مجلة معالم
للدراسات الاعلامية والاتصالية

مجلة تصدر عن مخبر الاتصال والأمن الغذائي
كلية علوم الاعلام والاتصال-
جامعة الجزائر3

المجلد : 07 / العدد : 02
ديسمبر 2025
ص: 80- 97
ISSN 2716-9111
EISSN: 2800-0846

التناول الإعلامي للأزمات الغذائية في الجزائر من خلال الصحافة المكتوبة
أزمة السلع الواسعة الاستهلاك أواخر سنة 2022 –أنموذجا–

Media Framing of Food Crises in Algeria through Print Journalism
The Case of the Widely Consumed Goods Crisis in Late 2022

وليد سعيدي[1]*

[1]جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي تبسة (الجزائر) ، oualid.saidi@univ-tebessa.dz

تاريخ الإستلام: 2025/07/03 تاريخ قبول النشر: 2020/12/14 تاريخ النشر: 2025/12/30

ملخص:

تهدف الدراسة إلى التعرف على كيفية التناول الإعلامي لصحيفتي المساء والشروق اليومي لأزمة السلع الواسعة الاستهلاك التي شهدتها الجزائر أواخر سنة 2022، وتقييم التناول الإعلامي لها، بالاعتماد على المنهج التحليلي واستخدام أسلوب تحليل المحتوى، من خلال تحليل عينة تم اختيارها عن طريق الأسبوع الصناعي.

وتوصلت الدراسة إلى أن الصحف العمومية والخاصة اتبعت خطاً تحريرياً رسمياً، مع خطاب رسمي يركز على تطمين الجمهور، وإبراز جهود الحكومة في مواجهة الأزمات الغذائية وتوفير المواد الأساسية، ومكافحة المضاربة، كما ركزت على أن السبب الرئيسي للأزمة هو المضاربة والاحتكار، وأن الجهات الحكومية تعد الفاعل الرئيسي في معالجة الأزمة، وهو ما يعني توجيه الخطاب الإعلامي نحو إبراز دور الدولة في معالجة الأزمة، كما تناولت تخزين السلع كتأثير للأزمة، واعتمدت على المصادر الرسمية وتصريحات المسؤولين، وهو ما يوضح أن الخطاب الإعلامي أقرب إلى النقل الرسمي منه إلى التحقيق والتحليل الصحفي المتنوع.

الكلمات مفتاحية: التناول الإعلامي؛ الأزمات الغذائية؛ السلع الواسعة الاستهلاك؛ الصحافة المكتوبة؛ الأمن الغذائي.

Abstract:

This study aims to identify how the newspapers "El Massa" and "Echourouk" covered the mass consumption goods crisis that Algeria witnessed in late 2022, and to evaluate this media treatment. It relies on the analytical method and employs content analysis, using a sample selected via the industrial week technique.

The study found that both public and private newspapers adopted an official editorial line, characterized by official discourse focused on reassuring the public, highlighting government efforts in confronting food crises, providing basic commodities, and combating speculation. They predominantly emphasized that the primary cause of the crisis was speculation and monopoly, and that government entities were the main actors in addressing the crisis. This indicates that the media discourse was oriented towards highlighting the state's role in crisis management. The coverage also addressed the hoarding of goods as an effect of the crisis. Furthermore, the newspapers relied heavily on official sources and statements from government officials, demonstrating that the media discourse was closer to official transmission than to diverse journalistic investigation and analysis.

* المؤلف المرسل

Keywords: Media Coverage; Food Crises; Mass Consumption Goods; Print Journalism; Food Security.

1. مقدمة:

على الرغم من الإنتاج العالمي الذي يكفي إطعام جميع سكان الارض، إلا أن الأزمات الغذائية تتفاقم في بعض مناطق العالم، نتيجة الصدمات الاقتصادية بما فيها من تضخم وانخفاض قيم العملات، الحروب والنزاعات المسلحة، والظروف والظواهر المناخية مثل الجفاف والفيضانات، وتقلب سلاسل التوريد العالمية، وفي العديد من الدول أصبحت الأزمات الغذائية موضوعاً متكرراً في الخطاب الإعلامي، لاسيما مع تزايد تحديات الأمن الغذائي وتغير أنماط الاستهلاك، وقد عانت الجزائر من عدة أزمات غذائية، بسبب اعتمادها على استيراد نسبة معتبرة من احتياجاتها الغذائية، وهو ما قد يجعل البلاد عرضة لتقلبات الأسعار العالمية واضطرابات سلاسل التوريد، مما يخلق بيئة خصبة لتصاعد الخطاب الإعلامي حول الأزمات الغذائية.

2. الإطار النظري:

1.2 مفهوم الأزمات الغذائية:

تشير الأزمات الغذائية إلى تلك الفترات التي تشهد نقصاً حاداً في المواد الغذائية الأساسية أو ارتفاعاً غير مسبوق في أسعارها، مما يهدد الأمن الغذائي للأفراد والمجتمعات، و يمكن أن تنشأ هذه الأزمات بسبب عوامل متعددة مثل التغيرات المناخية، اضطرابات سلاسل التوريد العالمية، أو حتى سوء الإدارة المحلية للموارد الغذائية ، ويقصد بالأزمات الغذائية النقص الكارثي في الغذاء أو وجود صعوبات في توزيعه، ممّا يؤثّر على أعداد كبيرة من الناس لأسباب مناخيّة وبيئيّة واجتماعيّة واقتصاديّة أو ظروف سياسيّة قاسية(https://www.unescwa.org/sd-glossary/food-crisis).

2.2 مفهوم أزمة السلع الواسعة الاستهلاك:

هي أزمة غذائية شهدتها الجزائر أواخر سنة 2022، حيث عرفت أزمة حادة في السلع الواسعة الاستهلاك، تجلت في ندرة بعض المواد الاساسية وارتفاع أسعارها.

3.2 علاقة وسائل الإعلام بالأزمات الغذائية:

الأزمات الغذائية على غرار كل الأزمات تحظى بتناول وتغطية واسعة في وسائل الإعلام، باعتبارها من الأخبار السلبية التي تحقق الانتشار لوسائل الإعلام، وتلبي حاجة الأفراد إلى المعرفة وحب الاستطلاع (مكاوي، 2005، ص70)، ولا يقتصر التناول الإعلامي للأزمات الغذائية على نشر معلومات وإنتاج رسائل إعلامية بمضامين مختلفة، بل يتعدى ذلك إلى تفعيل دور وسائل الإعلام والاتصال في التحذير من هذه الأزمات المتوقع حدوثها، احتواء آثارها السلبية، مع الأخذ بعين الاعتبار وضع أسس للتناول الإعلامي لها (الدليمي، 2012، ص194).

