

دراسة مقارنة لمعالجة ارتفاع الدولار امام الدينار العراقي في قناتي الشرقيه والعراقية

(برنامج لعبة الكراسي وبرنامج دينار أنموذجا)

الباحثة. هاله عبدالقادر عبدالجليل عبدالجليل

الأستاذ المشرف الدكتور داود صفا

جامعة الأديان والمذاهب

كلية العلوم الاجتماعية والإعلام والعلاقات / فرع إدارة الإعلام

الملخص:

تناولت دراستنا موضوع دراسة مقارنة لمعالجة ارتفاع الدولار امام الدينار العراقي في قناتي الشرقيه والعراقية (برنامج لعبة الكراسي وبرنامج دينار أنموذجا)، حيث كان السؤال الرئيسي للدراسة كيف يتم المقارنة لمعالجة ارتفاع الدولار امام الدينار العراقي في قناتي الشرقيه والعراقية (برنامج لعبة الكراسي وبرنامج دينار أنموذجا)؟ هدفت هذه الدراسة إلى إجراء مقارنة بين معالجة قناتي الشرقيه والعراقية لقضية ارتفاع سعر الدولار مقابل الدينار العراقي، من خلال برنامجي "لعبة الكراسي" و"دينار" على التوالي. وقد اعتمدت الدراسة على المنهج المقارن لتحليل الموضوعات وأنواع المعالجات الإعلامية والأطر المستخدمة في كل برنامج. ولقد اقتضت مشكلة البحث والاهداف في موضوع الرسالة تحديد منهج (تحليل النوعي مقابلات شبه المنظمه) ضمن الدراسة هذه، وتحليل المضمون النوعي الذي يعد شكل من أشكال المنهجية، التي تعد من أكثر المناهج استخداماً، وكذلك استخدم النظريات التأطير الإعلامي و نظرية ترتيب اولويات. وبرزت نتائج الدراسة كشفت الدراسة ان من مقارنة لمعالجة ارتفاع الدولار امام الدينار العراقي في قناتي الشرقيه والعراقية: وهي برنامج "دينار" وبرنامج "لعبة الكراسي" قدما معالجة شاملة لموضوع ارتفاع سعر صرف الدولار. برنامج "دينار" تركز على تحليل الأسباب والتداعيات والآثار، بينما برنامج "لعبة الكراسي" تركز على الأسباب والآثار. برنامج "دينار" يهتم بعرض وجهات النظر والمقترحات والحلول، بينما برنامج "لعبة الكراسي" يركز على التحليل والمعالجات المقترحة. يمكن للمشاهدين الاستفادة من المعلومات المقدمة في البرنامجين لفهم القضية بشكل أفضل واتخاذ قرارات معلومة. و ايضا توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها تشابه البرنامجين في تناول موضوعات الأسباب وسبل المعالجة.

الكلمات المفتاحية: (معالجة ارتفاع الدولار، الدينار العراقي).

A comparative study to address the rise of the dollar against the Iraqi dinar in the

Al-Sharqiya and Iraqi channels

(The chairs game program and the dinar program are examples)

Hala Abdel Qader Abdel Jalil Abdel Jalil

Supervising Professor Dr. Daoud Safa

University of Religions and Sects

College of Social Sciences, Media and Relations / Media Management Branch

Abstract:

Our study dealt with the subject of a comparative study to address the rise of the dollar against the Iraqi dinar on the Al-Sharqiya and Al-Iraqiya channels (the Chairs game program and the Dinar program as a model), where the main question of the study was how to compare to address the rise of the dollar against the Iraqi dinar on the Al-Sharqiya and Al-Iraqiya channels (the Chairs game program and the Dinar program as a model) ? This study aimed to make a comparison between Al-Sharqiya and Al-Iraqiya channels' treatment of the issue of the rise in the price of the dollar against the Iraqi dinar, through the "Chairs Game" and "Dinar" programs, respectively. The study relied on the comparative approach to analyze the topics, types of media treatments, and frameworks used in each program. The research problem and the objectives in the thesis topic necessitated defining a methodology (qualitative analysis of semi-structured interviews) within this study, and qualitative content analysis, which is a form of methodology, which is one of the most widely used methods, as well as the use of media framing theories and prioritization theory. The results of the study emerged. The study revealed that a comparison of the treatment of the rise of the dollar against the Iraqi dinar in the Al-Sharqiya and Iraqi channels: the "Dinar" program and the "Game of Chairs" program provided a comprehensive treatment of the issue of the rise in the dollar exchange rate. The "Dinar" program focuses on analyzing the causes, repercussions and effects, while the "Game of Chairs" program focuses on the causes and effects. The "Dinar" program is concerned with presenting points of view, proposals, and solutions, while the "Chairs Game" program focuses on analysis and proposed treatments. Viewers can benefit from the information provided in the two programs to better understand the issue and make informed decisions. The study also reached several results, the most notable of which is the similarity of the two programs in

dealing with the issues of causes and methods of treatment.

Keywords: (dealing with the rise of the dollar, the Iraqi dinar).

المقدمة:

تُعد معالجة ارتفاع سعر صرف الدولار مقابل الدينار العراقي من القضايا الاقتصادية الملحة التي تواجه العراق، نظراً لتأثيراتها المباشرة على مستوى المعيشة والأسعار والواردات. وقد شهد العراق مؤخراً ارتفاعاً ملحوظاً في سعر صرف الدولار مقابل الدينار، مما دفع الحكومة والبنك المركزي العراقي لاتخاذ إجراءات للسيطرة على الوضع. وتلعب وسائل الإعلام دوراً بارزاً في معالجة هذه القضايا من خلال برامجها المختلفة.

وتسعى هذه الدراسة إلى إجراء مقارنة بين معالجاتي قناتي الشرقية والعراقية لقضية ارتفاع سعر الدولار، من خلال برنامجي "الكرة الكراسي" و"دينار" على التوالي، من حيث الموضوعات وأنواع المعالجات والأطر المستخدمة.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها أن كلا البرنامجين ركزا على موضوعات متشابهة كالأسباب والمعالجات، لكن برنامج "دينار" ركز على التداعيات بشكل أكبر، كما اختلفا في أنواع المعالجات والأطر المستخدمة. وقُدمت عدة توصيات لتطوير المعالجات الإعلامية للقضايا الاقتصادية، واقتراحات لإجراء المزيد من الأبحاث حول هذا الموضوع.

وتكمن أهمية هذه الدراسة في كونها تلقي الضوء على دور وسائل الإعلام في معالجة القضايا الاقتصادية ذات الأثر المباشر على المواطنين، وإمكانية تطوير هذا الدور لخدمة الصالح العام. كما تفتح نتائجها المجال أمام إجراء المزيد من الدراسات العلمية حول تحسين المعالجات الإعلامية للشؤون الاقتصادية في وسائل الإعلام العراقية.

وبناءً على ما سبق، تأتي هذه الدراسة لتسليط الضوء على أهمية دور وسائل الإعلام في معالجة القضايا الاقتصادية وتقديم التوصيات لتطوير هذا الدور، من خلال إجراء مقارنة تحليلية بين معالجاتي قناتين فضائيتين عراقيتين لإحدى القضايا الاقتصادية الملحة وهي ارتفاع سعر صرف الدولار.

الفصل الاول: الكليات والمفاهيم

مشكلة الدراسة

يستند البحث العلمي الى مشكلة، ومن دونها لا يوجد مسوغ لقيام البحث، وهي موضوع أو مسألة يحيطها الغموض، أو موقف أو ظاهرة تحتاج الى تفسير وتحليل، أو قضية تكون موضوع خلاف،

والشعور بمشكلة ما وتحديدها هي الخطوة الأولى في كتابة أي بحث علمي، فالإحساس بالمشكلة يتطلب القيام بخطوات ومهارات علمية وإجراءات البحث الأخرى، والتشخيص السليم لمشكلة البحث القائم على الحقائق والمعلومات المتوفرة يساهم في تحديد أبعادها بشكل دقيق ومن ثم تحليلها وتفسيرها وصولاً إلى معرفة نتائجها، فتحديد المشكلة هو تحديد الهدف والغرض كما يحدده منهج البحث وإجراءاته وأدواته.^١

وعن طريق ما تقدم يقف الباحث على العديد من معالم النقص أو القصور أو الانحراف أو الغياب في المسار العلمي النظري أو التطبيقي الذي يجعل الباحث يشعر بصعوبة ما، أو يدرك موقفاً ما يتسم بعدم الاتساق، أو فكرة علمية تحتاج إلى البحث والتقصي لاستكمال جوانبها أو تعميماً يحتاج إلى تدعيم بنائه ومن ثم الوصول إلى تفسيرات علمية تضع موضوع الدراسة في الإطار السليم.^٢

يُعد ارتفاع سعر صرف الدولار مقابل الدينار العراقي من القضايا الاقتصادية الهامة التي تؤثر بشكل مباشر على مستوى معيشة المواطن العراقي، نظراً لارتباط سعر الصرف بمعدلات التضخم وأسعار السلع والخدمات. وقد شهد العراق مؤخرًا ارتفاعًا ملحوظًا في سعر صرف الدولار مقابل الدينار، مما دفع الحكومة والبنك المركزي إلى اتخاذ إجراءات وسياسات للسيطرة على الوضع.

وتُعد وسائل الإعلام من الفاعلين المؤثرين في معالجة مثل هذه القضايا من خلال برامجها المختلفة. وتأتي هذه الدراسة للمقارنة بين معالجة قنواتي الشريعة والعراقية لقضية ارتفاع سعر الدولار من حيث الموضوعات وأنواع المعالجات والأطر المستخدمة، للوقوف على نقاط القوة والضعف وتقديم توصيات لتطوير دور وسائل الإعلام في هذا المجال.

يتفرع هذا الدراسة عدة ابعاد فرعية أبرز الموضوعات التي ركزت عليها البرامج في معالجة ارتفاع الدولار، أنواع المعالجات الإعلامية المستخدمة في البرامج و الأطر الإعلامية التي اتبعتها البرامج في المعالجة.

وستحاول هذه الدراسة الإجابة عن هذه التساؤلات من خلال المنهج المقارن للوقوف على أوجه الشبه والاختلاف بين معالجاتي القنوات، وتقديم توصيات لتطوير دور وسائل الإعلام في معالجة القضايا الاقتصادية. ومن خلال عرض الإشكالية المطروحة، يبحث الباحث عن إجابة لهذا السؤال الرئيسي:

أسئلة البحث

سوف نحاول من خلال هذه الدراسة الاجابة على نوعين من الاسئلة:

السؤال الرئيسي

كيف يتم المقارنة لمعالجة ارتفاع الدولار امام الدينار العراقي في قنواتي الشقيه والعراقية (برنامج لعبة الكراسي وبرنامج دينار

أُموذجاً)؟

الأسئلة الفرعية

وبطبيعة الحال هناك تساؤلات فرعية يمكن إيجازها بالآتي:

- أ. ما أبرز الموضوعات التي ركزت عليها البرامج التلفزيونية (عينة البحث) في معالجة ارتفاع الدولار من وجهة نظر الخبراء والمختصين؟
- ب. ما أنواع المعالجة الاعلامية لارتفاع الدولار في البرامج التلفزيونية (عينة البحث) من وجهة نظر الخبراء والمختصين؟
- ت. ما أطر المعالجة الاعلامية لارتفاع الدولار في البرامج التلفزيونية (عينة البحث) من وجهة نظر الخبراء والمختصين؟

أهمية البحث

إن أهمية الدراسة تكمن فيما يلي: تنبع أهمية البحث من أهمية الموضوع الذي يتصدى له الباحث، من كونه يتناول معالجة ارتفاع الدولار امام الدينار العراقي في قناتي الشرقيه والعراقية (برنامج لعبة الكراسي وبرنامج دينار أُمُوذجاً)، والذي يتمثل في ضرورة تحديد صورة واضحة لمؤثرات الارتفاع، لاسيما في ظل التنافس بين القنوات الفضائية في تغطيتها التفصيلية والمباشرة، وكيف يمكنها معالجة القضايا الاقتصادية عن طريق مساهمتها في جوانب التوعية بالازمات الاقتصادية نحو القضايا المثارة في البرامج، وهو الجوهر الحقيقي لعملية الاتصال الجماهيري والغاية التي يروم القائمون بالاتصال الوصول اليها، وترجع أهمية هذا البحث لعدد من الاعتبارات منها علمية وأخرى مهنية:

- أ. أهمية علمية: قلة البحوث والدراسات بهذا المجال اذا ما قورنت بنظيراتها العربية والأجنبية، ومن هنا فهو يضيف معطيات جديدة لم يتم تناولها سابقا بهذه الطريقة، لا سيما وأنه يدرس معالجة ارتفاع الدولار امام الدينار العراقي في قناتي الشرقيه والعراقية.

يقدم هذا البحث تصورا علميا عن معالجة ارتفاع الدولار امام الدينار العراقي في قناتي الشرقيه والعراقية.

يمكن أن تقدم هذه الدراسة مؤشرات مهمة للعاملين في البرامج التلفزيونية التي تتناول موضوعات الاقتصاد وتغيرات السوق في إطار السعي إلى ترسيخ مسارات جديدة في توعية الجمهور والتعبير عن واقع العملية الاتصالية في ظل المتغيرات الاقتصادية.

ب. أهمية مهنية (للمؤسسات) الإعلامية: تعد دراسة معالجة ارتفاع الدولار امام الدينار العراقي ذات أهمية في ظل الظروف والتحديات التي تعصف بالعراق، والتغيرات المتسارعة التي تحدث في الميدان الاقتصادي، مما يستدعي معها تغيير مائل يواكبه في وقت أضحي الاعلام الاقتصادي فيه بأمس الحاجة إلى المعلومة الصادقة، فالقدرات المتزايدة للقنوات الفضائية في نقل الاحداث بسرعة وفورية الى جانب ما تتميز به من عناصر الإيجار جعل متابعتها مادة تحظى بمزيد من الاهتمام لدى الجمهور.

أهداف البحث

المهدف الرئيس: مقارنة معالجة ارتفاع الدولار امام الدينار العراقي في قناتي الشريه والعراقية (برنامج لعبة الكراسي وبرنامج دينار أنموذجا)؟

وتسعى الباحثة عن طريق الأساليب والأدوات البحثية المتاحة لديها إلى تحقيق جملة من الأهداف الفرعية الآتية:

- أ. معرفة ما ابرز الموضوعات التي ركزت عليها البرامج التلفزيونية (عينة البحث) في معالجة ارتفاع الدولار من وجهة نظر الخبراء والمختصين.
- ب. التعرف على انواع المعالجات الاعلامية لارتفاع الدولار في البرامج التلفزيونية (عينة البحث) من وجهة نظر الخبراء والمختصين.
- ت. الكشف عن أطر المعالجات الاعلامية لارتفاع الدولار في البرامج التلفزيونية (عينة البحث) من وجهة نظر الخبراء والمختصين؟

تحديد المصطلحات

- ١- المعالجة الاعلامية: العمليات التي يعتمد عليها المصدر الاتصالي في إعادة صياغة الرسالة الإعلامية وفقا لتوجيهات الوسيلة.
- ٢- ارتفاع الدولار: ازمة اقتصادية تعرض لها العراق تسببت بانخفاض قيمة الدينار العراقي مقابل سعر صرف الدولار. وتتحكم في تلك الازمة العديد من القوى الفاعلة والمؤثرة في اقتصاديات السوق.
- ٣- برنامج لعبة الكراسي: برنامج تلفزيوني تقدمه قناة الشرقية الفضائية، يتناول العديد من الأحداث المؤثرة في الشارع العراقي.

٤- برنامج دينار: برنامج تلفزيوني تقدمه قناة العراقية الفضائية يتناول الاحداث الاقتصادية وفقا لضرورات الأوضاع الاقتصادية التي يشهدها البلد

أسباب اختيار الموضوع

الاسباب الذاتية

- أ. التعرف على دور البرامج التلفزيونية في معالجة ارتفاع اسعار الدولار امام الدينار العراقي التي تنتهجها سياسة قناة العراقية الفضائية عن طريق برنامج دينار وسياسة قناة الشرقية الفضائية عن طريق برنامج لعبة الكراسي.
- ب. اثره المكتبة العلمية بدراسات اكااديمية تخصصية تسلط الضوء على البرامج التلفزيونية في التي تتناول موضوعات ارتفاع اسعار الدولار امام الدينار العراقي في قناتين فضائيتين مختلفتين في الرؤى والمعالجة الاعلامية.
- ج. رغبة الباحثة في التعرف على هكذا مواضيع تعتمد اسلوب المقابلات المعمقة مع الخبراء والمختصين لبرامج خاصة بالاعلام الاقتصادي.

الاسباب الموضوعية

- أ. الاستفادة من برنامجي "دينار" و"لعبة الكراسي" في امكانية انتاج برامج تلفزيونية اقتصادية تستهدف معالجة الازمات الاقتصادية وفقاً لرؤية حدثية في انتاج المحتوى التلفزيوني المتعلق باقتصاديات السوق.
- ب. تأثر الاعلام العراقي بأطر صراع مختلفة تقوم بأنتاجها القنوات الفضائية وفقاً لمؤشرات الظواهر والازمات في العراق.

سابقة البحث

تعد الدراسات السابقة جزءاً أساسياً من البحث، ومن الضروري أن يصاغ بحرفية عالية، وتبرز أهميتها لتوثيق الإضافة العلمية التي يقدمها الباحث للمجال الذي يدرسه، ثم يحدد موقع بحثه الجديد من البحوث السابقة، فضلاً عن التحديد الدقيق لمشكلة البحث وتجنب التكرار ومعرفة أي المناهج أكثر فائدة لبحثه بالمعرفة القائمة واقتراح بحوث جديدة، كما تكمن أهمية الدراسات السابقة للباحث في مرحلة التحليل والتفسير في مساعدته في الكشف عن أوجه الاتفاق والاختلاف وإضافة نتائج دراسته إلى التراث العلمي لموضوع دراسته، كما تساعد الدراسات السابقة الباحث على الاختيار السليم لبحثه وتجنبه تكرار بحث معين أو مشكلة سابقة،

وتوفر أيضا فرصة للاطلاع على الأطر النظرية والفروض ونتائج الدراسات السابقة فضلاً عن التعرف على الأدوات والإجراءات والاختبارات البحثية المستخدمة.

وقد أطلعت الباحثة على التراث العلمي من الأبحاث والدراسات المتعلقة بموضوع الدراسة بشكل مباشر أو غير مباشر أو المشابهة أو القريبة من موضوع دراستها بما توفر لها من إمكانات مع التركيز على الدراسات الحديثة التي رافقت التطور في الخدمة البرمجية التلفزيونية، وبعد ذلك قامت بحصر مجموعة محددة من الدراسات التي وجد انها قريبة بشكل أو آخر من دراستها، فقد أمكن حصر عدد متنوع من الدراسات السابقة في الأدبيات البحثية ذات الصلة بالمجال الموضوعي للدراسة.

الدراسات السابقة

١- دراسة دهش.^٣ (٢٠٢٣)، بعنوان: مؤشرات التنمية الاقتصادية المستدامة في البرامج الاقتصادية على

الفضائيات العراقية (قناة العراقية الإخبارية برنامج دينار أمودجاً).

تكمن مشكلة البحث بالإجابة على التساؤل الرئيسي (ما مؤشرات التنمية الاقتصادية المستدامة في البرامج الاقتصادية على الفضائيات العراقية؟ متفرعاً من هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية منها:

أ. ما هي المفاهيم والفئات الموجودة في برامج الشبكات الفضائية المتعلقة بمجالات الطاقة والزراعة والصناعة والتكنولوجيا كقضايا التنمية المستدامة؟

ب. ماهي أهم العناصر التي تركز عليها الشبكات الفضائية العراقية عند تناول قضايا التنمية الاقتصادية المستدامة؟

ت. ماهي أبرز أساليب التعامل مع التنمية الاقتصادية المستدامة للعراق من خلال الشبكات الفضائية لهذا البلد؟ وبذلك فأن هذا البحث يهدف إلى ما يأتي:

أ- التعرف على مؤشرات التنمية الاقتصادية المستدامة في البرامج الاقتصادية على الفضائيات العراقية.

ب- الكشف عن المفاهيم والفئات الموجودة في برامج الشبكات الفضائية المتعلقة بمجالات الطاقة والزراعة والصناعة والتكنولوجيا كقضايا التنمية المستدامة.

ت- التقصي عن أهم العناصر التي تركز عليها الشبكات الفضائية العراقية عند تناول قضايا التنمية الاقتصادية المستدامة.

