

المنتدى الإعلامي السنوي السابع للجمعية السعودية للإعلام

والاتصال

منتدى الإعلام والاقتصاد ... تكامل الأدوار في خدمة التنمية

السعودية 2016

**المعالجة الإعلامية لانخفاض أسعار البترول
في المواقع الالكترونية للفضائيات الإخبارية
-الجزيرة نت والعربية نت أنموذجا-**

إعداد الباحثة

د- نوال يوسف بومشطة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

جامعة الشهيد محمد العربي بن مهيدي - أم البواقي-

-الجزائر-

مقدمة

الصحافة الالكترونية لها أهمية بالغة في جميع مجالات الحياة، السياسية، الاجتماعية والاقتصادية، وهي من وسائل الاتصال الحديثة التي تشكل حيزا كبيرا من شبكة الانترنت، وأصبحت اليوم تقدم مضامين إعلامية متنوعة تلبية لرغبات المتلقي الذي يجد فيها حاجاته، خاصة في ظل الآفاق التي فتحتها التطور التكنولوجي والمعلوماتي، وما تتيحه التقنية الحديثة من سرعة في تلقي المعلومة واختصار في وقت وصولها.

وتتنوع الصحافة الالكترونية بين نسخ لصحف ورقية ومواقع تابعة للفضائيات الإخبارية، تقدم مضامين مختلفة منها المواضيع الاقتصادية التي تشكل جزءا هاما في التناول الإعلامي للأحداث والقضايا الاقتصادية، بطرق وأساليب تتلاءم مع خصائص هذه المواقع، وفي هذا الصدد أردنا دراسة أسلوب وطريقة المعالجة الإعلامية لانخفاض أسعار البترول في المواقع الإخبارية الالكترونية، والذي يعتبر حدثا آنيا ومحور اهتمام العالم لما له من انعكاسات وأبعاد على عدة أصعدة.

واختارنا في هذه الدراسة موقعي الجزيرة نت والعربية نت كأنموذجين للتحليل والبحث للإجابة على إشكالية الدراسة المطروحة، وذلك وفق الخطة الآتية:

الفصل الأول: موضوع الدراسة وإطارها المنهجي

أولا: موضوع الدراسة

1-الإشكالية

2-التساؤلات الفرعية الدراسة

3-أهداف الدراسة

4-أهمية الدراسة

5-التعريف الإجرائي لمفاهيم الدراسة

6-الإطار النظري للدراسة

ثانيا: الإطار المنهجي

1- منهج الدراسة وأدواتها

2- مجتمع الدراسة والعينة

الفصل الثاني: المواقع الالكترونية الإخبارية

1- ظهور المواقع الالكترونية الإخبارية

2- مميزات المواقع الإخبارية

3- المعايير المهنية للعاملين في المواقع الإخبارية

الفصل الثالث: الإعلام الاقتصادي

1- وظائف الإعلام الاقتصادي

2- سمات الإعلام الاقتصادي

3- علاقة البترول بالإعلام الاقتصادي

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

1- السمات العامة للمحتوى (ماذا قيل)

2- السمات العامة للشكل (كيف قيل)

3- مناقشة وصياغة نتائج الدراسة التحليلية

الفصل الأول: موضوع الدراسة وإطارها المنهجي

أولاً: موضوع الدراسة

1- الإشكالية

إن الحدث الاقتصادي البارز في هذه الفترة هو انخفاض أسعار البترول، وهو الحدث الذي شكّلت حوله العديد من الآراء وأثارت النقاشات وجعلت الدول التي تمسها هذه الأزمة تتخذ عدة إجراءات مستعجلة وقرارات إستراتيجية للتخفيف من آثارها الاقتصادية على المدى القصير والطويل، خاصة الدول التي تعتمد على البترول في إيراداتها أو ما يسمى الاقتصاد الريعي، ومنها الدول العربية.

هذا الحدث أخذ جانبا هاما في وسائل الإعلام بمختلف أشكالها وأنواعها، من خلال عرض الأخبار المتعلقة بانخفاض الأسعار، أسبابها وانعكاساتها، وذلك بهدف تنوير الرأي العام ومعرفة الأساليب التي تتخذها الدول لمواجهة الانعكاسات الاقتصادية لانخفاض الأسعار.

ومن بين وسائل الإعلام المهتمة بهذه القضية الفضائيات الإخبارية، والمواقع الالكترونية التابعة لها، التي اتخذت من هذا الحدث الاقتصادي مادة خام للتناول الإعلامي من مختلف الجوانب وبعده قوالب صحفية.

