد الخضري، المرجع السابق، ص119.

في الأخير يجدر بنا القول بأن سير العلاقة بين وسائل الإعلام وإدارة الأزمات بصورة مثالية وشكل جيد يكون من خلال وضع استراتيجيات إعلامية لتفادي الأزمات ومواجهتها.

ويظهر دور الإعلام في غدارة الأزمات من خلال نقل الأخبار حول الأزمة وتحليلها والتعليق عليها، وذلك بهدف ترشيد الرأي العام والتأثير على موقفه إزاء قضية الأزمة.

الإطـــــار التطبيقي

- **تمهيد**

- البطاقة الفنية لجريدة الشروق الالكترونية.
- تحليل المضمون
- عرض و تحليل البيانات .
- نتائج الدراسة .

تمهيد:

1- البطاقة الفنية لجريدة الشروق الالكترونية:

- هي صحيفة جزائرية يومية خاصة ناطقة باللغة العربية تأسست في سنة 1990 وكانت تسمى آنذاك بجريدة الشروق العربي.
- النسخة الالكترونية لجريدة الشروق اليومي الجزائرية هي موقع إخباري في الجزائر يوفر تغطية شاملة ومستمرة للأحداث عبر التراب الجزائري وفي كل البلدان العربية بثلاث لغات.
- المدير العام لجريدة الشروق الجزائرية هو "علي فضيل" ومقرها الرئيسي لدار الصحافة عبد القادر سفير القبة .

- تصدر جريدة الشروق اليومي عن مؤسسة الشروق للإعلام والنشر.
- الموقع الرسمي لجريدة الشروق اليومي الجزائريةhttp://www.echorautonline.com
- رئيس تحريرها هما " جمال لعلامي، سميرة بلعمري". أما. بالنسبة لطاقمها فيتكون من عدد كبير من الصحفيين ومجموعة من المراسلين يتوزعون عبر مختلف الولايات. [1]

2- تحليل المضمون.

يتم تحويل المضمون عن طريق تحويل محتوى المادة الإعلامي إلى وحدات قابلة للعد و القياس. وهذه المرحلة تمثل السمار الأساسية للتحليل الكمي والتي تنطلق من:

1/ تصنيف المحتوى وتحديد الفئات:

أ- فئات الشكل: وهي التي تجيب على السؤال كيف قبل ؟

وتشمل ما يأتي :

- فئة موقع المادة الإعلامية:

[1] موقع - www.info - algerie .com يوم 19-04-2023 13.30

يعني موقع مضامين أزمة الزيت. ومكانتها في صفحات الجريدة حسب عينية الدراسة، باعتبار أن موقع الخبر يدل على أهمية الظاهرة. وتم تقسيمها إلى الصفحة الأولى، الصفحات الداخلية، الصفحة الأخيرة.

- **فئة الأنواع الصحفية:**

تهدف لمعرفة الأنواع الصحفية المستخدمة لمعالجة المواضيع التي تتناول أزمة الزيت. وتحتوي على العمود المقال التقرير و الخبر.

- **فئة عناصر البراز والدعم:**

له أهمية كبيرة في التأثير على نفسية القراء ويفترض نهم ينجذبون لحسن تقديم المادة الصحفية. وقد قمنا باختيار العناصر التالية:

- الإشكال، يتم استخدامها في المواضيع الاقتصادية بكثرة وذلك لتقديم شروحات أكثر حول الموضوع المعالج .
- **الإحصائيات:** تقدم الإحصائيات والحسابات في المواضيع الاقتصادية لتدعيم الموضوع أكثر.
- **التصريحات:** عند وقوع الأزمات يتم عرض وجهات نظر الخبراء والمسئولين وتقديم تصريحاتهم حول الموضوع.
- الصور: ترافق المادة الإعلامية لدعمها وإعطائها مصداقية أكثر.[1]

- **فئة الأهداف:**

[1] محمد عبد الحميد تحليل المحتوى في بحوث الاعلام .ديوان المطبوعات الجامعية .الجزائر .1983. ص 95.

تمكننا من معرفة الصحيفة من المعالجة الإعلامية لأزمة الزيت. وتتمثل هذه الأهداف في :

المساهمة في شرح الأزمة وتداعياتها، توجيه وتكوين الرأي العام، التوعية.[1]

2/ تحديد وحدات التحليل:

وهي الوحدات المستخدمة التي يظهر من خلالها تكرار المادة المدروسة، وقد استخدمنا وحدة التحليل المتمثلة في وحدة الفكرة في سياق الفكرة. إذ تعد الفكرة من أكثر وحدات التحليل استعمالا في بحوث الإعلام التي تعتمد على تحليل المحتوى إنها تعطي دلالة اتجاه المضمون، ومن خلالها يمكن فهم المعاني المتضمنة فيه. وبهذا اعتمدنا اختيار التكرار كوحدة قياس.[2]

- **فئات المحتوى (المضمون):** وهي الفئات التي تجيب على السؤال: ماذا قيل ؟ وتشمل ما يلي:

- **فئة الموضوع** : تسعى لمعرفة المواضيع المتناولة في الجريدة، قمنا بتقسيمها إلى أسباب نشوء أزمة الزيت، مؤشراتها هي، مفتعلة من قبل التجار.

(المضاربة المنظمة). وجود مشكلات عالمية في المواد الأولية

- **الحلول المقترحة للتخلص من الأزمة مؤشراتها:**

- ردود الأفعال حول أزمة الزيت ومؤشراتها هي: ردود فعل الشارع الجزائري، ردود فعل السلطات الجزائرية .
- فئة الاتجاه: تتعلق باتجاه المعالجة الإعلامية لموضوع أزمة الزيت من حيث أنها مؤيدة معارضة محايدة.

---

[1] المرجع نفسه، ص 95.

[2] يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، الدراسات للنشر والتوزيع، ط1، 2007، الجزائر، 2007. ص 51

- فئة المصدر: وهي الأدوات التي تعتمد عليها الجريدة للحصول على المعلومات تم تقسيمها إلى صحفي الجريدة، مراسل مندوب وكالات الأنباء أخرى.[1]

الجدول رقم (01) :يبين موقع المادة الإعلامية المتعلقة بأزمة الزيت في جريدة الشروق الالكترونية :

الموقع	الصفحة الأولى	الصفحات الداخلية	الصفحة الأخيرة	المجموع
التكرار	02	21	00	23
النسبة%	%8.69	%91.30	%00	%100

نلاحظ في الجدول أعلاه أن مواقع المادة الإعلامية المتعلقة بأزمة الزيت في جريدة الشروق الالكترونية كانت موزعة على النحو التالي : حيث جاءت الصفحات الداخلية في المرتبة الأولى بنسبة 31,30 بالمائة بتكرار 21 من أصل 23 وهي تعتبر نسبة كبيرة مقارنة مع الصفحة الأولى التي قدرت نسبتها ب 08.69 بالمائة بتكرار 02 من أصل .23 . في حين أن الصفحة الأخيرة لم تعتمد عليها.

نستنتج من الجدول أن جريدة الشروق أهملت بشكل كبير أهم موقعين للصحيفة هما : الصفحتان الأولى والأخيرة واعتمدت بصورة واضحة على الصفحات الداخلية.

فموقع المادة له دلالة مقصودة لوضعها في موقع دون آخر وذلك لتأثير محتواه على القارئ أو المستمع. فأول ما يقرأه الفرد من الجريدة هو الصفحة الأول، ويليها الصفحة الأخيرة. ثم صفحات الوسط وبعدها باقي الصفحات.

الجدول رقم (02) : يبين أهم القوالب الصحفية التي استخدمتها الجريدة لمعالجة الأزمة:

[1] المرجع نفسه ، ص 95.

النوع	الخبر	التقرير	العمود	المقال	المجموع
التكرار	11	05	04	03	23
النسبة %	47.82	21.73	17.39	13.04	%100

– يظهر لنا الجدول (02) الخاص بفئة القوالب الصحفية التي استخدمتها جريدة الشروق الالكترونية لمعالجة الأزمة أن فريق التحرير اعتمد على الخبر بنسبة 47.82% والتقرير بنسبة 21.73% ، والعمود الصحفي بنسبة 17.39 بتكرار 04 من أصل 23 فيما تم عرض المقال بنسبة 13.04 بتكرار 03 من أصل 23.

نستنتج من الجدول أن أكثر القوالب الصحفية استخداما في معالجة هذا الموضوع هو الخبر الصحفي، ويليها التقرير وذلك لما تميزت به من خصائص من الوصف التفصيلي الكامل والدقيق، في حين أن جريدة الشروق لم تعتمد بشكل كبير على المقال ،ما يدل على أن الجريدة لم تولي أهمية كبيرة للرأي العام و عدم منح الصحفيين مساحة أوسع للتعبير عن أفكارهم و طرحها، وعدم ترك المجال للصحفيين للتأثير على اتجاهات القراء.

جدول رقم (03): عناصر الإبراز والدعم المتعلقة بأزمة الزيت في الجزائر

العناصر	الرسوم البيانية	الأشكال	الإحصائيات	الصور	التصريحات	أخرى	المجموع
التكرار	00	00	11	09	14	00	**34**
النسبة %	00	00	32.35	26.47	41.17	00	**%100**

نلاحظ من خلال الجدول الخاص بفئة عناصر الإبراز والدعم الموظفة في معالجة أزمة الزيت، أن الجريدة اعتمدت بشكل كبير على التصريحات بنسبة 41.17% بتكرار 14 من أصل 34، ثم يليها الإحصائيات بنسبة 32.35% بتكرار 11 من أصل 34، والصور

بنسبة 26.47% مكررة بـ 9 من 34، فيما انعدمت تماما الرسوم البيانية والأشكال والجداول وأي عناصر أخرى.

نستنتج من الجدول أعلاه أن اعتماد جريدة الشروق على التصريحات وبشكل واضح دليل على إعطاء المادة الإعلامية مصداقية أكثر وذلك من خلال عرض تصريحات المسؤولين عن هذه القضية.

أما الاعتماد على الإحصائيات، فهذا لا بد منه في المواضيع الاقتصادية، وذلك لإعطاء صورة دقيقة وواضحة للواقع والقضية.

كما اعتمدت الجريدة على الطور التي تكمل المادة الإعلامية.

❖ **فئات الموضوع:**

- **جدول رقم (04): يبين أسباب نشوء أزمة الزيت**

الفئات	مفتعلة من قبل النجار	وجود مشكلات عالمية في المواد الأولية	المجموع
التكرار	22	07	29
النسبة %	%75.86	%24.13	%100

من خلال قراءتنا للجدول أعلاه نلاحظ أن السبب الرئيسي لنشأة أزمة الزيت في الجزائر كان مفتعل من قبل النجار بنسبة عالية بلغت 75.86%، أي بتكرار 22 من أصل 29، وقدرت نسبة السبب الثاني وهو وجود مشكلات عالمية في المواد الأولية، 24.13% مكررة بـ 07 من أصل 29.

نستنتج من نتائج الجدول أن تجار التجزئة رفضوا فوترة مقتنايتهم لدى بائعي الجملة، ما نتج عنه افتعال المضاربة المنظمة من أجل تحريك الشارع الجزائري والضغط على الحكومة.

أما فيما يخص وجود مشكلات عالمية في المواد الأولية، وذلك ناتج عن خلل في رخص استيراد المواد الأولية الغذائية، ومواد الإنتاج من بينها مادة الزيت.