ت- معرفة أبرز أساليب التعامل مع التنمية الاقتصادية المستدامة للعراق من خلال الشبكات الفضائية لهذا البلد

وتوصل الباحث الى مجموعة من النتائج اهمها: ان مؤشرات التنمية المستدامة الرئيسة المطروحة في برنامج دينار تمثلت بـ (تعزيز الأمن الغذائي) التي جاءت بالمرتبة الأولى، تلتها بالمرتبة الثانية فئة (القضاء على أزمة السكن)، في حين جاءت فئة (تنمية الخدمات الأتثمانية والتسهيلات المصرفية) بالمرتبة الثالثة، تلتها بالمرتبة الرابعة فئة (تشجيع المنتج الوطني)،، اما فئة (تشجيع التداولات المالية) فقد جاءت بالمرتبة الخامسة، تلتها بالمرتبة السادسة فئة (اعتماد اليات عبور خط الفقر)،، اما فئة (تشجيع الاتفاقيات الاقتصادية الدولية) فقد جاءت بالمرتبة السابعة، تلتها بالمرتبة الثامنة فئة (الاهتمام بالخطط الاستيعابية للزيادة السكانية)، في حين ان فئة (تمكين الشباب) جاءت بالمرتبة الاخيرة.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

النظريات الموجهة للبحث

نظريه ترتيب الاولويات

يعود الباحثون في تاريخ وضع الأجندة إلى أن أول إشارة مباشرة إلى وظيفة ترتيب الأولويات ظهرت عام ١٩٥٨ في مقال (لنورتون لونج Norton Long)، إلا أن أفضل تصريح حول هذه الوظيفة ظهر لدى (برنارد كوهين Bernard Cohen) في كتابه "الصحافة والسياسة الخارجية عام ١٩٦٣" والذي قال بأن الصحافة يمكن ألا تكون ناجحة كثيرا في أن تحبب الجمهور بماذا يفكرون، ولكنها ناجحة إلى حد كبير في أن تقول للقراء عن الأشياء التي يفكرون حولها.

أولاً: مفهوم نظرية وضع الأجندة: تعد نظرية الأجندة واحدة من الأطر النظرية التي تبحث في تأثير وسائل الإعلام، اذ تهتم بحوث "ترتيب الأولويات" بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والجمهور التي تتعرض لتلك الوسائل لتحديد أولويات القضايا التي ترتبط بحقوق الأقليات او تعكس اهتمامات المجتمع.

ويفترض هذا المدخل أن القنوات الفضائية لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات والقضايا التي تحدث في المجتمع، وإنما يختار القائمون على تلك القنوات بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة والتحكم في طبيعتها ومحتواها، اذ ان تلك الموضوعات تثير اهتمام الناس تدريجيا وتجعلهم يدركونها ويفكرون فيها، وبالتالي تمثل هذه الموضوعات لدى الجماهير أهمية أكبر نسبيا عن الموضوعات التي لا تطرحها القنوات الفضائية، وعملية الاختيار اليومي لموضوعات قائمة أولويات القنوات الفضائية وأساليب إبراز أو طمس تلك الموضوعات، وتحريكها صعودا أو هبوطا لا تستهدف إثارة اهتمام الجمهور العام فقط، إنما هي عملية تستهدف - أيضا - صانعي القرار السياسي الذين يتحكمون بأدارة قضايا الأقليات.^٤

وقد أشارت العديد من الدراسات الإعلامية أن دراسة العلاقة بين اهتمامات وسائل الإعلام واهتمامات المثقفين يعد تطورا في دراسات وضع الأجندة والاتصال السياسي، وبالرغم من ذلك لم تتكرر هذه الدراسات، إذ يتحدد التركيز على دراسة العلاقة بين أجندة وسائل الإعلام وأجندة الرأي العام.^٥

إن مقترب تحديد ترتيب الأولويات يعد الأكثر تنوعا من حيث عدد الدراسات والأبحاث التي أُنتجت وكذلك عدد البلدان التي أعد فيها فرضياتها، وإذا كان البعض ينسبون نظرية وضع الأجندة إلى باحثين اثنين MC Combs and D. Shaw لفضلهما في ابتكار التسمية وتحليل الظاهرة بأدوات أكثر دقة، لكن في الواقع جذور هذه النظرية تعود إل العشرينيات من القرن الماضي، وكذلك هناك مرحلتين تميزان هذا المقترب: ما قبل الثمانينات من القرن الماضي وما بعده، وكل مرحلة تعكس السياقات السياسية والاجتماعية والتكنولوجية التي سادت آنذاك، وأبرز مظاهرها أن دراسات نظرية ترتيب الأولويات تمت في أنظمة سياسية ديمقراطية مفتوحة وفي عهد ما قبل الثورة الرقمية في قطاع الإعلام.^٦

وتحتل دراسات وضع الأجندة أهمية خاصة في المجتمعات الديمقراطية التي تعطي أهمية خاصة للرأي العام وتوجيهاته كمدخلات في عملية صنع القرارات ووضع السياسات على كافة المستويات. فيما تحتم الدول غير الديمقراطية بدراسات وضع الأجندة رغبة منها في إحكام السيطرة على الرأي العام، إذ يتم توظيف وسائل الإعلام لتركيز اهتمام الرأي العام حول قضايا بعينها وكذلك تشتيت انتباه الرأي العام بشأن قضايا أخرى لا يرد له التفكير فيها أو وضعها في سلم أولوياته.^٧

وترتيب الأولويات كوظيفة تأثيرية لوسائل الإعلام تتمثل علميا في كونها مساهما أكبرا في صنع الثقافة السياسية للجمهور، بحيث أنها تربط بين تصور إدراك الجمهور للواقع السياسي وبين الشؤون والاهتمامات السياسية اليومية، ويمكن أن تؤدي وسائل الإعلام عن طريق وظيفة ترتيب الأولويات دورا اجتماعيا بتحقيق الاجتماع حول بعض الاهتمامات عند الجمهور التي يمكن أن تترجم فيما بعد باعتبارها رأيا عاما.

وقد حدد ماكومبس وشو MC Combs, Show العوامل التي تؤثر في وضع الأجندة على مستوى الفرد وعلى مستوى وسائل الاتصال:^٨

- ١- **المستوى الفردي:** هناك حاجة الفرد إلى التوجه السياسي والتكيف مع الظروف المحيطة، معدل المناقشات الشخصية، مستوى التعرض لوسائل الاتصال ثم اتجاهات الفرد المسبقة.
- ٢- **مستوى الوسائل الاتصالية:** هناك طبيعة النظام السياسي، طبيعة القضايا المطروحة، مستوى تغطية وسائل

الاتصال ثم نوع هذه الوسائل، هذه المتغيرات تؤثر على شروط وضع الأجندة والتي من أهمها:

قيام وسائل الاتصال بعمليات انتقاء واختيار مستمر للمضمون الذي تقدمه وأيضا حاجات ورغبات الجمهور والتي تؤدي دورا واضحا في وضع الأجندة.

وبذلك فأن هذا المفهوم يعد خاصا بعلاقة وسائل الاتصال بالجمهور، ويرى أن وسائل الاتصال هي التي تحدد الأولويات التي تتناولها الأخبار فهي تعطي أهمية خاصة لهذه الموضوعات مما يجعلها تصبح من الأولويات الهامة لدى الجمهور، وهكذا فإن الموضوعات التي يراها المحررون ذات أهمية هي التي يتم نشرها حتى لو كانت غير ذلك في الحقيقة، فإن مجرد النشر في حد ذاته يعطي أهمية مضاعفة لتلك الموضوعات بحيث يراها الجمهور ذات أهمية تفوق غيرها من الموضوعات.^٩

ثانياً: نشأة نظرية وضع الأجندة: يعود بعض الباحثون في تاريخ نظرية ترتيب الأولويات إلى أن أول إشارة مباشرة إلى وظيفة الأجندة "ترتيب الأولويات" ظهرت عام ١٩٥٨ في مقال "لنورتن لونج" إلا أن أفضل تصريح حول هذه الوظيفة ظهر لدى "برنارد كوهن **Cohen Bernard**" في كتابه الصحافة والسياسة الخارجية عام ١٩٦٣.

إلا أن البعض يرجعها لـ "ليمان **Walter Lippman**" الذي يرى أن وسائل الإعلام تساعد في بناء الصور الذهنية لدى الجماهير، وفي الكثير من الأحيان تقدم هذه الوسائل - بيئات زائفة - في عقول الجماهير وتعمل وسائل الإعلام على تكوين الرأي العام من خلال تقديم القضايا التي تم المجتمع" وعند حديثه عن الاستخدامات الرمزية للسياسات أشار "ليمان" إلى أن السياسات عبارة عن سلسلة من الصورة الذهنية التي يتم نقلها من خلال وسائل الإعلام، وتكون هذه الصور الذهنية "بانوراما" متحركة تقع أحداثها في عالم لا يدركه معظم الجمهور العام".^{١٠}

إن أحد المفاهيم الرئيسية في نظرية وضع الأجندة هو الاختيار الذي تقوم به وسائل الإعلام في عملية قبول أو رفض مفردة من المفردات الإخبارية، وهذا المفهوم كان قد ابتكره **Krut Lewin** سنة ١٩٤٧ حول قرارات ربات البيوت بخصوص شراء مواد غذائية، حيث لاحظ أن تدفق المعلومات عبر بعض القنوات التي تحتوي على "مناطق بوابات"، بخصوص ما إذا كان يسمح للمعلومات أو السلع بالدخول، أو التواصل في القناة.

هذه الفكرة طبقها **White 1950** في دراسة قرارات محرر القصص البرقية الخبرية في جريدة أمريكية بشأن قبول البرقيات أو رفضها، والتي اعتبرها (القرارات) النشاط الأهم في حراسة البوابة، وعليه فإن نموذج **White** شكل الأرضية التي انطلقت منها الأبحاث اللاحقة في عملية اختيار الأخبار من البرقيات الخبرية لوكالات الأنباء، وبالرغم من الانتقادات التي وجهت لهذا النموذج من

حيث أنه يتجاهل العوامل البنائية التنظيمية في عملية اختيار الأخبار واعتبر المسألة شخصية - التركيز على المحرر - إلا أن White ساهم باسم في مدرسة بحث كاملة حول المبلغين.^{١١}

وضع الأجندة هي ترتيب الأولويات أو وظيفة المفكرة،^{١٢} ترجع الأصول النظرية لهذه البحوث إلى ولترليمان Walter Lippman الذي أسس لها في كتابه الرأي العام سنة ١٩٢٢ حين رأى أن وسائل الإعلام تساعد في بناء الصور الذهنية لدى الجماهير، وإن كانت غالبا ما تطرح - بيئات زائفة - وتعمل على تكوين الرأي العام بتقديم القضايا التي تمم المجتمع.^{١٣} لكن الباحثون يعدون أن أول إشارة مباشرة للنظرية والإقرار بهذه الوظيفة لوسائل الإعلام - نظرا لتجاهلها تماما في الأربعينيات والخمسينيات من القرن العشرين - كانت ل نورتون لونج Norton Long في مقاله سنة ١٩٥٨ لوضحها أكثر برنارد كوهن Bernard Cohen، إذ أحيائها بعد ذلك بنحو أربعين سنة في كتابه الصحافة والسياسة الخارجية عام ١٩٦٣ حين أكد وجهة نظر ليمان بقوله: "أن وسائل الإعلام لا تنجح دائما في إبلاغ الجماهير كيف يفكرون (الاتجاهات) ولكنها تنجح دائما في إبلاغهم عما يجب أن يفكروا فيه (المعلومات)"، أي أنها تعلم جمهورها وترشده إلى ما يجب أن يتحدث فيه، فهي قادرة على تعليمه مدى الأهمية التي تكتسبها المسائل والقضايا.^{١٤}

ثالثاً: الاتجاهات المنهجية الحديثة في نظرية وضع الأجندة: حددت بحوث وضع جدول الأعمال Agenda setting ثلاثة اتجاهات بحثية ذات طبيعة متعددة التخصصات والتي خلقت أرضية مشتركة بين علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية وعلم الاجتماع وعلم النفس، وعلى الرغم من أن هذه الاتجاهات الثلاث تلتقي حول سمة أساسية وهي البحث في النشوء وانتقال القضايا من اتجاه الى اخر (الأعلام - الجمهور - السياسة)، لكنها تكاد تفتقر إلى الإطار العلمي المتكامل الذي يجمع بينها، وقد أشار العديد من الباحثين إلى الحاجة الملحة لتشكيل الإطار الشامل الذي يسمح بإبراز التفاعل بين هذه المستويات الثلاث.

و وفقا لذلك يعتمد مستقبل دراسات وضع جدول الأعمال على براعة الباحثين في عدم الاقتصار على دراسة كل نظام فرعي لوضع جدول الاعمال على حدة، والبحث في نهج شامل يدرس التفاعل والديناميكية والتأثير المتبادل بين الإعلام والرأي العام والسياسة في إطار ما يسمى بمنهج تحليل النظم عن طريق الجمع بين الاتجاهات البحثية الثلاثة في نفس الدراسة على النحو الآتي:

الاتجاه الأول (وضع أجندة الجمهور (Public Agenda-Setting):

الاتجاه الثاني (وضع أجندة وسائل الإعلام (Media Agenda-Setting):

رابعاً: التطورات الحديثة في دراسات وضع أجندة الجمهور: ان تقسيم أبحاث وضع جدول الاعمال إلى نهج تقليدي وآخر

حديث هو في الواقع تقسيم لمستويين من الاهتمام:

١- المستوى الأول الذي تم استعراضه ويتعلق الأمر بالفرضية الأساسية للنظرية التي وضعها الباحثان MC Combs and Show وكان يهتم بالإجابة عن الأسئلة التقليدية الخمسة من؟ وماذا؟ وبأية وسيلة؟ ولمن؟ وبأي تأثير؟ والإجابة على هذه الأسئلة وحسب أظهرت محدودية فرضية وضع الأجندة بالرغم من التبصيرات التي اسهمت بها في فهم عملية التأثير التي تقوم بها وسائل الإعلام على الرأي العام.

كما انه "رغم هذا التغيير الكبير إلا أن وسائل الإعلام لم تفقد دورها في هذا العصر الذي انتشرت فيه وسائل الاتصال وانقسمت فيه قطاعات الجماهير إلى أجزاء صغيرة، فلازلنا نذكر نجاحها في وضع أجندة الرأي العام العالمي بشأن أحداث الحادي عشر من سبتمبر.^{١٥}

الاتجاه الأول (وضع أجندة الجمهور Public Agenda-Setting)

بدأ هذا الاتجاه البحثي بواسطة MC Combs and Shaw ويتخذ من أولويات اهتمامات الجمهور متغيرا تابعا لها وتندرج الدراسات في هذا المجال البحثي من وجهة نظر منهجية إلى أربع فئات:

- اعتماد الباحث على المعلومات التي تم تجميعها من الجمهور Grouped؛
- اعتماد الباحث على المعلومات الفردية على مستوى كل فرد على حدة Ungrouped؛
- دراسة قضية واحدة One Issue؛
- دراسة مجموعة من القضايا Set of Issues.

١. الفئة الأولى: يسأل الباحث الأفراد الخاضعين للبحث عن القضايا التي يهتمون بها في مدة زمنية معينة، وقد يجب كل فرد بقضية أو اثنين أو أكثر، ويتم تجميع هذه القضايا مجتمعة في ترتيب حسب تكرار كل منها، أي أن الأجندة التي توصلت إليها الدراسة تعبر عن وجهة نظر الجمهور ككتلة واحدة لكنها لا تعكس بالضرورة مصالح كل فرد، وبمقارنة أولويات الجماهير بتلك السائدة لدى وسائل الإعلام تؤثر في توزيع أهم القضايا بين الجمهور وتحدد أجندة الجمهور، وتشير نتائج الدراسات في هذه الفئة إلى أن هناك "علاقة ارتباط قوية بين أولويات اهتمامات وسائل الإعلام والجماهير وهذا الارتباط يزداد قوة مع القضايا التي تمثل وسائل الإعلام المصدر الوحيد للمعلومات بشأنها فيما عرف باسم القضايا غير التطفيلية Unobtrusive Issues، كما انتهت هذه الدراسات إلى أن التأثير يقع من وسائل الإعلام على الجمهور ولا يحدث في الاتجاه المعاكس.^{١٦}

٢. **الفئة الثانية:** تعد أجنحة وسائل الإعلام مجموعة من القضايا يصل إليها الباحث من تحليل مضمون وسيلة أو الوسائل قيد البحث، فيما يتم قياس أولويات اهتمامات كل فرد من أفراد الجمهور منفرداً، فالباحث وفقاً لهذا المدخل يفترض أن تركيز وسائل الإعلام على قضايا معينة يحقق نفس الترتيب لذات القضايا على كل الأفراد، لكن هذه الفرضية لم تراخ الاختلافات الفردية التي تدفع كل متلقي على حده إلى أن يكون له رؤيته الخاصة في التعامل مع وسائل الإعلام التي تنعكس على مدى تأثره بما تراه مهماً من أولويات وهذه الفرضية غير قائمة على دراسة متأنية لواقع العلاقة بين الإعلام والجمهور
٣. **الفئة الثالثة:** يقوم الباحث بدراسة قضية واحدة في كل وسائل الإعلام والجمهور، ويتم قياس ترتيب أولويات الجمهور بأسلوب تجميعي، وتسير بحوث هذه الفئة إلى درجة عالية من الاتساق بين قضايا الطرفين: الجمهور والإعلام.
٤. **الفئة الرابعة:** يتخذ الباحث من المعلومات الفردية لا التجميعية أداة لقياس أجنحة الجمهور فضلاً على التركيز على قضية واحدة.

الاتجاه الثاني (وضع أجنحة وسائل الإعلام Media Agenda-Setting)

- وضع أجنحة وسائل الإعلام آخر مرحلة من تطور بحوث ترتيب الأولويات، فقد بدأت بحوث وضع الأجنحة بالسؤال من يضع أجنحة الجماهير لتصل إلى سؤال من يضع أجنحة وسائل الإعلام ويعد "لازر سفيلد ومرتون Lazarsfeld and Merton" أول من طرحا هذا التساؤل الأخير سنة ١٩٨٤ وكان وجهة نظرهما أن وسائل الإعلام ليست إلا نتيجة للقوى الاجتماعية السائدة بما في ذلك المؤسسات الصناعية والتجارية وغيرها من المتغيرات المؤهلة لممارسة الضبط الاجتماعي، فطبيعة البحث في أجنحة وسائل الإعلام تستوجب مجموعة من المدخلات:
١. مدخل السلطة.
 ٢. مدخل الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام.
 ٣. مدخل بناء الأجنحة.

نظرية التأطير الاعلامي

أولاً: **مفهوم نظرية التأطير:** يمكن تحديد التأطير **framing** بإعتبره عملية اختيار أو انتخاب عدد قليل من العناصر من الواقع المدرك وتركيب أو تجميع قصة خبرية توضح الارتباط بين هذه العناصر، وذلك لتأسيس أو تعزيز تفسير خاص للواقع، وتعمل

الأطر على تشكيل وتعديل تفسيرات الجمهور وتفضيلاتهم عن طريق عناصر الإبراز، وبالتالي فإن الأطار يقدم او يطرح الحدث ويضفي أهمية على زوايا او افكار محددة فيه، ويحدد الخطط التي تشجع الجمهور المستهدف على التفكير واتخاذ قرار بطريقة معينة.^{١٧} فالتأطير هو أعم واشمل من الأطر وأكثر فائدة لأنه يشير إلى التأطير كعملية تفاعلية يتعدد أطرافها على وفق سياق ما.^{١٨} وبناء على ما سبق يمكن تصنيف التعريفات التي تناولت مفهوم الأطر في مجال الدراسات الاعلامية الى نوعين:^{١٩}

- **أطر وسائل الاعلام:** وهي تركز في كيفية عرض القضايا وأسلوب التغطية الإعلامية.
- **أطر الجمهور:** وهي تهتم بكيفية إدراك والجمهور المتلقي للرسالة الإعلامية وفهمها.

ثانياً: **أطر وسائل الإعلام:** عرف مانسكي (Minsky) التأطير بأنه "ال قالب أو البناء الذي يتم عن طريقه عرض وتنسيق البيانات المختلفة، فالتأطير عبارة عن أبنية عقلية ومنطقية تعتمد على الإدراك الاجتماعي، ترتبط إرتباطاً وثيقاً بالفكرة المحورية للنص الخبري مثلما يرتبط المستوى الاتصالي بالوعي الثقافي للمجتمع".^{٢٠} يمزج (Minsky) بين علم الاجتماع وبين الاتصال فينظر الى مصطلح الإطر على وفق منظور بنائي أي أنه تنظيم للمعلومات ويركز في تغطية وتقديم الأحداث والقضايا.

فبم اختيار للرموز انطلاقاً من دلالاته الضمنية، وقدرتها على نقل المعنى الذي يؤثر في الآخرين، كما يمكن إستخدام مصطلحات معينة، فمثلاً قامت وسائل الإعلام الغربية بوصف الحرب الامريكية على العراق عام ٢٠٠٣ بأنها عملية "تحرير العراق"، بينما وصفتها وسائل الإعلام العربية بأنها "الهجوم الامريكي على العراق" و"الإرهاب الامريكي في العراق"، فالإطار الإعلامي لقضية ما، يعني انتقاء متعمد لبعض جوانب الحدث أو القضية وجعلها أكثر ظهوراً في النص الإعلامي واستخدام أسلوب محدد في توصيف المشكلة وتحديد أسبابها وتقييم أبعادها وطرح حلول مقترحة بشأنها، ومن ثم فإن التركيز والبروز يعد جوهرياً في تأطير النصوص الإخبارية، حيث يشير إلى أن هناك عناصر معينة في القصة الخبرية قد تبرز بطريقة معينة بهدف تقديم معنى رئيس محدد، وبالإمكان تحقيق البروز Salince عن طريق الموقع والتكرار والربط بين القضية وقضايا وأحداث أخرى،^{٢١} حيث يذهب بعض الباحثين إلى أن العوامل المؤثرة في إحداث البروز هي كالاتي:^{٢٢}

- **طبيعة القضية، معرفة إن كانت القضية تمم أغلبية الناس أم أقلية محددة، كذلك تحديد نوع القضية إن كانت قديمة أم حديثة الظهور.**
- **طبيعة الأحداث الأخرى المحيطة بالقضية البارزة، فإذا كانت الأحداث المحيطة أقل أهمية، فإن ذلك يزيد من تأثير القضية البارزة.**

- حجم وطبيعة التغطية الإخبارية للقضية.
- الأهمية المدركة للقضية.