هذه الدراسة تركز على المعالجة الإعلامية لانخفاض أسعار النفط في المواقع الالكترونية التابعة للفضائيات الإخبارية، وتم اختيار المواقع الالكترونية لقناتي الجزيرة والعربية، باعتبارهما من أكثر القنوات متابعة في الوطن العربي، وكذلك المواقع الالكترونية التابعة لها ثابتة ومحينة باستمرار، كذلك هذه المواقع الإخبارية تهتم بقضايا العالم العربي المختلفة، والتساؤل الذي نطرحه هنا هو:

- كيف عالج الموقعان الالكترونيان لقناتي الجزيرة و العربية، حدث انخفاض أسعار البترول؟

2- التساؤلات الفرعية الدراسة

التساؤلات الفرعية التي نعتمدها في هذه الدراسة هي:

- ما هي المواضيع التي تناولها الموقعان في معالجة هذا الحدث؟

- ما هي مصادر المعلومات التي اعتمد عليها الموقعان؟

- ما هي الفنون الصحفية التي استخدمها الموقعان في معالجة انخفاض أسعار البترول؟
- ما هي الوسائط والعناصر التفاعلية التي استخدمت لإبراز المواضيع المطروحة؟
- ما هو موقف الموقعان من قضية انخفاض أسعار البترول؟
- ما هي أوجه الاتفاق والاختلاف بين الموقعين في تناول الإعلامي لهذا الحدث الاقتصادي؟

3-أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى ما يلي:

- التعرف على كيفية تفاعل الموقعين الإلكترونيين الجزيرة نت والعربية نت مع انخفاض أسعار البترول.
- التعرف على أساليب المعالجة الإعلامية لحدث انخفاض أسعار البترول في موقعي الجزيرة نت والعربية نت.
- المقارنة بين الموقعين في تناول الإعلامي لهذا الحدث من حيث أوجه الشبه والاختلاف.
- إبراز الفنون الصحفية المستعملة وكذا عناصر الإبراز والتفاعل مع هذا الموضوع.
- التعرف على موقف الموقعين الإخباريين من هذا الحدث.

4-أهمية الدراسة

تتبع أهمية هذه الدراسة من حيث دراسة حدث اقتصادي هام يتمثل في انخفاض أسعار البترول، وهو محط اهتمام الكثير من الدول العربية و الأجنبية، باعتبار أن هذا الانخفاض أثر على اقتصاد معظم الدول وأصبح له تأثير أيضا على السياسات العامة والدبلوماسية الخارجية، والأهمية تبرز أيضا من حيث اعتبار هذا الحدث مادة خام للمعالجة الإعلامية من مختلف الجوانب وفي جميع الوسائل، وهذه الدراسة تقودنا إلى معرف أهمية الإعلام الإلكتروني ودوره في الحياة الاقتصادية للدول .

5-التعريف الإجرائي لمفاهيم الدراسة

5-1-المواقع الالكترونية الإخبارية

هي أحد أصناف الصحافة الالكترونية ذات عنوان ثابت على شبكة الانترنت، تعرض الأخبار والأحداث الجارية في كافة أنحاء العالم من قبل ذوي الاختصاص في الصحافة والإعلام، إضافة إلى تقديم خدمات ترفيهية واجتماعية، وتعتمد على كافة مصادر الأخبار المتعارف عليها، وهدفها الأساسي هو نشر الأخبار بالنص والتحليل على صفحات الموقع بشكل دوري، وتكون متاحة لمن أراد الإطلاع عليها سواء مجاناً أو باشتراك.¹

5-2-المعالجة الإعلامية

وهي عملية كشف اتجاهات واستراتيجيات التغطية الإعلامية من قبل جهة ما باتجاه قضية معينة². والمعالجة الإعلامية هي العمل الإعلامي الذي تقوم به المواقع الإخبارية في تغطيتها لمختلف الأخبار السياسية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية، أو الطريقة التي يتم من خلالها تناول أخبارها أو عرض وقائع أو أحداث.

5-3-الإعلام الاقتصادي

يعرف الإعلام الاقتصادي على أنه "نشر المعلومة الاقتصادية بإستخدام الفنون الصحفية المتنوعة (خبر - تحقيق - مقال - كاريكاتير) بأسلوب بسيط يلائم جمهور الصحافة علي اختلاف مستوياتها وذلك بهدف التوضيح والتفسير والتحليل والنقد والتأثير وتكوين اتجاه معين لدي الرأي العام.³

6-الإطار النظري للدراسة

تعتمد هذه الدراسة على نظرية لها أهمية في مجال الدراسات الإعلامية وذات صلة بموضوع الدراسة وهي نظرية الأطر الخبرية التي يتم تناولها على النحو التالي:

نظرية الأطر الخبرية أو الإعلامية

يعد تحليل الإطار الإعلامي أحد الروافد النظرية الحديثة في دراسات الاتصال، ويعتبر مفهوم الإطار مفهوماً له مغزى ودلالة إعلامية حيث إنه يساهم في التعرف على دور وسائل الإعلام في بناء وتشكيل اتجاهات الرأي العام إزاء القضايا والموضوعات المختلفة التي تقدمها وسائل الإعلام، وترجع أهمية نظرية الأطر الخبرية إلى أنها تقدم

1-زهير مصطفى دوله و عماد محمد اشتيوي : القائم بالاتصال في المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية-دراسة ميدانية-، مذكرة بكالوريوس، الجامعة الإسلامية بغزة، 2006، ص 14.