- **الجدول رقم (05): يبين ردود الأفعال حول الأزمة في الجزائر**

الفئات	ردود فعل الشارع الجزائري	ردود فعل السلطات الجزائرية	المجموع
التكرار	06	04	10
النسبة	%60	%40	%100

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن ردود فعل الشارع الجزائري قد بلغت نسبتها 60% بتكرار 06 من أصل 10، أما ردود فعل السلطات الجزائرية فقد قدر بنسبة 40% أي بتكرار من أصل 10.

تفسر ردود فعل الشارع الجزائري تذمرهم واستيائهم من الندرة وارتفاع أسعار هذا المادة الأساسية.

أما بالنسبة للسلطات الجزائرية فقد حاولت السيطرة على الوضع، محاولة إيجاد حلول لمواجهة الأزمة، وتوفير الاكتفاء الذاتي، من خلال رفع إنتاج زيت المائدة بـ 100طن في مدينة وهران، وإعادة بعث نشاط الشركات المتوقفة، كما سعت الحكومة لزراعة 20 ألف هكتار من نبتة "السلجم" الزيتي لتعزيز الاكتفاء الذاتي في السنوات القادمة.

- **الجدول رقم (06): يبين اتجاه صحيفة الشروق نحو الأزمة**

الاتجاه	مؤيد	معارض	محايد	المجموع
التكرار	00	01	22	23
النسبة	%00	%4.34	%95.65	%100

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن اتجاه الجريدة نحو أزمة الزيت جاء محايدا وذلك بنسبة 95.65% أي بتكرار 22 من أصل 23، فيما كان اتجاه الجريدة معارضا بنسبة 4.34%، بتكرار 01 من أصل 23، فيما لم تؤيد الصحيفة الأزمة إطلاقا.

يفسر اتجاه الجريدة المحايد نحو الأزمة، اعتمادها بشكل كبير على الأنواع الصحفية الخبرية في نقل ومعالجة المعلومات والأحداث، وذلك لتميز الخبر الصحفي، والتقرير بالموضوعية والتجريد وهذا ما دلت عليه النتائج الواردة في الجدول (06) المتعلق بالقوالب الصحفية المستخدمة.

- **الجدول رقم (07): يبين المصادر التي اعتمدت عليها جريدة الشروق في معالجتها للأزمة**

المصدر	صحفي الجريدة	مراسل	مندوب	وكالات الأنباء	أخرى	المجموع
التكرار	10	13	00	00	00	23
النسبة	%43.47	%56.52	%00	%00	%00	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة اعتماد جريدة الشروق على المراسلين بلغت 56.52% بتكرار 13 من أصل 23، وقدرت نسبة اعتمادها على صحفييها 43.47% بتكرار 10 من أصل 23، فيما لم تعتمد كليا على المندوبين، ووكالات الأنباء.

تدل النتائج على أن الأزمة التي عالجتها الصحيفة هي أزمة داخلية وطنية، ظهرت في مختلف ولايات الوطن، مما استدعى الاستعانة بالمراسلين لتغطية القضية، واعتمادها على الصحفيين في تحرير المقالات المتعلقة بالأزمة.

- **الجدول رقم (08): يبين الأهداف التي تسعى لإظهارها جريدة الشروق**

الأهداف	شرح الأزمة وتداعياتها	توجيه وتكوين الرأي العام	التوعية	المجموع
التكرار	17	05	01	23
النسبة	%73.91	%21.73	%4.34	%100

نلاحظ في الجدول أعلاه أن جريدة الشروق الإلكترونية لها هدف رئيسي وهو شرح الأزمة وتداعياتها بنسبة 73.91% بتكرار 17 من اصل 23، يأتي بعده الهدف الثاني وهو توجيه وتكوين الرأي العام بنسبة 21.73% مكررة بـ 05 من أصل 23، وبالنسبة لهدف التوعية فقد كانت نسبته ضئيلة بلغت 4.34% أي بتكرار 01 من أصل 23.

ما نستنتجه من نتائج جدول الأهداف التي تسعى لإظهارها الجريدة، أنها تتماشى مع وظائف الصحافة وهذا ما تسعى الجريدة لتحقيقه.

4- نتائج الدراسة:

أثبتت نتائج الدراسة التحليلية لموضوع أزمة الزيت أن:

- جريدة الشروق الإلكترونية لم تولي اهتماما كبيرا للأزمة، فقد ركزت في موقعها لعرض الأزمة على الصفحات الداخلية بحيث قدرت نسبتها 91.30%، وأهملت أهم موقعين وهما الصفحة الأولى والأخيرة.
- اعتمدت الصحيفة على الخبر الصحفي في نشر وعرض الأزمة وكانت نسبته 47.82%، وهذا يعتبر شأن الإعلام الاقتصادي عموما، فهو إعلام أخباري بالدرجة الأولى.

- اعتمدت جريدة الشروق على التصريحات في معالجتها لأزمة الزيت بشكل واضح، وهذا دليل على المصداقية، ونقل الوقائع بموضوعية، كما اعتمدت على الإحصائيات وذلك باعتبار أن الموضوع اقتصادي.
- ركزت الجريدة على عرض أسباب نشوء الأزمة التي كانت مفتعلة من قبل تجار التجزئة، ولم تتوقف عند هذا الحد، بل سعت إلى توضيح ردود الأفعال، حيث كانت ردة فعل الشارع الجزائري كبيرة قدرت بـ 60%، وهي ردة فعل متوقعة لأن هذا الأزمة مست المواطن بحد ذاته.
- كان اتجاه الجريدة محايد تماما لهذه الأزمة الاقتصادية، حيث بلغت نسبته 95.65%، وهذا دليل على اعتماد صحيفة الشروق على نقل الخبر بموضوعية دون إبداء رأي أو وجهة نظر.
- اعتمدت الصحيفة على مصادرها الداخلية بشكل واضح، باعتبار أن الأزمة وطنية داخلية.

خاتمة

سعينا في هذه الدراسة إلى فهم دور الإعلام الجزائري في إدارة أزمة الزيت من خلال جريدة الشروق اليومي وذلك لمعرفة حجم اهتمام الجريدة بالأزمة، وأبرز القوالب الصحفية المعتمدة في نقل المضامين الخاصة بأزمة الزيت وأهم النقاط التي تطرقت إليها، إضافة إلى تحديد اتجاه الجريدة نحو الأزمة.

فالصحافة الإلكترونية تؤدي دورا فاعلا في أوقات الأزمات رغم تنوع وسائل الإعلام المقروء والسمعية البصرية، فقد ساهمت في تنمية الوعي والإدراك لدى القارئ، والتأثير عليه من خلال نشر المعلومات والمعارف.

ومن أجل تحقيق معالجة إعلامية متكاملة لمختلف الأزمات، لا بد من القيام بتغطية شاملة وشرح معمق لمختلف الجوانب وتوجيه الرأي العام نحوها لإيجاد الحلول لها.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

أولا: الكتب

1-ذياب سهيل رزق، مناهج البحث العلمي، غزة، فلسطين، 2003.

2-موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبات علمية، تر: بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبة للنشر والتوزيع، ط2، 2006.

3-عاطف عدلي عبد؛ زكرياء أحمد عزمي، الأسلوب الإحصائي واستخداماته، في الرأي العمومي والإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 2002.

4-بن مرسلي أحمد، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط1، 2003.

5-علي عبد الفتاح علي، نظريات الاتصال والإعلام الحديثة، دار الأيام للنشر والتوزيع، الأردن.

6-منال هلال مزاهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ط1، 2012.

7-عدلي عصمت، علم الاجتماع الأمني (الأمن والمجتمع)، [د.ط]، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2001.

8-حمزة عبد اللطيف، الإعلام والدعاية، دار الفكر العربي، القاهرة، 1984.

9- عاطف عدلي العبد؛ نهى عاطف العبد، نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي للنشر، ط1، القاهرة، 2011.

10- أبو زيد فاروق، مدخل إلى علم الصحافة، عالم الكتاب، القاهرة، ط2، 1993.

11- العلامي غسان داود، إدارة الأزمات والتطبيقات، نشر بشكل إلكتروني من قبل مكتبة نيبور الإلكترونية، 2015.

12- قدري علي عبد المجيد، اتصال الأزمة وإدارة الأزمات، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، [د.ط]، 2011.

13- حسين عبد الحميد أحمد رشوان، الإدارة والمجتمع، دراسة في علم اجتماع الإدارة، الإسكندرية، مؤسسة شباب الجامعة، 2006.

14- الصيرفي محمد، إدارة الأزمات، مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، [د.ط]، 2008.

15- الخضيري محسن أحمد، إدارة الأزمات، علم امتلاك كامل القوة في أشد لحظات الضعف، مجموعة النيل العربية، القاهرة، مصر، [د.ط]، 2002.

16- ماهر أحمد، إدارة الأزمات، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، [د.ط]، 2006.

17- فتحي محمد، الخروج من المأزق، فن إدارة الأزمات، دار التوزيع والنشر الإسلامية، [د.ط]، 2001.

18- العدوان عزاب كريم، العلاقة بين خصائص القيادة وإدارة الأزمات، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2013.

19- شومان محمد، الإعلام والأزمات، مدخل نظري وممارسات عملية، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002.

20- ناطورية علاء الدين، مدخل غلى الصحافة الإلكترونية: النشأة والتطور والإستراتيجيات، دار زهران للنشر والتوزيع، [د.ط]، عمان، 2013.

21- الديلمي عبد الرزاق محمد، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2010.

22- الجنابي صاحب عبد مرزوك، الأزمة النفسية: تشخيصها، وأساليب التعامل معها، ددار اليازوري، [د.ط]، عمان، 2019.

23- عليوة السيد، إدارة الوقت والأزمات والإدارة بالأزمات، دار الأمين، القاهرة، [د.ط]، 2003.

24- الحملاوي رشاد، التخطيط لمواجهة الأزمات، عشر كوارث هزت مصر، مكتبة شمس، 1995.

25- العساف حسين موسى، الأزمات الإدارية في منظمات الأعمال بين الواقع والحلول، مصر، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية.
26- الهدمي ماجد ومحمد القاسم، مبادئ إدارة الأزمات: الإستراتيجية والحلول، دار زهوان، الأردن، [د.ط]، 2007.
27- محمود جاد الله، إدارة الأزمات، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2008.
28- أبو فارة يوسف أحمد، إدارة الأزمات، مدخل متكامل، إثراء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2009.
29- ماجد عبد المهدي، المساعدة، إدارة الأزمات: المداخيل- المفاهيم- العمليات، دار الثقافة، ط1، عمان، 2012.
30- عشماوي محمد عبد الوهاب حسن، دور الصحف في إدارة الأزمات، دراسة تطبيقية على جريمة الثأر.
31- منشأة المعارف، الإسكندرية، 2008.
32- محمد عادل صادق، الصحافة وإدارة الأزمات، مدخل نظري تطبيقي، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2007.
33- محسن أحمد الخضري، إدارة الأزمات، مكتبة مديولي، القاهرة، 1990.
34- محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983.
35- يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، الدراسات للنشر والتوزيع، ط1، الجزائر، 2007.

ثانيا: المعاجم والقواميس

1-الفار محمد جمال، المعجم الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2006.
2-ابن منظور، لسان العرب، دار الفكر العربي، بيروت، ج6.
3-محمد بن أبي بكر عبد القادر الرازي، مختار الصحاح، المطبعة الأميرية، القاهرة، [د.ت].