ثالثاً: أطر الجمهور: عرف كل من نيلسون واوكسلي (Clawson) and (NeLson and Oxley) بأنه "العملية التي تحدد وتنظم عن طريقها المصادر الإعلامية القضية السياسية أو الجدل العام حولها، وفقاً لذلك فإن نظرية التأطير تؤثر في الرأي العام، عن طريق تركيزها على قيم محددة أو حقائق أو أفكار التي تمنحها درجة عالية من الوضوح المرتبط بالقضية أكثر مما تحققه الأطر البديلة".^{٢٣}

رابعاً: نشأة نظرية التأطير: تم استخدام مصطلح التأطير في مجال العلوم الاجتماعية أول مرة على يد العالم الأمريكي باتسون Bateson ما بين عامي ١٩٥٥-١٩٧٢ والتي يمكن تسميتها بمرحلة الكشف عن المصطلح وبدائيات تداوله في البحوث والكتابات العلمية المختلفة.^{٢٤}

أشار ماك كومبس وشو Mc Combs and Shaw عام ١٩٧٢ إلى أنّ نظرية التأطير إمتداد لنظرية وضع الأجندة وبيرونها المستوى الثاني من نظرية وضع الأجندة وتعد إسهامات كل من Berger and luck man عام ١٩٦٧ محاولات قوية وجادة لتطوير هذا المصطلح فقد أوضحا كيفية تكوين جماعات من الجمهور خبراتها بالنسبة إلى الواقع حتى تكتسب المعلومات التي يتلقونها معنى كي يفهموا الأحداث.^{٢٥}

ومن ثم شهدت نظرية التأطير مراحل عدة بغية التعمق في دراسات التأطير والتوسع في المفهوم النظري لتحليل الأطر ليشمل مضمون التغطية الإعلامية للنصوص الإعلامية وذلك عام ١٩٧٦، ١٩٧٨ على يد الباحثة توشمان Tuchman فقد كان أول تطبيق عملي لفهم عملية التأطير في المحتوى الاخباري الذي قدمته عام ١٩٧٨ بعنوان صناعة الأخبار الذي أوضح عن طريق القرارات الذاتية للصحفيين بشأن الأحداث التي يقررون تغطيتها وكيفية قيامهم بذلك إذ إنّ العمل الاخباري تحكمه مجموعة من المعايير المهنية المؤثرة في العمل الإخباري ومنها استخدام الأطر المسبقة لتغطية الأحداث ليصبح المحتوى الإعلامي كنافذة على العالم.

وقدم عالم الاجتماع تود جتلين Todd Gitlin عام ١٩٨٠ مفهوم التأطير لبحوث الاتصال الجماهيري، عن طريق دراسته لتغطية شبكة CBS الأمريكية لأنشطة الحركة الطلابية، ومدى علاقتها بأعمال الشغب والإضطرابات التي وقعت خلال عقد الستينيات من القرن الماضي، إذ ارتكز تأطيرها لهذه الحركة على تمهيشها، والتهوين من شأنها على صعيد المجتمع الأمريكي.^{٢٦}

ويعد روبر انتمان Entman Rober أول من حاول تأصيل النظرية في الدراسات الإعلامية، إذ يعود إليه الفضل في أول

تطبيق عملي يتسم بالدقة والمنهجية ربط الباحث بين تحليل الأطر، وتمثيل المعلومات من أفراد الجمهور، وأوضحت الدراسة التي اجراها عام ١٩٩٣ دور الايديولوجية ونهت أنظار الباحثين تجاهها إلى معرفة أثرها في التأطير وذلك عندما قارن حادثتي إسقاط المقاتلات السوفيتية لطائرة ركاب لكوريا الجنوبية في أول سبتمبر ١٩٨٣ وإسقاط البحرية الامريكية طائرة ركاب ايرانية يوم ٣ يوليو ١٩٨٨.^{٢٧}

خامساً: أهمية نظرية التأطير: تؤكد الكثير من الدراسات على الأهمية التي تحظى بها عملية التأطير عن طريق دورها في عملية الاتصال الجماهيري، ويمكن تحديد تلك الأهمية بالاتي:^{٢٨}

١- اهتمام الباحثين بدراسة المضامين الإعلامية ومعرفة مدى اعتماد الاعلاميين على التأطير في انتاج القصص الخبرية.

٢- التعرف على المشكلات وتشخيص الأسباب، وتحديد قوتها التي تخلق المشكلة، وتضع الأحكام او التقييمات الأخلاقية، وتقييم العوامل غير المقصودة وتأثيرها، وتقترح المعالجات وتسوغها، كما تتنبأ بتأثيراتها المختلفة.

٣- تعد أهمية التأطير عن طريق اعتماد الناس بدرجة كبيرة على وسائل الإعلام وخاصة في المجال الدولي لتكوين معارفهم ومعلوماتهم تجاه القضايا الدولية كون وسائل الإعلام تؤدي دورا مهما في تشكيل إدراكات الجمهور تجاه الدول، فضلا عن تحديد مدى فهم الأفراد للمشكلة، وكيفية تقييمهم لها وتصرفهم إزاءها.

٤- أوضحت أدبيات التأطير تأثيراته القوية في الإدراك الاجتماعي والتفضيلات السياسية للأفراد.

٥- تؤكد نظرية الإطار على ان تأطير الرسالة الاعلامية يتوسط الطريقة التي يستخدم فيها الناس المعرفة الاجتماعية والخبرات السابقة، وعن طريق تزويدهم بمجموعات من المفاهيم المستخدمة في عملية تفسير الحدث او القضية.

٦- لا يتطور التأطير الإعلامي للقضايا والأحداث من فراغ، بل يتشكل عن طريق التأثير بعوامل اجتماعية متعددة متضمنة العوامل السياسية، ودور المنظمات والحركات الاجتماعية، فضلا عن الخبرات والمعلومات السابقة.

سادساً: فروض النظرية: الفرض الرئيس لنظرية التأطير هو "الطريقة التي تنظم وسائل الإعلام الأحداث لكي تؤثر في أفكار، وردود أفعال الجمهور عليها، وهي عملية يتم بمقتضاها اضعاف معانٍ محددة على القضايا والأزمات والأحداث المتنوعة".^{٢٩}

وهناك بعض الفروض الفرعية التي تفرعت منها نذكر منها مايلي:^{٣٠}

١. توجد علاقة بين أطر المعالجة الإعلامية، وبين نمط ملكية الوسيلة الإعلامية.

٢. التأثير في الجمهور بالتركيز في قيم وحقائق محددة للقضايا السياسية أو غيرها من الأفكار التي تجعلها واضحة بدرجة كبيرة.

٣. معالجة الموضوعات الاخبارية يقيد الطريقة التي يستخدم بها الأفراد معرفتهم في تفسيرها.

٤. توجد علاقة بين المصادر التي تعتمد عليها الوسيلة الإعلامية ونمط ملكية الوسيلة الإعلامية.

٥. توجد علاقة بين جوانب التركيز في الأطر الإخبارية وبين نمط ملكيتها.

سابعاً: بناء الإطار: إنّ مصطلح بناء الإطار مستمد أو بالأصح مستعار من بحوث وضع الأجندة **Agende setting** وفي الواقع تُعدّ نظرية التأطير امتداداً لنظرية وضع الأجندة وذلك عن طريق تفسير الباحثين للمستوى الثاني لنظرية وضع الأجندة يصف تأثير السمات البارزة للتغطية الاخبارية في الجمهور، وتفسير القصص الخبرية المقدمة في وسائل الإعلام ومن ثمّ فإنّ السؤال الرئيس في بناء الأطر يركز في العوامل التنظيمية والبنائية في النظام الإعلامي وسمات الصحفيين الأفراد التي يمكن ان تؤثر في تأطير محتوى الاخبار.^{٣١}

حدد معظم الباحثين خمسة عوامل تؤثر في عملية بناء الإطار الإعلامي وهي:^{٣٢}

١- **مدى الاستقلال السياسي للقنوات الفضائية:** تطرقت العديد من الدراسات إلى إختبار العلاقة بين الأطر التي تتبناها وسائل الإعلام، ومدى الاستقلال السياسي لوسائل الإعلام من بين هذه الدراسات نجد دراسة "Lowry and Wang" التي استهدفت التعرف على أطر التغطية الإخبارية في الصحف الأمريكية، بعد زيارة كل من الرئيس الصيني ونائب رئيس الوزراء الصيني للولايات المتحدة الأمريكية.

٢- **مصادر الأخبار ونوعها:** تؤثر مصادر الأخبار ونوعها بشكل كبير في بناء الإطار الإعلامي إذ يتأثر المحررون والقائمون بالاتصال بمصادر المعلومات، ونوع المصادر سواء كانت حكومية أم غير حكومية.

٣- **أنماط الممارسة الإعلامية:** تؤثر أنماط ممارسة العمل الإعلامي في المؤسسات الإعلامية على الأطر الإعلامية التي يتبعها القائم بالاتصال في تغطية وسائل الإعلام للقضايا المختلفة، وذلك وفقاً للسياسات الإعلامية الخاصة بكل مؤسسة إعلامية.^{٣٣}

٤- **المعتقدات الأيديولوجية والثقافية للقائم بالاتصال:**

٥- **طبيعة الأحداث ذاتها:** يرى ولف سفيلد (Wolfsfeld) أن كل الأحداث والحقائق تتأسس وتترسخ في السياق الاجتماعي، ولا يمكن النظر للحدث بشكل مستقل، وفصله عن بيئته وسياقه العام.^{٣٤}

ثامناً: آليات التأطير: تستخدم الفضائيات التلفزيونية عدة آليات من اجل اقناع الجمهور بالرسائل الاتصالية التي تبثها، وهي على الشكل الآتي:^{٣٥}

- ١- البروز: إعطاء قضية او حدثا معينا النصيب الأكبر من المساحة الزمنية المخصصة للأخبار بشكل عام، أي جعلها القضية المسيطرة على نشرة الأخبار، كما يقصد به جعل جزء من المعلومات بارزا يمكن ملاحظته واضفاء المعنى عليه، حتى يسهل تذكره لدى الجمهور، بما يستتبع ذلك عمليات تخزين واسترجاع وتنظيم المشاهد للأخبار.
 - ٢- التلميحات الاجتماعية: يعتمد الناس بشكل عام على النصوص والرموز في التواصل بينهم، والأطر الإخبارية تعتمد في إيصال رسالتها الاتصالية عبر استخدام تلك الرموز، لترويج الأفكار أو تعزيزها.
 - ٣- نغمة أو نبرة المعالجة: وتعد أهم آليات التأطير المستخدمة في معالجة المحتوى الاعلامي، اذ تحدد ميول ومواقف القناة التلفزيونية تجاه الحدث، فبعض المعالجات الاخبارية تبدو اكثر ايجابية من مثيلاتها لمعالجات الاحداث الاخرى.
 - ٤- ربط المعالجة بنماذج أطر مشابهة: وتفترض هذه الآلية ان تفسير المحتوى الاعلامي الجديد عن طريق ربطه بأحداث سابقة، بمعنى ربط الحدث الجديد بإطار تم تكوينه سابقا لدى الجمهور واصبح ثابتا عنده.
 - ٥- إعادة التأطير: وتمثل هذه الآلية، قدرة المتلقي في التصدي لعمليات التأطير التي تقوم بها القنوات الفضائية لمواجهة تأثيرها عليهم.
 - ٦- الاستعارات والكلمات الدالة واللغة المجازية: فالاستعارات تستخدم في المحتوى الاعلامي لتضفي على الأحداث نوعا من التهويل والتضخيم او التهوين والتقليل من شأنها، بخلاف ما تكون عليها في أرض الواقع.
- تاسعاً: وظائف الأطر: هناك مجموعة من الوظائف التي يقوم بها تحليل الإطار الاعلامي والتي حددها انتمان (Entman) بأربع وظائف مهمة لتحليل الإطار الاعلامي هي:^{٣٦}

١. تحديد المشكلة او القضية بدقة Define problem.
٢. تشخيص أسباب المشكلة أو القضية Diagnosis case وذلك عن طريق التعرف على الأسباب الرئيسة أو القضية وتحديد القوى الفاعلة التي أحدثت المشكلة.
٣. وضع أحكام أخلاقية للمشكلة أو القضية Moral judgements.
٤. اقتراح سبل العلاج والحلول للمشكلة أو القضية Suggest Remedies.

ويضرب "مكاوي" مثلاً بوضوح هذه الوظائف بقضية (العنف السياسي) والتي يمكن ان تتناولها الوسيلة الإعلامية، في إطارات الاهتمامات الامنية ومن ثم فإن تهديد الأمن الداخلي يصبح هو المشكلة، ويمكن إيعاز السبب في ذلك الى وجود جماعات إرهابية، وقد تتمثل الأحكام الأخلاقية في اعتناق تلك الجماعات لأفكار خاطئة مضادة للمجتمع، وقد يكون اقتراح سبل العلاج عن طريق تكتيف المواجهات الأمنية للعمليات الإرهابية، أو عن طريق تحسين المستوى الاقتصادي والقضاء على البطالة أو الاهتمام بالتوعية ضد الجريمة.^{٣٧} وتتميز نظرية التأطير بأنها نظرية ملائمة للتطبيق في بيئات إعلامية متنوعة، إذ تتناول دور القائم بالاتصال في صياغة الرسائل الإعلامية، كما تساعد على تقديم تحليل علمي لمعالجة رسائل المضمون، وتكمل أركان النظرية بإمكانية دراسة تأثير المعالجة الإعلامية على معارف واتجاهات الجمهور.

عاشراً: أنواع الأطر: قدم العلماء عدة تصنيفات للأطر الإعلامية في تطبيقاتها على أحداث ومواضيع مختلفة تقدم أهمها فيما يلي:

(١) **الإطار المحدد:** إذ يتم التركيز في قضية أو حدث جوانبه واضحة عند الجمهور؛ لأنه حدث مرتبط بوقائع ملموسة عندئذ يركز الإطار على المدخل الشخصي أو تقديم عناصر الحدث وتداعياته، كغطية قضايا الإرهاب والجريمة والتي تم استخدام أطر وقائع ملموسة.

(٢) **الإطار العام:** يرى الأحداث في سياق عام مجرد ويقدم تفسيرات عامة للوقائع وربطها بالمعايير الثقافية والسياسية وقد تكون ثقيلة على تعبئة المتلقي من الناحية المهنية إلا أنها مهمة لفهم المشكلات وتقديم الحلول والإقناع على المدى البعيد، وهي على النقيض من سابقتها، حيث تصنف القضايا العامة وتضعها في سياق عام ومجرد، كالأضرار الاجتماعية أو السياسية التي ترتكبها بعض الجماعات الإرهابية.

(٣) **الإطار الاستراتيجي:** يرى الأحداث في سياقها الاستراتيجي المؤثر في أمن الدولة القومي، يتلائم هذا الإطار مع الأحداث السياسية والعسكرية.

(٤) **إطار النتائج الاقتصادية:** يضع هذا الإطار الوقائع في سياق النتائج الاقتصادية التي نتجت من الأحداث، يشير للتأثير المتوقع أو القائم على الأفراد والدولة والمؤسسات القائمون بالاتصال يستخدمون النتائج المادي لجعل الرسالة الإعلامية أكثر فاعلية على الناس وأكثر إرتباطاً بمصالحهم.

(٥) **إطار الإهتمامات الإنسانية:** يرى الأحداث في سياق تأثيراتها الإنسانية والعاطفية العامة، وتصاغ الرسائل في قوالب

وقصص درامية ذات نزعة عاطفية مؤثرة.

(٦) إطار المسؤولية: يضع القائم بالاتصال الرسالة للإجابة عن السؤال من المسؤول عن الأفراد والمؤسسات والدولة والمعنيون بمعرفة المسؤول عن الحدث وتحديده في شخص أو مؤسسة أو قانون أو سلوك أو حكومة محددة.

وتفيد مراجعة التراث النظري المتاح حول نظرية التأطير الإعلامي بوجود عشرات البحوث والدراسات والكتب الأخرى تصدى أصحابها للبحث في دوافع استخدام أتماط بعينها من الأطر الإعلامية عند معالجة القضايا والأحداث من جهة وبيان تأثيراتها الإيجابية والسلبية المحتملة في تشكيل الوعي الجمعي للجماهير من جهة أخرى فعلى سبيل المثال: أطر التناول الإعلامي لحادثة شارلي ابيدو عن طريق الإعلام الدولي، إذ تم تأطير الحادثة كجريمة إرهابية قام بها مسلمون، إذ وضعت ضمن إطار محدد والمتمثل في إبراز الجريمة وربطها بالإرهاب على وفق ظاهرة الإسلاموفوبيا والتخويف من كل ما هو إسلام، كما تم تجاهل الحديث عن وفاة شرطي عربي مسلم من أصول جزائرية والصحافي العربي المسلم من أصل جزائري في الحادثة نفسها، وقام الإعلام الدولي بإغفال حقيقة منفذي الجريمة وهم مواطنون فرنسيون من إنتاج المجتمع الفرنسي، فتمت عملية التأطير لحادثة شارلي ابيدو عن طريق الإعلام الغربي ضمن إطار الثقافة السائدة بالغرب، والمتمثلة في الثقافة المناهضة للإسلام. إذ تم إهمال عدة جوانب من الحادثة، إذ لم يتم وضعها في سياقها الصحيح والإجابة عن أسبابها وانعكاساتها.^{٣٨}

ومن الجدير بالذكر ان مجرد إستناد وسائل الإعلام لآلية الأطر في معالجتها للقضايا والأحداث المثارة لا يعد مشكلة في حد ذاتها، ولكن تكمن المشكلة والخطورة في طريقة التوظيف، بمعنى أنّها تجدي نفعاً في حال توظيفها بشكل إيجابي لمساعدة الجمهور على فهم الأبعاد الرئيسة لقضية أو مشكلة ما، في حين تشكل خطورة حال توظيفها لتضليل وتعمية الجماهير بتغافلها العمدي لأبعاد يعينها من القضية المطروحة والتركيز في أبعاد أخرى وإنطلاقاً مما سبق ذكره يجب تأكيد الخبر بأنه ليس بريئاً ولا يقدم للجمهور كما هو، وانما يصنع ويفبرك ويبرز على وفق معايير محددة، تندرج ضمن آليات التأطير الإعلامي. ولهذا تعد نظرية "التأطير" مهمة وفعالة في بلورة المشكلات البحثية في ميدان علوم الإعلام والاتصال.^{٣٩}

احد عشر: استخدام المنبهات في التأطير: تتصل عملية التأطير بعمليات ذهنية تساعد المتلقي على ربط الحدث بصورة او رمز او شكل او كلمة يتم اختصار الحدث فيه تسمى ب"المنبهات"، ويذخر الاعلام العالمي بكثير من المنبهات الدلالية التي تثير رؤيتها او قولها صوراً ممتدة لحدث او احداث، وقد ذهب بعض المصادر الى تحديد أصناف المنبهات في التأطير وكالاتي:^{٤٠}

١- التناقض اللفظي: استخدام كلمات ذات معاني متناقضة لتوضيح فكرة سياسية، مثل (الفوضى الخلاقة -

العدالة الظالمة – المستبد العادل).

٢- الطقوس والممارسات: استخدام الفاظ معبرة عن طقوس وممارسات للتعبير عن معاني سياسية او اجتماعية، مثل (الزواج السياسي – الطلاق السياسي).

الإسطورة او الموروثات: تصوير الحدث بصورة تؤدي الى الثبات في الذاكرة، مثل (المارد – الكابوي الامريكي – التنين الأصفر "الصين").

١- نظرية الغرس الثقافي (cultivation theory): في أواخر الستينيات من القرن الماضي شهد

المجتمع الأمريكي فترات من الاضطرابات بسبب مظاهر العنف والجريمة، وذلك في أعقاب اغتيال مارتن لوثر كينج^{٤١} والرئيس الأمريكي جون كينيدي^{٤٢} وتزايد الاهتمام بتورط الدولة في حرب فيتنام، وفي عام ١٩٦٨م تم تشكيل لجنة قومية أمريكية لبحث اسباب العنف والوقاية منه وعلاقة التلفزيون بذلك، إذ قام الباحثون بأبحاث عديدة في هذه المدة إذ ركزت معظمها على تأثير مضمون برامج التلفزيون التي تقدم وقت الذروة وفي عطلة آخر الاسبوع في إدراك الجمهور للواقع الاجتماعي وكان العنف الموضوع الرئيس محل الدراسة.^{٤٣}

تعود بدايات هذه النظرية الى العالم الأمريكي جورج جيرنر^{٤٤} عندما بحث تأثير وسائل الاتصال على البيئة الثقافية في مشروع

اسمها بالمؤشرات الثقافية (Indicators cultural)

الذي ركز فيه على ثلاث قضايا متداخلة هي:^{٤٥}

١. دراسة الرسائل والقيم والصور الذهنية التي تعكسها وسائل الإعلام ، وهذا ينطبق مع القيم التي تعكسها لنا البرامج التلفزيونية وما تتركه من آثار على المشاهد عبر المشاهد واللقطات.