2-استبرق فؤاد وهيب: المعالجة الإعلامية للاحتلال الأمريكي للعراق- تحليل مضمون مجلة نيوزويك النسخة العربية، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، 2009، ص 10.

3-الصحافة الاقتصادية، مقال نشر بموقع <http://communication.akbarmontada.com/t498-topic>، تاريخ الزيارة 10 مارس 2015.

تفسيرا عمليا ومنتظما لكيفية حدوث التأثيرات المعرفية والوجدانية لوسائل الإعلام على الجمهور بمختلف فئاته وخصائصه.

ويعرف الإطار بأنه تحديد جوانب معينة من الواقع يتعلق بحدث ما أو قضية وجعلها أكثر بروزا في النص الإعلامي، فالأطر الإعلامية تسهم في بناء أطر الجمهور فيما يتعلق بالموضوع أو القضية التي يتم إبرازها في المحتوى الإعلامي، ويعني ذلك أن الأطر تنقسم إلى نوعين :

يتعلق النوع الأول بإطار المعالجة الإعلامية والتي يتميز بها النص الإعلامي، ويشير النوع الثاني إلى الأطر التي يتبناها الجمهور ويكونها تجاه الحدث أو القضية المطروحة في وسائل الإعلام⁴.

ثانيا: الإطار المنهجي

1-منهج الدراسة وأدواتها

1-1-نوع الدراسة

هذه الدراسة تدخل ضمن الدراسات الوصفية التحليلية التي لا تقتصر على مجرد جمع البيانات من الواقع فقط ، وإنما جمع البيانات وتحليلها وتفسيرها والوصول إلى نتائج لتحقيق أهداف الدراسة.

والدراسات الوصفية التحليلية تنجّه إلى الوصف الكمي والكمي للظواهر المختلفة ، وتسعى من وراء ذلك إلى معرفة كيفية وجود الظاهرة بوصفها وتشخيص ملامحها الأساسية.⁵ أي أنها تهدف إلى وصف الظواهر من خلال جمع الحقائق والمعلومات.

وهذه البحوث لا تكتفي بمجرد وصف الواقع بل تهتم بتقرير ما يجب أن تكون عليه الظواهر موضوع الدراسة.⁶ ويستهدف هذا النوع من الدراسات تصوير وتوثيق الوقائع والحقائق الجارية ويهتم في مجال دراسة المتلقين بوصف حجم وتركيب هذا الجمهور وتصنيف الدوافع والحاجات والمعايير الثقافية والاجتماعية وكذلك الأنماط السلوكية ودرجاتها أو شدتها ومستويات الاهتمام والتفضيل.⁷

4-المرجع نفسه ، ص 12.

5- فضيل دليو :أسس البحث وتقنياته في العلوم الاجتماعية، (د،ط) ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 1997، ص26.

6- صلاح مصطفى القوال: مناهج البحث في العلوم الاجتماعية،(د،ط) مكتبة غريب ،القاهرة، 1983 ، ص35.

4-محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، (ط،1)، القاهرة، عالم الكتب، ص 159.

1-2- منهج الدراسة

إن اعتماد الدراسات على مناهج معينة يعد خطوة هامة من خطوات البحث العلمي ذلك أن المنهج هو "الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة، تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة"⁸.

ويعتبر المنهج ضروريا في أي بحث علمي لأنه يمثل مجموعة القواعد والإجراءات التي يجب إتباعها من قبل الباحث للوصول إلى النتائج المستهدفة⁽⁹⁾.

يعرف المنهج أنه: "الطريقة الوحيدة التي تنظم أفكارنا بحيث تترابط فيما بينها بصورة مسلسلة"⁽¹⁰⁾.

والمنهج يعني مجموعة من القواعد العامة التي يتم وضعها بقصد الوصول إلى الحقيقة في العلم، والمناهج أو طرق البحث عن الحقيقة تختلف باختلاف المواضيع ولهذا توجد عدة أنواع من المناهج العلمية⁽¹¹⁾.