إن التأثير الذي تحدثه وسائل الإعلام في الأفراد والمجتمعات محل خلاف بين المهتمين والباحثين، وبشأن ما تحدثه من تأثيرات أثناء الأزمات بصفة خاصة، حيث أن البعض يتهم وسائل الإعلام بالمسؤولية عن انحطاط الثقافة لدى الجماهير وتفاقم الأزمات أكثر من المساعدة في مواجهتها (فرحي، 2018، ص315)، بينما يرى آخرون أن لوسائل الإعلام تأثير إيجابي من حيث كونها وسيلة لحرية التعبير وثراء ثقافات الجماهير، وتزويد الأفراد بالأخبار والمساعدة في إدارة الأزمات بشكل فعال يساهم في التغلب عليها، وبالتالي فوسائل الإعلام ضرورية لمواجهة الأزمات (عشماوي، 2008، ص ص111-112).

ولوسائل الإعلام دور في توعية الجماهير من مخاطر الأزمات والتنبؤ بها قبل حدوثها، أو عند وقوعها لاسيما الأزمات التي تؤثر على الرأي العام وتثير فضوله، حيث يهرع الناس إلى وسائل الإعلام كمصدر رئيسي لكسب المعلومات حول مجريات الأزمة، ووقوعها هو ما يعطي لوسائل الإعلام فرصة التنافس في نقل الاخبار لأن التناول الإعلامي لها يمثل حالة استثنائية في العمل الإعلامي (الدليمي، 2012، ص228)، والاصل في أي تناول إعلامي للأزمات الغذائية يخص البحث عن الحقيقة ونقلها للجمهور، والتناول الإعلامي لهذه الأزمات يتطلب صرامة أكثر في الالتزام بقواعد المهنة الصحفية وأخلاقياتها مقارنة بالكيفية التي يتم بها تناول الأحداث في الاوقات العادية (فرحي، 2018، ص320).

4.2 أهمية التناول الإعلامي للأزمات الغذائية:

- **زيادة الوعي:** يساعد التناول الإعلامي على إيصال المعلومات إلى أكبر عدد ممكن من الناس، مما يزيد من الوعي بأبعاد هذه الأزمات وتأثيراتها، وهو ما يساهم في اتخاذ الإجراءات اللازمة لمعالجتها .

- **تعبئة الرأي العام:** يمكن للصور والمقاطع التي تعرضها وسائل الإعلام إن تثير تعاطف الناس، مما يدفعهم إلى المطالبة باتخاذ إجراءات لمواجهة هذه الأزمات، وزيادة الوعي بأهمية مساعدة المتضررين منها، والتشجيع على التبرع أو دعم المبادرات الاغاثية .

- **دفع الجهود لمكافحة الأزمات الغذائية:** يمكن للتغطيات الإعلامية أن تلعب دورا في الضغط على الحكومات والمؤسسات الدولية لاتخاذ الإجراءات المناسبة لمواجهة الأزمات الغذائية، من خلال تخصيص الموارد اللازمة وتنفيذ برامج المساعدة.

- **التأثير على السلوك الاستهلاكي:** قد يؤثر التناول الإعلامي على سلوك المستهلكين، مثل تغيير عادات الأكل، التبرع للمنظمات الخيرية التي تعمل على مكافحة الأزمات الغذائية.

- **تشجيع الاستدامة:** تُسهم التغطية الإعلامية في تشجيع الاستدامة في قطاع الزراعة والغذاء، وزيادة الوعي بأهمية حماية البيئة.

5.2 الجوانب التي يغطيها التناول الإعلامي للأزمات الغذائية:

- **تغطية أسباب الأزمة:** تساعد التغطية الإعلامية على فهم أسباب الأزمة، مثل النزاعات، والتغيرات المناخية، والأزمات الاقتصادية .

- **تغطية أعداد المتضررين:** تُعتبر أعداد المتضررين من الأزمات الغذائية مؤشرًا مهمًا على حجم الأزمة، وتُستخدم لتحديد مستوى الحاجة إلى الإغاثة والمساعدة .

- **تغطية تأثير الأزمة:** تُظهر التغطية الإعلامية تأثير الأزمة على المجتمعات المحلية، مثل تدهور صحة الأطفال، وزيادة معدلات الفقر، وفقدان سبل العيش .
- **تغطية جهود الإغاثة:** تغطي وسائل الإعلام جهود الإغاثة التي تبذلها الحكومات والمنظمات الدولية، مثل توفير الغذاء، والمساعدات المالية، وبرامج الإغاثة .
- **تغطية التحديات:** تغطي وسائل الإعلام التحديات التي تواجه جهود الإغاثة، مثل صعوبة الوصول إلى المناطق المتضررة، وتدهور البنية التحتية، والأزمات الأمنية .
- **تغطية الحلول:** تغطي وسائل الإعلام الحلول التي يتم تبنيها لمعالجة الأزمات الغذائية، مثل زيادة الإنتاج الزراعي، وتحسين البنية التحتية، وتطبيق برامج الأمن الغذائي.

6.2 مراحل التناول الإعلامي للأزمات الغذائية:

يشير الدكتور معتز محي عبد الحميد إلى أن بعض الدراسات الإعلامية تركز على تحليل المراحل التي تمر بها التغطية الإعلامية للأزمات وهي:

- **مرحلة التغطية العشوائية:** أي أن الوسيلة الإعلامية لم تصل بعد إلى التنسيق المتكامل والسبب هو أن الأزمة الغذائية ما تزال في مراحلها الأولى.

- **مرحلة التعبئة المنظمة:** حيث أن وسائل الإعلام تعرف أهمية الأزمة الغذائية فتوجه جهودها ومواردها من فنيين وإعلاميين إلى البحث عن الأخبار ونشرها والتعليق عليها، وفي هذه المرحلة يصل التناول الإعلامي للأزمة أعلى درجات التغطية والتنسيق المنظم.

- **مرحلة التكيف مع و اقع ما بعد الأزمة:** وفيها تضع وسائل الإعلام إستراتيجية جديدة تتناسب مع ما آلت إليه الامور في مجتمع الأزمة الغذائية، وتعمل على المشاركة ببلورة المفاهيم الجديدة للمتغيرات وتقريبها للرأي العام ومساعدته على تقييمها (فرجي، 2018، ص ص323-324.(

كما يذهب الدكتور معتز محي عبد الحميد إلى أن هناك إشكالية تظهر بوضوح إبان الأزمات تكون على خط العلاقة المتبادلة بين المسؤولية ورجال الإعلام، وتتمثل في نقطتين هما:

- أثناء الأزمات تزداد رقابة الحكومات أو الجهات ذات العلاقة على مصادر الأخبار والمعلومات.

- تسابق مراسلي وسائل الإعلام عند تناول هذه الأزمات بصفة فورية وأثناء متابعتهم للحدث في مرحلة الذروة، يجعلهم يقعون من حيث يشعرون أو لا يشعرون في الدعاية المنحازة لأحد الأطراف (فرجي، 2018، ص324).

7.2 التحديات التي قد تواجه التناول الإعلامي للأزمات الغذائية:

- **الحيادية:** أي أن تكون التغطيات الإعلامية موضوعية، وتتجنب التضخيم أو التقليل من الأزمة.

- **التأثير على السلوك الاستهلاكي:** يجب على وسائل الإعلام أن تكون حذرة من تأثير تغطيتها وتناولها للأزمة على سلوك المستهلكين، وتجنب المعلومات التي لا تساهم في حل الأزمات الغذائية.