٢. دراسة الهياكل والضغوط والعمليات التي تؤثر على إنتاج الرسائل الإعلامية ، وتتم هذه الفقرة بدراسة العوامل والمتغيرات كلها التي تؤثر على إنتاج البرامج سواء أكانت عوامل إنتاجية أم فنية أم بشرية أم تقنية.

٣. دراسة المشاركة المستقلة للرسائل الجماهيرية على إدراك الجمهور الواقع الاجتماعي ، ويعني دراسة الجمهور بفئاته وطبقاته كلها ومستواه الثقافي والحضري وفهم مستويات الجمهور وعاداتهم وأنماطهم في التعرض وطريقة فهمهم للرسائل الاتصالية.

أما جذور هذه النظرية فيرجعها الباحث (ملفين دي فلير) الى مفهوم (والتر ليبمان) للصورة الذهنية، التي تتكون في أذهان

الجمهور عن طريق وسائل الإعلام المختلفة سواء أكان عن أنفسهم أم عن الآخرين، وأحياناً تكون هذه الصورة الذهنية بعيدة عن الواقع، لذلك بناءً على هذا التصور حاول دي فليز تطوير نظرية الأعراف الثقافية (Cultural Norms) والتي تشبه الى حد كبير نظرية الغرس الثقافي.^{٤٦}

مفهوم نظرية الغرس الثقافي

تعرف نظرية الغرس الثقافي بأنها تصور تطبيقي للأفكار الخاصة بعمليات بناء المعنى وتشكيل الحقائق العلمية والتعلم عن طريق الملاحظة والأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في هذه المجالات إذ تؤكد الفكرة العامة التي تجتمع حولها النظريات السابقة وهي قدرة وسائل الإعلام في التأثير على معرفة الأفراد وإدراكهم للعوامل المحيطة بهم لاسيما ما يتعلق بالأفراد الذين يتعرضون لهذه الوسائل بكثافة كبيرة.^{٤٧}

وتربط هذه النظرية بين كثافة التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري ولاسيما التلفزيون وبين ما يتم اكتسابه من معاني وأفكار وصور رمزية حول العالم المحيط بهم ، وان قوة التلفزيون تأتي عن طريق ما يقدمه من صور رمزية تعمل على تكون صورة نمطية (Stereotype) ثابتة عن الاحداث والواقع المحيط ، أي أن التلفزيون يعد قوة مسيطرة تشكل المجتمع الحديث ، ومن ضمن ما تم تأكيده هو أن وسائل الإعلام لها تأثير طويل المدى، وإن تلك الوسائل تؤثر في الجمهور بشكل تدريجي وغير مباشر بل هو تأثير تراكمي.^{٤٨}

أسس النظرية

تعتمد هذه النظرية بالأساس على الأفكار والمعلومات والقيم المتضمنة في الرسائل التي تعكسها القنوات التلفزيونية سواء أكانت برامج أم مسلسلات درامية أم أغاني مصورة أم إعلانات وفي هذا البحث يركز الباحث على التأثير الذي تتركه البرامج التلفزيونية الحوارية في الجمهور عبر المشاهدة المستمرة لهذه البرامج فقد أصبحت القنوات التلفزيونية تبث على مدى أربع وعشرين ساعة وتعمل على غرس قيم مختلفة اجتماعية وأخلاقية تؤثر بشكل أو بآخر على المتابعين لها وتعمل على رسم الواقع عن طريق الحوار بين الشخصيات وتنوع المشاهد واللقطات التي تركز على التأثير في نفوس المشاهد، ويعرف التأثير بأنه "مجموعة المتغيرات التي تحدث نتيجة للتعرض للبرامج والمسلسلات وتعتبر أساس نجاح المرسل أو القائم بالاتصال في تحقيق أهدافه بحيث تظهر هذه التغيرات على المشاهد من خلال تصرفاته مع المجتمع الذي يعيش فيه، وهذا بحد ذاته هو نجاح لعملية الاتصال في تحقيق أهدافها للتأثير على أفكار

وقيم المشاهد".^{٤٩}

وتركز نظرية الغرس الثقافي على تأثير التلفزيون بشكل خاص باعتباره احد أهم وسائل الاتصال للتواصل مع الجمهور والتأثير فيهم وتوجيه أفكارهم وسلوكهم نحو اتجاه معين عن طريق الجذب واستهوائهم وإقناعهم بطرق وأشكال متنوعة وقد أصبح التلفزيون اليوم مصدراً مهماً لنقل المعلومات والقيم وبدأ ينافس الأسرة في الإرشاد والتوجيه ومن ثمّ دفعهم الى قيم جديدة أو تعزيز قيم أساسية.^{٥٠}

وقد برهنت الدراسات والأبحاث على أن ديناميكية التأثير تستوجب عناصر عدة تستطيع قسم من وسائل الإعلام إن تسيطر عليها والبعض الآخر لا يخضع لسيطرتها وأظهرت الأبحاث إن اتجاهات أو اعتقادات الفرد المسبقة والجماعة التي ينتمي إليها لها تأثير على تعرض الفرد للقنوات الإعلامية واختياراته لما يسمع أو يشاهد وهكذا تحدث العملية الاتصالية عن طريق المكونات الرئيسة لعملية الاتصال الإقناعية وتمثل هذه المكونات بالمصدر والرسالة والوسيلة أو القناة والجمهور المستهدف.^{٥١}

ويكمن اهتمام نظرية الغرس الثقافي بدراسة التلفزيون كوسيلة جماهيرية مهمة لها دور كبير في غرس القيم والاتجاهات والأفكار وسهولة امتلاكه والتعرض له بشكل يومي إذ تصبح المشاهدة جزءاً من سلوك يومي ، وتكمن عملية الغرس فيما يعرض عبر البرامج التلفزيونية باختلاف أنواعها وتنوع مضامينها إذ يعمل كل برنامج على التركيز على قيم معينة لأحداث علمية والتأثير على مدى حلقات البرنامج، وهناك عوامل محددة للاتصال التلفزيوني مثل (الجنس، العمر، درجة الثقافة، العادات والتقاليد، الانتماء الاجتماعي، مستوى الدخل) فضلاً عن عوامل أخرى تتعلق بالقائم بالاتصال أو ناقله وكذلك نوع المضمون المقدم عبر الوسيلة الإعلامية وطريقة التقديم إذ ترتبط هذه العوامل جميعها ببعضها البعض ولمعرفة تأثير كل عامل من عوامل الاتصال التلفزيوني يجب تحليل وتفسير كل متغير أو عنصر في العملية الاتصالية على وفق نظريات علمية وتطبيقية.^{٥٢}

مفهوم الغرس الثقافي

تعرف عملية الغرس الثقافي بأنها العملية التي تهتم بتزويد المعرفة أو السلوك عن طريق الوسيط الثقافي الذي يعيش فيه الانسان، فكأن البيئة الثقافية بأدواتها هي التي تقوم بعملية التزويد والتشكيل وبناء المفاهيم أو الرموز الثقافية في المجتمع، ومن أبرز هذه الأدوات وسائل الإعلام التي احتلت مكاناً بارزاً في عالمنا الثقافي المعاصر بأدواتها وتأثيراتها، وعملية الغرس هي تدفق موجة من التأثيرات من التلفزيون الى جمهور المتلقين، ولكنها جزء من عملية مستمرة، ديناميكية التفاعل بين الرسائل والسياقات، ترتبط بطرق عديدة بالجماعات المختلفة والمواقف الحياتية وصور العالم.^{٥٣}

ويشير مصطلح الغرس الثقافي الى التعلم العرضي نتيجة التعرض المستمر والمتراكم للتلفزيون، إذ يتطلع الفرد على حقائق الواقع

الاجتماعي فيقوم الغرس بعملية زرع جذور التعليم للإفراد عن طريق التعرض للوسائل الإعلامية بشكل عام والتلفزيون بشكل خاص إذ يعمل جهاز التلفزيون على غرس القيم والأفكار عن طريق الصورة التي تترك بصماتها الواضحة على المتلقي وتعمل الصورة التلفزيونية على تنمية مخيلة المشاهد وإثارة الدوافع والحوافز لديه، ويمكن تعريف عملية الغرس " على أنها تنمية مكونات معرفية ونفسية تقوم بها مصادر المعلومات لدى من يتعرض لها وقد أصبح مصطلح الغرس علما _ نظريا يحاول تفسير الآثار الاجتماعية والمعرفية لوسائل الإعلام وخاصة التلفزيون"^٤، ويتفق الباحث مع هذا التعريف بدليل قيام السيناريست أو معد البرامج التلفزيونية بتعزيز قيم محو قيم ، ويرمي من كتابته الى استعراض أهم الأفكار والمعلومات والقيم التي يروم ترسيخها في نفوس المشاهدين والتأثير بهم ومن ثمّ قد يدفعهم الأمر الى تبني تلك الأفكار والقيم ويتعاملون معها وكأنها جزء من حياتهم وهنا تحقق الرسالة هدفها في غرس الرموز والصور والمعاني التي تعكسها شاشة التلفاز التي تمتاز بقوة جذب تبهر عيون المتلقي.

فروض نظرية الغرس الثقافي

تقوم نظرية الغرس الثقافي على فروض عدة أبرزها وهو الذي يشير الى الأفراد الذين يتعرضون للتلفزيون بكثافة عالية (Heavy Views) فيكونون أكثر تأثيراً وإدراكاً لتبني القيم والمعتقدات عن الواقع الاجتماعي ، وتؤدي المشاهدة الكثيفة الى تتطابق الواقع الذي يعيشه الفرد مع الصور والرموز والقيم التي يعكسها لنا التلفاز أكثر من ذوي المشاهدة المنخفضة (Light Views).^٥ وتقوم نظرية الغرس الثقافي على مجموعة من الفروض الفرعية وهي:^٦

١. يتعرض الأشخاص كثيفو المشاهدة للتلفزيون بدرجات أعلى من قليلي المشاهدة ويرجع السبب في ذلك الى أن قليلي المشاهدة يعتمدون على وسائل أخرى في التعرض ليس فقط التلفزيون ، إذ يقوم هذا الفرض على درجات التعرض وطول المدة الزمنية التي يفضلها الجمهور في التعرض للبرامج التلفزيونية.
٢. يختلف التلفزيون عن بقية وسائل الاتصال الأخرى وان عملية الغرس التي يحدثها هو نتيجة التعرض المستمر والاستخدام غير الاعتباطي من الجمهور، ويتفق الباحث مع هذه الفقرة على اختلاف التلفاز عن بقية الوسائل لأنه يجمع بين وسائل عدة فهو يجمع بين الصورة والصوت واللون والحركة مما يسهل حدوث عملية الغرس الثقافي عن طريق المشاهدة المتراكمة والمقصودة من الجمهور.

٣. تقدم الصور التلفزيونية عالماً يشبه الصور الرمزية التي يعيشها المجتمع في الواقع إذ تنطبق الصورة التلفزيونية بشكل موحد أو متشابه مع الواقع الاجتماعي الذي يعيش فيه الأفراد، وهذا نلمسه من التقنية الحديثة لشاشات التلفاز ودرجة

النقاوة والوضوح (hd)، فهي تجعل المشاهد يرى الأحداث على انه يعيش الحدث نتيجة دقة الصورة وظهور شاشات البلازما المتطورة ومن ثمّ يندمج المشاهد مع ما يراه على الشاشة ويدرك انه العالم الحقيقي الذي يعيشه.

٤ . يؤثر من حدوث عملية الغرس عند اعتقاد بعض المشاهدين بان الأعمال الدرامية حقيقية

وتتم عن طرق عرض حقائق بدلا من الخيال والنماذج المفسرة لحدوث عملية الغرس، ويؤيد الباحث هذه الفقرة إذ يميل بعض الأفراد الى تصديق ما يرونه على الشاشة على انه حقيقة كاملة حتى وان كان جزءاً من المعروض في البرامج حقيقة.

ويكمن التأثير بنتائج البحوث والدراسات التي أجريت على اختبار فروض نظرية الغرس الثقافي في أن بإمكان وسائل الإعلام مثل التلفزيون أن تغرس أنماط وعادات ثقافية معينة نتيجة العرض المتراكم (التعرض التراكمي) يعني أن الجمهور لا يتأثر بالوسيلة الإعلامية على المدى القصير وإنما يحدث التأثير على المدى المتوسط أو البعيد نتيجة التعرض المتكرر والمستمر للوسيلة الإعلامية، وتهتم نظرية الغرس الثقافي بالتلفزيون أكثر من غيره من الوسائل إذ إن بدايات النظرية انطلقت من دراسات عديدة منها دراسة نشرت في خمسة مجلدات بعنوان (التلفزيون والسلوك الاجتماعي) ونتائج تلك الدراسة هي التي صاغت معالم نظرية الغرس الثقافي والتي كانت تركز على العلاقة بين الصور والمعلومات التي يعرضها التلفزيون وإدراك الجمهور الواقع الاجتماعي.^{٥٧}

الانتقادات التي وجهت للنظرية

تعرضت نظرية الغرس الثقافي لعدد من الانتقادات العلمية أهمها:

١ . تداخل فرضيات النظرية مع غيرها من النظريات الاخرى، كما تبدو لأول وهلة أنها ذات صلة بعلم الاجتماع، الا إنها تتعامل مع الآراء والمواقف والقيم التي يتبناها الجمهور على أثر تعرضه لوسائل الإعلام، وهذه النظرية متداخلة أيضاً مع فرضيات نظرية ترتيب الأولويات، لان القائم بالاتصال في هذه النظرية يرتب أولويات الجمهور بغية التأثير فيهم، وإحداث تغيير في آرائهم ومواقفهم، فضلاً عن غموضها في تفسير متغير الوسيلة والجمهور.^{٥٨}

٢ . نظرية الغرس تنظر الى التأثير التلفزيوني بشكل عام عن طريق عدد ساعات المشاهدة الكلية أو كثافة المشاهدة من دون الاهتمام بنوعية البرامج التي يتعرض لها المشاهد، إذ إن التعرض لنوعية معينة من البرامج يكون أكثر تأثيراً في حدوث عملية الغرس، وليس المشاهدة الكلية.^{٥٩}

٣ . إن هذه النظرية أهملت متغير الدوافع ، إذ أن جيرنر لم يبذل جهداً للتفرقة بين الذين يشاهدون

التلفزيون بطريقة روتينية والذين يشاهدون التلفزيون بطريقة أنتقائية نشطة، وهنا يصبح الغرس متغيراً تابعاً لمتغير الدوافع وليس التعرض للتلفزيون.^{٦٠}

٤. إن نظرية الغرس لم تهتم بالخبرة الشخصية ودورها في عملية الغرس، فمن المعروف إن تأثير وسائل الاتصال يتزايد في القضايا التي تقل فيها خبراتنا الشخصية، ولكن ذلك لا يعني أنها حالة عامة فبعض الأفراد يتصورون أن خبراتهم الشخصية متطابقة، وأن ما يعرضه التلفزيون يعد واقعياً.^{٦١}

٥. إن العلاقة بين مشاهد التلفزيون والمعتقدات الخاصة بالواقع الاجتماعي أكثر تعقيداً مما طرحته النظرية، مما يجعلها قاصرة عن التعبير عن هذه العلاقة.^{٦٢}

٦. تجاهل المتلقي في تفسير ما يشاهده بشكل مختلف عما يحتويه النص، فهناك فرق بين الواقع كما يعبر عن المضمون التلفزيوني والواقع كما يستدعيه المشاهد، فالرسالة التلفزيونية في رأي بعض الباحثين تعني أشياء متنوعة، وبذلك تفترض نظرية الغرس سلبية المشاهدة.^{٦٣}

المعالجة الإعلامية في القنوات الفضائية

تسهم وسائل الاعلام بشكل عام والقنوات الفضائية بشكل خاص في تشكيل ملامح المجتمعات وتوجيه فكرها نحو قضايا وظواهر بعينها، كما تؤثر على الفرد لصالح أجهه او ايدولوجية سياسية معينة، فضلا عن عملها بترتيب أولوياته واهتماماته حول تلك الاحداث والوقائع من منظور الرؤية الشمولية ونقلها الى الجمهور، منطلقة بذلك من وظائف الاعلام التثقيفية والتوعوية، وبرزها تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات العامة والحفاظ عليها، عبر مضامين اتصالية تستجيب لحركة التطور الثقافي والاجتماعي والسياسي، ضمن منظومة ثلاثية تشمل (الاعلام والسلطة والمجتمع). اذ اضحى الاعلام قوة ضاربة بامتلاكه قدرة البناء وترسيخ القيم وبالمقابل على الهدم وابدال القيم، وحتى يقوم الاعلام بدوره بإيجابيه، فلا بد من مواكبة قضايا المجتمع في المجالات كافة، ليعد مؤشراً حقيقياً من مؤشرات الديمقراطية والحريات التي يتمتع بها بلدان دون اخرى، عبر فنونها وموادها الاعلامية النقدية التي تسلط الضوء على مكامن الخلل ضمن معالجاتها الاعلامية.

وتعد القنوات الفضائية من أهم المصادر التي يلجأ اليها الجمهور للحصول على المعلومات والايخبار التي تتعلق بأرتفاع اسعار الدولار، عن طريق الدور الذي تقوم به في المعالجة الاعلامية، والتي تتمثل بالجانب الايجابي عن طريق طرح المعلومات والايخبار عبر تغطية موضوعية متوازنة، أو تكون دوراً سلبياً عن طريق تشويه الحقائق والمعلومات بعيداً عن الموضوعية والمصدقية.

المفهوم، الأشكال، الفنون

وستتناول في هذا المبحث المفهوم والأشكال والفنون وكالاتي:

أولاً: مفهوم المعالجة الإعلامية: يسهم مفهوم المعالجة الإعلامية في معرفة دور الاعلام في بناء وتشكيل اتجاهات الرأي العام إزاء القضايا والموضوعات المختلفة التي تقدمها والأسباب الكامنة وراءها، فضلاً عن تشخيص القوى الفاعلة في الحدث، وتقديم حلول للقضية ومحاولة علاجها.^{٦٤}

المعالجة الإعلامية لغة واصطلاحاً

المفهوم اللغوي للمعالجة: عالج الأمر أصلحه " عالج المشكلة "، كما تأتي المعالجة بمعنى: الممارسة اذ نقول عالجنا: أي مارسنا العمل الذي نديتكمما اليه، وعملا به، وزاولاه، وكل شيء زاولته ومارسته فقد عالجته.^{٦٥}

وفي اللغة الانكليزية يستخدم أكثر من لفظ للدلالة على لفظ المعالجة ومنها لفظة "handle" التي تشير الى طريقة تناول الموضوعات والتعامل معها، وكذلك تستخدم كلمة "Treatment" التي تدل على المعالجة بمفهومها السهل، وتشير كلمة Manipulate الى المعالجة والتي يراد منها التلاعب والتحريف في المعلومات.^{٦٦}

تأتي بمكان آخر بمعنى (يعالج ، معالجة وعالجا ، فهو معالج ، عالج المريض داواه ، عالج العطل ، عالج المشكلة بحث عن أخطائها وصححها).^{٦٧}

أما من الناحية الاصطلاحية فيقصد بالمعالجة: تناول وعرض المراسل والندوب للقضايا المختلفة في وسائل الإعلام المرئية والمقروءة من حيث الشكل، ويشمل عناصر الإبراز المستخدمة داخل الوسيلة من حيث الصور، والرسوم، والجرافيك، والخرائط، والمؤثرات المرئية، وغيرها وكذلك من حيث المضمون ويشمل) اتجاه الخبر ، إيجابي ، سلبي ، محايد) ويحدد على وفق سياسة الوسيلة ونمط ملكيتها.^{٦٨}

وعلى وفق ذلك فإن المعالجة الصحفية تركز على كيفية التعامل مع المعلومات والبيانات، فهي تتسع لتشمل الى جانب الأخبار والتقارير، جميع الفنون الصحفية ومنها المقال والتحقيق وغيرها من الفنون، وتتم بطريقة تقديم الأفكار والقضايا بما ينبغي التركيز عليه وإبرازه وإيهما يفضل اهماله وتكون على عدة أنواع منها ما يتعلق بالمعالجة حسب المضمون سواء كان سياسياً أم اجتماعياً أم اقتصادياً، ومنها ما يتعلق حسب نمط المؤسسة، فبعض المؤسسات يغلب عليها الطابع الخبري الذي يعتمد فقط على معايير التغطية

بينما في مؤسسات اخرى يتدخل رأي المحرر في تلك المعالجة، فضلا عن المعالجة في الاخراج الفني، والتي تتم باستخدام المؤثرات الصوتية والصوتية وكذلك في العناوين والصور والألوان وغيرها لإبراز مضمون محدد أو التقليل من أهمية مضمون آخر.^{٦٩}

كما تعرف المعالجة بوصفها مصطلحاً اعلامياً: هي عملية كشف اتجاهات المؤسسة الاعلامية واستراتيجيتها للمادة الاخبارية بعد اعادة تحريرها وصياغتها على وفق معايير تلك المؤسسات، فهي تتعلق بعمليات الحذف والاضافة أو اعادة صياغة المواد الاتصالية عامة في اطار استعداد المؤسسة للتلوين والتحيز في التغطية.^{٧٠}

ويقصد بالمعالجة الاعلامية ايضاً: الطريقة التي تتناول بها القنوات الفضائية الموضوع أو الفكرة أو الحدث أو القضية ما على وفق سياسة تحريرية معينة تحدد بناءً على سياسة القناة الفضائية.^{٧١}

وتعددت مفاهيم المعالجة على الرغم من قلتها ويعود سبب هذا التعدد في المفاهيم الى استيعاب مصطلح "معالجة" للمعاني والأفكار التي تعبر عن طبيعة المادة أو الشكل المعالج، فضلاً عن أن هذه المفاهيم لا تزال تمثل اجتهادات الباحثين والمختصين الاعلاميين لإيجاد تفسير مناسب للمعالجة الاعلامية كأسلوب تحريراً جديداً يعتمد على التحليل والتفسير والنقد ونشر المواقف والقيم والأفكار.^{٧٢}

انواع المعالجة الاعلامية

هنالك العديد من أنواع المعالجة الاعلامية ، إذ تقسم الى:

١- من حيث العمق المعلوماتي وتقسم الى قسمين:^{٧٣}

- أ- معالجة سطحية: تقوم في الأساس على استخدام الإخبار البسيطة والتي تجيب على التساؤلات الرئيسة بصورة موضوعية وبدون إصدار أحكام أو تعليق ، كما تتسم المعالجات السطحية بتقديم معالجة مبتورة تنتهي بانتهاء الحدث.
- ب- معالجة معمقة: تقدم العديد من المعلومات والخلفيات والتصريحات والتنبؤات حول قضية أو حدث ما ، وذلك من خلال التقارير ومواد الرأي وتتسم بمقارنته بإحداث أخرى مماثلة ، كما تفسح المجال إمام ما يساعده على استجلاء الحقائق وتوضيحها سواء من مواد إيضاحية مفسرة أو من تحليلات وأراء للخبراء.