4- مجمع اللغة العربية، المعجم الوجيز، المطبعة الأميرية، القاهرة، 1998.

ثالثا: المواقع الإلكترونية

1- http// : klamnews.com.12/02/2023.
2- http://www.shababek.de /radio tv/modules/news/article.php ?Storyid : 177.24/02/2013.
3- www.info- Algerie.com

رابعا: المذكرات والرسائل الجامعية

1- بوسالم زينة، المعالجة الإعلامية لمشكلات البيئة في الصحافة الجزائرية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الماجيستر في علم الاجتماع، جامعة 2 منتوري، قسنطينة، 2010.

2- رهام راسم عودة، واقع إدارة الأزمات في مؤسسات التعليم العالي بقطاع غزة، دراسة تطبيقية على الجامعة الإسلامية، رسالة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجيستر في إدارة الأعمال، غزة، 2008.

3- سحمي محمد القحطاني، دور إدارات العلاقات العامة في التعامل مع الأزمات والكوارث، دراسة تطبيقية على إدارة العامة في الدفاع المدني، رسالة ماجيستر في العلوم الإدارية، قسم العلوم الإدارية، كلية الدراسات العليا، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية.

4- فهد علي الناجي، أثر إستراتيجيات إدارة الأزمات الحديثة على الأداء التسويقي، رسالة ماجيستر، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2012.

5- مها مدحت محمد كمال، المعالجة الإعلامية للأزمات الاقتصادية في الصحف الإلكترونية، وانعكاساتها على الشباب المصري نحو الأداء الاقتصادي للحكومة، دراسة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في الآداب، من قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية الآداب، جامعة عين شمس، 2019.

6- كهينة بركون، المعالجة الإعلامية للقضايا الاقتصادية في الصحافة الاقتصادية الجزائرية، دراسة تحليلية مقارنة لليوميات (le Maghreb/ le chiffre d'affaire' le financier) رسالة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة مكتوبة، قسم الإعلام، جامعة الجزائر 3، 2017.

خامسا: المجلات

1-إبراهيم بن عبد الرحمن الهدلق، الأزمة الفجائية المربكة لصناع القرار، مجلة الفيصل، الرياض، العددان 419- 420.

2-طاهر حسن، مقر اتخاذ القرار وإدارة الأزمات، كلية إدارة الأعمال السورية الخاصة، مجلة جامعة دمشق، الفصل التاسع، 2019.

3-شومان محمد، إدارة الصحف المصرية لكارثة قطار كفر الدوار، دراسة تحليلية لعينة من الصحف القومية والحزبية، بحث مقدم إلى المؤتمر السنوي الرابع لإدارة الأزمات والكوارث، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الثالث، المجلد 2، 2001.

فهرس الجداول والأشكال

قائمة الأشكال:

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	أسباب نشوء الأزمة	21
02	تصنيف الأزمة	26
03	مراحل إدارة الأزمات	49
04	خطوات نموذج لبتلجون	58
05	تصميم الهيكل التنظيمي	59
06	نموذج منى شريف لإدارة الأزمات	63

فهرس الجداول:

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	موقع المادة الإعلامية المتعلقة بأزمة الزيت	81
02	أهم القوالب الصحفية المستخدمة	82
03	عناصر الإبراز والدعم في جريدة الشروق	82
04	أسباب نشوء أزمة الزيت	83
05	ردود الأفعال حول الأزمة	84
06	اتجاه صحيفة الشروق نحو أزمة الزيت	84
07	المصادر التي اعتمدت عليها جريدة الشروق	85
08	الأهداف التي تسعى لإظهارها جريدة الشروق	86

الملاحق

"سيفيتال" يطمئن حول وفرة المنتج.. ويوضح:

لهذه الأسباب ارتفعت أسعار زيوت المائدة

فاتح. ع

أكد مجمع "سيفيتال" أمس الأربعاء، أن ارتفاع أسعار زيوت المائدة بالسوق الوطنية مؤخرا راجع إلى عوامل خارجية لا يمكن التحكم فيها.

وحسب بيان للمجمع فإن "الارتفاع غير المسبوق الذي شهدته أسعار المواد الأولية في السوق العالمية" الذي تزامن مع انخفاض قيمة الدينار أمام الدولار كان أهم العوامل المساهمة في ارتفاع الأسعار وعليا، إضافة إلى ارتفاع التكاليف اللوجستية، النقل، التعبئة، التغليف.

وأضاف نفس البيان أن تداعيات هذه الظاهرة لم تقتصر على الزيوت فحسب، بل مست عدة مواد أخرى، من بينها المعجنات الغذائية والحليب.

وأكد المجمع المملوك للرجل الأعمال يسعد ربراب أنه يبذل قصارى جهده من أجل إبقاء أسعار منتجاته عند مستوى معقول رغم "الخسائر المعتبرة" التي يتكبدها - وفق البيان.

وطمأنت "سيفيتال" المواطنين حول وفرة منتجاتها عبر كل أنحاء التراب الوطني، مضيفة أنها اتخذت كل التدابير اللازمة لتفادي أي تذبذب في تزويد السوق الوطنية/ خاصة مع اقتراب شهر رمضان.

حجز كمية معتبرة من زيت المائدة في بسكرة

حجز أكثر من 300 كيس من السميد و33 سفيحة من الزيت بسوق أهراس

تدخلت اللجنة الولائية المكلفة بمراقبة الحركة التجارية بولاية سوق أهراس، والمتكونة من فرق مديرية التجارة ومصالح أمن الولاية، لمراقبة مجموعة من المحلات التجارية المتخصصة في بيع المواد الغذائية بالتجزئة، بغية لم المطاحن، ما أسفر عن حجز بعض المواد واسعة الإستهلاك خاصة منها مادة السميد وزيت المائدة، لدى تاجرين قاما بتخزين كميات معتبرة منها وبيعهما بأسعار أغلى من أسعارها المحددة قانونا. حيث أكتشف أعضاء اللجنة الولاية وجود 253 كيس سميد بوزن 25 كلغ للكيس الواحد، داخل أحد المحلات التجارية كما اكتشفوا كمية أخرى داخل محل تجاري آخر تقدر بـ 52 كيس من السميد بوزن 25 كلغ للكيس الواحد و33 سفيحة من مادة زيت المائدة بسعة 5 لتر لكل سفيحة، وقد تم على الفور باتخاذ إجراءات حجز تلك الكميات وإعداد ملفات للمتابعة القضائية ضد صاحبي المحلين التجاريين، لارتكابهما مخالفة ممارسة أسعار غير شرعية. وكان والي ولاية سوق أهراس، وفي ظل الندرة الحاصلة في مادة الزيت والمضاربة في أسعارها، قد أمر أعضاء اللجنة الولائية بتكثيف خرجات المراقبة الميدانية للمحلات التجارية، قصد التصدي للممارسات التجارية غير الشرعية والمضاربة في أسعار بعض المواد ذات الاستهلاك الواسع، على غرار مادتي السميد وزيت المائدة، ومتابعة كل من يثبت تورطه في تخزين تلك المواد بغرض الاحتكار والرفع في الأسعار قصدائها. وكانت أغلب المحلات التجارية بولاية سوق أهراس قد شهدت في الفترة الأخيرة ندرة حادة في مادة زيت المائدة وارتفاع أسعار العديد من المواد الغذائية الأخرى، ما اضعف القدرة الشرائية للمواطنين الذين أصبحوا عاجزين عن توفير مستلزماتهم الغذائية.

نادية ملحي

مجمع سيفيتال يؤكد وفرة الزيت وينفي وجود أي ندرة

أكد الرئيس المدير العام لمجمع "سفيتال"، يسعد ربراب، أمس، بالجزائر العاصمة، وفرة مخزوناته من زيت المائدة، نافيا وجود أي ندرة من هذه المادة.

وأوضح ربراب في تصريح للصحافة على هامش الأبواب المفتوحة على التصدير المنظمة من طرف وزارة التجارة، أن "سيفيتال" التي تعتبر أحد أهم المنتجين الرئيسيين في البلاد من زيت المائدة، تعمل على تلبية أي زيادة في الطلب بالسوق، لافتا إلى أن حجم انتاج المجمع من هذه المادة يقدر حاليا بـ1.600 طن/ اليوم. وتابع قائلا: "لدينا إنتاج أكثر من الممتاد، ولدينا مخزونات عامة ممتلئة". مضيفا "إنتاجنا لم يتراجع رغم الارتفاع المسجل في أسعار المواد الأولية على المستوى الدولي".

من جهته، أفاد المدير المكلف بالاتصال في المجمع، مولود عواتي، أن إجمالي انتاج المجمعات الخمس التي تنتج زيت المائدة في الجزائر، يغطي حاليا الطلب المحلي بنسبة 300 بالمائة، بينما يغطي انتاج "سيفيتال" ما نسبته 140 بالمائة من الطلب المحلي.

وطمأن عواتي بالتزام المجمع لكل كل الإجراءات لضمان الوفرة في هذا المنتج لاسيما خلال شهر رمضان.

وعرفت زيت المائدة تذبذبا في التموين في السوق الوطنية خلال الأسابيع الأخيرة مع تسجيل ارتفاع محسوس في الأسعار.

وبهذا الخصوص، أشار المدير إلى أن الإشكال يطرح على مستوى التوزيع والذي "لا يتحكم فيه المجمع".

وصرح بالقول: "نقوم بإشلاغ وزارة التجارة يوميا بحالة مخزونات المواد الأولية وكميتها قبل الإنتاج وبعد الإنتاج".

وفي رده على سؤال حول أثر ارتفاع أسعار المواد الأولية في الأسواق الدولية، أكد عواتي أن أسعار المنتجات المسقنة لا تعرف أي زيادة، في حين أن منتجات زيت عباد الشمس تعرف بعض الزيادة، كونها غير معفاة من الحقوق والرسوم.

الدرك يحجز 400 دلو من زيت المائدة بسيدي بلعباس

أمهيدت مصالح الدرك الوطني لولاية سيدي بلعباس، محاولة 3 أشخاص للمضاربة بمادة زيت المائدة، في عملية مكنت من حجز 2000 لتر من هذه المادة، كانت على متن سيارة من نوع ماستر تم توقيفها على مستوى حاجز أمني بالطريق الوطني رقم 07، وعند إخضاعها للعملية التفتيش تم العثور على 400 دلو من زيت المائدة بسعة 5 لتر، دون حيازتهم للفاتورة، وقد تم توقيف السائق وحجز البضاعة، قبل أن يقدم جميع الأطراف أمام نيابة الجمكمة. ■ م. مراد

الندرة مفتعلة و700 ألف طن مكدسة في المخازن

القصـــة الكاملـــة لأزمـــة الزيـــت!

تجار الجملة يرفضون التموين بسبب الفوترة الجديدة

عمر ريراب لـ«الشروق»: الأزمة ستنتهي قبل رمضان وسنطلق أسعارا جديدة

تتواصل أزمة زيت المائدة على مستوى محلات التجزئة، رغم تأكيد المنتجين وفرة هذه المادة الأساسية، على مستوى المخازن بكميات كافية لتموين السوق الوطنية.