- **الدقة والموثوقية:** يجب أن تكون المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام دقيقة وموثوقة، وتستند إلى مصادر موثوقة.

- **الوصول:** يجب أن تكون التغطيات الإعلامية للأزمات الغذائية متاحة للجميع، بغض النظر عن أماكنهم أو مستويات تعليمهم.

- **تعدد الجهات التي تمارس أدوارا اتصالية في أوقات الأزمات الغذائية:** فالأجهزة المحلية والقومية تمارس أدوارا اتصالية واعلامية، كما تقوم إدارة العلاقات العامة والإعلام في المنظمات ذات الصلة بهذه الأزمات بأنشطة اتصالية، في الوقت ذاته فإن وسائل الإعلام عندما تقوم بتغطية الأزمات وأسبابها ونتائجها تركز على أنها أحداث منفصلة واستثنائية أكثر من كونها أحداث طبيعية (فرحي، 2018، ص ص317-318).

3. الإطار المنهجي للدراسة

1.3 إشكالية الدراسة:

من منطلق أن أزمة السلع الواسعة الاستهلاك التي شهدتها الجزائر أواخر سنة 2022 حظيت باهتمام وسائل الإعلام بصفة عامة والصحافة المكتوبة بصفة خاصة، ونظرا للاهتمام الواسع الذي تبديه الصحافة المكتوبة في الجزائر سواء العمومية أو الخاصة، وتحديدا صحيفتي المساء والشروق اليومي لهذه الأزمة الغذائية، هو ما أدى بنا إلى طرح السؤال الرئيسي التالي: كيف تناولت الصحافة المكتوبة الجزائرية أزمة السلع الواسعة الاستهلاك من خلال صحفيتي المساء والشروق اليومي؟

ولقد تفكك عن التساؤل الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية:

- كيف تناولت صحيفتي المساء و الشروق اليومي موضوع أزمة السلع الاستهلاكية من حيث الشكل؟

- كيف تناولت صحيفتي الدراسة موضوع أزمة السلع الاستهلاكية من حيث المضمون؟

2.3 أهداف الدراسة:

الاهتمام بموضوع الأزمات الغذائية لاسيما أزمة السلع الاستهلاكية في الجزائر أواخر سنة 2022، والذي كان بمثابة مادة إخبارية وإعلامية دسمة لوسائل الإعلام، لهذا تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية التناول الإعلامي لصحيفتي المساء العمومية والشروق اليومي الخاصة لهذه الأزمة، وتقييم التناول الإعلامي لها من خلال الصحافة المكتوبة الجزائرية.

3.3 أهمية الدراسة:

تركز الدراسة على كيفية تناول الصحافة المكتوبة الجزائرية لأزمة السلع الاستهلاكية التي شهدتها الجزائر أواخر سنة 2022، من خلال محاولة فهم أسباب الأزمة وتأثيراتها.

4.3 منهج الدراسة:

المنهج هو الموجه الأساسي لكل باحث علمي في دراسته، والوصول إلى غاية أي دراسة علمية يكون بإتباع منهج معين يتناسب وطبيعة الدراسة، ولقد اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي .

5.3 مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع المفردات التي يدرسها الباحث، سواء كانت جمهورا أو موادا إعلامية، ويمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة جميع الأعداد التي نشرتها صحيفة المساء اليومية التي تمثل الصحافة المكتوبة العمومية، وصحيفة الشروق اليومي التي تمثل الصحافة المكتوبة الخاصة في الفترة الواقعة بين 01 أكتوبر 2022 و09 فيفري 2023.

6.3 عينة الدراسة:

العينة هي الجزء الذي يختاره الباحث وفق طرق محددة لتمثيل مجتمع البحث تمثيلا علميا سليما، وبالنظر إلى عوامل منها منهج البحث، مجال الدراسة وطبيعة الموضوع، حيث يتم اختيار مجموعة من الأعداد التي صدرت من الصحيفة والتي تخص موضوع الدراسة، وتتمثل العينة التي خضعت للدراسة في صحيفتين يوميتين وطنيتين، صحيفة المساء العمومية وصحيفة الشروق اليومي الخاصة، حيث وقع اختيارها قصديا على أساس أنها من أهم الصحف اليومية الجزائرية، ومتغير نمط الملكية بين الصحافة المكتوبة العمومية والخاصة، حيث قمنا باختيار عينة الأسبوع الصناعي، التي يتم اختيارها عند إجراء دراسة على الصحف اليومية، وفيها يحدد الباحث فترة صناعية كأن تكون أسبوعا أو شهرا أو غيرهما، ثم ينتقي الأيام التي تشكل عينة البحث (طعيمة، 1987، ص139)، حيث تم اختيار 18 عددا من صحيفة المساء و18 عددا من الشروق اليومي.

7.3 أدوات جمع المعلومات:

قمنا بالاعتماد على أداة تحليل المضمون باعتبارها الأداة المثلى لمعرفة كيفية التناول الإعلامي لأزمة السلع الاستهلاكية من خلال الصحافة المكتوبة الجزائرية، من خلال تحليل عينة الدراسة، حيث أن عملية تحليل محتوى الاتصال تستهدف عزل خصائص وسمات المحتوى عن بعضها ليمكن وصفها بوضوح واكتشاف العلاقة بينها، وبين بعضها البعض، مثل أسباب ودوافع وأهداف ما قيل، أو ما كتب، ومعرفة شخصية المصدر.

8.3 وحدات وفئات التحليل:

- **وحدات التحليل:** الوحدة هي وسيلة التسجيل أو العد، وهي التي يظهر من خلالها تكرار الظاهرة كونها تستخدم في الحساب التكراري لمدى ظهور البيانات في المضمون المعالج، وقد اعتمدنا في دراستنا على وحدة "الفكرة" ووحدة "المساحة."

- **فئات التحليل:** يتم تقسيم المحتوى في عينة الدراسة إلى أجزاء ذات خصائص أو سمات مشتركة بناءا على معايير التصنيف التي يتم صياغتها مسبقا، وهذه الأجزاء يطلق عليها الفئات، وتنقسم فئات التحليل إلى: فئات الشكل وفئات المضمون، حيث قما باستخدام هاته الفئات، انطلاقا من كون دراستنا تهدف إلى كشف مدى اهتمام صحيفتي المساء والشروق اليومي بأزمة السلع الاستهلاكية.

9.3 عرض وتحليل فئات الشكل والمضمون:

1.9.3 عرض وتحليل فئات الشكل

الجدول 1: فئة عدد المواد الإعلامية في صحيفتي المساء والشروق اليومي

	المساء	الشروق اليومي
عدد المواد الإعلامية	33	31

المصدر: من إعداد الباحث

يتضح من خلال البيانات في الجدول المتعلق بعدد المواد الإعلامية في صحيفتي المساء والشروق اليومي، أن الصحيفة الأولى نشرت 33 مادة إعلامية، في حين نشرت صحيفة الشروق اليومي 31 مادة إعلامية.