٢- من حيث الأهداف: ٧٤

أ- **معالجة دعائية:** وتعني تقديم المعلومات عن الحدث بقصد التأثير والتحكم في اتجاهات ومواقف الجمهور بطريقة فيها نوع من تزييف الحقائق أو حجبها للوصول إلى الهدف الدعائي المقصود وذلك بإخفاء الحقيقة أو تشويهها واستغلال المواقف.

ب- **معالجة نقدية:** يقصد بها إبراز الموضوعات والمواقف والاتجاهات السلبية في الحدث من وجهة نظر الوسيلة بهدف تقويمها ومراجعتها أو تصحيحها إمام الجمهور ، ويتطلب هذا النوع من المعالجات بالنظرة الواقعية للحدث من جميع جوانبه واتخاذ حلول مناسبة لتلافي تكراره مستقبلا واطلاع الجمهور على خلفياته , واحترام جميع وجهات النظر المؤيدة والمخالفة ، ويمكن ان تسهم المعالجة النقدية إثناء الأحداث الدولية في زيادة التباين بين الموقف السياسي الرسمي للدولة والموقف الأساس من الحدث

وبحسب الإطار الفكري والمهني الذي يحكم العمل الاعلامي هناك ثلاثة أنواع للمعالجة وهي: ٧٥

٣- من حيث الاتجاه:

أ- **معالجة عدائية (هجومية):** تقدم المعلومات المفسرة بشكل خاطئ أو مضلل عن حدث ما أو قضية بقصد الإساءة والتشكيك لتحقيق أهداف محددة ، ويبرز هذا النوع من المعالجات إثناء الأحداث الكبرى.

ت- **معالجة متحيزة (الملونة):** هي المعالجة التي تنصب على ابراز جوانب معينة من القضايا تتوافق مع الأهداف والسياسة الاعلامية للصحيفة دون الاخذ بمبدأ الموضوعية والتوافق والدقة في عرض وجهات النظر، ويعرفها (ماكويل) بأنها الميل الى تفضيل أحد جانبي الصراع، أهمها التحيز في اصدار الأحكام وفي استخدام الصفات والتحيز في الأسناد وفي الاشارة الى أن المعالجة المتحيزة في أثناء وقوع الأحداث هي أمر مقصود غالباً، يتم بشكل غير مباشر أو باستغلال معلومات سلبية عن الحدث و ابرازها لتحقيق مصالح معينة. ٧٦

ث- **معالجة محايدة (موضوعية):** وتعني التوازن في عرض الافكار ووجهات النظر المختلفة تجاه الحدث أو القضية، وتعني التجرد والبعد عن الميل في انتقاء وعرض المواد الاعلامية وإعطاء صورة متكاملة ومتوازنة عن الحقيقة بلا تزييف المعلومات أو حجبها أو حذفها، وتتسم المعالجة المحايدة التي يمكن تحقيقها بشكل نسبي باعتمادها على مصادر موثوقة مع التوازن في الطرح وتقديم الآراء والتفسيرات الواقعية عن الحدث. ٧٧

ويستخدم الاعلاميون أربع معالجات اساسية:^{٧٨}

- ١- **معالجة المعلومات:** هذا النوع من المعالجة يؤكد حقائق الواقع المنقولة على لسان المصادر والوثائق، وعند استعمال هذا الأسلوب، فإن نقلا نزيها يوصل المعلومات الى الجمهور.
 - ٢- **معالجة الأثارة:** هي المعالجة التي تستخدم المادة الاعلامية بشكل يؤكد التحذير والتهديد والغضب والخوف والتحريض، لإثارة دوافع المتلقي وتوليد ردود الأفعال العاطفية ويحتوي على عناصر درامية ملازمة.
 - ٣- **المعالجة الانسانية:** هي المعالجة التي تنطوي على رمزية كبيرة، وغالباً ما تركز على الأفراد بصفتهم ابطلاً أو اشراراً أو ضحايا أو مجرمين.^{٧٩}
 - ٤- **المعالجة التفسيرية:** تركز في الإجابة عن التساؤلات مثل كيف؟ ولماذا؟ ويتم عبر هذه المعالجة تحديد فئات التحليل التي هي صلب تحليل المضمون وأهم خطواته، وهنا تبرز قدرة الباحث العلمية بتحديد فئاته تحديداً دقيقاً وجيداً، ليصل الى نتائج علمية سليمة، وليس هناك فئات نمطية ثابتة بل تختلف من موضوع لآخر.
- وبرزت تصنيفات آخري للمعالجة الاعلامية على النحو الآتي:^{٨٠}

- ١- **المعالجة التوثيقية المباشرة:** المعالجة التي تتفاعل مع الحدث بشكل عفوي فتهتم بجمع التفاصيل والمعلومات الخاصة بالحدث وتدعمه باستعراض الآراء ووجهات النظر المختلفة.
- ٢- **المعالجة التمهيدية:** المعالجة التي تسعى للحصول على المعلومات والتفاصيل المتعلقة بحدث متوقع.
- ٣- **معالجة الدعم والتأييد:** يدعم هذا النوع نظرية المسؤولية الاجتماعية، عن طريق تقديم افكار وتصورات الصحفيين في مواجهة ازمات أو مشكلات ذات طابع اجتماعي، او مواجهة عدو خارجي، بشكل يعطي دوراً ايجابياً وفعالاً لوسائل الاعلام.
- ٤- **معالجة التأثير والتوعية:** تسهم بتكوين معرفة ووعي وادراك عبر ما تقدمه من مواد اعلامية متنوعة واستخدامها لأنواع إخبارية مختلفة تخاطب ذهن متلقيها وعواطفهم وانفعالاتهم.^{٨١}
- ٥- **المعالجة الالكترونية:** هي المعالجة التي توظف خدمات المواقع الالكترونية عبر شبكة الانترنت في معالجة الاحداث بشكل معمق وشامل عبر ربط الاحداث بالمعلومات المتاحة على هذه المواقع والمدعمة بالوسائط المتعددة.
- ٦- **المعالجة المصورة:** تعتمد على الصور المرافقة في استعراضها للقصص الإخبارية لأثبات عنصري المصدقية

والموضوعية في تعاملها مع الاحداث مما يولد لدى المتلقي ردود افعال متعاطفة مع الأطراف المتضررة.

صفات المعالجة الاعلامية

١. **الصحة:** تشترط المعالجة الاعلامية التأكد من صحة الخبر من أجل الحصول

على سبق الصحفي للمؤسسة.^{٨٢} في حين أن الاعلاميين والمؤسسات الاعلامية تتعامل مع الصحة في المعالجة على أساس كيفية تقديم الخبر بشكل يتناسب مع سياستها، وهي بذلك تشترك في اشتراط الصحة ولكن في اطار المعالجة تتغافل المؤسسات الاعلامية عن الاشارة لكثير من الوقائع الصحيحة التي لها علاقة بالحدث، لأنها لا تتماشى مع سياسة المؤسسة.

٢. **سياسة الوسيلة الإعلامية:** بالرغم من أن الخبر مستوف لجميع عناصر الخبر أو لأجزاء كبيرة منه؛ إلا أنه لا ينشر أو يذاع في كل وسيلة إعلامية بسبب تعارضه مع سياسة المؤسسة، وبهذا تكون شروط المعالجة هو موائمة الحدث لموقف الناشر؛ سواء أكان حزباً أو حكومة، أو شركة، أو منظمة شعبية، وهنا المعالجة تشترط تطابق رواية الحدث مع سياسة المؤسسات الإعلامية، ومن شأن الاهتمام بانتقاء أحداث دون سواها مساعدة الاعلامي على امتلاك الرؤية الصحيحة والضرورية لعمله الاعلامي.^{٨٣}

٣. **الدقة:** أي أن الخبر ينقل الحقيقة الكاملة للحدث أو الواقعة، طالما كانت تلائم سياسة الوسيلة الإعلامية، وأن الحذف الحاصل ينبغي أن لا يخل بسياقها أو يعطيها معنى أو تأثيراً مخالفاً للحقيقة،^{٨٤} وفي ظل المعالجة الدقة النسبية تمنح الحدث عكس ما كان يعطيه لو كان قد نشر كاملاً ودقيقاً ومستحضرًا لكل شروط التغطية الصحفية.^{٨٥}

٤. **التأطير:** أهم ما يميز المعالجة الاعلامية أن المحرر التلفزيوني يعمل بتأثير من أطر السياسة الإعلامية للمؤسسة.

اساليب المعالجة الصحفية

يفرض الواقع الاعلامي على العاملين في المؤسسات الاعلامية اسلوباً معيناً له سماته التي تفرض إتباعه في عملية التحرير الاعلامي وله محددات تتعلق بطبيعة القنوات الفضائية كوسيلة اتصال من حيث جانبها التقني الذي يقتضي السرعة التي تتطلب الايجاز والاختصار والتركيز.^{٨٦}

وعليه هنالك مجموعة من الأساليب المعتمدة في المعالجة للحدث بشكل يتناسب مع سياسة الوسيلة الإعلامية وهي:^{٨٧}

٢- أسلوب المعالجة المركبة: يقوم الأسلوب بوصف الحادثة بشكل موسع، يتعارض فيه مع سياسة الوسيلة يتعارض فيه مع سياسة الوسيلة وانتقاء الوقائع التي لا تعطي الحدث بعداً يتعارض فيه مع سياسة الوسيلة الاعلامية، والربط المركب بين الوقائع وصولاً الى معالجة اخبارية انتقائية ذات إطار واحد يضم أكثر من واقعة وتؤدي إلى معالجة موسعة للحدث.

٣- المعالجة القائمة على تقديم الإحصاءات: وهي التي تقوم على تقديم

الإحصائيات والأرقام الخاصة بالوقائع، إذ يتم اختيار كل الأرقام

بشكل يقدم الحدث بصورة تتوافق مع سياسة الوسيلة الإعلامية.

٤- المعالجة القائمة على تقديم الحقائق: أسلوب يعتمد على الشواهد والبراهين والأدلة والبيانات في نقل المعلومات عن حادثة

معينة سواء من مصدر مسؤول أو من شخصية يدور حولها الجدل، بحيث يشكل مادة إعلامية لها أهميتها.

٥- أسلوب المعالجة النقدية: وهو أسلوب عرض المادة الإعلامية على شكل انتقادات موجهة لسياسة أو حزب أو فكر معين

لا يتماشى مع سياسة الوسيلة الإعلامية، بهدف تقويمي^{٨٨}.

٦- أسلوب عرض الآراء والمقترحات: وهو يقوم على عرض المادة الإعلامية بشكل بيانات ومعلومات وحقائق بهدف خلق

توجهات معينة لدى الجمهور عن طريق إمدادهم بالآراء التي تدور حول الموضوع المثار للمعالجة والنقاش.

٧- أسلوب التحليل والتفسير: ويقوم على عرض الموضوع على المتلقي، وإثارة القضية للتفسير الإعلامي بهدف تقديم تحليل

يتماشى مع سياسة الوسيلة الإعلامية، أو يحقق الأهداف التي تتوخاها الوسيلة الاعلامية.

٨- أسلوب طرح الحلول: يعتمد على تقديم الحلول التي تتوافق مع سياسة المؤسسة في سياق عرض المادة الإعلامية المثارة

للتقاش.

٩- أسلوب إثارة النقاش: تنطلق عملية انتقاء قضية للنقاش دون غيرها من سياسة الوسيلة الإعلامية، ومن اهتمامها المتميز

بالقضية، لذلك فإن التجاهل والاهتمام في المعالجة ينطلق من تفضيلات المؤسسة.

١٠- أسلوب البحث والاستقصاء: تنطلق المؤسسات الإعلامية في اختيار معالجة قضية بشكل استقصائي من اهتمام

وتفضيل يتماشى مع سياسة الوسيلة الإعلامية، فعلى سبيل المثال أن الواقع العراقي يتضمن العديد من الازمات الاقتصادية التي

يتعرض لها المواطن العراقي، لكن تركيز مؤسسة إعلامية على قضية ارتفاع اسعار الدولار مقابل الدينار العراقي دون غيرها، يعد

معالجة خاضعة لسياسة الوسيلة الإعلامية.

- ١١- أسلوب التأثير والتوعية: وهي المعالجة التي تستخدم كل فنون الاتصال في نقل المعرفة وبناء الوعي وتحقيق التأثير عن طريق ما تقدمه من مواد متنوعة واستخدامها لأنواع صحفية مختلفة تخاطب ذهن متلقيها وعواطفه وانفعالاته.
- ١٢- أسلوب تأكيد الحقائق من مصادر متعددة موثوق فيها: وهي معالجة تبدو محايدة إلا أن البحث والإغراق في تأكيد حقائق حول الموضوع يحمل شبهات التحيز في الوسيلة.
- وصنفت المعالجة بحسب الاسلوب تصنيفات اخر حسب وجهة نظر الباحثين على النحو الآتي:^{٨٩}
 - ١- اسلوب المعالجة العميقة: يقوم هذا الاسلوب بوصف الحادثة بشكل أكثر تفصيلاً.
 - ٢- اسلوب المعالجة التحليلية: تقوم على التحليل العلمي للأحداث التي ترتبط خلفياتها بموضوعات مختلفة.
 - ٣- اسلوب الاستمالات المنطقية: الاستمالة التي تخاطب ذهن المتلقي.
 - ٤- اسلوب المعالجة المتوازنة: أي اعتماد مبدأ التوازن في عرض الآراء ووجهات النظر.
 - ٥- اسلوب الأقناع والتأثير على الجمهور. يعدد الأقناع شرط اساسي لنجاح الرسالة الاعلامية التي تهدف الى التأثير على الجمهور المستهدف.

شروط المعالجة الاعلامية^{٩٠}

هنالك العديد من الشروط التي تتطلب من المعالجة الإعلامية الالتزام بما:

- ١- المجتمع وقيمه وتقاليده وكيه الحفاظ عليه ويرتبط ذلك بوظيفة التنشئة الاجتماعية، وتعكسها وسائل الإعلام بمحاولتها الحفاظ على القيم الثقافية والاجتماعية.
 - ٢- الخصائص والسمات الذاتية للقائم بالاتصال والمحتوى الذي يقوم بإعداده حيث تؤدي الخصائص والسمات دوراً في الممارسات الإعلامية للقائم بالاتصال ، مثل الانتماءات الفكرية والعقائدية والتعليم.
 - ٣-الالتزام بالمعايير المهنية للقائم بالاتصال ومنها سياسة المؤسسة الإعلامية ومصادر الإخبار ومعايير الجمهور.
- كما ان للمعالجة شروطاً تصب في المحتوى الاعلامي ولا بد من توافرها ومنها:^{٩١}

- ١- فهم السياق الاجتماعي والاقتصادي والسياسي والثقافي الذي يجري فيه الحدث أو تنتج فيه المعلومة.

- ٢- القوة الذاتية الموضوعية للحدث موضوع المعالجة، بمعنى أهمية الحدث وضخامته، والآثار والنتائج المترتبة عليه، واتساع الشرائح الاجتماعية المعنية به.
- ٣- موقف الوسيلة الاعلامية المسبق من الحدث، ذلك أن كل مؤسسة اعلامية تتأثر في تناول ومعالجة الحدث بمنطلقات وأسس واستراتيجيات مشروعها، الذي حددهته القوى التي تصدر وتمتلك وتوجه هذه الوسيلة وهذا حق الوسيلة الاعلامية، وهو حق مشروع.
- ٤- شخصية ونوعية الوسيلة الاعلامية والفلسفة الصحفية التي تؤمن بها.
- ٥- يتمثل الابداع في المعالجة بالمقدرة الفكرية والأيدولوجية والمهنية والحرفية للفريق الاعلامي.
- ٦- الدقة: التأكد من صدق المعلومات والأخبار التي تغطيها وسائل الاعلام.
- ٧- الاهتمام بالبناء اللغوي للمضامين: لان اللغة أداة لتوصيل المعنى والتأثير في المتلقين.
- ٨- الالتزام بمعايير المسؤولية الاجتماعية: والابتعاد عن القذف والتشهير واعتماد الحوار البناء.
- ٩- تدعيم المصادقية: وأتاحه ردود فعل الجمهور حيال الرسائل التي يتلقونها.
- ١٠- تشخيص وظائف وسائل الاعلام: وطبيعة الدور الذي تقوم به في خدمة المجتمع.
- ١١- تدعيم حرية الصحافة: من خلال الحرص على العدالة وتحسين اداء وسائل الاعلام وحمائيتها من الرقابة الحكومية.^{٩٢}

مراحل المعالجة الاعلامية للقضايا المختلفة

ضمن إطار الوظائف التي تقوم بها الصحافة، هناك مهاماً محددة لها خلال تناولها للقضايا والاحداث، اذ تمر بثلاث مراحل وهي:^{٩٣}

- ١-مرحلة نشر المعلومات: وفيها تواكب رغبة الجماهير في مزيد من المعرفة واستجلاء الموقف عن الأزمة ذاتها وآثارها وأبعادها
- ٢-مرحلة تفسير المعلومات: وفيها تقوم بتحليل عناصر الأزمة والبحث في جذورها وأسبابها المتمثلة بأرتفاع اسعار الدولار مقابل الدينار العراقي مثلاً، من خلال أشكالها المختلفة على وفق تنوع موضوعاتها ومعلوماتها سواء في أخبار أو تقارير أو تحقيقات أو أحاديث أو تعليقات أو آراء ووجهات نظر، لتقدم الصورة الذهنية والفكرية لجمهورها، ولتفسر لهم المعاني التي تجول في خاطرهم

وخيالاتهم، وتبسط لهم كل التصورات الخاصة بتلك القضايا؛ لتكوين موقف متكامل ووعي عميق بالقضايا عن طريق المعرفة السليمة لمعطياتها.^{٩٤}

٣- المرحلة الوقائية: وفيها تقوم القنوات الفضائية بعدم الاكتفاء بمجرد المعلومات ثم تفسيرها، وإنما تقدم للجمهور طرق الوقاية وأساليب التعامل مع قضايا مماثلة.^{٩٥}

خصائص المعالجة الإعلامية

١- الوضوح: من أهم الخصائص التي تتميز بها المعالجة الإعلامية هي أن تقدم بأسلوب واضح ومفهوم وبعيد عن الغموض، وهذا الأمر يتطلب معرفة كافية لدى القائمين على هذه المعالجة بحيث تحقق الهدف الأساس منها، وهو الإقناع وهذا يرتبط بالإعلامي الذي يقوم بعملية المعالجة، وكذلك بمستواه التعليمي وقدرته العلمية على تحقيق الوضوح في معالجة الموضوع المثار في القناة الفضائية.