إيمان كيموش

ويكشف مجتمع سيفيتال أن إنتاجه السنوي من الزيت يبلغ 700 ألف طن، وأنه لم يشهد أي تخفيض خلال الأسابيع الأخيرة، مرجعا الأزمة إلى عزوف تجار الجملة عن اقتناء المخزون بسبب رفضهم التعامل بالفوترة التي فرضتها وزارة التجارة مؤخرا، في حين يرى الموزعون أن المنتجين استحوذوا على هامش الربح، وتم حرمانهم من حقهم في «الفائدة» الذي يفرضه منطق العرض والطلب.

ويقول نائب رئيس مجمع «سيفيتال» عمر ريراب في تصريح لـ«الشروق» إن إنتاج الزيت الفذائي على مستوى المجمع يبلغ بكافة أشكاله وأصنافه 700 ألف طن، حيث تشهد مخازن «سيفيتال» كميات مكدسة من هذه المادة الأساسية، ولا تعرف أي ندرة، مهما كان شكلها، مشددا على أن المخزون اليوم كاف لتموين السوق الوطنية، إلى جانب بقية المتعاملين الناشطين في السوق، كما أن «سيفيتال» لم يقم، حسبه، برفع أسعار منتجاته ولا تقليص العرض، مضيفا «هناك كميات كبرى متوفرة، وفق الأسعار المقننة في المرسوم الصادر عن وزارة التجارة»، وأردف قائلا: «على مستوى «سيفيتال» لا نشهد أي ندرة في العرض ولا زيادة في الأسعار».

ويعود المشكل حسب ريراب إلى تجار الجملة الذين يرفضون اقتناء الكميات المتاحة من الزيت ويشترطون للتعامل دون فاتورة مع مجمع «سيفيتال»، وهو ما يتنافى مع التعليمات الأخيرة لوزارة التجارة التي أكدت ضرورة فوترة كافة العمليات وإيداع تقارير تفصيلية عن التجار الذين يتعاملون معهم، مضيفا «نحن ننسق مع وزارة التجارة لضمان وفرة الزيت، ولكن لا نستطيع البيع دون فـاتـورة.. هـذه الإجـراءات القانونية إلزامية».

وشدد نائب رئيس مجمع سيفيتال على أن الأزمة تفاقمت في ظرف قياسي بسبب الإشاعات المتداولة عبر الفايسبوك وصفحات التواصل الاجتماعي، التي تؤكد ندرة حادة في مادة الزيت، وهو ما دفع بالمواطنين إلى اقتناء كميات كبرى من زيت المائدة وإفراغ محلات التجزئة، متوقعا أن تشهد الأمور استقرارا خلال المرحلة المقبلة، وسرح، خلال شهر رمضان لن تسجل أي ندرة في زيت المائدة، كما أن سيفيتال سيسعى لإطلاق أصناف جديدة من الزيوت الفذائية، وهو ما سيحل الأزمة بشكل نهائي حسبه.

ويشتكي تجار الجملة من حرمانهم من هامش الربح في مادة زيت المائدة، والذي انخفض بين تجار الجملة والتجزئة بداية من شهر فيفري المنصرم إلى 20 دينارا يتقاسمها الاثنان، في حين يستفيد المستهلكون حسبهم من هامش ربح مرتفع، يقومون من خلاله بتعويض خسارة انخفاض قيمة الدينار أمام الأورو والدولار، وارتفاع سعر المادة الأولية في السوق الدولية، ويقول تجار الجملة لـ«الشروق» إن «المنتجين في الماضي كانوا يشترون المادة الأولية بسعر منخفض في السوق الدولية، وكانت لديهم القدرة على بيع الزيت بسعر 300 دينار لدلو 5 لترات، ولكنهم لم يخفضوا الأسعار، فلماذا ينتظرون رفعها اليوم إلى أزيد من 600 دينار؟ ويقوم مجمع «سيفيتال» بفوترة زيت المائدة للتجار بمبلغ 580 دينار لـ5 لتر، في حين تم تسقيف سعره من قبل الحكومة لتجار التجزئة بـ600 دينار، وتتعمد بعض المحلات رفع الأسعار، للحصول على هامش ربح يعوّضها عن نشاطها التجاري، في حين يرى البعض أن الحل لكبح أزمة الزيت في الجزائر هو إما تخفيض السعر لتجار الجملة وتقليص هامش ربح مجمع سيفيتال، أو رفع السعر رسميا من طرف وزارة التجارة لتمكين تجار الجملة والتجزئة من الحصول على هامش ربح معقول.

62% 23:44
6747.pdf

تخص ملف الفساد في ديوان الحبوب

2000 مليار لبناء مخازن وهمية!

اليومي
الشروق
إخبارية وطنية

بسبب إخفاء معدلات الناجحين

جدل حول مسابقات الدكتوراه

قرباح وصادي وزفيزف في السباق

زطشي لن يترشح لرئاسة "الفاف"

رأينا صواب يحتمل الخطأ ورأيكم خطأ يحتمل الصواب

تتولى الجوانب العلمية والدينية ويفصل فيها مجلس الوزراء اليوم

"المشيخة".. و4 هيئات لتسيير جامع الجزائر

- شخصيات دينية وعلمية ثقيلة مرشحة للقب "العميد"
- فتح الجامع أمام المصلين خلال شهر رمضان المقبل
- 6 ملفات سياسية وعسكرية واجتماعية في اجتماع مجلس الوزراء

النذرة مفتعلة 700 ألف طن مكدسة في المخازن

القصة الكاملة لأزمة الزيت!

- عمر ربراب: تجار الجملة يرفضون التموين بسبب إلزامية الفوترة
- "سفيتال": الأزمة ستنتهي قبل رمضان وسنطلق أصنافا جديدة
- تجار الجملة: المصنعون يستفيدون من هامش ربح كبير
- متعاملون يضغطون للتعامل بدون فاتورة

- عبد المجيد شيخي: استرداد الأرشيف ليس أمرا هينا
- أثارت تذمرا وسط المديرين: مراجعة التقشف في تسيير المدارس
- المترشحون للتشريعيات: الإطارات والوزراء "ممنوعون" من استغلال أملاك الدولة!

www.echoroukonline.com ■ echoroukl@gmail.com ■ الأحد 21 مارس 2021 الموافق لـ 07 شعبان 1442 ■ العدد: 6747 ■ الجزائر: 20 دج ■ فرنسا: 1 €

حجز 5700 لتر من زيت المائدة الموجهة للمضاربة بالطارف

كشف الملازم الأول عبد العزيز أسامة بخلية الإعلام والاتصال لأمن ولاية الطارف، خلال عرضه لحصيلة نشاطات مصالح أمن الولاية خلال الثلاثي الأول من سنة 2021 ، أنه قد تم حجز 5700 لتر من زيت المائدة كانت موجهة للمضاربة، بلغ فيها عدد المتورطين 12 شخصا، تمت إحالة ملفاتهم على الجهات القضائية المختصة. مضيفا في ذات السياق، أن عمليات القضاء على المضاربة بالمواد الغذائية تبقى متواصلة بالتنسيق مع المصالح المختصة. وأكد أن الثلاثي الأول لسنة 2021 قد عرف أيضا حجز 914, 63 كلغ من المخدرات بالإضافة إلى 111060 قرص مهلوس من مختلف الأنواع، إضافة إلى حجز 3 أسلحة نارية و1516 خرطوشة صلاح. نفس المتحدث أكد أنه تم توقيف 39 شخصا في مجال الهجرة غير الشرعية عبر البحر كما تم حجز عتاد ومعدات مخصصة لتنظيم رحلات الحرقة. كما تمكنت مصالح أمن الولاية خلال نفس الفترة، من حجز 8 أحجار كريمة و 13 قطعة نقدية أثرية بلغ فيها عدد المتورطين 9 أشخاص. تم تقديمهم أمام الجهات القضائية المختصة. كما عالجت مصالح الشرطة القضائية 92 قضية متعلقة بحمل الأسلحة البيضاء، وتم خلالها حجز 171 سلاح أبيض من مختلف الأحجام والأنواع بلغ فيها المتورطين 100 شخص. وتواصل مصالح أمن ولاية الطارف حملاتها ومداهماتها الأمنية المفاجئة لبعض المناطق المصنفة كنقاط سوداء يمارس فيها المتحرفون أعمالهم الإجرامية وذلك بهدف الحفاظ على أمن وسلامة المواطنين وممتلكاتهم، ودحر مختلف أشكال الجريمة، خاصة خلال الشهر الفضيل.

محمد.ص

توقيف كهل بعد تورطه في ت

تمكن عناصر فرقة الشرطة القضا
ليلة، من توقيف شخص يبلغ من ا
تزوير وثائق إدارية واستعمالها
تعليمة صادرة عن وكيل الجمهورية
تقديمه أمامه. أين استمع قاضي
بالإيداع رهن الحبس المؤقت. إلى ح

رمضان يعود هذه السنة في أجواء مميزة بشرق البلاد

العودة إلى المساجد لأداء صلاة التراويح.. وندرة في الزيت والسميد

عصام بن منية

حلّ شهر رمضان هذه السنة في أجواء جد مميزة، بسبب استمرار الأزمة الصحية الذي تعيشها البلاد منذ أزيد من سنة كاملة، بعد تفشي فيروس كورونا المستجد، والتي فرضت على الجزائريين المكوث في بيوتهم ليالي شهر رمضان من السنة الماضية، بعد حرمانهم من أداء صلاة التراويح في المساجد التي تقرر غلقها، في إطار الإجراءات المتخذة لمجابهة فيروس كورونا المستجد، إلاّ أن هذه السنة تتميز عن سابقتها بالترخيص لفتح المساجد والسماح للمصلين بأداء صلاة التراويح جماعة في المساجد، ولو بشروط محددة في البروتوكول الصحي، كإلزام الأئمة بضرورة التعجيل في إقامة الصلاة مباشرة بعد صلاة العشاء، وتلاوة حزب واحد خلال التراويح وغيرها من الشروط الأخرى. شهر رمضان هذه السنة يعيشه الجزائريون أيضا على وقع بعض الأزمات المتتالية والندرة الحاصلة في بعض المواد الغذائية الأساسية، حيث تعيش الأسر والعائلات منذ مدة على وقع ندرة حليب الأكياس، والتي أرهقت المواطنين، ولم تجد لها وزارة التجارة حلا، رغم كل ما اتخذته من إجراءات لتوفير هذه المادة، التي يزداد عليها الطلب خلال شهر رمضان المعظم، حيث بات الظفر بكيس حليبا يعسب تحقيقه في الوقت الراهن، بسبب نقص الكميات الموزعة يوميا على المحلات التجارية عبر العديد من ولايات الشرق، ولا تقتصر الندرة على حليب الأكياس فقط، بل امتدت منذ أسابيع إلى مادة زيت المائدة الذي اختفى نهائيا من المحلات والفضاءات التجارية، التي أصبحت تشهد يوميا طوابير طويلة للمواطنين الذين يقصدونها مع سياح كل يوم للظفر ولو بلتر واحد من زيت المائدة، رغم ما تقدمه الجهات الرسمية من تصريحات مطمئنة بشأن وفرة هذه المادة الأساسية، والتي لا يجد لها المواطن

أثرا في الأسواق. الأزمة امتدت أيضا مع عشية حلول الشهر الفضيل لتمس مادة السميد، بعدما تسببت إشاعات على مواقع التواصل الإجتماعي، في إحداث لهفة وتهافتا على اقتناء السميد والذي اختفت كميات معتبرة منه في ليلة واحدة من المحلات، رغم تأكيدات أصحاب المطاحن ومديريات الفلاحة والتجارة عبر الولايات، على وجود كميات معتبرة من مادة السميد في المخازن، إلاّ أن ذلك لم يجد أي صدى لدى المواطنين الذين توافدوا على المحلات لاقتناء السميد وتخزينه تحسبا للندرة، وفي ظل الندرة الحاصلة في بعض المواد فإن التجار وبعض التجار وجدوا ضالتهم في تلك الأزمات لإلهاب نار الأسعار وتحقيق أرباح إضافية غير آبهين بقدسية الشهر الفضيل، الذي هو في الأصل شهر الرحمة.