ويفهم من البيانات أن هناك تقاربا كبيرا في عدد المواد الإعلامية المنشورة بين الصحيفتين، وهو ما يشير إلى تنافسية في المحتوى الإعلامي بين الصحيفتين بخصوص أزمة السلع الواسعة الاستهلاك التي عرفتها الجزائر أواخر سنة 2022، في حين يدل الفارق البسيط على أن الصحيفتين تحافظان على وتيرة نشر متقاربة من حيث الكم.

الجدول 2: المساحة التحريرية للمواد الإعلامية في صحيفتي المساء والشروق اليومي

	المساء	الشروق اليومي
مساحة الصحيفة	21.690 سم2	22.620 سم2
مساحة الأعداد التي تناولت أزمة السلع الواسعة الاستهلاك	380.640 سم2	278.160 سم2
مساحة المادة الإعلامية	1.009,99 سم2	785,81 سم2
نسبة التناول الإعلامي	00.26%	00.28%

المصدر: من إعداد الباحث

يظهر الجدول أعلاه المساحة التحريرية المخصصة لأزمة السلع الواسعة الاستهلاك في أعداد العينة، حيث كانت النسب متقاربة بين الصحيفتين، وبلغت نسبة 00.28% في صحيفة الشروق اليومي، في حين كانت 00.26% في صحيفة المساء، ويتضح أن نسبة تناول موضوع الأزمة في الصحيفتين كانت ضعيفة، وهو ما يدل على أن الصحيفتين لم تتناول موضوع الأزمة باهتمام كبير وأن الأزمة لم تكن أولوية قصوى لديهما.

الجدول 3: فئة القوالب الصحفية المستخدمة في صحيفتي المساء والشروق اليومي

	المساء		الشروق اليومي	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
خبر صحفي	28	%84.85	26	%83.87
تقرير صحفي	04	%12.12	04	%12.90
مقال صحفي	01	%03.03	00	00
تحقيق صحفي	00	00	01	%03.23
المجموع	33	%100	31	%100

المصدر: من إعداد الباحث

يظهر الجدول أعلاه توزيع استخدام القوالب الصحفية في صحيفتي الدراسة، حيث سيطر الخبر الصحفي على القوالب المستخدمة بنسبة تعدت 83% في الصحيفتين، ثم تبعه التقرير الصحفي بنسبة فاقت 12% بالنسبة للصحيفتين، في حين استخدمت صحيفة المساء المقال الصحفي بنسبة ضعيفة جدا بلغت 03,03% ولم تستخدمه صحيفة الشروق اليومي التي اعتمدت على قالب التحقيق الصحفي بنفس النسبة.

وتتضح هيمنة القالب الخبري وهو ما يوضح أن الصحيفتين تميلان بشكل كبير إلى النمط الإخباري القائم على سرد الوقائع ونقل الأحداث دون تحليل أو تعمق، أما التقرير الصحفي فقد جاء في المرتبة الثانية، وهو يهدف إلى تقديم خلفيات وشرح لبعض المواضيع التي تناولتها الصحيفتين، في حين غاب قالب المقال الصحفي عن صحيفة الشروق اليومي واستخدمته صحيفة المساء بنسبة ضعيفة، وهو القالب الذي يتيح مجالا للرأي والتحليل حول موضوع أزمة السلع الواسعة الاستهلاك، ونفس الشيء بالنسبة لقالب التحقيق الصحفي الذي لم تستخدمه صحيفة المساء واستخدمته صحيفة الشروق اليومي بنسبة ضعيفة، ويسعى إلى الكشف عن المواضيع والقضايا الغامضة أو المعقدة.

الجدول 4: فئة العناوين المستخدمة في صحيفتي المساء والشروق اليومي

		المساء		الشروق اليومي	
		التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
العناوين	مانشيت	01	%01.76	03	%04.11
	عنوان تمهيدي	19	%33.33	19	%26.03
	عنوان رئيسي	32	%56.14	28	%38.36
	عنوان فرعي	05	%08.77	23	%31.50
	المجموع	57	%100	73	%100

المصدر: من إعداد الباحث

يعرض الجدول فئات العناوين المستخدمة في صحيفتي المساء والشروق اليومي، حيث استخدمت الصحيفتان العناوين الرئيسية بالدرجة الأولى بنسب مختلفة، في حين استخدمت المانشيت بنسبة ضعيفة جدا، واختلف استخدام كل صحيفة للعناوين الفرعية التي استخدمتها صحيفة الشروق اليومي بنسبة كبيرة فاقت 38%، بينما بلغت أكثر من 08% في صحيفة المساء التي استخدمت العناوين التمهيدية بنسبة 33,33% مقابل نسبة 26,03% لصحيفة الشروق اليومي.

وتتضح من خلال المعطيات سيطرة استخدام العنوان الرئيسي في الصحيفتين، وهو ما يشير إلى اعتمادها على التعبير المباشر عن مضمون الخبر، وهو توجه يدل على البساطة والاختصار في تناول مواضيع الأزمة الغذائية، أما ضعف استخدام المانشيت فيعود إلى عدم منح أهمية كافية للعناوين اللافتة، وتم استخدامه بنسب ضعيفة رغم أنه من أهم أدوات الجذب البصري في الصفحة الأولى، في حين تنوعت العناوين في صحيفة الشروق اليومي التي اعتمدت على العناوين الفرعية بنسبة متوسطة أكثر من صحيفة المساء، وهو ما يدل على بنية تحريرية أكثر تدرجا وتفصيلا، اما استخدام العناوين التمهيدية فقد كان

بنفس العدد في كلتا الصحيفتين، ولكن بنسبة أعلى في صحيفة المساء، وهذا يعني أن الصحيفتين تعي أهمية هذا النوع من العناوين الذي يلعب دور الجسر بين العنوان الرئيسي والنص.

الجدول 5: فئة الصور المستخدمة في صحيفتي المساء والشروق اليومي

		المساء		الشروق اليومي	
		التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
الصور	نص مع صور	06	%18.18	09	%29.03
	نص دون صور	27	%81.82	22	%70.97
	المجموع	33	%100	31	%100
نوع الصور	زيت المائدة	01	%16.67	00	00
	سميد وفرينة	03	%49.99	04	%44.45
	حليب	00	00	03	%33.33
	بطاطا	01	%16.67	01	%11.11
	شخصيات سياسية	00	00	01	%11.11
	أخرى	01	%16.67	00	00
	المجموع	06	%100	09	%100

المصدر: من إعداد الباحث

يستعرض الجدول طبيعة استخدام الصور في تناول موضوع أزمة السلع الواسعة الاستهلاك في صحيفتي الدراسة، وكذا نوع الصور المصاحبة للنصوص والمستخدمة من قبلها، حيث اتضح أن الصحيفتين لم تدرج صورا مع النصوص الإعلامية بنسبة كبيرة بلغت أكثر من 81% في صحيفة المساء و70% في صحيفة الشروق اليومي، في حين كان استخدامها للصور بنسب أقل، في حين بلغ عدد الصور المستخدمة مع النصوص في صحيفة المساء 06 صور، أما صحيفة الشروق اليومي فقد بلغ 09 صور، حيث استخدمت الصحيفة صور السلع الواسعة الاستهلاك بنسبة كبيرة منها صور السميد والفرينة والحليب، في حين استخدمت صور لمادة البطاطا بنسبة أقل إلى جانب استخدام صور شخصيات سياسية بنفس النسبة، ولم تستخدم صور زيت المائدة أبدا، أما صحيفة المساء فقد ركزت على استخدام صور السميد والفرينة وزيت المائدة والبطاطا، ولم تستخدم صور الحليب والشخصيات السياسية.