"إن الصدق والدقة والوضوح من أهم مرتكزات الرسالة الإعلامية الناجحة، ومن الضروري أن تكون المعلومة دقيقة وفيها مصداقية وخالية من التشويه والتزييف بالحقائق، فضلاً عن الوضوح الخبر يستطيع الفرد أن يستوعبه ويفهمه".^{٩٦}

٢- الدقة في تناول الموضوعات: إن المعالجة الإعلامية عملية في غاية الأهمية لكونها تبلور الأخبار والاتجاهات وتشكيل الآراء، وبالتالي فإن تناول الموضوع ومعالجته على صفحات الشاشات التلفزيونية، لا بد من أن يتسم بالدقة المتناهية التي يمكن تحقيقها ببساطة في حال التزام الحقيقة والبحث عنها بكافة الأساليب والطرق على رأسها الاعتماد على مصادر صحيحة وواقعية، وبالتالي فإن الدقة في تناول ومعالجة أحد أهم الخصائص التي تتميز بها المعالجة الإعلامية الناجحة والسليمة ومن متطلبات تحقيق الدقة في تناول الآتي: .

أ. الاعتماد على مصادر معلوماتية حقيقية واقعية وموثوقة.

ب. الاعتماد على الأدلة والبراهين في تأكيد المعلومات التي تتضمنها المعالجة.

ج. التدقيق في معلومات الموضوع الذي يتم معالجته.

د. عدم التأكيد على رأي معين وأقواء الآراء الأخرى، بل يجب تناول الآراء بموضوعية.^{٩٧}

عوامل النجاح في المعالجة الاعلامية

تشمل كل العوامل والإجراءات اللازمة لنجاح أي نوع من المعالجة في مجالات الحياة المختلفة، لكن الرصد العلمي الدقيق لعوامل النجاح في المعالجة يجب أن يركز على أهم العوامل ذات الصلة المباشرة بالمعالجة، وبالمراحل المختلفة لتطورها في هذا الإطار نركز على العوامل التالية:^{٩٨}

١- إدراك أهمية الوقت: إن عنصر الوقت أحد أهم المتغيرات الحاكمة في المعالجة، فالوقت هو العنصر الوحيد الذي تشكل ندرته خطراً بالغاً على إدراك المعالجة، وعلى عملية التعامل معها إذ أن عامل السرعة مطلوب لاستيعاب المعالجة والتفكير في البدائل واتخاذ القرارات المناسبة.

٢- إنشاء قاعدة شاملة ودقيقة: من المعلومات والبيانات الخاصة بكافة أنشطة المؤسسة الاعلامية وبكافة المعالجات التي قد تتعرض لها، وآثار وتداعيات ذلك على مجمل أنشطتها ومواقف الأطراف المختلفة من المعالجة والمؤكد أن المعلومات هي المدخل الطبيعي لعملية اتخاذ في المعالجة بحكم تعريفها تعني الغموض والنقص في المعلومات، ومن هنا فإن وجود قاعدة أساسية للبيانات والمعلومات تتسم بالدقة، والتصنيف الدقيق وسهولة الاستدعاء قد يساعد كثيراً في وضع أسس قوية لطرح البدائل والاختيار من بينها.

٣- توفير نظم إنذار مبكر "تتسم بالكفاءة والدقة والقدرة على رصد علامات الخطر وتفسيرها وتوصيل هذه الإشارة إلى متخذي القرار ويمكن تعريف نظم الإنذار المبكر بأنها أدوات تعطي علامات مسبقة لاحتمالية المعالجة".

٤- الاستعداد الدائم: إن عملية الاستعداد تعني تطوير القدرات العملية لمنع أو مواجهة الموضوعات ومراجعة إجراءات الوقاية ووضع الخطط وتدريب الأفراد على الأدوار المختلفة لهم أثناء المعالجة.

البرامج الاقتصادية وازمة ارتفاع الدولار

اشكال البرامج الاقتصادية في القنوات التلفزيونية الفضائية المتخصصة

ان الحديث عن مفهوم البرامج الاقتصادية يتسع ليشمل العديد من الاشكال الفنية البرمجية مثل التقارير الاقتصادية والاعلامية والسياسية والثقافية والفنية والرياضية والتنموية والافلام والمسلسلات وغيرها، لاسيما ان هناك أكثر من تقسيم للبرامج الاقتصادية، لذلك أرتأى الباحث تقسيمها على اساس الفن الصحفي الذي تنتمي اليه وكما يأتي:^{٩٩}

١- البرامج الاخبارية: يستخدم المحرر الاقتصادي في القنوات الفضائية المتخصصة سائر الفنون الصحفية في تغطيته

للبرامج الاقتصادية مثل: الخبر، والتقرير، والحوار وتتضمن هذه البرامج عادة:

أ- التركيز على استخدام التقارير الإخبارية (News Report) التي تقوم على عرض الوقائع والاحداث الاقتصادية مع خلفياتها التاريخية او الوثائقية، والقيام بتقييم موضوعي لهذه البيانات والمعلومات ووضعتها في اطارها العلمي، والوصول الى خلاصات واستنتاجات لدلالات الحدث ومغزاه.

ب- الاستعانة بالقصة الاخبارية الشاملة (Roundup Story) أي القيام بتغطية شاملة لاحداث متعددة متشابهة.

ج- التقليل قدر الامكان من استخدام الاخبار القصيرة السريعة، فهي لا تخرج عن كونها تقارير آنية مركزة، ولا تقدم إجابات كاملة عن كل جوانب الخبر (Spots news)

٢- برامج المناقشات: وتركز هذه البرامج على:

أ- الاهتمام بالحملات الصحفية المخططة جيدا، والتي تتم بناء على اعداد مسبق يحدد اهدافها، ويجهز لها الوثائق والادلة والدراسات والبحوث التي تدعمها، وتوظف الحملة اشكالا صحفية متعددة من تحقيق ومقابلات وتقارير على ان توضع لها اهداف ممكنة التحقيق.

ب- اعطاء مزيد من العناية بالتحقيقات التلفزيونية المصورة التي تتناول مشكلة اقتصادية معينة مستخدمة التقنيات الجديدة في التلفزيون.

وهذان الشكلان (التحقيق والحملة الصحفية) يمكنان المحرر الاقتصادي من دوره التفسيري والاستقصائي واداء مهمته الرقابية الكاشفة عن نواحي الخلل والانحراف وسوء الإدارة في المجتمع.

٣- البرامج التسجيلية الخدمية: وتكون هذه البرامج معدة ومصورة مسبقا خارج الاستوديو، وتعتمد على القصص الاخبارية المباشرة التي تقدم نماذج اقتصادية ناجحة قامت بمشاريع انتاجية، يمكن ان يحتذي بها المتلقي كسلوك مستقبلي، او رجال الأعمال الناجحين وكيف حققوا ما وصلوا اليه، على ان تكون بعيدة عن الطابع الدعائي الإعلاني، فضلا عن اعتماد هذه البرامج على خدمات القوائم (Lists) مثل اسعار العملات، الذهب، حركة التداول في بورصة الأوراق المالية، أسعار تذاكر الطيران والسكك الحديدية وغيرها من السلع الجماهيرية.

٤- البرامج الحوارية: وتركز هذه البرامج على استخدام المقابلات التلفزيونية مع الخبراء المتخصصين ومدراء الشركات ورجال الاعمال لمعرفة آرائهم وتعليقاتهم وانطباعاتهم وردود افعالهم بخصوص الاحداث الاقتصادية والقضايا والمشكلات المتصلة بها.

وتعتمد هذه البرامج على تحليل الظواهر الاقتصادية بالاعتماد على البيانات والمعلومات والاحصائيات والارقام التي يدي بها الخبراء والمتخصصون في الظاهرة الاقتصادية المطروحة على مائدة الحوار التلفزيوني.

وهناك اشكال أكثر تخصصا للبرامج الاخبارية الاقتصادية منها:^{١٠}

١- النشرة الاخبارية: تتكون من مجموعة اخبار متنوعة ومهمة للمستمع او المشاهد وتقدم خلال مدة زمنية تتراوح غالبا ما بين (١٠-١٥) دقيقة ولها مواعيد ثابتة يوميا على خريطة القنوات الفضائية المتخصصة، ويخضع ترتيب الاخبار الاقتصادية في النشرة لاعتبارات متعددة لعل اهمها الفورية ومدى اهمية الخبر الاقتصادي لمشاهدي القناة المتخصصة بالموضوعات الاقتصادية، ويمكن اذاعة تصريحات صوتية لشخصيات سياسية وخبراء اقتصاديين تناولها هذه الاخبار وتتسم بعض النشرات بالتخصص والتخصص الدقيق، فهناك نشرات للبنوك والمصارف واخرى للبورصة والاسهم واسعار النفط والعملات وحجم التداول في الشركات الاستثمارية وغيرها.

٢- موجز الانباء: نظرا لتباعد مواعيد النشرات الاخبارية الاقتصادية وضرورة امداد الجمهور بآخر الاخبار الاقتصادية وتطوراتها، عمدت القنوات الفضائية المتخصصة الى اذاعة موجز للاخبار خلال الاوقات التي تخلو من النشرات الاخبارية الاقتصادية. وموجز الانباء يتميز بالاخبار القصيرة التي لا تزيد مدة اذاعتها في اغلب الاحوال عن ثلاث دقائق، ويمكن ان تكون اقل، وقد تكفي فقط بعناوين الاخبار في مدة لا تتجاوز دقيقة واحدة.

٣- التحليل الاخباري: تحتم القنوات الفضائية المتخصصة بتقديم التحليلات المنتظمة لبعض الاخبار الاقتصادية المنتقاة بهدف تقديم معلومات إضافية للجمهور النوعي عن الخبر.

٤- التعليق الإذاعي: يعد التعليق الإذاعي من أهم أشكال البرامج الإخبارية الاقتصادية المستخدمة في المقابلات التلفزيونية، لكونه تعبيرا عن الرأي من خلال اختيار فكرة او حدث اقتصادي مهم يهدف التأثير على الجمهور الفئوي وخلق رأي عام نوعي مؤيد لهذا الرأي.

٥- التقرير الاخباري: يشبه التحليل الاخباري للموضوعات الاقتصادية من حيث تناوله لأكبر كم من المعلومات، الا انه يتم غالبا من موقع الأحداث، ويقوم المراسل الاقتصادي بنقل صورة تلفزيونية تتميز بالحالية واثارة الاهتمام، ويمكن ان يتم المزج بين ما يرسله المندوب او الفريق التلفزيوني من موقع الاحداث وأية مادة أرشيفية مكتوبة او فيلمية.

٦- الريبورتاج الاخباري: يطلق عليه ايضا التحقيق الاخباري، ويختلف عن التحقيق التقليدي في تناوله العاجل

والسريع لخبر اقتصادي مهم ورد في احدى النشرات الاقتصادية.

٧- البرنامج الإخباري الخاص: وهو برنامج يعد سلفا بشكل تسجيلي ويرتبط غالبا بتطورات السوق، ويتضمن هذا البرنامج الذي يمكن ان تصل مدته الى نصف ساعة او اكثر، الشكل التحليلي للحدث الاقتصادي، ويمكن ان يتضمن بعض المقابلات والاخبار الحديثة.

٨- الجريدة والمجلة الاخبارية: هي عرض خبري يومي غالبا يقوم بتنفيذه فريق الاخبار في المحطة التلفزيونية بمشاركة بعض المتخصصين والخبراء والصحفيين، اما المجلة فهي دورية اذعية او تلفزيونية تتسم بالتناول التحليلي للاخبار على مدى اسبوع، ويتميز الشكلان الإخباريان بتنوع القصص الخبرية فهناك اقتصادية ثابتة للبورصة واسواق المال وغيرها.

والبرامج الاخبارية الاقتصادية نوع من برامج التلفزيون التي لا تستمد كثيرا من الناحية الفنية لذاتها بل تعتمد على المقدم أكثر من اعتمادها على المخرج، وتقديم البرنامج الاخباري الاقتصادي يحتاج الى خبرة ومهارة المقدم الذي يجب ان يعمل على ابقاء الحركة دائمة في البرنامج، وعليه ايضا ان يتخذ قرارات سريعة فجائية، قد يضطر معها الى التضحية بأية ترتيبات كان قد اعدّها مسبقا.^{١١} وتضم البرامج الاخبارية الاقتصادية عادة الاخبار التي تتعلق بالمال وحركة الاقتصاد في العالم وأخبار التطور الاقتصادي والتنمية في دول العالم المختلفة واسعار المنتجات الاقتصادية الحيوية والمهمة كأسعار النفط والذهب وغيرها من المنتجات الاقتصادية الاخرى، فضلا عن اسعار البورصة العالمية واخبار الازمات المالية والاقتصادية في الدول المختلفة، واخبار اسعار العملات النقدية العالمية وأخبار الشركات والتكتلات الاقتصادية الكبرى في العالم وحركة انتقال الاموال بين دول العالم.^{١٢}

البرامج الإخبارية الاقتصادية في القنوات التلفزيونية ومعالجة ازمة ارتفاع الدولار

يمكن وصف نشرات الاخبار التلفزيونية الاقتصادية بانها البرامج التي تعرض للمشاهدين مجموعة الحقائق الراهنة بلغة الاقتصاد والارقام التي تاكدت تماما، او مجموعة الحقائق الاقتصادية التي يتفق على حدوثها في المستقبل أي ما يتوقع حدوثه او ما يستجد من احداث على ضوء الحدث الاقتصادي الاساسي المتمثل بارتفاع الدولار مقابل الدينار العراقي، وانما من الاهمية بحيث تستدعي الضرورة التنويه عنها كي يكون الجمهور على علم مسبق بحدوثها، الامر الذي يمكن من متابعتها وما تسفر عنه من نتائج، ويمكن ان تعرف نشرات الاخبار الاقتصادية بانها تلك البرامج التي تهدف الى الاخبار بما يحدث على مستوى القطاع الاقتصادي المحلي او الاقليمي او العربي او العالمي، وفي ضوء ذلك يتضح ان نشرات الاخبار الاقتصادية تعني في الدرجة الأولى بالحقائق التي تمّ جمهورا محمدا من رجال الاعمال والمستثمرين بشكل موضوعي بعيدا عن أساليب الإثارة التي تتبعها وسائل الاعلام الرأسمالية في معالجة ازمة

ارتفاع الدولار. ^{١٠٣}

ان للاعلام - وهو السلطة السائدة- منزلة تعظم يوما بعد يوم نتيجة لما طرأ من تطور على مستوى جمع الخبر ومعالجته وسرعة ابلاغه، ثم ان المحتوى الاعلامي بمختلف انواعه هو اليوم في صلب حياة الافراد المبرجة، تعكسه بوضوح مكانة البرامج الاخبارية الاقتصادية في القنوات الفضائية المتخصصة من حيث تعدد النشرات الاخبارية في تلك القنوات التي تعتمد على التخصص في صناعتها للبرامج الاخبارية. ^{١٠٤}

وتحتم البرامج الإخبارية الاقتصادية بالإجراءات الاقتصادية المختلفة والأسعار زيادة وهبوطا وأخبار الضرائب والكمارك وفرص الاستثمار والسياحة والاكتشافات البترولية وأخبار النقل والمواصلات وغيرها من الأحداث الاقتصادية المحلية والعربية والعالمية، فضلا عن اخبار رجال الأعمال والمال وارتفاع وانخفاض اسعار الدولار، وكلما كان الخبر الاقتصادي مرتبطا بمصالح الناس كان أسرع انتشارا مثل أخبار رفع أسعار الدولار في البنوك وخفض اسعار السلع الجماهيرية وزيادة الرواتب. ^{١٠٥} ويتوقف نجاح البرامج الاقتصادية المتخصصة على ارتباطها بالانظمة الاعلامية ومدى مساهمتها في اثناء مناخ الاستثمار المحلي والاجنبي، وتشجيع مشاركة رأس المال الاجنبي الذي يساعد على ابراز التطورات الهادفة الى تعزيز نمو الاقتصاد وزيادة المنافسة الحرة في الاسواق. ^{١٠٦}

عوامل ظهور الاعلام الاقتصادي

ان ارتباط العملية الاعلامية بالاقتصاد ليست ظاهرة جديدة، وانما هي حقيقة ممتدة منذ ظهور الاعلام بشكله الجماهيري، ويمكن تحديد اهم عوامل ظهور الاعلام الاقتصادي وتطوره على النحو الاتي: ^{١٠٧}

- ١- ازدياد ثقل الحياة الاقتصادية في مجمل الحياة العامة للمجتمع.
- ٢- استطاع الموضوع الاقتصادي ان يتقدم على سلم الاولويات ليحتل الموقع المناسب له على جدول اعمال المجتمعات.
- ٣- ادى ظهور الطبقة الوسطى، الواسعة والمتعلمة الى تزايد اهتمامها بالشان الاقتصادي وتسارع اندفاعها باتجاه الاهتمام بالسياسات المتعلقة بالحياة الاقتصادية.
- ٤- أدركت القوى الاجتماعية والسياسية المختلفة اهمية الموضوع الاقتصادي واندفعت باتجاه القيام بدور فاعل ومؤثر في الحياة الاقتصادية.
- ٥- ترك الموضوع الاقتصادي برجه العاجي التقليدي، ولم تعد بالتالي المسألة الاقتصادية تهم نخبة محدودة مغلقة على

ذاتها، واصبح الموضوع الاقتصادي موضوعا عاما وربما جماهيريا بامتياز، يعني كل فرد من افراد المجتمع، لانه يؤثر على الجوانب المختلفة من حياة الفرد والمجتمع.

ادت هذه العوامل الى ظهور الاعلام الاقتصادي وتطوره، بحيث اصبح يشكل منظومة اعلامية متكاملة، تستجيب لمتطلبات عناصر الحياة الاقتصادية، وتشعب الحاجات الاعلامية للشرائح المختلفة من الجمهور المعني بالاقتصاد، كما تسعى للتعلم دورا متزايد الاهمية في مسارات تطور الحياة الاقتصادية، ونشأ الاعلام الاقتصادي في اوربا- في بريطانيا بوجه الخصوص- بفضل التقاليد السائدة في الممارسات التجارية في سوق لندن، بعد ان لاحظت وكالة الاسوشيتد بريس الانطلاق الناجح لوكالة رويترز (Reuters) في هذا القطاع قررت في السبعينيات الاشتراك مع مجموعة "داو جونز Dow-Jones" التي تهتم بالشؤون الاقتصادية والتجارية والمالية بصورة رئيسة وقامت بتأسيس وكالة اعلامية تابعة هي "AP-DOW-JONES" التي اصبحت من أكثر القطاعات الاعلامية نشاطا في توزيع الخدمات الاخبارية الاقتصادية.^{١٠٨}

وتعتمد القنوات الفضائية المتخصصة بالبرامج الاقتصادية على مؤسسات علمية متخصصة في تغطية الشؤون الاقتصادية للاسواق المالية الاوروبية والآسيوية، وتركز نشاطاتها على خدمة المتخصصين في الاسواق المالية العالمية، اذ تقوم هذه المؤسسات باصدار نشرات تحتوي على تقارير للاسواق والشركات والمصارف المركزية والبيانات الاقتصادية والتحليلات والمقابلات وتقارير الصحف والتصريحات الرسمية وغير الرسمية، فضلا عن تغطيتها للجداول اليومية التي تتعلق بالنشاطات المرتقبة للشركات واخبار الشركات الامريكية والآسيوية التي تؤثر على الاسواق الاوروبية.^{١٠٩}

وتضم منظومة الاعلام الاقتصادي:^{١١٠}

- ١- المنظومة الصحفية الاقتصادية: التي تشمل الصفحات الاقتصادية المتخصصة في الصحف اليومية والاسبوعية والمجلات الاقتصادية الاسبوعية والشهرية والفصلية.
- ٢- المنظومة الاذاعية الاقتصادية: وتشمل جميع المواد والبرامج الاقتصادية التي تبثها الاذاعة، كما تشمل المحطات الاذاعية المتخصصة بالحياة الاقتصادية.
- ٣- المنظومة التلفزيونية الاقتصادية: وتضم جميع المواد والبرامج والاركان المتخصصة بالحياة الاقتصادية.

وفي ظل النظام العالمي الجديد تماوت نظم اقتصادية كانت مستقرة واصبحت معظم دول العالم تابعة لهيمنة نظام واحد لا مكان فيه للكليات الصغيرة، وقد ادخل النظام الجديد العديد من المصطلحات الاقتصادية الجديدة، والتغيرات التي طرأت على اسواق المال

واوجدت طبقة جديدة من رجال الاعمال واصحاب رؤوس الاموال التي سيطرت على مقدرات الحياة في هذه البلاد.^{١١١} ونتيجة لحاجة السوق الاقتصادي الى معلومات واسعة وسريعة لرصد تقلبات الاسعار ودراسة موازين العرض والطلب ظهرت الحاجة الى الاعلام النفطي، خاصة بعد تولي منظمة (الوبك)^{١١٢} زمام الامور على الساحة النفطية عام ١٩٧٣ وتغيير موازين القوى وازدياد كمية النفط المباع في السوق الفوري، فضلا عن اهمية الاعلام كوسيلة مهمة في حرب المعلومات والاشاعات، فالاعلام النفطي يخدم بالدرجة الاولى المسؤولين عن الصناعة بمعناها الواسع، وتنوير الرأي العام باهم التطورات والاحداث في هذه الصناعة الحيوية، وتقديم المعلومات التحليلية والاحصائية عن حركة اسواق النفط واسعاره.^{١١٣}

وللحديث عن الاعلام الغربي وتخصصاته، ينبغي فهمه على اساس التمييز بين نوعين من المؤسسات الاعلامية:

أ- وسائل الاعلام الجماهيري ووسائل الثقافة المختلفة.