تعتمد الدراسة على:

➤ منهج المسح بأداة تحليل المضمون

ومن بين أهدافه "وصف الاهتمام والتفضيل لمحتوى وسائل الإعلام في إطار الدراسات الخاصة بتأثيرات وسائل الإعلام وتطبيقاتها"⁽¹²⁾، وهذا المنهج سيسمح لنا بالتحليل الكمي والكيفي للمادة الإعلامية واكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى والتعبير عنها في شكل أعداد وبيانات.

واختيار منهج البحث في أي دراسة لا يكون عشوائيا بل أن موضوع الدراسة وأهدافها يفرضان نوع المنهج المناسب والاختيار الصحيح يؤكد مصداقية أكثر للنتائج المتوصل إليها، كما أن المناهج في البحوث الاجتماعية باختلاف المواضيع والمشكلات والتساؤلات المطروحة.

8- فيروز زرارقة: في منهجية البحث الاجتماعي، منشورات مكتبة اقرأ، قسنطينة، 2007، ص58.

9- البشير بن صالح: المنطق ومناهج البحث العلمي، (د.ط)، مكتبة اقرأ، قسنطينة، الجزائر، ص 161.

10- صالح بن نوار: مبادئ في منهجية العلوم الاجتماعية والإنسانية، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، قسنطينة، 2012، ص 147.

11- عمار بوحوش: دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، (د.ط)، موفم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2002، ص29.

12- محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص159.

➤ المنهج المقارن

"هي عملية عقلية تتم بتحديد أوجه الشبه وأوجه الاختلاف بين حادثتين اجتماعيتين أو أكثر تستطيع من خلالها الحصول على معارف أدق وأوقت نميز بها موضوع الدراسة أو الحادثة في مجال المقارنة والتصنيف يقول دور كايم هي: "الأداة المثلى للطريقة الاجتماعية، وهذه الحادثة محددة بزمنها ومكانها وترسيخها يمكن أن تكون كيفية قابلة للتحليل أو كمية لتحويلها إلى كم قابل للحساب وتكمن أهميتها في تمييز موضوع البحث عن الموضوعات الأخرى¹³، و هي لعمل مقارنة بين موقعي الدراسة للوصول إلى جوانب التوافق والاختلاف و كيفية تغطية كل موقع لانخفاض أسعار البترول.

1-3-أداة الدراسة

النجاح في أي بحث علمي يتوقف على مدى فعالية الأدوات التي استخدمت في جمع البيانات وهي: " تلك الوسائل المختلفة التي يستخدمها الباحث في جمع البيانات والمعلومات المستهدفة في البحث ضمن استخدامه لمنهج معين أو أكثر".¹⁴

وتعتمد هذه الدراسة في جمع البيانات على أداة تحليل المضمون، ويعرف تحليل المضمون على أنه: "أسلوب بحث لوضع وصف كمي موضوعي منتظم وظاهر للمضمون".¹⁵

وتعتبر استمارة تحليل المضمون إحدى أدوات جمع المعلومات والبيانات الأساسية خصوصا في بحوث الإعلام شأنها في ذلك شأن صحيفة الاستقصاء أو دليل المقابلة أو الملاحظة أو التعميم التجريبي".¹⁶

و حتى يكون تحليل المضمون ناجحا لا بد من الاعتماد على مجموعة من العوامل أهمها تحديد فئات التحليل التي تتضمن فئات المحتوى وفئات الشكل.

فئات المحتوى هي مضمون مادة التحليل والمعاني التي تنقلها، أما فئات الشكل تمثل الشكل الذي قدم فيه هذا المضمون وانتقلت من خلالها معانيه.

13-محمد قباري: مناهج البحث في علم الاجتماع، منشأة المعارف، الإسكندرية، ص 12.

14- أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص 202.

15- سمير محمد محسن: بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، 1995، ص 227.

16- محمد عبد الحميد: دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، دار المعارف، القاهرة، 1993، ص 83.

أولاً: فئة الموضوع (ماذا قيل؟)، وتتضمن فئات فرعية وهي:

- فئة الموضوع: وتتمثل في تحديد المواضيع الرئيسية الخاصة بانخفاض أسعار البترول وتشمل:
أسباب- أبعاد- إجراءات- انعكاسات- نتائج- مواقف- تصريحات.
- فئة الأساليب: وتتمثل في الطرق المتبعة لمعالجة الموضوع ونشمل:
الحقائق- الاقتراحات- الآراء- التحليل- النقد.
- فئة النطاق الجغرافي للتغطية: وتتمثل في الدول التي المقصودة من الخبر وتشمل:
دول الخليج- أمريكا- أوروبا- الشرق الأوسط- شمال إفريقيا- آسيا.
- فئة الاتجاه: وتشمل التأييد أو الرفض أو الحياد تجاه المضمون المطروح وتتمثل في:
مؤيد- معارض- محايد.
- فئة المصدر: وتمثل الجهة التي حصل منها على المعلومة:
مصادر داخلية: المراسل- المندوب- المبعوث.
مصادر خارجية: وكالات الأنباء (محلية، عالمية)- متعدد المصادر- دون المصادر.