غاب عن تبرعات المحسنين.. والجمعيات الخيرية تقصد المصانع وأسواق الجملة

نـدرة الزيـت تؤخـر توزيـع قفـة رمضـان

بعد التدني في المستوى المعيشي، لدى الكثير من العائلات الجزائرية، بسبب جائحة كورونا الفيروس المستجد، وغلاء أسعار المواد الأساسية، أصبحت "قفة رمضان"، محل انشغال فئة واسعة من المواطنين الذين عجزوا حتى عن شراء الضروريات من السلع، ويأتي هذا في ظل وجود ندرة لبعض المواد الغذائية، وفي مقدمتها زيت المائدة..

وهيبة. س

ورمضان هذا العام، تسابق مع آثار تركتها جائحة كورونا التي بدأت منذ أكثر من سنة في الجزائر، حيث تمنت المعيشة الاجتماعية للكثير من الجزائريين، ودخل بعضهم في بطالة وتعليق للنشاطات التجارية، وارتفعت الأسعار خاصة في المواد الغذائية المستوردة ومنتي المحلية، بشكل ملحوظ، وحدث تذبذب في توزيع السلع، وندرة لبعض المستهلكات، فرغم إنراق السوق بمادة الزيت ومداعمة مستودعات احتكارها وتخزينها للمضاربة في أسعارها، إلا أن الزيت لا يزال محل إشكال ومضاربة واحتكار وندرة في الكثير من المناطق، وهو ما اثر سلبا في "قفة رمضان" لهذه السنة.

جمعيات خيرية تشتكي ندرة بعض المواد

جمعية جزائر الخير، واحدة من الجمعيات السباقة إلى توفير أكبر عدد من "قفة رمضان" على المحتاجين، وعبر مرحلتين، مع بداية رمضان ومنتصفه، حيث اشتكى رؤساء مكاتبها الولائية من تأخر توفير بعض المواد الاستهلاكية في هذه القفة، وكانت ندرة الزيت وارتفاع أسعاره، أكثر ما أخّر عمليات توزيع "قفة رمضان" لـ2021.

وقال ممثل جمعية جزائر الخير عبد الحكيم بورزان، إن مكاتب الجمعية في الولايات الشرقية للجزائر، يعانون نقص التبرعات، وغياب مادة الزيت، واضطر بعض المحسنين وممثلي الجمعية، إلى شراء هذه المادة من أسواق الجملة، وخوض رحلة بحث عن الزيت، والذي لا يزال مفقودا في الكثير من نقاط البيع.

وأكد أن قائمة المحتاجين إلى قفة رمضان، توسعت مقارنة بالعام الماضي وإن إحصاء الكم الهائل وتحديدها لم يفصل فيه لحد الساعة، بسبب تراجع التبرعات وغياب بعض المواد الاستهلاكية الضرورية، وندرة الزيت.

ووجدت جمعية كافل اليتيم الخيرية، هي الأخرى في توزيع قفة رمضان لهذا العام، مشكلة مع مادة الزيت، حيث تم توكيل مهمة أحد أعضائها للتفاوض مع شركة "سيفيتال" للحصول على كمية من زيت المائدة قصد الانتهاء من ملء قفة رمضان، والتي تراجعت من 300 قفة العام الماضي إلى 100 قفة هذا العام.

وقال سليم ممثل فرع الجمعية بمنطقة الدهيرة غرب العاصمة، إن الحجر الصحي الذي بدأ منذ مارس 2020، ترك أثاره على العمل الخيري الذي تراجع هذه السنة مقارنة بما كان عليه في رمضان لسنوات مضت، مشيرا إلى أن بعض المواد الغذائية مثل السكر والزيت رغم وفرته، إلا أنها استثنت من تبرعات المحسنين، وهو نتيجة لتدني القدرة الشرائية وغلاء المعيشة.

وجمعية منابل الخير، وحسب الناطق باسمها، السيد بلال توالي، لم تستطع توفير الزيت والسكر في قفة رمضان والتي يحتاجها 450 محتاج تم دراسة ملفاتهم والتأكد من وضعيتهم الحرجة، حيث أسبوع الوضع سميا، حسب المتحدث، لتوفير جميع مكوناتها قبل حلول شهر الصيام.

محسنون يقصدون المصانع وأسواق الجملة

ويرى بلال توالي، أن الزيت شكل أزمة، حتى بعد إنراق السوق به، وهذا بتنادي التبرع به من طرف بعض المحسنين، مشيرا إلى أن أزمة كورونا لم تظهر في العمل الخير لرمضان 2020، ولكن يبدو أن رمضان هذه السنة، يعرف عزوف بعض فاعلي الخير والمتبرعين لعدة أسباب بينها غلاء أسعار المواد الأساسية.

واضطرت جمعيات خيرية لشراء الزيت والبحث عنه في سوق الجملة لإكمال مكونات قفة رمضان من المواد الأساسية، حيث أكد رئيس جمعية مواعد الخير بالتطية بولاية شلف، مصطفى بوخيار، أن توزيع القفة تأخر، والزيت غاب عن تبرعات المحسنين لهذا العام.

واضطرت الجمعية، حسبه، لشراء الزيت وتوفير بعض المواد الأساسية لتوزيع 100 قفة على المحتاجين أيضا قبل حلول شهر الصيام، وحل المشكل، موضحا أن التبرعات لرمضان الماضي، كانت مع بداية شعبان، وتسليم القفة كان في منتصف هذا الشهر، ويشمل العمل الخيري للجمعية الأيتام وأمراض السرطان وأمراض الكلى أولا، ثم المحتاجين والفقراء.

وقال رئيس جمعية "الخير المباشر"، عبد الرزاق سبتي، إن الزيت لم يعد من ضمن تبرعات المحسنين، وإنه رغم الحديث عن إنراق السوق بهذه المادة الاستهلاكية، فإن الندرة موجودة وتوزيع 500 قفة لشهر رمضان هذه الجمعة من دون الزيت أمر غير لائق، ما قد يضطر جمعية "الخير المباشر" لشرائه.

وأوضح السيد عبد الرزاق، أن كل محتويات قفة رمضان من المواد الاستهلاكية الأساسية متوفرة لحد الساعة، لكن الزيت غير موجود، وإن الندرة وقفت مشكلا أمام شراء كميات كبيرة من هذه المادة من طرف بعض المتبرعين وحتى من طرف الجمعية.

حجز 5369 لتر من زيت المائدة داخل مستودع بالطارف

تمكنت أمس الفرقة الاقتصادية والمالية بالمصلحة الولائية للشرطة القضائية بأمن ولاية الطارف، من حجز 5369 لتر من زيت المائدة معدة للاحتكار والمضاربة في أسعارها العملية جاءت حسب مصالح الأمن على اثر معلومات وردت إلى مصالح الفرقة الاقتصادية والمالية لأمن الولاية مفادها قيام احد التجار بتحدر من ولاية الطارف في العقد الخامس من العمر بتخزين كمية معتبرة من مادة زيت المائدة معدة للاحتكار والمضاربة على مستوى أحد المستودعات تابع له بإقليم الولاية بالتنسيق مع مصالح مديرية التجارة تم التنقل ومداهمة المكان وبعد معاينة المستودع تم ضبط كمية معتبرة من مادة الزيت معدة للمضاربة تمثلت في 513 دلو سعة 5 لتر 255 دلو سعة 4 لتر 332 قارورة سعة 02 لتر 228 قارورة سعة 1,8 لتر بالإضافة إلى 710 قارورة سعة 1 لتر بكمية إجمالية قدرت بـ 5369 لتر من مادة زيت المائدة بالتنسيق مع المصالح المختصة تم انجاز ملف قضائي لمحاسبتهم على الافعال المنسوبة اليهم.

س.ك

مع موجة الغلاء الفاحش
استمرار نـــدرة زيت المائـــدة بأم البواقي

عرفت أسواق ولاية أم البواقي، خلال الأيام الأولى من الشهر الفضيل نقصا ملحوظا وتذبذبا في بعض المواد الأساسية، بسبب تزايد الإقبال عليها من طرف المواطنين، واقتناء كميات كبيرة منها وتخزينها، مما أدى إلى ندرتها وتدرتها، خاصة منها مادة زيت المائدة التي أضحت مفقودة رغم الكميات التي تم توزيعها، حيث تم توزيع أكثر من 2000 طن عبر مختلف أسواق الولاية، التي لا تتعدى احتياجاتها الشهرية من مادة زيت المادة 1200 طن، وحسب المعطيات المتوفرة فإن جميع المواد الاستهلاكية متوفرة باستثناء، تذبذب في توزيع مادة الزيت الغذائي بسبب ارتفاع الطلب عليه، ورغم فتح الأسواق الجوارية داخل بعض الأحياء، على أمل توفير المواد الاستهلاكية بأسعار مقننة ومقبولة، إلا أن المواطنين الذين تحدثوا للشروق اليومي لم يخفوا حقيقة الأمر في كون هذه الأسواق مجرد ديكور لا غير كون وجود مواد استهلاكية تباع بأسعار كأسعار المحلات الأخرى، بل بعض المواد أسعارها تفوق أسعار غيرها لدى باقي المحلات، أما مادة الزيت فلا وجود لها بتاتا في تلك الأسواق الجوارية، وإن وجدت فتباع تحت الطاولة داخل بعض المحلات الكبرى وبأسعار غير مقبولة مقارنة بسعرها الحقيقي، وحسب ما هو متداول، فإن هذا النقص يعود إلى نفاذ المادة الأولية التي تستورد من الخارج. وحسب رئيس المصلحة بمديرية التجارة فان الأمر لن يطول لتعود الأمور إلى ما كانت عليه ويتم القضاء على هذه الندرة نهائيا، أما بالنسبة لمادتي الفرينة والسميد فهي متوفرة بحكم توفر خمس مطاحن بالولاية، تنتج شهريا 23 ألف قنطار من الفرينة و15 إلف قنطار من مادة السميد، كما تتوفر الولاية على 7 وحدات لا تتاج مادة الحليب منها 6 وحدات لإنتاج الحليب المبستر ذو السعر المقنن بكمية تقدر بحوالي 120 الف لتر يوميا منها 23 ألف لتر توزع خارج الولاية وتحديدا بولايات سوق أهراس، تبسة، خنشلة، وميلة، ويضاف إلى هذه الكمية حوالي 30 ألف من حليب البقر، بالإضافة إلى تدعيم الولاية بنقاط بيع معتمدة لمدينة نوميديا بتمسطينة موزعة عبر كبرى بلديات ولاية أم البواقي، على غرار عين البيضاء، عين مليلة وسوق نعمان بكميات تتراوح ما بين 5000 إلى 7000 لتر يوميا.