ب- المؤسسات النفطية والاعلام النفطي التخصصي.

إن هذا التمييز يعني ان لكل وسيلة من هذه الوسائل دورا مرسوما، واهدافا واضحة وحقلا محددًا وجمهورا خاصا ورسالة اعلامية

مختلفة ضمن هذا الاطار العام لاهداف هذه المؤسسات.^{١١٤}

ويستهدف الاعلام النفطي المتخصص ثلاث فئات هي:^{١١٥}

أ- فئة المستهلكين في العالم الصناعي.

ب- فئة المستهلكين في العالم النامي من البلدان التي لا تنتج كفايتها من النفط لتغطية حاجاتها، وبالتالي

تتأثر بسياسات التصدير سواء منها المتعلقة بالتسعير او بحجم الانتاج.

ج- فئة المنتجين والمستهلكين في البلدان المنتجة والمصدرة للنفط الاعضاء في منظمة أوبك.

فاذا كانت البدايات الاولى للاعلام النفطي الغربي متواضعة، بسبب افتقار وسائل الاعلام الى المتخصصين من رجال الاعلام في

مجال النفط والى افتقارهم الى المصادر والمعلومات، فان الاعلام الغربي قد شهد خلال السنوات الاخيرة من القرن العشرين تطورا كبيرا

في الاعلام النفطي التخصصي، وبرز العدد الكبير من المختصين في مجال النفط والطاقة وظهر مصادر للمعلومات متعددة

ساعدت على تطور العمل الاعلامي النفطي، فضلا عن ظهور القنوات الفضائية المتخصصة والنشرات النفطية المتخصصة التي تهتم

بخدمات صناعة النفط.^{١١٦} وهذا ماجعل الاسلوب الذي تقدم فيه النشرات الاخبارية الاقتصادية عن القطاع النفطي للجمهور

يضيء الصبغة السياسية على الاعلام النفطي أكثر من الصبغة الاقتصادية.^{١١٧} وذلك بسبب الاساليب والفنون الدعائية والمغالطات

المنطقية التي يعتمد عليها الاعلام النفطي الغربي.^{١١٨}

كما نشطت في الاونة الاخيرة الحركة الاعلامية للتخصص الدقيق الموجهة لسوق العقار، فمن جهة خصصت العديد من الصحف المحلية صفحات متخصصة في الشأن العقاري، ومن جهة اخرى ظهر في السوق المحلية أكثر من اصدار صحفي متخصص في القطاع العقاري، وهذا ما دفع العديد من العقاريين الى اصدار مجلات عقارية متخصصة مدعومة من قبل هؤلاء العقاريين. وفي تفسير لهذه الظاهرة يقول العديد من المراقبين " ان تطور سوق العقار وارتفاع حجم التداولات ادى الى تطوير العديد من القطاعات المرتبطة به كالاتصاف والشتمين والتقسيم وغير ذلك، كما ان للاتصاف العقاري دورا مهما في تفعيل النشاط العقاري خلال القنوات الفضائية المتخصصة بالعقارات.^{١١٩}

وتبث القنوات الفضائية المتخصصة بالعقارات برامج لمتابعة الانظمة والقوانين والتعرف على الجديد من طرق التصميم والتنفيذ للاتصاف العقارية وغير ذلك وزيادة وعي المستهلكين بفرصة مناسبة للاختيار واستقطاب فائض الاموال، وكل تلك المكاسب يمكن ان تحقق عن طريق هذه القنوات المتخصصة والتي ستصبح بالمقابل صناعة استثمارية.^{١٢٠}

وظائف المحرر الاقتصادي

هناك مجموعة من الوظائف تقع على عاتق المحرر الاقتصادي هي:^{١٢١}

- ١- صياغة أبناء النشاط الاقتصادي والمالي بدقة، وذلك لان الخطأ في أي رقم يؤدي الى ارباك السوق ورجال الأعمال والمستهلكين.
- ٢- جعل ابناء النشاط الاقتصادي والمالي مفهومة ومثيرة للاهتمام، وذلك من خلال تحريره للخبر الاقتصادي بشكل يتناغم مع الوسيلة الاعلامية ومع سياسة القناة المتخصصة، وهذا يتطلب ان يفسر المحرر الاقتصادي للمتلقى ما يعرضه عليه من احداث اقتصادية.
- ٣- تغطية ابناء المال والاقتصاد ومناقشة القضايا والمشكلات الاقتصادية الرئيسية والفرعية، ومدى تأثيرها على جوانب الحياة المختلفة ومحاولة الوصول الى حلول لها.
- ٤- توعية المتلقى اقتصاديا.
- ٥- اشباع حاجات المتلقى التي تتعلق بالموضوعات الاقتصادية المختلفة.

اهداف المحرر الاقتصادي

استنتج الباحث ومن خلال وظائف المحرر الاقتصادي ان له اهدافا هي:

١- تحقيق ما مطلوب منه من قبل القائمين على القناة، وذلك من خلال الالتزام بمعايير محددة لتحريره للخبر

الاقتصادي.

٢- التعبير عن الموضوعات الاقتصادية المختلفة من خلال فهمه للمصطلحات الاقتصادية من جهة وامكانياته في

التعامل مع ادواته التحريرية التي يوظفها في الفنون الصحفية المتنوعة.

الفصل الثالث: منهجية الدراسة

منهج البحث

اعتمد البحث المنهج الوصفي، وهو من المناهج المستخدمة بكثرة في الدراسات الاعلامية، إذ يقوم بوصف موضوع أو موقف معين او ظاهرة معينة بطريقة موضوعية دقيقة، مع الاهتمام بالبيانات الواردة في البحث للوصول الى الاستنتاجات، وهو يهتم أيضا بتقرير ما ينبغي أن تكون عليه الظواهر المتناولة بالبحث، وذلك في ضوء قيم ومعايير معينة، واقتراح الخطوات والأساليب التي يمكن أن تتبع للوصول بها الى الصورة التي ينبغي أن تكون عليها في ضوء هذه القيم والمعايير، لذا فهو يعد المنهج الأنسب لموضوع البحث، وهو كفيل بتحقيق الأهداف المرجوة من هذا البحث.^{١٢٢}

يقتضي موضوع الدراسة الاعتماد أيضا على المنهج التحليلي، وهو أحد أهم مناهج البحث العلمي، والذي يستخدم بكثرة في عمليات تحليل البيانات، وهدفه الوصول الى أفضل حلول ممكنة للمشكلة المتعلقة بموضوع البحث.^{١٢٣} كذلك اعتمدت الباحثة منهج التحليل النوعي معالجة بيانات البحث.

وسوف تعتمد هذه الدراسة على أسلوب المنهج النوعي **Qualitative method** ومن خلال جمع المعلومات والبيانات من العينة المدروسة ومن خلال اداة المقابلة شبه منظمة، وتستهدف هذه الدراسة الحقائق الراهنة والمتعلقة بطبيعة ظاهرة أو مجموعة او موقف من الناس من أجل هدف الحصول على معلومات دقيقة وكافية عنها وحيث تحدف هذه الدراسة الحالية (المعالجة ارتفاع الدولار امام الدينار العراقي في قناتي الشرقيه والعراقية) لمعرفة ابرز الموضوعات،

انواع المعالجة الاعلامية وأطر المعالجة الاعلامية لارتفاع الدولار في البرامج التلفزيونية.

ادوات البحث

استخدمت الباحثة اداتين رئيسيين لجمع المعلومات والبيانات، وهما:

أ. **المقابلة الفردية:** تشمل المصادر الاولية التي عاجلت الجانب التحليلي لموضوع البحث، اذ لجأت الباحثة الى المقابلة المعمقة الفردية كأداة رئيسية، فالمقابلة تقنية مباشرة لجمع المعلومات من مصادرها، وهي تسمح بأخذ معلومات كيفية لغرض التعرف على مواقف الاشخاص تجاه مواقف يعيشونها.

وتعد المقابلات اداة شائعة لجمع البيانات في البحث العلمي، فهي توفر فرصاً للمبحوث من شرح وجهة نظره بشكل اوسع، وتمكنت الباحثة من التعمق في الافكار والمواضيع المطروحة وتحليلها بشكل اكبر، فضلاً عن توفيرها بيانات دقيقة وغنية للباحثة، اعتماداً على نوع المقابلة، وطبيعة الاسئلة المطروحة.

كانت المقابلات المقننة التي أجرتها الباحثة مع بعض الخبراء والمختصين في الإعلام التلفزيوني والاساتذة الاكاديميين في تخصص الاذاعة والتلفزيون في كلية الاعلام - جامعة بغداد، من الأدوات المفيدة التي استطاعت من خلالها تجميع الكثير من المعلومات حول موضوع البحث. واستخدمت الترميز للمقابلات لمعالجة بيانات البحث وتحليلها تحليلاً نوعياً لاستخراج المفاهيم الكلية والجزئية للإجابة عن التساؤل الرئيسي والتساؤلات الفرعية التي وضعتها الباحثة وتحقيق الأهداف الموضوعية.

ب. **الملاحظة:** وهي طريقة لجمع البيانات من خلال المراقبة، ومن مميزات المراقبة انها تمنح الباحث امكانية الوصول المباشر الى ظواهر البحث، ويتم من خلالها تحديد ما مطلوب الاهتمام به على ان يقوم الباحث بتدوين ما يراه او يسمعه بدقة، وتستخدم الملاحظة في كسب المعلومات والخبرات عن طريق الاستماع او المشاهدة.

كذلك تم الاطلاع على ما يخدم موضوع البحث من تقارير منشورة وغير منشورة، وتوظيف ملاحظات الباحثة وخبراتها في مجال البحث، وذلك لغرض الخروج بمعطيات مبنية على الدراسة التحليلية، والاستقراء، والفحص، فقد استفادت الباحثة من البحوث والدراسات السابقة، والكتب، ومواقع الانترنت، والدوريات العلمية، والمقالات الصحفية، والمقابلات التلفزيونية، والرسائل الجامعية، وأوراق المؤتمرات والندوات ذات العلاقة بالموضوع وفي اللغتين العربية والإنجليزية.

في هذا القسم يتم طرح الأسئلة المتعلقة بالمقابلات بحيث تم طرح عشرة أسئلة حول الشبكتين وقام خبراء كل شبكة بتقديم الإجابات حول شبكتهم الخاصة، ويتم تقديم تفاصيل الإجابات وتحليلها في الفصل الرابع.

جدول ٣-١ . الأسئلة المقابلات

رقم السؤال	الأسئلة المقابلات	الأسئلة المقابلات
	من وجهة نظر الخبراء والمختصين حول البرنامج «دينار» قناة العراقية	من وجهة نظر الخبراء والمختصين حول البرنامج «لعبة الكراسي» قناة الشرقية
١	١- كيف تمت معالجة موضوع ارتفاع الدولار امام الدينار العراقي في برنامج «دينار» قناة العراقية من وجهة نظر؟	١- كيف تمت معالجة موضوع ارتفاع الدولار امام الدينار العراقي في برنامج «لعبة الكراسي» قناة الشرقية من وجهة نظر؟
٢	٢- ما أبرز الموضوعات التي ركز عليها في برنامج «دينار» قناة العراقية، في معالجة ارتفاع الدولار من وجهة نظر.	٢- ما أبرز الموضوعات التي ركز عليها في برنامج «لعبة الكراسي» قناة الشرقية، في معالجة ارتفاع الدولار من وجهة نظر.
٣	٣- ما أنواع المعالجة الإعلامية لموضوع ارتفاع الدولار في برنامج «دينار» قناة العراقية من وجهة نظر؟	٣- ما أنواع المعالجة الإعلامية لموضوع ارتفاع الدولار في برنامج «لعبة الكراسي» قناة الشرقية من وجهة نظر؟
٤	٤- ما أطر المعالجة الإعلامية لارتفاع الدولار في برنامج «دينار» قناة العراقية من وجهة نظر؟	٤- ما أطر المعالجة الإعلامية لارتفاع الدولار في برنامج «لعبة الكراسي» قناة الشرقية من وجهة نظر؟
٥	٥- كيف تسهم البرنامج التلفزيونية الاقتصادية (برنامج دینار لقناة العراقية) في صناعة اطر الحلول لازمة ارتفاع الدولار مقابل الدينار العراقي؟	٥- كيف تسهم البرنامج التلفزيونية الاقتصادية (برنامج «لعبة الكراسي») في صناعة اطر الحلول لازمة ارتفاع الدولار مقابل الدينار العراقي؟
٦	٦- كيف تسهم البرنامج التلفزيونية الاقتصادية (برنامج دینار لقناة العراقية) في تفعل اقتصاديات السوق لمواجهة تحديات ازمة ارتفاع الدولار؟	٦- كيف تسهم البرنامج التلفزيونية الاقتصادية (برنامج «لعبة الكراسي») في تفعل اقتصاديات السوق لمواجهة تحديات ازمة ارتفاع الدولار؟
٧	٧- هل تسهم برنامج دینار لقناة العراقية في الغرس الثقافي وتشجيع المواطن على الايمان بقوة الدينار العراقي امام الدولار؟	٧- هل تسهم برنامج «لعبة الكراسي» في الغرس الثقافي وتشجيع المواطن على الايمان بقوة دینار امام الدولار؟
٨	٨- كيف تسهم البرنامج التلفزيونية الاقتصادية (برنامج دینار لقناة العراقية) بالتنوع الجماهيرية إزاء مخاطر انخيار العملة المحلية امام الدولار الأمريكي؟	٨- كيف تسهم البرنامج التلفزيونية الاقتصادية (برنامج «لعبة الكراسي») بالتنوع الجماهيرية إزاء مخاطر انخيار العملة المحلية امام الدولار الأمريكي؟
٩	٩- كيف تسهم البرنامج التلفزيونية الاقتصادية (برنامج دینار لقناة العراقية) بالإعلان عن اهم الممارسات والأنشطة التي من شأنها المحافظة على أسعار الصرف ورفض طابع المضاربة في السلوك الاقتصادي؟	٩- كيف تسهم البرنامج التلفزيونية الاقتصادية (برنامج «لعبة الكراسي») بالإعلان عن اهم الممارسات والأنشطة التي من شأنها المحافظة على أسعار الصرف ورفض طابع المضاربة في السلوك الاقتصادي؟
١٠	١٠- كيف يسهم البرنامج دینار في ترتيب أولويات الجمهور إزاء ازمة ارتفاع الدولار امام الدينار العراقي؟	١٠- كيف يسهم البرنامج لعبة الكراسي في ترتيب أولويات الجمهور إزاء ازمة ارتفاع الدولار امام الدينار العراقي؟

في المرحلة الثالثة أيضاً من الترميز، تم تصنيف الرموز بناءً على الأسئلة الفرعية بحيث يتم تلخيص كل سؤال من أسئلة

المقابلة المتعلقة بالسؤال الفرعي أدناه؛ وفي هذا القسم يتم عرض العلاقة بين الأسئلة الفرعية وأسئلة المقابلة.

الأسئلة الفرعية	الأسئلة المقابلات	الأسئلة المقابلات
١- ما أبرز الموضوعات التي ركزت عليها البرامج التلفزيونية (عينة البحث) في معالجة ارتفاع الدولار من وجهة نظر الخبراء والمختصين؟	٢- ما أبرز الموضوعات التي ركز عليها في برنامج «لعبة الكراسي» قناة الشرقية، في معالجة ارتفاع الدولار من وجهة نظرك.	من وجهة نظر الخبراء والمختصين حول البرنامج «لعبة الكراسي» قناة الشرقية
٢- ما أنواع المعالجة الإعلامية لارتفاع الدولار في البرامج التلفزيونية (عينة البحث) من وجهة نظر الخبراء والمختصين؟	١- كيف تمت معالجة موضوع ارتفاع الدولار امام الدينار العراقي في برنامج «لعبة الكراسي» قناة الشرقية من وجهة نظرك؟	١- كيف تمت معالجة موضوع ارتفاع الدولار امام الدينار العراقي في برنامج «لعبة الكراسي» قناة الشرقية من وجهة نظرك؟
٣- ما أطر المعالجة الإعلامية لارتفاع الدولار في البرامج التلفزيونية (عينة البحث) من وجهة نظر الخبراء والمختصين؟	٢- هل تسهم برنامج «لعبة الكراسي» في الغرس الثقافي وتشجيع المواطن على الايمان بقوة الدينار العراقي امام الدولار؟	٧- هل تسهم برنامج دينار لقناة العراقية في الغرس الثقافي وتشجيع المواطن على الايمان بقوة الدينار العراقي امام الدولار؟
٤- ما أطر المعالجة الإعلامية لارتفاع الدولار في برنامج «لعبة الكراسي» قناة الشرقية من وجهة نظرك؟	٦- كيف تسهم البرنامج التلفزيونية الاقتصادية (برنامج «لعبة الكراسي») في تفعيل اقتصاديات السوق لمواجهة تحديات ازمة ارتفاع الدولار؟	٦- كيف تسهم البرنامج التلفزيونية الاقتصادية (برنامج «لعبة الكراسي») في تفعيل اقتصاديات السوق لمواجهة تحديات ازمة ارتفاع الدولار؟
٥- ما أطر المعالجة الإعلامية لارتفاع الدولار في البرامج التلفزيونية (عينة البحث) من وجهة نظر الخبراء والمختصين؟	٤- ما أطر المعالجة الإعلامية لارتفاع الدولار في برنامج «لعبة الكراسي» قناة الشرقية من وجهة نظرك؟	٤- ما أطر المعالجة الإعلامية لارتفاع الدولار في برنامج «لعبة الكراسي» قناة الشرقية من وجهة نظرك؟
٦- كيف تسهم البرنامج التلفزيونية الاقتصادية (برنامج «لعبة الكراسي») في صناعة اطر الحلول لارتفاع الدولار مقابل الدينار العراقي؟	٥- كيف تسهم البرنامج التلفزيونية الاقتصادية (برنامج «لعبة الكراسي») في صناعة اطر الحلول لارتفاع الدولار مقابل الدينار العراقي؟	٥- كيف تسهم البرنامج التلفزيونية الاقتصادية (برنامج «لعبة الكراسي») في صناعة اطر الحلول لارتفاع الدولار مقابل الدينار العراقي؟
٧- كيف تسهم البرنامج التلفزيونية الاقتصادية (برنامج «لعبة الكراسي») في صناعة اطر الحلول لارتفاع الدولار مقابل الدينار العراقي؟	٨- كيف تسهم البرنامج التلفزيونية الاقتصادية (برنامج «لعبة الكراسي») في صناعة اطر الحلول لارتفاع الدولار مقابل الدينار العراقي؟	٨- كيف تسهم البرنامج التلفزيونية الاقتصادية (برنامج «لعبة الكراسي») في صناعة اطر الحلول لارتفاع الدولار مقابل الدينار العراقي؟
٨- كيف تسهم البرنامج التلفزيونية الاقتصادية (برنامج «لعبة الكراسي») في صناعة اطر الحلول لارتفاع الدولار مقابل الدينار العراقي؟	٩- كيف تسهم البرنامج التلفزيونية الاقتصادية (برنامج «لعبة الكراسي») في صناعة اطر الحلول لارتفاع الدولار مقابل الدينار العراقي؟	٩- كيف تسهم البرنامج التلفزيونية الاقتصادية (برنامج «لعبة الكراسي») في صناعة اطر الحلول لارتفاع الدولار مقابل الدينار العراقي؟

الأسئلة الفرعية	الأسئلة المقابلات	الأسئلة المقابلات
	من وجهة نظر الخبراء والمختصين حول البرنامج «لعبة الكراسي» قناة الشرقية	من وجهة نظر الخبراء والمختصين حول البرنامج «لعبة الكراسي» قناة الشرقية
	بالإعلان عن اهم الممارسات والأنشطة التي من شأنها المحافظة على أسعار الصرف ورفض طابع المضاربة في السلوك الاقتصادي؟	لقناه العراقية) بالإعلان عن اهم الممارسات والأنشطة التي من شأنها المحافظة على أسعار الصرف ورفض طابع المضاربة في السلوك الاقتصادي؟
	١٠- كيف يسهم البرنامج لعبة الكراسي في ترتيب أولويات الجمهور إزاء ازمة ارتفاع الدولار امام الدينار العراقي؟	١٠- كيف يسهم البرنامج دينار في ترتيب أولويات الجمهور إزاء ازمة ارتفاع الدولار امام الدينار العراقي؟

مجتمع البحث

يتكون مجتمع الدراسة من الخبراء والمختصين في الإعلام التلفزيوني و الخبراء الاكاديميين من أساتذة قسم الاذاعة والتلفزيون في كلية الاعلام - جامعة بغداد.

عينة البحث

يعد اختيار عينة البحث امراً مهماً للغاية لأنه يساعد الباحث على جمع البيانات الصحيحة في وقت قصير، اذ اعتمدت الباحثة على اختيار عينة فعلية للدراسة بلغت (١٤) شخصا من الخبراء والمختصين في الإعلام التلفزيوني والخبراء الاكاديميين من أساتذة قسم الاذاعة والتلفزيون في كلية الاعلام.