ثانياً: فئات الشكل (كيف قيل؟) : الشكل الذي قدمت به المادة الإعلامية، وتشمل الفئات التالية:

- فئة الفنون الصحفية: وتتمثل في الأشكال المعتمدة لتقديم المادة:
الخبر- التقرير- الحديث- التحقيق- المقال.
- فئة العناوين : وتنقسم إلى:
رئيسية - فرعية - فقرات.
- فئة الصورة: وهي المدعمة للمادة الإعلامية وقد تكون:

الخبرية - الشخصية - الموضوعية - خرائط - رسوم - فيديو - ملف صوتي

- فئة العناصر التفاعلية: وهي الإمكانية التي تتيح للمستخدم المشاركة في الموضوع وتشمل:

التعليق - التصويت - تقديم الرأي - الحوار

2-مجتمع الدراسة والعينة

2-1-مجتمع الدراسة

هو المجتمع الذي يتم فيه اختيار العينة منه، والذي يتم تعميم النتائج عليه، وهو المجتمع الذي يمثل جميع الوحدات التي تتم دراستها لتحقيق نتائج الدراسة.¹⁷

ومجتمع البحث هو: "الجمهور المستهدف الذي تسعى الدراسة إلى دراسته وتعميم النتائج على مفرداته، إلا أنه يصعب الوصول إليه، الأمر الذي سيعين الباحث على اختيار عينة ممثلة منه."¹⁸

ويتمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة على مجموع المواقع الالكترونية التابعة للقنوات الإخبارية العربية، وهو مجتمع لا يمكن حصره في ظل تعدد القنوات وانتشارها الكبير في العالم العربي.

2-2-العينة

حتى نتوصل إلى نتائج قريبة من الواقع في الدراسات الميدانية، يفترض تطبيق أدواتها على جميع مفردات المجتمع الأصلي للبحث، لكن في بعض الأحيان يصعب علينا تطبيق ذلك، واستعمال العينات لدراسة ظاهرة ما دراسة علمية لها شأنها في مجال البحث العلمي وذلك للمميزات الهامة التي تتميز بها العينة فهي تسمح بالحصول على حالات كثيرة من المعلومات المطلوبة مع اقتصاد في الموارد البشرية والمادية، لذلك يلجأ عادة إلى هذه التقنية⁽¹⁹⁾.

وتعرف العينة أيضا أنها: "جزء من مجتمع البحث الأصلي، يختارها الباحث بأساليب مختلفة بطريقة تمثل المجتمع الأصلي، وتحقق أغراض البحث وتغني الباحث عن مشقة دراسة المجتمع الأصلي"⁽²⁰⁾.

17-محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، (ط1)، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص ص 194-195.

18-فرج الكامل: بحوث الإعلام والرأي العام، (ط1)، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2001، ص 88.

19- فضيل دليو: الأسس المنهجية، منشورات جامعة منتوري، قسنطينة، 1999، ص 142.

20- جودت عزت عطوي: أساليب البحث العلمي، الدار الدولية للنشر، عمان، 2000، ص 85.

وتتمثل العينة في موقعي العربية نت والجزيرة نت، وهي عينة قصدية تم اختيارها وفقا لمعايير منها أنها قناتي العربية والجزيرة من القنوات الإخبارية الرائجة في الوطن العربي، وتعكس مواقف وسياسات معينة، إضافة إلى أن الموقعين يتمتعان بالشراء الإعلامي والتنوع في المضامين إضافة إلى التحيين والتجديد في المعلومات، أما بالنسبة للمادة الإعلامية التي يقدمها الموقعان فقد تم اختيارها في الفترة من جانفي-مارس 2015، وتم استخدام العينة الدائرية في اختيار المقالات والأخبار التي تتناول حدث انخفاض الأسعار البترول، وبالنظر إلى الكم الكبير لهذه المادة الإعلامية فقد تم اختيار المقالات التي ورد في عنوانها "أسعار النفط أو البترول"، وذلك للتدقيق في النتائج المتعلقة بالأسعار حسب الإشكالية الواردة.

➤ التعريف بموقعي الدراسة

أ- موقع الجزيرة نت ²¹

في يناير عام 2001 تم افتتاح الموقع العربي للجزيرة نت ليكون أول موقع رئيسي عربي للأخبار على الإنترنت، وسرعان ما تربع على المركز الأول بين المواقع المناظرة له في العالم العربي. وخلال عام 2003 تمكن الموقع العربي للجزيرة نت من اجتذاب أكثر من مليون زيارة.