ويعود ضعف استخدام الصور في الصحيفتين إلى اعتمادها على النصوص بصفة أكبر والافتقار إلى إدراج العناصر البصرية الجاذبة، مع وجود وعي بأهمية الصور في بعض المواد الإعلامية إلى جانب النصوص، وهو ما يساهم في جذب القارئ، وجعل المواد الإعلامية أكثر تنوعا، أما بالنسبة لطبيعة الصور المصاحبة للنصوص فقد هيمنت صور السلع ذات الاستهلاك الواسع منها السميد والفرينة، زيت المائدة، الحليب، البطاطا، وهي المواد الأساسية التي يستخدمها المواطن الجزائري في حياته اليومية، أما ضعف استخدام صور الشخصيات السياسية فيعود إلى تركيز الصحيفتين على القضايا الاجتماعية أكثر من السياسية.

الجدول 6: فئة موقع المواد الإعلامية في صحيفتي المساء والشروق اليومي

	المساء		الشروق اليومي	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
الصفحة الأولى	04	%12.12	04	%12.90
الصفحة الثانية	01	%03.03	01	%03.23
الصفحات 3-4-5-6	05	%15.15	11	%35.48
الصفحات 7-8-9-10-11	05	%15.15	12	%38.70
الصفحات 12-13-14-15-16	06	%18.18	00	00
الصفحة 17	00	00	01	%03.23
الصفحات 18-19-20-21-22-23	01	%03.03	01	%03.23
الصفحة الأخيرة	11	%33.34	01	%03.23
المجموع	33	%100	31	%100

المصدر: من إعداد الباحث

يظهر الجدول توزع المواد الإعلامية في الصحيفتين حسب موقعها داخل الصفحات، حيث كانت أعلى نسبة في صحيفة المساء في الصفحة الاخيرة وبلغت 33,34%، في حين كان النشر في الصفحات من 12 إلى 16 في المرتبة الثانية وهي الصفحات المخصصة للأخبار المتنوعة وبلغت نسبة 18,18%، أما النشر في الصفحات من 03 إلى 06 والمتعلقة بـ"الحدث" والصفحات من 07 إلى 11 المتعلقة بـ "مراسلون" فقد جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت 15,15% لكل منهما، ثم تليها بنسبة أقل الصفحة الأولى بنسبة فاقت 12%، في حين كان النشر في باقي الصفحات بنسب ضعيفة جدا لم تتجاوز 03,03%، أما صحيفة الشروق اليومي فقد ركزت نشر المواد الإعلامية المتعلقة بأزمة السلع ذات الاستهلاك الواسع في الصفحات من 07 إلى 11 المتعلقة بـ"الحدث" وذلك بنسبة فاقت 38%، وكذا الصفحات من 03 إلى 06 المتعلقة بـ "محليات" والتي تعنى بالأخبار المحلية بنسبة تجاوزت 35%، كما نشرت مواضيع في الصفحة الأولى بنسبة بلغت 12,90%، ووزعت باقي المواد على باقي الصفحات بنسبة 03,23%.

ويتضح من خلال المعطيات أن صحيفة المساء كانت أكثر توازنا في توزيع المواد، مع ميل واضح نحو النشر في الصفحة الأخيرة ما يؤكد ميل الصحيفة إلى الاعتماد على الصفحة الأخيرة كمساحة جاذبة للقراء، في حين أن صحيفة الشروق اليومي ركزت على بشكل واضح على النشر في الصفحات الداخلية المتعلقة بـ "الحدث" و"مراسلون"، كما أن الصحيفتان تتشابها في نسبة النشر في الصفحة الأولى، وهو ما يعكس أهمية الواجهة الأولى في جذب القراء، في حين تم استخدام باقي الصفحات بنسبة ضعيفة من طرف الصحيفتين كونها تتعلق بالأخبار الرياضية والثقافية ومخصصة للإعلانات والإشهار بالصحف.

2.9 عرض وتحليل فئات المضمون:

الجدول 7: فئة مواضيع أزمة السلع الاستهلاكية من خلال صحيفتي المساء والشروق اليومي

	المساء		الشروق اليومي	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
كميات السلع الواسعة الاستهلاك المتوفرة	03	%09.09	05	%16.12
الاجراءات الحكومية لمراقبة الأسعار	07	%21.21	04	%12.90
تحليل أسباب الأزمة	00	00	01	%03.23
كشف حالات الفساد	01	%03.03	01	%03.23
حجز سلع واسعة الاستهلاك	18	%54.55	16	%51.61
توضيح العقوبات المسلطة على المضاربين	02	%06.06	00	00
رفع الإنتاج	02	%06.06	02	%06.45
تقارير دولية حول الأمن الغذائي	00	00	01	%03.23
دور المجتمع المدني في التصدي لندرة السلع	00	00	01	%03.23
المجموع	33	%100	31	%100

المصدر: من إعداد الباحث

يتناول الجدول أعلاه مواضيع أزمة السلع الواسعة الاستهلاك من خلال صحيفتي المساء والشروق اليومي، حيث تناولت الصحيفتان موضوع حجز سلع واسعة الاستهلاك بنسب فاقت 51% و54%، يليه موضوع الإجراءات الحكومية لمراقبة الأسعار بنسبة أكثر من 21% في صحيفة المساء ونسبة فاقت 12% في صحيفة الشروق اليومي، في حين تناولت صحيفة الشروق اليومي موضوع كميات السلع الواسعة الاستهلاك المتوفرة بنسبة 16,12% وتناولته صحيفة المساء بنسبة أقل بلغت 09,09%، في حين تم تناول باقي المواضيع بنسب أضعف، حيث تناولت صحيفة المساء مواضيع توضيح العقوبات المسلطة على المضاربين، وموضوع رفع الإنتاج بنسبة 06,06% لكل منهما، وتناولت موضوع كشف حالات الفساد بنسبة ضعيفة جدا بلغت 03,03%، ولم تتناول المواضيع الأخرى، أما صحيفة الشروق اليومي فقد تناولت موضوع رفع الإنتاج بنسبة 06,45%، وتناولت مواضيع تحليل أسباب الازمة، كشف حالات الفساد، تقارير دولية حول الأمن الغذائي، دور المجتمع المدني في التصدي لندرة السلع بنسبة ضعيفة جدا بلغت 03,23% لكل موضوع، ول تتناول موضوع تسليط العقوبات على المضاربين.