إجراءات المقابلة

جرت المقابلات خلال المدة من ٢٠٢٣/٣/١ إلى ٢٠٢٣/٥/٣٠. وذلك لغرض الحصول على اجابات عن اسئلة المقابلة. وقد سعت الباحثة لأجراء المقابلات مع الخبراء والمختصين في الإعلام التلفزيوني، لغرض الاستفادة من خبرتهم وآرائهم لتحقيق اهداف البحث.

اعدت الباحثة اسئلة المقابلة وتم تصنيفها وفقا لاهداف البحث.

تحليل محتوى المقابلات

تختلف أساليب تحليل البيانات والمعلومات في المقابلات العلمية، ويعتبر التحليل الاحصائي الأداة الأهم في تحليل المقابلة في

البحث العلمي وما ينتج عن المقابلة من معلومات وبيانات، وباعتبار دراستنا تقوم على إجراء المقابلات المغلقة وبالتالي سنعتمد على التحليل الإحصائي اليدوي وبعد ذلك يقوم الباحث بعرض وجهه نظره بالأجوبة التي حصل عليها.

جدول ٣-٢. أسماء المفحوصين وصفاتهم

الرمز	صفات عينة البحث	العينة	صفات عينة البحث
A	دكتوراه/ مدير القناة /ذي قار/ القناة العراقية	عبد الحسن الركابي	الخبراء والمختصين والمسؤولون في قناة العراقية
B	دكتوراه/ مراسل/ قناة العراقية الاخبارية	د. سنان الخفاجي	
C	دكتوراه/ مدير فني شبكة الاعلام العراقي /قناة العراقية	علي ناصر عبد الكاظم	
D	دكتوراه/ مخرج تلفزيوني / شبكة الاعلام العراقيه	قاسم حسن هادي	
E	الدكتوراه/ مقدم برامج/ قناة العراقية	قيس خلف صايل ساجت المرشد	
F	ماجستير اعلام/ مخرج/ قناة الشرقية	علي حسن عباس	
G	ماجستير/ صحفي وناشط في الشؤون الاقتصادية/ قناة العراقية	مصطفى علي حسن	
H	مقدم برامج/ قناة الشرقية	هشام علي	الخبراء والمختصين والمسؤولون في قناة الشرقية
I	مقدم برامج/ قناة الشرقية	محمد الناصر	
J	مراسل صحفي/ قناة الشرقية نيوز / ذي قار	غزوان مهدي صالح الغزي	
K	مراسل/ قناة الشرقية	يعرب قحطان عودة	
L	بكالوريوس/ مراسل/ قناة الشرقية	سيف عبد الوهاب	
M	دكتوراه/مقدم برامج/ قناة الشرقية	د. مجيد حميد السامرائي	
N	ماجستير/ مراسل/ قناة الشرقية	مصطفى عامر ابراهيم	

قام الباحث بأعداد قائمة من الاسئلة لتحديد الهدف من المقابلات عن طريق جمع الاجابات من المفحوصين باستخدام اداة المقابلة الشخصية منظمة لمجموعة من الخبراء والمختصين.

حدود البحث

تكونت حدود البحث من المفاهيم الاتية:

أ. الحدود الزمانية: - حددت الباحثة المجال الزمني لهذه الدراسة بالمدة من ١/٣/٢٠٢٣ إلى ٣٠/٥/٢٠٢٣.

ب. الحدود المكانية: - تمثل الحد المكاني لهذه الدراسة داخل العاصمة العراقية بغداد حيث توزعت مقابلة الخبراء ما بين

الاساتذة الاكاديميين في تخصص الاعلام وكذلك الاعلاميين العاملين في قناتي العراقية والشرقية كقائمين بالاتصال في برنامج "دينار"

وبرنامج "لعبة الكراسي".

٣- الحدود الموضوعية: وتشمل العينة التي شملتها الدراسة وهم الخبراء والمختصين في الإعلام التلفزيوني العاملين في قناة السومرية الفضائية واساتذة الاعلام التلفزيوني في كلية الاعلام.

صدق الاداة

يقيس الصدق مدى صلاحية أسلوب القياس أو أدوات المستخدمة في قياس الموضوعات والظواهر التي يريد القائم بالتحليل قياسها.^{١٢٤} وهو يعني (ارتفاع مستوى الثقة فيما توصل اليه الباحث من نتائج بحيث يمكن الانتقال منها الى التعميم).^{١٢٥} وللتأكد من صدق محتوى اسئلة المقابلة قامت الباحثة بعرض اسئلة المقابلات على الاستاذ المشرف للحصول على الموافقة الاولى، كذلك للاخذ بالملاحظات اللازمة وبعدها تم عرضها على عدد من المحكمين من الاساتذة اصحاب الخبرة لتحديد مدى تحقيق الفقرات من هدف المقابلة فضلاً عن التأكد من صياغتها اللغوية، ولغرض ابداء ملاحظاتهم وآرائهم حولها، وبناء على آرائهم فقد تم حذف وتعديل بعض الفقرات مع الابقاء على بعض منها، وقد تم الاستفادة من عدد كبير من الملاحظات، وقد تم الاعتماد على النسخة النهائية من اسئلة المقابلات بالتشاور مع الاستاذ المشرف على البحث.

الهوامش والمراجع:

- ^١ القيم، مناهج وأساليب كتابة البحث العلمي في الدراسات الإنسانية: ص ١٥٦
- ^٢ عبدالحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية: ص ٦٩
- ^٣ دهش، مؤشرات التنمية الاقتصادية المستدامة في البرامج الاقتصادية على الفضائيات العراقية: ص ٧٩
- ^٤ جمال الدين، «أولويات الإعلام وعملية تشكيل الرأي العام»: ص ١٠
- ^٥ بسيوني، وسائل الإعلام والسياسة: دراسة في ترتيب الأولويات: ص ٢٤
- ^٦ بومعيزة، «أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب»: ص ٨٥
- ^٧ بسيوني، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام: ط ١، ص ٢٠٨
- ^٨ محمود، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير: ط ١، ص ٢٧١
- ^٩ زكرياء، نظريات الإعلام: ص ٦٠
- ^{١٠} مكاوي والسيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة: ط ١، ص ٢٨٨
- ^{١١} بومعيزة، «أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب»: ص ٨٥
- ^{١٢} ترد النظرية أيضا لدى بعض الكتاب في علوم الإعلام والاتصال باسم ترتيب الأولويات أو وظيفة المفكرة وهناك من يستعمل مصطلح بناء الأجندة
- ^{١٣} مكاوي والسيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة: ط ١، ص ٢٨٨
- ^{١٤} مكاوي والسيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة: ط ١، ص ٢٨٨
- ^{١٥} مكاوي والسيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة: ط ١، صص ٢٧٠-٢٧١
- ^{١٦} صابر، الحملات الإعلانية في باقة MBC ودورها في التوعية الدينية للشباب: ص ٤٩
- ^{١٧} نصر، نظريات الإعلام: صص ٢٧٧-٢٧٨
- ^{١٨} زكريا، نظريات الإعلام مدخل لأهتمامات وسائل الإعلام وجمهورها: ص ٢٣٣
- ^{١٩} الطرايشي والسيد، نظريات الاتصال: ص ١٩٩
- ^{٢٠} داليا، «المعالجة الأخبرية للقضايا السياسية العربية في القنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية»: ص ٨٤

٢١. أيمن وزغيب، دراسات في نظريات الرأي العام: ص ١٦٩
٢٢. عبدالحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير: ط ٤، ص ٥٠٧
٢٣. عزة، «تغطية التقارير الاخبارية التلفزيونية لأحداث الإرهاب»: ص ١٢١
٢٤. زكريا، نظريات الإعلام مدخل لأهتمامات وسائل الإعلام وجمهورها: ص ٢٣٥
٢٥. داليا، «المعالجة الاخبارية للقضايا السياسية العربية في القنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية»: ص ٧٩
٢٦. زكريا، نظريات الإعلام مدخل لأهتمامات وسائل الإعلام وجمهورها: صص ٢٣٧-٢٤٠
٢٧. زكريا، نظريات الإعلام مدخل لأهتمامات وسائل الإعلام وجمهورها: ص ٢٣٩
٢٨. السنجري، الإعلام الصحي: الوظائف والأهداف: ص ٢٠٣
٢٩. ماهيناز، «علاقة أساليب توظيف اللغة بأطر تقديم الأحداث داخل التقارير الإخبارية، دراسة تطبيقية على الحرب الإسرائيلية على غزة»: ص ٣١٢
٣٠. عزيز، اتجاهات الصحافة العراقية نحو الثورات العربية: ص ٨٧
٣١. حسني، نظريات الإعلام: ص ٢٧٨
٣٢. مكاوي والسيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة: ط ١، ص ٣٥
٣٣. مكاوي والسيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة: ط ١، ص ٣٥
٣٤. عبدالحميد، نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير: ص ٤٠٤
٣٥. عزيز، اتجاهات الصحافة العراقية نحو الثورات العربية: ص ٩٧
٣٦. عبده، «الأطر الخبرية للمعالجة الصحفية للقضايا العربية في المجلات المصرية»: ص ١٣٨
٣٧. مكاوي والسيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة: ط ١، ص ٣٤٩
٣٨. قيراط، «نظرية التأطير والتعاطي مع التطرف والارهاب، التعاطي الاعلامي مع ظاهرة التطرف والارهاب، سلسلة بحوث ودراسات أذاعية»: صص ٢٠-٢١
٣٩. قيراط، «نظرية التأطير والتعاطي مع التطرف والارهاب، التعاطي الاعلامي مع ظاهرة التطرف والارهاب، سلسلة بحوث ودراسات أذاعية»: ص ٢٥
٤٠. قلندر، نظريات الاتصال من عصر الجماعة الى عصر الجماهير: ص ٢٠٧
٤١. مارتن لوثر كينغ جونيور: زعيم أمريكي من أصول إفريقية، وناشط سياسي، ولد في ١٥ يناير عام ١٩٢٩م، من المطالبين بإخلاء التمييز

العنصري ضد السود في عام ١٩٦٤م، حصل على جائزة نوبل للسلام وكان أصغر من يحوز عليها، تم اغتياله في ٤ أبريل عام ١٩٦٨م، ويكيبيديا الموسوعة الحرة على الرابط

^{٤٢} جون كيندي: وهو سياسي أمريكي شغل منصب الرئيس الخامس والثلاثين للولايات المتحدة، ولد في ٢٩ مايو عام ١٩١٧م في بروكلين، ماتسوشستس، عضو في الحزب الديمقراطي، ومثل ولاية ماتسوشستس في مجلس النواب ومجلس الشيوخ قبل أن يصبح رئيساً، خدم كيندي رئيساً في ذروة الحرب الباردة، تم اغتياله في ٢٢ نوفمبر عام ١٩٦٣م في دالاس، تكساس، ويكيبيديا الموسوعة الحرة على الرابط

^{٤٣} المزاهرة، نظريات الاتصال: ص ٣٤٠

^{٤٤} جورج جيرينز: أستاذ علم الاتصالات في جامعة بنسلفانيا في الولايات المتحدة وهو مؤسس نظرية الغرس الثقافي، ولد في بودابست في هنغاريا عام ١٩١٩م وهو من أصل بريطاني، هاجر الى أمريكا في أواخر عام ١٩٣٩م، حصل على شهادة البكالوريوس في الصحافة من جامعة كاليفورنيا عام ١٩٤٢م، عمل لمدة قصيرة في صحيفة سان فرانسيسكو بوصفه كاتب عمود ومساعد رئيس التحرير، انضم الى الجيش الأمريكي في عام ١٩٤٣م وسمح برتبة رقيب أول، بعد الحرب العالمية الثانية عمل كاتباً حراً ومسؤول الدعاية ودرّس الصحافة في كلية ايل كامينو، حصل على الماجستير عام ١٩٥١م وعلى الدكتوراه عام ١٩٥٥م في مجال الاتصالات من جامعة جنوب كاليفورنيا وهو صاحب أطروحة (نحو نظرية الغرس الثقافي عامة للاتصالات) والتي فازت بجائزة أفضل أطروحة، توفي عام ٢٠٠٥م، ويكيبيديا الموسوعة الحرة على الرابط

⁴⁵ يسرى وفاطمة، نظريات الاتصال: ص ٩١

⁴⁶ المزاهرة، نظريات الاتصال: ص ٣٤٠

⁴⁷ حجاب، نظريات الاتصال: ص ٣٠٦

⁴⁸ الكريطي، «دور القنوات الفضائية العراقية في تعزيز قضايا الديمقراطية لدى الجمهور»: ص ٦٥

⁴⁹ شاوي، مدخل في الاتصال الجماهيري ونظريات التأثير: ط ٢، ص ٢٥

⁵⁰ طوينه وراضي، «التعرض للقنوات الفضائية في اليمن»: ص ١٨٨

⁵¹ الجبور، الإعلام الجماهيري: ص ٨٢

⁵² السود، علم النفس الاجتماعي وقضايا الإعلام والدعاية: ص ١٧٧

⁵³ عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير: ط ٢، ص ٣٣٢

⁵⁴ سوزان، علم النفس الإعلامي (المدخل النفسية للأعلام): ص ١٠٠

55. حجاب، نظريات الاتصال: ص ٣٠٧

56. المزاهرة، نظريات الاتصال: ص ٣٤٥؛ علي، الإعلام والتنشئة الاجتماعية: ص ١٣٥؛ شفيق، نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديدة ومواقع التواصل الاجتماعي: ص ٢٣٥؛ مكاوي والسيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة: صص ٣٠٤-٣٠٦

57. البشر، نظريات التأثير الإعلامي: ص ١٢٠

58. البشر، نظريات التأثير الإعلامي: ص ١٦٨

59. المزاهرة، نظريات الاتصال: ص ٣٥٤

60. المزاهرة، نظريات الاتصال: ص ٣٥٤

61. عبدالحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير: ص ٣٣٩

62. بسيوني، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال: ص ١١٣

63. بسيوني، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال: ص ١١٤

64. استبرق، «المعالجة الاعلامية للاحتلال الأمريكي للعراق، تحليل مضمون مجلة نيويورك النسخة العربية»: صص ١٢-١٣

65. ابن منظور، لسان العرب: ج ٤، ص ٣٠٦٦

66. McCornack, *Information manipulation theory*: p 59

67. معنى وشرح معالجة في معجم اللغة العربية المعاصرة، معجم عربي عربي وقاموس عربي. يمكن الوصول اليه عبر الرابط

68. المالح، معالجة المندوبين والمراسلين العرب للقضايا العربية: ص ١٦

69. فتحي، معالجة الاعلام لقضايا الوطن العربي: صص ٢٩-٣٠

70. حمادي، المعالجة الاخبارية للقضايا العربية في القنوات الموجهة: ص ٣٣

71. الحمري، «ساليب المعالجة الاخبارية لازمة استفتاء كردستان»: ص ٤٣

72. شرف، الصحافة المتخصصة ووحدة المعرفة: ص ٤٥

٧٣. الطيب، «المعالجة الاعلامية لظاهرة التنصير في الصحافة الجزائرية المكتوبة»: ص ١٢٣
٧٤. عبدالعسكر، «أسس المواد الاعلامية المطبوعة، مجلة الأمن والحياة»: صص ٣٧-٤١
٧٥. عبدالعسكر، «أسس المواد الاعلامية المطبوعة، مجلة الأمن والحياة»: صص ٣٧-٤١
٧٦. ابوزيد، فن الخبر الصحفي: ص ٩٢
٧٧. جمعة، المعالجة الاعلامية للقضايا السياسية: ص ٧٧
٧٨. الربيعي، الكفاءة الاتصالية في صناعة عناوين الاخبارية - دليل اسلوبي في عنونة الخبر الصحفي: ص ٣٦
٧٩. عباس، «معالجة الصحافة الالكترونية في العراق لموضوعات التعليم الالكتروني»: ص ٣٩
٨٠. الشجيري، البناء الاعلامي للازمات، اشكالية العرض والتناول: ص ٢٥٢
٨١. غنتاب، العنف في الصحافة العربية الدولية: صص ٥٢-٥٣
٨٢. عقاد، مدخل الى التلفزيون: ص ٩٢
٨٣. عبدالفتاح، سيولوجيا الخبر الصحفي: ص ٦٦
٨٤. الشمري والسراج، الاعلام والإعلام المتخصص: ص ٢٤٧
٨٥. كشكول، المعالجة الصحفية واشكالية الدراسة والتحليل "رؤية نقدية": صص ٥٣-٥٤
٨٦. ليلي ومحمود، فن التحرير الصحفي: ط ٢، ص ٢٦
٨٧. كشكول، المعالجة الصحفية واشكالية الدراسة والتحليل "رؤية نقدية": ص ٥٤
٨٨. كشكول واحمد، المعالجة الصحفية واشكالية الدراسة والتحليل "رؤية نقدية": ج ١، صص ٥٣-٥٤
٨٩. سماح وآخرون، الاعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم: ص ١٥٩
٩٠. عبدالرحمن، «معالجة وكالة الأنباء والمعلومات الفلسطينية وفا الانتفاضة الأقصى من وجهة نظر قادة الراي في فلسطين»: ص ١٢
٩١. كشكول، المعالجة الصحفية واشكالية الدراسة والتحليل "رؤية نقدية": ص ٥٥
٩٢. كشكول، المعالجة الصحفية واشكالية الدراسة والتحليل "رؤية نقدية": ص ٥٥
٩٣. عادل، الصحافة وادارة الأزمات: ص ٤٩
٩٤. معوض، دراسات في الإعلام الخليجي، القاهرة: ص ٣٦
٩٥. حامدي، «المعالجة الإعلامية للقضايا السياسية في برنامج (حوار الساعة)» دراسة تحليلية وميدانية: ص ٨١

٩٦. الرجباني، العالم رسالة ومهنة: صص ٢١٧-٢٥١
٩٧. الرجباني، العالم رسالة ومهنة: ص ١٨٤
٩٨. الحملاني وزكريا، نحو منهج متكامل لتطوير النظم إنذار مبكر: صص ٤٧٠-٤٧١
٩٩. إسماعيل، الصحفي المتخصص: صص ٢٨٨-٢٨٩
١٠٠. الحلواني ومهنى، مقدمة في الفنون الاذاعية والسمعية: صص ١٥٩-١٦٣
١٠١. باصل، فن التلفزيون: صص ١١٥-١١٦
١٠٢. الطائي، «تغطية الاخبار الخارجية في الصحف العراقية -دراسة تحليلية في صحيفتي الجمهورية والثورة ١٩٩٦-١٩٩٧»: ص ٤٠
١٠٣. الحنة والقادري. الفنون الاذاعية والتلفزيونية: صص ١٢٥-١٢٦
١٠٤. عبدالقادر، «الشباب العربي والاذاعة والتلفزيون، سلسلة بحوث ودراسات اذاعية»: ص ١٦٤
١٠٥. إسماعيل، الصحفي المتخصص: ص ٢٨٣
١٠٦. عبدالمنعم، «مجلة الاقتصاد الخليجي»: ص ٥٦
١٠٧. خضور، الاعلام المتخصص: صص ٩٢-٩٣
١٠٨. فريد، سماسة الاخبار: دراسة حول وكالات الانباء الدولية ومناطق النفوذ: صص ١٧٥-١٧٦
١٠٩. فريد، سماسة الاخبار: دراسة حول وكالات الانباء الدولية ومناطق النفوذ: صص ١٩٩-٢٠٢
١١٠. خضور، الاعلام المتخصص: ص ٩٣
١١١. إسماعيل، الصحفي المتخصص: ص ٢٧٣
١١٢. منظمة الاوبك: منظمة عالمية تمتلك الحق في تقرير سياسة الاسعار والانتاج بصورة مشتركة بينها وبين الاقطار الاعضاء في سيادتها على مواردها الاولية؛ البياتي، دراسات معاصرة في الاعلام والدعاية: ص ١٢٠
١١٣. البياتي، دراسات معاصرة في الاعلام والدعاية: ص ١١٩
١١٤. البياتي، دراسات معاصرة في الاعلام والدعاية: ص ١٢١
١١٥. اسكندر، مفهوم الإعلام المتخصص: ص ٢٨٠
١١٦. البياتي، دراسات معاصرة في الإعلام والدعاية: صص ١٢١-١٢٢
١١٧. الشريف، النفط والاعلام العربي الدولي، محاضرات في الاعلام البترولي: ص ٣٢٥
١١٨. الحياط، النفط العربي في المنظور الاعلامي الغربي، محاضرات في الاعلام البترولي: ص ٢٩١

١١٩- المسفر وطويرش، «الاعلام العقاري. خطوات بطيئة لا تنسجم وحركة السوق»: صص ١-٢

١٢٠- المسفر وطويرش، «الاعلام العقاري. خطوات بطيئة لا تنسجم وحركة السوق»: صص ١-٢.

١٢١- اسماعيل، الصحفي المتخصص: ص ٢٧٨

١٢٢- عبدالباسط، أصول البحث الاجتماعي: ط ٣، ص ١٠٩

١٢٣- عواطف وآخرون، تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية: ص ١٩

١٢٤- سمير، تحليل المضمون: ص ١٢٨

١٢٥- عبدالحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام: ص ٢٢٣