لقد أدى نشر الجزيرة نت للموضوعات الساخنة والحوارات الجريئة علاوة على التقارير الإخبارية الموضوعية والمدخلات التفاعلية دورا في وضع الموقع بين قائمة العشر مواقع الأكثر تميزا من حيث عدد الزوار على مستوى العالم.

وهناك الكثير مما يتوقع تحقيقه من خلال الصيغة العربية الجديدة للجزيرة نت والتي تم إنجازها مؤخرا. فالتصميم الجديد للموقع يشكل خطوة أولى نحو بناء شبكة متكاملة لمواقع الجزيرة على الإنترنت، فقد صمم الموقع الجديد ليوفر للزوار أربعة مصادر للمعلومات. وهذه المواقع هي:

الأخبار: وهو الموقع العربي الرئيس للأخبار حيث يقدم تغطية شاملة للأخبار العالمية وتطورات الأحداث.

المعرفة: وهو موقع يقدم الآراء ذات الأبعاد الأكثر عمقا لما وراء الأخبار وذلك عن طريق التحليل والبحث العلمي والدراسات المتعمقة.

القناة: وهو الموقع الخاص بقناة الجزيرة حيث يعرض آخر التطورات في القناة ويحتفظ بسجلات كاملة لما تنتجه القناة في قاعدة بيانات ضخمة يتم توفيرها للزوار.

الأعمال التجارية: وهذا الموقع هو أداة الجزيرة للتسويق الإلكتروني حيث يتم الترويج لبيع الخدمات في مجال الإنترنت ومنتجات القناة المختلفة.

وترتبط هذه المواقع الأربعة ببوابة توضح آخر وأهم ما ينشر في كل موقع من هذه المواقع.

الجزيرة نت .. النسخة الإنجليزية

وقد تمكنت الجزيرة مؤخراً من تحطيم "الحاجز اللغوي" عن طريق إطلاق خدمات موقع الجزيرة نت باللغة الإنجليزية، فقد تمكنت من تحقيق الحلم المتعلق بتذليل الاتصال بين مختلف الشعوب والقارات. وهكذا خطت الجزيرة باتجاه فتح نافذة جديدة تتيح الفرصة للناطقين بالإنجليزية لمشاهدة العالم من خلالها.

ب- موقع العربية نت²²

كان ميلاد موقع "العربية.نت" www.alarabiya.net في 21 فبراير 2004، بعد عملية تخطيط بدأت مع إطلاق قناة العربية في مارس 2003، ليصبح واجهة القناة على الإنترنت، ووجهة المشاهد للحصول على تفاصيل أكثر للموضوعات والتقارير والصور ومتابعتها .

في عام 2009 بدأت عملية تكامل بين شاشة العربية والموقع نقلته إلى موقع متلفز لما تقدمه الشاشة من لقاءات وأخبار وبرامج، مضافاً إليها إمكانيات النشر من التوسع في التفاصيل والخلفيات والصور والفيديوهات، مما أدى إلى زيادة غير مسبوقه في زيارات الموقع .

في عام 2009 بدأت عملية تكامل بين شاشة العربية والموقع، نقلته إلى موقع تلفزيوني لما تقدمه الشاشة من لقاءات وأخبار وبرامج، مضافاً إليها إمكانيات النشر من التوسع في التفاصيل والخلفيات والصور والفيديوهات، مما أدى إلى زيادة غير مسبوقه في زيارات الموقع .

يقدم الموقع موضوعاته الخاصة التي يمدده بها شبكة مراسلين واسعة حول العالم، والتي تقوم الشاشة بدورها بعرض أهم ما فيها وتفاعلات القراء معها.

موقع "العربية نت" من أهم المواقع الإخبارية العربية، وهو امتداد لقناة العربية الإخبارية التي بدأت بثها اليومي في مارس 2003م ، والموقع يتضمن النصوص الكاملة لكل برامج العربية منذ إطلاق الموقع ويسعى لتقديم إضافة في مسيرة الصحافة الإلكترونية في العالم العربي ، ووصل عدد زواره إلى نحو 50 ألف متصفح يوميا، كما تنقل عنه مواقع الإنترنت الأخرى.

تم إطلاق النسخة الإنجليزية من "العربية.نت" (www.alarabiya.net/english) لتكون جسراً للتواصل بين العربية والمتحدثين بالإنجليزية، سواء كانوا عرباً يتحدثون الإنجليزية أو غير عرب يحملون شغفاً خاصاً بمتابعة أخبار منطقة الشرق الأوسط. ولا يكتفي فريق الموقع بنشر أخبار وكالات الأنباء، بل يقوم يومياً بترجمة التقارير الخاصة بـ"العربية.نت" والقصص الاجتماعية.