ويتضح من البيانات السابقة ان الصحيفتين ركزتا على جانب النقص في السلع واعتباره المشكلة الاساسية، وهو ما يتجلى في النسبة الكبيرة لموضوع حجز السلع الواسعة الاستهلاك، كما يتجلى اهتمام واضح بإجراءات الحكومة لمراقبة الأسعار، وفي المقابل لوحظ غياب شبه تام لتحليل معمق حول أسباب الأزمة، وتقارير الهيئات الولية بهذا الخصوص، وكذلك دور المجتمع المدني في التصدي لندرة السلع الواسعة الاستهلاك.

الجدول 8: فئة الفاعلين في أزمة السلع الاستهلاكية من خلال صحيفتي المساء والشروق اليومي

	المساء		الشروق اليومي	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
جهات حكومية	29	%87.88	26	%83.88
المنتجون	01	%03.03	00	00
تجار الجملة والتجزئة	02	%06.06	01	%03.22
جمعيات	01	%03.03	03	%09.68
منظمات دولية	00	00	01	%03.22
المجموع	33	%100	31	%100

المصدر: من إعداد الباحث

يعرض الجدل أعلاه فئة الفاعلين في أزمة السلع الواسعة الاستهلاك من خلال الصحف عينة الدراسة، حيث تبين المعطيات أن الجهات الحكومية هي الفاعل الرئيسي في الأزمة في مواد الصحيفتين بنسبة 87,88% لصحيفة المساء، و83,88% لصحيفة الشروق اليومي، واختلفت النسب بالنسبة لباقي الفاعلين، حيث تم تناول الجمعيات كفاعل ثانوي في الأزمة في صحيفة الشروق اليومي بنسبة 09,68%، في حين تناولتها صحيفة المساء بنسبة أقل بلغت 03,03%، وتناولت الصحيفتان تجار الجملة والتجزئة بنسب أقل بلغت 06,06% في صحيفة المساء و03,22% في صحيفة الشروق اليومي، كما أن صحيفة الشروق اليومي تناولت المنظمات الدولية كفاعل في الأزمة بنسبة ضعيفة بلغت 03,22% ولم تتناولها صحيفة المساء، التي أشارت إلى المنتجين كفاعل في الأزمة بنسبة 03,03% ولم تشر إليهم صحيفة الشروق اليومي.

ويتضح من المعطيات أن الجهات الحكومية شكلت النسبة الأكبر من الفاعلين في الصحيفتين، واعتبرتها الفاعل الرئيسي في أزمة السلع الواسعة الاستهلاك، وهو ما يعكس توجه الخطاب الإعلامي نحو إبراز دور الدولة في التحكم أو معالجة الأزمة، في حين كان تناول تجار الجملة والتجزئة بنسبة ضعيفة نسبيا رغم أنهم فاعلين مباشرين في الأزمة، كما يتضح الاهتمام النسبي بالجمعيات مما يوحي بإعطاء الصحيفتين مساحة للمجتمع المدني، وأيضا تم ذكر المنظمات الدولية في صحيفة الشروق اليومي من خلال تقريرها الذي يخص الأمن الغذائي، وهو ما يدل على ضعف الحضور الدولي في التناول الإعلامي للأزمة، وكذلك الأمر بالنسبة للمنتجين الذين تناولت صحيفة المساء تصريحا لهم، وهو ما يشير إلى غياب مكثف لتصريحاتهم ومواقفهم في التغطية الإعلامية.

الجدول 9: فئة أسباب الأزمة من خلال صحيفتي المساء والشروق اليومي

	المساء		الشروق اليومي	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
المضاربة والاحتكار	31	%93.94	30	%96.77
تغيرات المناخ	02	%06.06	00	00
صراعات مسلحة	00	00	00	00
الظروف الصحية	00	00	01	%03.23
المجموع	33	%100	31	%100

المصدر: من إعداد الباحث

ويتضح من البيانات المذكورة في الجدول أعلاه المتعلقة بأسباب الأزمة الغذائية من خلال صحيفتي المساء والشروق اليومي، حيث يظهر أن المضاربة والاحتكار هو السبب الرئيسي لأزمة السلع الواسعة الاستهلاك في الصحيفتين، حيث بلغت نسبة 96,77% في صحيفة الشروق اليومي وهي النسبة الأكبر، وبلغت 93,94% في صحيفة المساء، كما أشارت إلى أن تغيرات المناخ تعد سببا من أسباب هذه الأزمة بنسبة 06,06%، أما صحيفة الشروق اليومي فقد أشارت إلى أن الظروف الصحية هي أحد أسباب الأزمة بنسبة ضعيفة بلغت 03,23%.

وهو ما يبين أن المضاربة والاحتكار يمثل السبب الرئيسي للأزمة في كلتا الصحيفتين، وتعكس هذه النسب العالية تبني الصحف عينة الدراسة للرواية الرسمية التي تحمل المضاربين مسؤولية مباشرة عن الأزمة، في حين تطرقت الصحيفتان إلى باقي الأسباب بنسب ضعيفة، واختلفت بين الصحيفتين، حيث تطرقت صحيفة المساء إلى تغيرات المناخ كسبب من أسباب الأزمة، في حين تطرقت صحيفة الشروق اليومي إلى الظروف الصحية المتعلقة بجائحة كورونا كوفيد 19، في حين لم تشر الصحيفتان إلى الصراعات المسلحة كسبب من أسباب الأزمة، وهو ما يشير إلى أن الصحيفتان تميلان نحو التبسيط ومحدودية التحليل.

الجدول 10: فئة أهم الإجراءات المتخذة لمواجهة الأزمة من خلال صحيفتي المساء والشروق اليومي

	المساء		الشروق اليومي	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
تسقيف الاسعار	03	%09.09	01	%03.23
تنظيم السوق	07	%21.21	09	%29.03
توفير السلع	02	%06.06	02	%06.45
مكافحة المضاربة	21	%63.64	19	%61.29
المجموع	33	%100	31	%100

المصدر: من إعداد الباحث

ويتضح من الجدول المتعلق بأهم الإجراءات المتخذة لمواجهة الأزمة من خلال صحيفتي المساء والشروق اليومي، أن مكافحة المضاربة احتلت المرتبة الأولى في الصحيفتين إذ بلغت 63,64% في صحيفة

المساء و61,29% في صحيفة الشروق اليومي، ثم جاء تنظيم السوق في المرتبة الثانية بنسبة 29,03% لصحيفة الشروق اليومي و21,21% لصحيفة المساء، في حين تناولت الصحيفتان إجراءات تسقيف الأسعار بنسب أقل بلغت 09,09% لصحيفة المساء و03,23% لصحيفة الشروق، وتناولت الإجراء المتعلق بتوفير السلع بنسبة 06,06% لصحيفة المساء و06,45% لصحيفة الشروق اليومي.

ويتضح من البيانات المذكورة أن هيمنة مكافحة المضاربة يشير إلى تصور إعلامي راسخ يحمل المضاربة المسؤولية الرئيسية في الأزمة، أكثر من كونها أزمة مرتبطة بعوامل اقتصادية، كما جاء تنظيم السوق في المرتبة الثانية رغم أهميته كإجراء يهدف إلى استقرار السوق وتحقيق التوازن بين العرض والطلب، إلا أن حضوره كان محدودا، كما تراجعت أهمية توفير السلع وتسقيف الأسعار وهو ما يمثل عدم تركيز التناول الإعلامي على البعد الاقتصادي للأزمة، رغم أن توفير السلع يعد من أبرز العوامل التي تساهم في حل الأزمة، كما أن تسقيف الأسعار يعتبر من الحلول المباشرة التي تهم المواطنين.