ج.ل

حجز 844 لتر من زيت المائدة كانت محل مضاربة بالبيض

تمكنت كتيبة الطريق العام لأمن ولاية البيض نهار أمس من حجز 844 لتر من زيت المائدة مخزنة على مستوى مستودع لغرض المضاربة، العملية المذكورة جاءت على إثر ورود معلومات مفادها قيام أحد التجار بتخزين مواد إستهلاكية متمثلة في زيت المائدة على مستوى مخزن معادي لمحله التجاري الواقع بوسط مدينة البيض، بعد استغلال المعلومة بالتنسيق مع مصالح التجارة قامت عناصر كتيبة الطريق العام بمراقبة المحل وكذا المخزن المعادي له، أين تم ضبط كمية من زيت المائدة المقدرة بـ 168 قارورة سعة 5 لتر وقارورتين سعة 2 لتر مخزنة بطريقة مموهة، قصد المضاربة وتحفيز الارتفاع غير المبرر للأسعار، دون حيازته للسجل التجاري الخاص بالمخزن وكذا شهادة التصريح بالمخزن، على إثر ذلك تم حجز الكمية المقدرة بـ 844 لتر وتسليمها لمصالح أملاك الدولة، ليتم بعدها اتخاذ الإجراءات القانونية ضد المخالف وحجز الكمية المقدرة بـ 844 لتر وتسليمها لمصالح أملاك الدولة لولاية البيض.

محمد الأمين

حجز كمية معتبرة من زيت المائدة في بسكرة

تمكنت الشرطة الاقتصادية والمالية بأمن ولاية بسكرة من حجز كمية معتبرة من مادة زيت المائدة والتي وجدت مخبأة و غير معروضة للبيع داخل محل تجاري بوسط عاصمة الولاية. فبعد ورود معلومات تؤكد وجود كمية من زيت المائدة مخزنة داخل محل تجاري تنقلت عناصر الشرطة الاقتصادية الى المحل المذكور عثر بداخله على 280 لترا من الزيت في شكل قارورات ذات سعة 1 ل و2 ل وصفائح بسعة 5 ل ليتم على اثر حجز هذه المادة باعتبارها كانت مخزنة وغير معروضة للبيع بالرغم من أنها مدرجة ضمن المواد ذات الاستهلاك الواسع وبعد عملية الحجز تم فتح تحقيق لتحديد مصدر هذه الزيوت وأسباب تخزينها.

ع.ع

سيدي بلعباس:

إحباط محاولة المضاربة بـ2000 لتر من زيت المائدة

توصلت فرق سرية أمن الشرطة التابعة للمجموعة الإقليمية للدرك الوطني بسيدي بلعباس، إلى إحباط محاولة المضاربة بأسعار زيت المائدة، الذي عرف ندرة خلال الفترة الأخيرة بمختلف مناطق الولاية، بعد أن تمكن في عملية أولى من توقيف شاحنة محملة بكميات كبيرة من هذه المادة على شكل سفيحة 5 لتر، وفي ثاني عملية بنفس الطريق الوطني رقم 7، ضبطت شاحنة من الحجم الصغير لعملية تفتيش، ثبت بعدها احتوائها على كمية كبيرة من نفس المادة، وبلغت الكمية الإجمالية المحجوزة 2000 لتر، وقد تم اتخاذ الإجراءات القضائية ضد المتهمين الذين وجهت لهم تهم المضاربة وعدم التنديد بالسجل التجاري.

الحدث

الإثنين 29 مارس 2021 الموافق 15 شعبان 1442 العدد 6754

مسؤولون بغرفة الفلاحة يتهمونها بعرقلة تعليمة الرئيس:

أطراف تحاول كسر إنتاج الزيت والسكر لصالح المستوردين!

■ إنتاج الصوجا محليا لا يتجاوز 5 بالمئة و2 مليار دولار لفاتورة الاستيراد

■ مستثمرون: لوبيات التجارة الخارجية تعطل ملفات الزراعة في الجنوب

أجمع مسؤولون في قطاع الفلاحة ومستثمرون زراعيون وخبراء مهندسون على وجود أطراف تحاول كسر إنتاج الزيت والسكر محليا، من خلال منع زراعة المادة الأولية في المساحات الفلاحية الجزائرية وكبح الملفات على مستوى الإدارات لصالح المستوردين، وهو ما يكلف الخزينة العمومية اليوم واردات للمواد الأولية لإنتاج هذين المادتين الأساسيتين تعادل مليارى دولار سنويا.

وادي سوف، إيمان كيموش

اتهم مستشار الغرفة الوطنية للفلاحة، المكلف بالإعلام، أحمد مالحة، بعض الأطراف بمحاولة كسر إنتاج الزيت محليا في الجزائر لـ"الاستناد على الاستيراد". وقال إن كافة الملفات المودعة لدى المصالح المعنية للشروع في زراعة الصوجا والذرة في الجنوب تواجه بالتجميد وعرقلة توزيع المقار الفلاحي لصالح لوبيات تكرس الاستيراد من الخارج.

وقال المتحدث أمس، في تصريح لـ"الشروق"، على هامش مؤتمر الغرفة الإسلامية المنظم من طرف النادي الاقتصادي الجزائري بوادي سوف، إن رئيس الجمهورية عبد المجيد تبون أعطى تعليمات بتشجيع زراعة الصوجا والبنجر السكري بالجنوب، ولكن هذه القرارات تواجه بالرفض من طرف الإداريين الذين يعرقلون عملية توزيع المقار ويرفضون إصدار المراسيم التنفيذية والملفات التكميلية المرافقة للعملية لصالح لوبيات الاستيراد التي لا يخدمها إنتاج الزيت والسكر محليا. وتعامل دائما تكريس استيراد المادة الأولية من الخارج مع العلم أن زراعة الصوجا والذرة توجه لإنتاج الزيت وأعلاف الأنعام.

وأوضح مسؤول غرفة الفلاحة الوطنية أن إنتاج الصوجا اليوم محليا منخفض جدا ويقل عن كافة التوقعات رغم إيداع عدة ملفات على مستوى الإدارات المحلية، إضافة إلى البيروقراطية. وتأخر توقيع القرارات وهو ما ينفر المستثمرين في هذا المجال ويخالف تعليمة رئيس الجمهورية، مضيفا "نأمل أن تلقى تعليمات الرئيس تبون الأخيرة تجاوبا من قبل الإدارة وأن لا تبقى مجرد حبر على ورق".

وبخصوص أزمة الزيت، أوضح المتحدث أن الزيت متوفر ولكن المشكل الحقيقي الذي يواجه السوق هو التوتر وهامش الربح، في حين وصف الأطراف التي تعرقل إنتاج الصوجا محليا بـ"البوسة" التي تستهدف كسر المنتج المحلي، مشددا على أن الإمكانات التي تتمتع بها الجزائر تجعل من إنتاج الزيت محليا ممكنا جدا، وليس مستحيلا مثلما يسعى للترويج له البعض، خاصة في الظرف الراهن حيث تشهد أسعار المواد الأولية وهي الذرة والصوجا ارتفاعا بنسبة 50 بالمائة في السوق العالمية.

من جهته، كشف رئيس الاتحاد الوطني للمهندسين الزراعيين، منيب أوبيري، في تصريح لـ"الشروق" عن انشداد أزمة الزيت في الجزائر بسبب غياب منتج محلي، مسجلا تضما كبيرا في مادة الصوجا نتيجة عجز في البذور، وهو ما يعرقل زراعتها محليا رغم وجود بعض التجارب لتعميم زراعة الصوجا والبنجر السكري.

وقال أوبيري إن زراعة الصوجا لا تتجاوز الـ100 هكتار في الجزائر بسبب تكريس سياسة الاستيراد ومساعي بعض المستوردين لكسر الإنتاج المحلي، مضيفا "في حال شرعنا في إنتاج الصوجا محليا سنقلص واردات هذه المادة الأولية بنسبة 40 بالمائة على الأقل". كما أكد أن التجارب الناجحة لعدد الشباب لا تعدو أن تكون مجرد تجارب فردية منعزلة، مطالبا المعاهد التقنية للمزارعات الصحراوية بتطوير إنتاج البذور الخاصة بالصوجا والبنجر السكري، وتوفير الوسائل اللازمة والمتابعة لتطوير هذه الفروع الفلاحية.

من جانبه، قال المستثمر الفلاحي بن غربي عطية، في تصريح لـ"الشروق" إن أزمة الزيت المتفاقمة اليوم في الجزائر مردها إلى هامش الربح الذي يجري الخلاف حوله اليوم بين المنتجين والموزعين، في حين تظل إمكانية زراعة الصوجا قائمة جدا بولاية أدرار وكذا الذرة ولكن المشروع تواجهه بيروقراطية حادة من طرف الإدارة ومحاولة كسر يتزعمها بعض المستوردين، رغم تعليمة الرئيس عبد المجيد تبون التي تأمر بتشجيع الإنتاج المحلي لهذه المواد الفلاحية الموجهة للصناعة الغذائية.

وفي السياق، عقد رئيس الدراسات بقسم الصناعات التحويلية بوزارة الصناعة، لخضر عراف، نقاط متعلقة بقطاع الصناعة الغذائية في الجزائر، أهمها التبعية للأسواق الخارجية واستيراد المواد الأولية، حيث تستورد الجزائر مائة بالمائة من مواد إنتاج السكر و95 بالمائة للزيت، فيما أشار إلى أن المحاولات المحلية لإنتاج الصوجا محليا لا تتعدى الـ5 بالمائة، وهي نسبة صغيرة جدا.

وكشف أن قيمة استيراد المواد الأولية بلغت 2.7 مليار دولار، في حين أن المادة الأولية للسكر بلغت مليار دولار والزيت الغذائي 900 مليون دولار، أي قرابة مليارى دولار للمادتين.

مع اقتراب شهر رمضان والتحضير لمضاعفة الأسعار

حجز أطنان من السكر والزيوت واللحوم المخزنة بشرق البلاد

المراسلون

تشهد مختلف ولايات شرق البلاد منذ يومين حجز أطنان من المواد الغذائية بين الاحتكار ومعاودة بيعها بأسعار مضاعفة على بعد أسبوعين من حلول شهر رمضان، فقد تمكن عناصر الكتيبة الإقليمية للدرك الوطني ببلدية خنقوم العيد جنوب ميلة رفقة مفتشي مديرية التجارة، أول أمس، من حجز 22 ألف لتر من زيت المائدة من نوع سوفيتال و643,78 قنطار من السكر الأبيض علامة سوفيتال، إضافة إلى 29,4 قنطار من مادة مرغرين لآبال وكذا 112 قنطار من مادة مرغرين البارزيسية للتوزيع، وحسب المكلف بالإعلام بخلية الإعلام والصحافة بالمجموعة الإقليمية للدرك الوطني بميلة، فإن الكمية المحجوزة كانت مخبأة بمخزنين بوسط مدينة خنقوم العيد غير مصرح بهما لدى مديرية التجارة لولاية ميلة، وتمت العملية عن طريق الاستغلال الجيد للمعلومات من طرف ذات المصالح الأمنية، أين تم مداهمة المخزنين وحجز المواد

المذكورة. مصالح الدرك الوطني وبالتنسيق مع مصالح مديرية التجارة قامت بحجز المواد الغذائية الذكر، مع انجاز ملف حد المخالف، وتأتي هذه العملية استمرارا لعمليات مكافحة ظاهرة الإحتكار والمضاربة من طرف مصالح الدرك الوطني لتموين الاستهلاكية المدعمة من طرف الدولة الواسعة الاستهلاك، وتكثيف الرقابة لمحاربة كل أنواع الغش التجاري، وكشفت حملات تفتيش ومداهمات شنتها فرق التجارة، بالتنسيق مع قوات الأمن والدرك الوطني، الخميس، في دوريات فجائية، بإقليم بلدية خنقة من حجز وضبط كميات معتبرة من المواد الغذائية، المتنوعة والمختلفة، وأخرى مماثلة من اللحوم البيضاء والحمراء، داخل محلات تجارية، منتهية الصلاحية وفاسدة، أثناء عمليات المراقبة، كانت موجهة للمستهلك، بعد استغلال أصحاب المحلات التجارية، الإشكال الأخير، بخصوص إشاعات نفاذ المواد، تزامنا مع اقتراب شهر رمضان الفضيل، التي تسببت في تهافت المواطن، على اقتناء السلع والمواد، وقد تم حجز المواد الغذائية واللحوم، قبل إتلافهم على مستوى مراكز الردم التقني، وتحرير محاضر جزائية في حق أصحاب المحلات.