الفصل الثاني: المواقع الإلكترونية الإخبارية

1- ظهور المواقع الإلكترونية الإخبارية

حفّز بروز الصحافة الإلكترونية وطغيانها عبر شبكة الإنترنت الأجواء لانطلاق شكل جديد من الصحافة أطلق عليه المواقع الإلكترونية الإخبارية، التي لم تخرج عن كونها صحيفة متكاملة من حيث مضامينها وتخضع لذات المحددات الإلكترونية تبويهاً، وكذلك في طريقة عرضها لموضوعاتها، وأسلوب تحرير موادها.²³ وقد أنشأت عدة مواقع إخبارية عربية مثل الجزيرة نت، والعربية نت، والبوابة العربية لأخبار التقنية، وهذا كله على سبيل المثال لا الحصر، الأمر الذي دفع باتجاه ضرورة التمييز بين الصحيفة الإلكترونية وبين الموقع الإخباري الإلكتروني، وعدم الخلط بينهما.²⁴

ولعل من أبرز الفروق بين الاثنين هو طبيعة النشأة، فأصل الصحيفة الإلكترونية أنها نشأت ابتداءً على الورق بالصورة التقليدية كأبي صحيفة عادية، لكن القائمين عليها ارتأوا مجازاة لغة العصر ضرورة وجود نسخة إلكترونية من هذه الصحيفة على الإنترنت، وبالتالي فالصحيفة الإلكترونية هنا هي نسخة طبق الأصل من الصحيفة التي تصدر بطبعتها المختلفة ورقياً وتوزع بصورة اعتيادية. أما الموقع الإخباري الإلكتروني، فقد نشأ ابتداءً على الإنترنت، وليس له أصل ورقى، وإنما بيئته الأساسية هي تلك البيئة الافتراضية اللامتناهية المسماة بفضاء الإنترنت.²⁵

23- عبد الرزاق الدليمي: الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، ط1، دار وائل للنشر، عمان، 2011، ص 214.

24- حسني نصر: مقدمة في الاتصال الجماهيري المداخل والوسائط، ط1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001، ص 97.

25- منال خميس جراد: معالجة المواقع الإلكترونية الإخبارية لحركتي فتح وحماس لأزمة الانقسام الفلسطيني "دراسة تحليلية"، رسالة ماجستير، جامعة الأزهر غزة، 2013، ص 20.

- 1- لا تقتصر خدماتها على تتبع أخبار السياسة على مدار الساعة، بل تقدم أخباراً رياضية وثقافية وفنية وأدبية، وتوفر معلومات اقتصادية ومحركات بحث ومنتديات نقاش ومنصات إرسال للهواتف المحمولة.
- 2- إتاحة مصادر معلومات إضافية يمكن الرجوع إليها حول الأخبار، وتقديم الأخبار بأشكال متنوعة (صوت وفيديو ونص)، وتوفير خدمات جديدة غير متاحة في وسائل الإعلام التقليدية، وإعداد ملفات صحفية مميزة عن الأحداث المهمة، وتقديم خدمات تفاعلية مثل البريد الإلكتروني واستطلاع الرأي، إضافة إلى تحديد مصادر الأخبار والمعلومات المنشورة، ثم شهرة المؤسسة الإعلامية التي تصدر الموقع وسمعتها، ومراعاة التحديث وإتاحة الانتقال لمصادر معلومات مرجعية ومواقع ترتبط بالمادة.
- 3- الفورية، وتعني السرعة في نقل الخبر وهي بذلك تتنافس مع الفضائيات في نقل الأخبار العاجلة وربما تسبقها في نقل تفاصيل الأخبار خاصة وأن الفضائيات تلتزم بمواعيد نشرات ثابتة غالباً ما تكون على رأس الساعة وإن كانت تحاول التعويض عن ذلك من خلال الأخبار العاجلة التي تظهر على الشاشة.
- 4- العمق، فرغم أن الأخبار على المواقع الإخبارية تتميز بالجمل وال فقرات القصيرة فإن ذلك لا يمنع من تحقيق صفة العمق من خلال الإحاطة بالقضية بالروابط التشعبية والمرفقات الملحقة بالخبر، فضلاً عن إمكانية تناول القضية في الأخبار ثم التقارير ثم التحليلات وغيرها من الفنون الأخرى وهذا يقودنا إلى النقطة التالية.
- 5- التنوع، نقصد بها قدرة المواقع الإخبارية على تقديم المادة الإعلامية في أكثر من شكل صحفي، فضلاً عن الروابط والمرفقات واستخدام الوسائط المتعددة.
- 6- التفاعلية، أهم ما يميز الإعلام الجديد عموماً هو التفاعلية، بحيث لم يعد المتلقي مجرد طرف سلمي يتلقى ما ينشر أو يذاع ولكنه أصبح مشاركاً من خلال التعليقات وحلقات النقاش واستطلاع الرأي والمواطن الصحفي.