الجدول 11: فئة تأثيرات الأزمة من خلال صحيفتي المساء والشروق اليومي

	المساء		الشروق اليومي	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
نقص السلع الواسعة الاستهلاك	09	%06.06	08	%25.80
ارتفاع الأسعار	02	%27.28	01	%03.23
تخزين السلع الواسعة الاستهلاك	22	%66.66	22	%70.97
المجموع	33	%100	31	%100

المصدر: من إعداد الباحث

يبين الجدول أعلاه تأثيرات أزمة السلع الواسعة الاستهلاك من خلال الصحيفتين عينة الدراسة، حيث حاز تخزين السلع الواسعة الاستهلاك على هذه التأثيرات في كلتا الصحيفتين وفاقت النسبة 66%، في حين تنوعت باقي التأثيرات حسب كل صحيفة، إذ تناولت صحيفة المساء ارتفاع الأسعار بنسبة 27,28%، وبنسبة أقل نقص السلع، في حين تناولت صحيفة الشروق اليومي نقص السلع الواسعة الاستهلاك بنسبة 28,80%، وارتفاع الأسعار بنسبة ضعيفة جدا بلغت 03,23%.

ويتضح من خلال تحليل المعطيات سيطرة ظاهرة تخزين السلع كتأثيرات ناجمة عن هذه الأزمة من خلال الصحيفتين، في حين يتبين اختلاف واضح في التأثير المتعلق بنقص السلع الاستهلاكية بين الصحيفتين، حيث ركزت عليه صحيفة الشروق اليومي بنسبة متوسطة، وهو ما يعني أنها تسعى لإبراز الجانب الميداني من الأزمة وانعكاساتها المباشرة على وفرة هذه السلع، في حين تناولته صحيفة المساء بنسبة أقل، وكذلك يتضح اختلاف الصحيفتين في تناول ارتفاع الأسعار من ضمن التأثيرات التي أفرزتها أزمة السلع واسعة الاستهلاك، حيث اهتمت به صحيفة المساء بنسبة متوسطة، وتناولته صحيفة الشروق اليومي بنسبة أقل، وهو ما يدل على اختلاف زاوية التناول بين الصحيفتين.

الجدول 12: فئة مصادر المواد الإعلامية في صحيفتي المساء والشروق اليومي

	المساء		الشروق اليومي	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
تصريحات رسمية	30	%90.91	27	%87.09
حوار مع شخصيات	00	00	02	%06.45
منتجين	01	%03.03	00	00
هيئات دولية	00	00	01	%03.23
مصادر الصحيفة	02	%06.06	01	%03.23
المجموع	33	%100	31	%100

المصدر: من إعداد الباحث

يبين الجدول أعلاه المصادر التي اعتمدت عليها الصحف عينة الدراسة في استقاء معلوماتها بخصوص الأزمة الغذائية، حيث كانت التصريحات الرسمية من طرف المسؤولين هي المصدر الأول بنسبة بلغت 90,91% لصحيفة المساء، و87,09% لصحيفة الشروق اليومي، في حين اختلفت باقي المصادر بالنسبة للصحيفتين، حيث اعتمدت صحيفة المساء على مصادرها الخاصة بنسبة 06,06%، واعتمدت على المنتجين بنسبة ضعيفة جدا بلغت03,03%، أما صحيفة الشروق اليومي فقد اعتمدت على الحوار مع الشخصيات بنسبة 06,45%، كما اعتمدت على مصادرها الخاصة والهيئات الدولية بنسبة 03,23% لكل منهما.

ويتضح من خلال تحليل البيانات أن الصحيفتين اعتمدتا بشكل كبير على التصريحات الرسمية للمسؤولين، وهو ما يدل على توجه الصحيفتين إلى اعتماد الرواية الرسمية كمصدر أساسي للأخبار، كما أن اعتماد الصحيفتين محل الدراسة على باقي المصادر جاء بنسب مختلفة، حيث اعتمدت صحيفة الشروق اليومي على الحوار مع الشخصيات بشكل ضعيف وهو ما يدل أنها سعت لتوسيع قاعدة مصادرها نسبيًا، عبر استضافة شخصيات وإدخال رأي خارجي (هيئة دولية)، ما قد يدل على محاولة إدخال وجهات نظر متعددة، في المقابل، صحيفة المساء كانت أكثر تقيّدًا بالمصادر الرسمية، مما يعكس التوجه الإعلامي الحكومي، كما أن نقص الاعتماد على المصادر الخاصة من طرف الصحيفتين يعني أنهما لا تعتمدان كثيرًا على جهودهما الاستقصائية أو تغطية ميدانية حصرية.

4. النتائج العامة للدراسة:

بعد القيام بالدراسة التحليلية لصحيفتي المساء والشروق اليومي، والقيام بالمقارنة بين فئات الشكل وفئات المضمون الخاصة بالصحيفتين، توصلنا إلى النتائج الآتية:

- **من حيث الشكل:**

- تتمتع الصحيفتان بقدر متقارب من النشاط الإعلامي، حيث نشرت عددا شبه متساو من المواد الاعلامية بخصوص أزمة السلعة الواسعة الاستهلاك.

- تناولت الصحيفتان محل الدراسة الأزمة من خلال تغطية ضعيفة جدا، سواء من حيث المساحة أو نسبة التناول الاعلامي، وهي نسبة ضئيلة لا تتناسب مع أهمية الموضوع كونه يمس بالأمن الغذائي.
- اعتمدت الصحيفتين بشكل شبه كلي على الخبر الصحفي، مع اهتمام أقل بالتقرير الصحفي، واهتمام ضعيف جدا بالمقال والتحقيق الصحفي، وهو ما يدل على المعالجة السطحية وغياب التحليل والاستقصاء في أزمة السلع الواسعة الاستهلاك.
- اكتفت صحيفة المساء بالعنوان الرئيسي مع ضعف في التنويع واستخدام العناوين الأخرى خاصة العناوين الفرعية، في حين تنوع استخدام العناوين في صحيفة الشروق اليومي، لاسيما الاعتماد على العناوين الفرعية، وسجل استخدام المانشيت في كلتا الصحيفتين ما يدل على قلة جذب القارئ بصريا وإعلاميا من خلال العنوان العريض.
- لم توظف الصحيفتان الصورة بالشكل المطلوب، حيث تجاوزت نسبة النصوص 70%، وهو ما يجعل ضعفا في جاذبية المادة الإعلامية خاصة وأنها تتعلق بموضوع أزمة غذائية، كما أن الصحيفتين تميلان إلى الاعتماد الكبير على النصوص المكتوبة دون دعم بصري كاف.
- ركزت صحيفة المساء على نشر المواد الإعلامية في الصفحة الأخيرة، ما يؤكد ميل الصحيفة إلى الاعتماد على الصفحة الأخيرة كمساحة جاذبة للقراء كانت أكثر توازنا في توزيع المواد، في حين ركزت صحيفة الشروق اليومي على النشر في الصفحات الداخلية المتعلقة بـ "الحدث" و"مراسلون"، كما تتشابه الصحيفتان في نسبة النشر في الصفحة الأولى.