وفي السياق ذاته، أشار بيان لمديرية التجارة، عن حجز فرق التجارة خلال الخرجة، ما يمثل قيمة 350 ألف دج، من السلع الفاسدة، كانت موجهة للاستهلاك والتسويق داخل المحلات التجارية، ببلدية خنقة، مثر عاصمة الولاية، تم ضبطها داخل المحلات التجارية، خلال مداهمة للفرق، أين تم إتلافها، وتحرير محضر لأصحابه، على أن يمثلوا لاحقا، أمام السلطات القضائية، وفي هذا الصدد وجها مسؤولي الولاية نداءات للمواطنين، من أجل مرافقة الجماعة والسلع أثناء الشراء، مع التبليغ عن أي تجاوز مرفوض، لفائدة مؤسسات الدولة، لردع مثل هكذا ممارسات تمس بسمعة المواطن وممتلكاته.

المواطنون يطالبون بضرورة المراقبة الميدانية لهذه التجاوزات

حمى الأسعار الخيالية في مادة زيت المائدة تعصف بمحلات قرى تيزي وزو

تشهد أسعار مادة زيت المائدة ارتفاعا كبيرا وأسعارا خيالية تجاوزت 600 دج لصفيحة 5 لتر. ليبلغ حمى الأسعار إلى أقصى مستوياته وهذا بعد أن عرض عديد الباعة بيع هذه المادة بمختلف علاماتها بسعر 900 دج لصفيحة 5 لتر، متحججين بندرة هذه المادة والمضاربة الموجودة عليها، وهي السياسة التي يلجأ إليها التجار والباعة في كل مرة يبلغ إلى مسامعهم نقص أو ندرة مادة غذائية معينة. ليجد المواطن نفسه في رحلة البحث المضني عن هذه المواد والتي تصل به في غالب الأحيان إلى الوقوف في طوابير طويلة من أجل اقتنائها بالسعر الذي يفرض عليه خاصة إذا كانت المادة الغذائية من الضروريات التي لا يمكن للمستهلك الاستغناء عنها.

حمى الأسعار الخيالية في مادة زيت المائدة امتدت إلى المحلات المتواجدة في مختلف قرى تيزي وزو وهذا بعدما اقتصرت في بداية الأمر، على المحلات المتواجدة في مدينة تيزي وزو، والمقرات الرئيسية للبلديات والدوائر، إيذاءا المواطن في تيزي وزو بهذه الزيادة الكبيرة التي ترهق جيوبه وتزيد من تكاليف الحياة اليومية التي يعيشها بشق الأنفس خاصة لذوي الدخل المحدود والضعيف.

تجار يستثمرون في المناسبة والأزمات في كل مرة يجدون الفرصة لذلك، دون مراعاة للظروف والقدرة الشرائية للمواطنين الذين يجدون أنفسهم بين المطرقة والسندان خاصة في ظل غياب أعوان مراقبة الجودة والغش والذين من شأنهم أن ينهوا حدا لهذه التجاوزات والتصرفات غير المدروسة المواقب والتي يدفع ثمنها المواطن البسيط، حيث يفرض التاجر منطقه من باب أنه بعيد عن أنظار أعوان المراقبة الذين نادرا ما يدخلون البتة لمراقبة النشاط التجاري والأسعار وهذا ما يعطي الحرية للبائع للتصرف والمضاربة في الأسعار كما يحلو له.

أسعار زيت المائدة بلغت في بعض المحلات 900 دج لصفيحة 5 لتر من طرف تجار يرفضون حتى وضع لافتة بأسعار المواد الغذائية، حيث يلجئون إلى سياسة إخفاء السعر خوفا من الخرجات الميدانية المفاجئة لأعوان مراقبة الجودة والغش والذين بإمكانهم تحرير مخالفات لهم ومعاقبتهم في حالة تجاوزهم للسعر المحدد قانونا. كما يقومون بإخفاء هذه المواد التي يكثر عليها الطلب من أجل المضاربة عليها في وقت لاحق والتحكم في قانون العرض والطلب الأمر الذي يستنزف جيوب المواطنين دون أي مراعاة لظروفهم المعيشية المزرية.

مواطنون يعزفون عن شراء مادة زيت المائدة رفضا منهم لهذه الزيادة غير المبررة والتي طالت عديد المواد الغذائية، متسائلين عن سبب هذه الزيادات التي تسبق كل شهر رمضان ويستثمر التجار في هذه المناسبة من أجل الربح السريع ومل، الجيوب والبطون.

"الشروق" اتصلت بمدير التجارة لولاية تيزي وزو، لتوضيح هذه المسألة، فقال إن الزيادة مست مادة الزيت غير المدعمة والبالغ ثمنه كل الحرية في زيادة الأسعار، في حين بقي سعر الزيت المدعم من طرف الدولة على حاله أي 600 دج لصفيحة 5 لتر، مضيفا أن المديرية لم تتلق لحد الآن أي شكوى من طرف المواطنين حول هذه الزيادات، مشيرا إلى التواجد الميداني لأعوان مراقبة الغش والجودة بفرقة مصالح الدرك وهذا من أجل الوقوف على هذه التجاوزات إن وجدت.

مدير التجارة أضاف في تصريحاته إلى أن ولاية تيزي وزو لم تعرف أزمة الندرة في كمية زيت المائدة، حيث بلغت الكمية الموجهة لولاية تيزي وزو نفسها منذ أشهر ولم تتغير وهذا ما يستبعد وجود أزمة النقص وارتفاع الأسعار، مشيرا إلى أن المنطقة الوحيدة التي عانت من المشكلة هي منطقة واد هالي، وقد تم معالجة المشكلة من خلال تزويدها بمادة الزيت من نقاطي البيع المتواجدة في فريحة وواسيف.

■ ف.م

ضبط أكثر من 3000 لتر من الزيت مخزّن في تيبازة

حيثت أمس، مصالح الأمن الحضري الأول بأمن دائرة بواسماعيل في ولاية تيبازة كمية معتبرة من زيت المائدة كانت مخزنة بغرض الاحتكار والمضاربة بمستودع وسط الحي الشعبي البالي بمدينة بواسماعيل.

وحسب محافظ الشرطة ورئيسة مكتب الشرطة العامة بأمن دائرة بواسماعيل فإن العملية جاءت إثر معلومات حصلت عليها مصالح الأمن مفادها قيام أحد التجار بتخزين الزيت بمستودع بناية بالحي الشعبي البالي بغرض الاحتكار والاتجار والمضاربة في المواد الغذائية ذات الاستهلاك الواسع، حيث تم إخطار وكيل الجمهورية لدى محكمة القليعة بحيثيات القضية وعجز 3110 لتر من زيت المائدة بمعدل 1592 وحدة . من جانبه، كشف رئيس فرقة التحقيقات الاقتصادية بمديرية التجارة "يوسف براوي" أن مصالح مديرية التجارة حصلت على معلومات بوجود مخزن للزيت يقوم صاحبه بالتدليس واحتكار مادة الزيت بغية الرفع في الأسعار، حيث تنقلت الفرقة بالتنسيق مع مصالح الأمن إلى المستودع، أين تم تحرير مخالفة وإحالة القضية على العدالة. وكانت محلات مدينة بواسماعيل وما جاورها قد عرفت ندرة في مادة الزيت نتيجة المضاربة وإقدام المواطنين على اقتناء كميات كبيرة خوفا من ندرتها خلال شهر رمضان، مما ولّد حالة من القلق في أوساط المواطنين من استمرار فقدان هذه المادة الحيوية رغم تطمينات مصالح التجارة بوفرتها وبكميات هائلة.

■ ق.م

في ظل استمرار أزمة حليب الأكياس منذ عدة أشهر

ندرة حادة في مادة زيت المادة بالمحـــلات التجارية في قالمة

نادية طلحي

تعرف المحلات التجارية في ولاية قالمة، هذه الأيام ندرة حادة في مادة زيت المائدة، والتي اختفت من نهائيا من المحلات والمساحات التجارية الكبرى، بعدما تزايد عليها الطلب بشكل كبير في الأيام الأخيرة، وفي الوقت الذي لم يجد فيه المواطنون أي تفسير لاختفاء زيت المادة من المحلات، فإن بعضهم لازالوا في رحلة ذهاب وإياب والتنقل بين مختلف المحلات، علّهم يظفرون بقنينة من زيت المائدة، خاصة مع اقتراب حلول شهر رمضان المعظّم، حيث يتخوفون من استمرار الأزمة التي ظهرت منذ عدة أسابيع عبر العديد من ولايات الشرق، رغم تأكيدات الجهات المعنية وفي مقدمتها وزير التجارة بوفرة مخزون

زيت المادة والذي قال أنه يكفي الجزائر لمدّة ثلاثة أشهر كاملة، لكن تلك التطمينات والتصريحات لم يجد لها المستهلك أي أثر في الميدان بعد اختفاء فاروورات وقنينات الزيت نهائيا من المحلات، بل أن بعض التجار أكدوا أنهم يرفضون بيع زيت المائدة بعد ارتفاع تكاليفه وثمنين سعر بيعه الذي لا يتجاوز عتبة الـ 600 دج لقنينة بسعة خمس لترات، فيما أكد آخرون أنهم لم يجدوا أثرا لزيت المائدة لدى تجار الجملة الذي أصبحوا يرفضون اقتناء بعد الإجراءات الأخيرة التي أقرتها وزارة التجارة والمتعلقة باشتراط التعامل بالدفع، ما أثر سلبا على توزيع مادة الزيت، فيما قال آخرون من حدّة الأزمة الحاصلة وحمّلوا المواطنين مسؤولية الندرة بسبب تهافتهم بطريقة غير معقولة على شراء كميات كبيرة من الزيت وتخزينه في بيوتهم خوفا من حدوث ندرة خلال شهر رمضان المعظّم. وفي ظلّ الندرة الحادة في مادة زيت المائدة هذه الأيام، فإن المواطنين أصبحوا عاجزين عن توفير بعض مستلزماتهم الغذائية، حيث لم تعد الأزمة مقتصرة على مادة زيت المائدة فحسب، بل أن ولاية قالمة تشهد ومنذ عدة أشهر أزمة حقيقية في توزيع مادة حليب الأكياس الميسّر، والذي يتطلب الحصول عليه مجهودا كبيرا، وعلاقات جد وطيدة مع أصحاب المحلات، الذين يبرروا استمرار الأزمة بمشاكل في التوزيع، وضعف الحصّة الموجهة لولاية قالمة، والتي لم تعد تكفي لتلبية الطلب المتزايد على حليب الأكياس.

بوادر انفراج الأزمة وفاعلون يطمئنون

إغراق المحلات التجارية بمادة الزيت

كريمة خلاسي

تعرف أزمة مادة زيت المائدة المدعم بوادر انفراج قريب، من خلال الوفرة المشهودة في بعض الأسواق الجزائرية بداية من يوم أمس، حيث أغرقت المحلات والمساحات التجارية بفاروورات وعلاء زيت المائدة، وهو ما أثار انتباه جميع الزبائن الذين عبّروا عن ارتياحهم لتوفرها، خاصة ونحن على أبواب شهر رمضان، وهو ما جعل بعض التجار يتخلون عن منع اقتناء أكثر من فاروورة زيت واحدة.. وفي هذا السياق، أفاد محمد مشراني، مدير تنظيم الأسواق والنشاطات التجارية والمهن المقننة بوزارة التجارة في تصريح لـ«الشروق» أنّ الزيت بات متوفرا في عديد الأسواق، مؤكدا بأن الضغط سيقلّ بشكل ملموس على الولايات الداخلية في غضون الأيام القليلة المقبلة.

وأرجع المتحدث تفاقم الأزمة إلى الاقتناء غير المبرّر من قبل المستهلكين الذين تخوفوا من الندرة وكذا ارتفاع سعر المادة الأولية في الأسواق العالمية، غير أنّ تطمينات الوزارة وعمليات توعية المجتمع المدني ساهمت إلى حد ما في استقرار الأمور مجددا.

وأضاف مشراني أنّ عمليات المراقبة وردع المضاربين قد مكّنت أيضا من حلّ الأزمة، وكذا عمليات البيع المباشر من المنتج إلى باب التجزئة التي ساهمت هي الأخرى في استقرار الوضع العام، واستشهد مشراني بآخر حصيلة للنشاط في مجال حجز كميات الزيت المحتكرة والموجهة إلى المضاربة والتي بلغت كميتها في الإجمال 52 ألف لتر، أي ما يقارب 10 آلاف و500 دلو زيت بسعة 5 لتر، حجزتها فرق مراقبة النوعية وقمع الغش بالتعاون مع مصالح الأمن في خرجاتها الميدانية.

من جانبه، أفاد فيلي سعيد، رئيس الفيدرالية الوطنية لتجار الجملة في تصريح لـ«الشروق» بأن أزمة الزيت منتعلة من قبل بعض الأطراف التي تحاول زرع الفتنة وعدم الاستقرار.

وتحدّث فيلي عن هامش الربح القليل جدا الذي يجنيه بائع الجملة والذي يتراوح حاليا بين 2 و3 بالمائة، والأمر ينسحب على بقية المواد الاستهلاكية بعد أن كانت النسبة في وقت سابق تتراوح بين 7 و14 بالمائة بالنسبة للمواد واسعة الاستهلاك والمواد قليلة الاستهلاك على التوالي.

وأضاف المتحدث أنّ هذا التراجع جاء بمبادرة من تجار الجملة الذين رأوا تدني القدرة الشرائية للمواطن بالنظر إلى الأزمة الاقتصادية والاجتماعية التي تمر بها البلاد وركود الحركة التجارية، مشيرا إلى غلق العديد من التجار وتخليهم عن النشاط الذي بات دون مردودية ولا يغطي تكاليفه.

أمّا زيدي مصطفى، رئيس المنظمة الجزائرية لحماية المستهلك وإرشاده، فأكد، في تصريح لـ«الشروق»، وجود بوادر انفراج للأزمة وتراجع شكاوى المواطنين وكذا تسجيل وفرة في التزود بمادة الزيت ببعض مناطق الوطن من خلال أسداء مكاتب ولائية للمنظمة عبر مختلف ربوع الوطن.

وأرجع زيدي هذا الوضع إلى رسائل الطمأنة التي تلقاها المستهلك من السلطات المختصة ومن الجمعيات والمنتجين وكذا إلى ليونة التعامل مع تجار الجملة والتجزئة بعد الشدة في المجال الرقابي ما فتح المجال لطمأنتهم.

وعدّد زيدي من الانشغالات التي ساهمت بشكل كبير في الندرة والتي أدّت بدورها إلى تغيير السلوك الاستهلاكي وتنامي المنتج في السوق، لذا دعا المتحدث الجزائريين إلى عدم الانجرار والانسياق وراء الإشاعات، لأنها في النهاية ستعكس ضده وتكون أضرارها وخيمة عليه.

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

العنوان	الصفحة
بسملة	
شكر وعرفان	
إهداء	
مقدمة	أ
الإطار المنهجي	
إشكالية الدراسة	04
تساؤلات الدراسة	05
أهمية الدراسة	06
أسباب اختيار الموضوع	06
أهداف الدراسة	07
منهج الدراسة	07
أدوات جمع البيانات	08
مجتمع الدراسة	08
عينة الدراسة	09

الخلفية النظرية	11
تحديد المفاهيم	15
الدراسات السابقة	26
مجالات الدراسة	30
الإطار النظري	
الفصل الأول: الصحافة الإلكترونية	32
تمهيد	33
1-تعريف الصحافة الإلكترونية	34
2-انطلاقة الصحافة الإلكترونية	34
3-سمات الصحف الإلكترونية	36
4- أنواع الصحف الإلكترونية	39
5-ميزات الصحافة الإلكترونية	39
خلاصة	42
الفصل الثاني: ماهية الأزمة وإدارتها	43
تمهيد	44
I. تشخيص الأزمة	45
1-1-أبعاد الأزمة	45

1-2-مراحل الأزمة	46
1-3-خصائص الأزمة	47
II. إدارة الأزمة	48
2-1- مراحل إدارة الأزمة	48
2-2- أهداف إدارة الأزمة	50
2-3- أساليب إدارة الأزمة	51
2-4- أدوات إدارة الأزمة	53
2-5- متطلبات إدارة الأزمة	54
2-6- نماذج إدارة الأزمة	58
2-7- معوقات نجاح إدارة الأزمة	64
خلاصة	65
الفصل الثالث: علاقة الإعلام بإدارة الأزمات	66
تمهيد	67
1-علاقة وسائل الإعلام بالأزمات	68
2- دور الإعلام في إدارة الأزمات	69
3- مراحل تناول الإعلام للأزمات	70
4- الإستراتيجيات الإعلامية لمواجهة الأزمات	71

5- مهام إعلام الأزمات	72
6- العلاقة بين الإعلام والسلطة أثناء الأزمات	73
خلاصة	75

الإطار التطبيقي

تمهيد	77
البطاقة الفنية لجريدة الشروق الإلكترونية	78
تحليل المضمون	78
عرض وتحليل البيانات	78
نتائج الدراسة	86
خاتمة	89
قائمة المصادر والمراجع	91
فهرس الأشكال	97
فهرس الجداول	98
الملاحق	
الفهرس	
الملخص	

الملخص

ملخص الدراسة:

حاولت من خلال هذه الدراسة الموسومة بـ **<< دور الإعلام الجزائري في معالجة أزنة الزيت>>**، دراسة تحليلية لصحيفة الشروق الإلكترونية، في فترة مارس وأفريل من سنة 2012، تسليط الضوء على كيفية معالجة جريدة الشروق الإلكترونية أزمة الزيت من خلال تحليل مضمونها.

- حيث تهدف هذه الدراسة للإجابة عن بعض التساؤلات التي تندرج عن التساؤل الرئيسي التالي:
- كيف عالجت صحيفة الشروق الإلكترونية أزمة الزيت في الجزائر؟

أما الأسئلة الفرعية فكانت كالتالي:

- ما هو موقع المادة الإعلامية المتعلقة بأزمة الزيت في جريدة الشروق الإلكترونية؟
- ما هي أهم القوالب الصحفية التي استخدمتها الجريدة لمعالجة الأزمة؟
- فيما تمثلت عناصر الإبراز والدعم في جريدة الشروق أثناء معالجتها للأزمة؟
- ما هي المواضيع التي ركزت عليها الجريدة دون غيرها في تناولها للأزمة؟
- ما اتجاه صحيفة الشروق الإلكتروني نحو الأزمة؟

تكونت هذه الدراسة من ثلاث محاور رئيسية:

- تمثلت في المحور الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي، والمحور الثاني، الإطار النظري، والمحور الأخير: الإطار التطبيقي، واستخلاص النتائج مع مقدمة وخاتمة.
- واعتمدت على منهج أسلوب تحليل المضمون مع استخدام الملاحظة وتحليل المضمون كأداة لجمع البيانات.
- أما بالنسبة للعينة فكانت قصدية محددة بشهرين (مارس وأفريل من سنة 2012)، وبلغ حجم العينة 23 عددا.
- توصلت في الأخير إلى نتائج أهمها:

- لم تولي جريدة الشروق اهتماما كبيرا للأزمة، حيث ركزت على الصفحات الداخلية في عرض الموقع.
- اعتماد الجريدة على الخبر الصحفي في عرض الأزمة.
- اعتماد صحيفة الشروق في معالجتها لأزمة الزيت على التصريحات، وذلك لنقل الوقائع بمصداقية وموضوعية، واعتمادها على الإحصائيات لأنها أزمة اقتصادية.
- من أبرز أسباب نشوء الأزمة هو رفض التجار فوترة مقتنياتها، وهذا نتج عنه ردة فعل للشارع الجزائري.
- اختارت جريدة الشروق الحياد ونقلت الخبر بموضوعية.
- اعتماد الصحيفة على مصادرها الداخلية لأن الأزمة داخلية.

Study summary:

Through this study titled "The Role of the Algerian Media in Dealing with the Oil Weights," an analytical study for the electronic newspaper Al-Shorouk, in the period March and April of 2012, I tried to shed light on how the electronic newspaper Al-Shorouk dealt with the oil crisis by analyzing its content.

This study aims to answer some questions that fall under the following main question:

• How did Al-Shorouk electronic newspaper deal with the oil crisis in Algeria?

The sub-questions were as follows:

• What is the location of the media article related to the oil crisis in Al-Shorouk electronic newspaper?

• What are the most important press templates used by the newspaper to deal with the crisis?

• What were the elements of highlighting and support in Al-Shorouk newspaper during its handling of the crisis?

• What are the topics that the newspaper focused on exclusively in dealing with the crisis?

• What is Al-Shorouk newspaper's attitude toward the crisis?

This study consisted of three main axes:

The first axis: the conceptual and methodological framework, the second axis: the theoretical framework, and the last axis: the applied framework, drawing conclusions with an introduction and a conclusion.

- It relied on the content analysis approach with the use of observation and content analysis as a tool for data collection.

- As for the sample, it was intentional, limited to two months (March and April of the year 2012), and the sample size was 23.

Finally, I reached the most important results:

- Al-Shorouk newspaper did not pay much attention to the crisis, as it focused on the internal pages of the website's presentation.

- The newspaper's reliance on the press release in presenting the crisis.

- Al-Shorouk newspaper relied on statements in its treatment of the oil crisis, in order to convey the facts with credibility and

objectivity, and relied on statistics because it is an economic crisis.

- One of the main reasons for the emergence of the crisis is the refusal of merchants to bill their holdings, and this resulted in a reaction of the Algerian street.

- Al-Shorouk newspaper chose neutrality and reported the news objectively.

- The newspaper's reliance on its internal sources because the crisis is internal.