- **من حيث المضمون:**

- تغطية الصحيفتين لأزمة السلع الواسعة الاستهلاك كانت منحصرة في خلال التركيز على حجز السلع، والاجراءات التي اتخذتها الحكومة لمراقبة الأسعار، وتوفر كميات السلع التي يستهلكها المواطن، في حين تناولت الصحيفتان باقي المواضيع بنسب أضعف.
- ركزت الصحف عينة الدراسة على الجهات الحكومية كفاعل رئيسي في الأزمة، كما تناولت باقي الفاعلين بنسب أقل وهو ما يعكس توجه الخطاب الإعلامي نحو إبراز دور الدولة في التحكم أو معالجة الأزمة.
- ركزت الصحيفتان على أن السبب الرئيسي لأزمة السلع الواسعة الاستهلاك هو المضاربة والاحتكار، في حين أشارت إلى أسباب أخرى ثانوية، واختلفت بين الصحيفتين، بين تغيرات المناخ والظروف الصحية، في حين لم تتم الإشارة إلى الصراعات المسلحة كسبب من أسباب الازمة.
- اعتمدت الصحيفتان في تغطية الأزمة على خطاب توجيهي يختزل الأزمة في المضاربة والاحتكار، من خلال التركيز على مكافحة المضاربة كإجراء لمواجهة الأزمة الغذائية، في حين تناولت الإجراءات الأخرى بنسب أقل مثل تنظيم السوق، وتوفير السلع وتسقيف الأسعار.

- تناولت الصحيفتان تأثيرات الأزمة الغذائية من خلال التركيز على التخزين كنمط سلوكي شائع، مع اختلافات في إبراز باقي التأثيرات مثل نقص السلع الواسعة الاستهلاك وارتفاع الأسعار.
- اعتمدت الصحف عينة الدراسة بشكل شبه حصري على التصريحات الرسمية كمصدر للمواد الإعلامية، ما يُشير إلى ضعف التنوع والاعتماد على العمل الصحفي الاستقصائي أو الميداني، ورغم أن الشروق اليومي أبدت هامشًا بسيطًا من الانفتاح على مصادر بديلة كالحوارات والهيئات الدولية، فإن هذا الهامش لا يزال محدودًا، وهو ما يعني أن الصحيفتان لم تنوع في قاعدة المصادر، ما يؤثر على ثراء المحتوى وموضوعيته، ويجعل الخطاب الإعلامي أقرب إلى النقل الرسمي منه إلى التحقيق والتحليل الصحفي المتنوع.

5. الخاتمة:

تلعب وسائل الإعلام بما فيها الصحف دوراً محورياً في تغطية الأزمات الغذائية، حيث اتضح من خلال الدراسة أن الصحف العمومية والخاصة عادة ما تتبع خطاً تحريرياً رسمياً، يركز على إبراز جهود الحكومة في مواجهة الأزمات الغذائية وتوفير المواد الأساسية، مع خطاب رسمي يركز على تطمين الجمهور وتسليط الضوء على الإجراءات الحكومية لمراقبة الأسعار، ومعاقبة "المتلاعبين" و"المحتكرين"، من خلال الاعتماد على الخبر الصحفي دون تقديم تحليل أعمق لأسباب الأزمات الغذائية وتتبع سلاسل التوريد والفساد، والاعتماد على النصوص مع توظيف ضعيف للصور، كما أنها ركزت على أن سبب الأزمة الرئيسي هو المضاربة والاحتكار، وأن الجهات الحكومية تعد الفاعل الرئيسي في معالجة الأزمة، وهو ما يعني توجيه الخطاب الإعلامي نحو إبراز دور الدولة في معالجتها، وتناولت الصحف عينة الدراسة تخزين السلع كتأثير للأزمة، واعتمدت في موادها الاعلامية بشكل كبير على المصادر الرسمية وتصريحات المسؤولين، وهو ما يوضح أن الخطاب الإعلامي أقرب إلى النقل الرسمي منه إلى التحقيق والتحليل الصحفي المتنوع، كما أبدت الصحف الخاصة هامشا بسيطا في الاعتماد على مصادر أخرى، واختلفت الصحف محل الدراسة في استخدام العناوين، حيث ركزت الصحف العمومية على استخدام العناوين الرئيسية، في حين نوعت الصحف الخاصة من استخدام العناوين الرئيسية والفرعية، كما تم استخدام المانشيت في الصحيفتين بنسب ضعيفة، وأيضا ركزت الصحف العمومية على النشر في الصفحة الأخيرة كمساحة جاذبة للقراء، في حين ركزت الصحف الخاصة على النشر في الصفحات الداخلية.

ولتحسين التناول الإعلامي للأزمات الغذائية نقترح التوصيات الآتية:

- تعزيز الشفافية والموضوعية: ينبغي على المؤسسات الإعلامية، سواء الرسمية أو الخاصة، العمل على تقديم معلومات دقيقة وموثوقة عن الأزمات الغذائية، مع توضيح مصادر البيانات والإحصاءات. كما يتعين عليها تجنب التضخيم الإعلامي الذي يمكن أن يؤدي إلى ذعر تسويقي غير مبرر.

- تعزيز التربية الإعلامية: ينبغي إدراج برامج للتربية الإعلامية في المناهج التعليمية لتمكين المواطنين من تقييم المحتوى الإعلامي المتعلق بالأزمات الغذائية بشكل نقدي، هذه البرامج يمكن أن تعلم الجمهور كيف يميز بين المصادر الموثوقة وغير الموثوقة.

- تطوير دليل إرشادي للإعلاميين: يكون مبسّطًا ومهنيًا للإعلاميين، يوضح كيفية التعامل مع الأزمات الغذائية من حيث التغطية، التحقق، والأخلاقيات، من خلال معايير تغطية الأزمات الغذائية، آليات التحقق من المعلومات و أخلاقيات التناول الإعلامي في الأزمات.

6. قائمة المراجع:

- الدليمي، عبد الرزاق محمد. (2012). **الإعلام وإدارة الأزمات**. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- طعيمة، رشدي. (1987). **تحليل المحتوى في العلوم الانسانية مفهومه- أسسه، استخداماته**. القاهرة: دار الفكر العربي.
- عشماوي، محمد عبد الوهاب حسن. (2008). **دور الصحف في ادارة الأزمات**. مصر: مطبعة القدس.
- فرحي، تقية. (2018). **الصحافة والأزمات: تعامل الصحافة المكتوبة الجزائرية مع الأزمات الامنية**. أطروحة دكتوراه غير منشورة. ق كلية علوم الإعلام والاتصال. الجزائر: جامعة الجزائر3.
- مكاوي ، حسن عماد. (2005). **الإعلام ومعالجة الأزمات**. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- https://www.unescwa.org/sd-glossary/food-crisis