26- حسام عبد الحميد حمدان: المواقع الإخبارية العربية-دراسة وصفية لموقع الجزيرة نت على الشبكة العنكبوتية، رسالة ماجستير، الأكاديمية العربية المفتوحة بالدنمارك، 2013، ص ص 60-61.

7- الأرشفة حيث توفر هذه المواقع أرشيفاً إلكترونياً خاصاً بها أو بالقنوات التي أصدرتها مما يسمح للمستخدم بالرجوع إلى الموضوعات التي يريدها وفي أي وقت.

8- وفرت المواقع الإخبارية فرصة كبيرة للقنوات الفضائية لتقديم البث الحي لها مما وفر لها إمكانية الوصول إلى أعداد كبيرة من المشاهدين في بلدان لا تسمح السلطات فيها ببث القنوات الفضائية وهي ميزة خاصة للمواقع الإخبارية المرتبطة بالفضائيات الإخبارية كالجريدة العربية والسي إن إن CNN .

3-المعايير المهنية للعاملين في المواقع الإخبارية

يجب على كل صحفي عامل في المواقع الالكترونية الإخبارية أن يراعي مجموعة المقاييس والمعايير التالية:

- السعي لتوفير نطاق واسع من المعلومات لتمكين الجمهور من اتخاذ قرارات مستنيرة.
- السعي للحصول على الحقيقة وتقديم الأخبار بدقة وعلى أكمل وجه.
- الكشف عن مصدر المعلومات بوضوح، والإشارة إلى كافة المواد المأخوذة عن وسائل إعلامية أخرى.
- تقديم الأخبار بصدق وموضوعية وتجنب تضارب المصالح، واحترام رغبات الجمهور وعناصر الأخبار.
- السعي إلى فهم تنوع المجتمع ونقله للجمهور دون انحياز أو نمطية.

الفصل الثالث: الإعلام الاقتصادي

يشكل الإعلام الاقتصادي حجر الزاوية في تهيئة الأجواء اللازمة والضرورية للحركة الاقتصادية الناجحة في المجتمع، حيث أنه يعمل على توفير البيانات والمعلومات للعامة والمتخصصين، سواء تعلق الأمر بحركة الاستثمار، المجالات الاقتصادية المختلفة، القوانين، إجراءات إنهاء المعاملات، أخبار الأسهم والبورصات وأسعار صرف العملات.

1-وظائف الإعلام الاقتصادي

من أهم وظائف الإعلام الاقتصادي ما يلي:²⁷

27-محمد قيراط: البيئة والاقتصاد في معادلة الإعلام التنموي، مجلة الإذاعات العربية، ص ص 49-50.

- نشر الوعي والثقافة الاقتصادية في المجتمع، كالتعريف بالقوانين والتشريعات والإجراءات التنظيمية حتى يستطيع الفرد أن يعرف حقوقه وواجباته، ومن هنا يأتي الدور الاستراتيجي للإعلام الاقتصادي في التنمية الشاملة، فالوعي الاقتصادي والثقافة الاقتصادية هما ركيزتان أساسيتان لنجاح العملية الاقتصادية.
- التغطية الشاملة والدقيقة للأحداث الاقتصادية محليا وإقليميا ودوليا، وطرح مختلف وجهات النظر والآراء حول المسائل الاقتصادية وتكوين آراء ومواقف مبنية على معلومات سليمة وتحليلات ودراسات، تقديم الأطر والخلفيات والتفسيرات الضرورية لفهم القضايا الاقتصادية في سياقها السليم.
- الكشف عن التجاوزات والأخطاء والمعوقات التي تعترض سبيل نجاح التنمية والتطوير في المجتمع كسارّة والتسيير وضعف القرار الاقتصادي والفساد المالي.
- المساهمة في دعم البرامج الاقتصادية ومشاريع التنمية المستدامة من خلال تقديم رسالة إعلامية اقتصادية مبنية على المهنية والحرفية والاستقصاء والنقد العلمي للخطط والمشاريع التنموية.

2-سمات الإعلام الاقتصادي

يمكن تحديد سمات الإعلام الاقتصادية في ما يلي²⁸:

- صحافة جادة تتعامل مع مضمون جاد.
- تعتمد بشكل أساسي على المعلومات والبيانات والإحصاءات والأرقام.
- تتخطى تغطية الحدث، إلى تحليله وتفسيره، وربطه بغيره من الأحداث.

3-علاقة البترول بالإعلام الاقتصادي

البترول سلعة لها ارتباط قوي بالإعلام ومن عدة جوانب، فهو سلعة إستراتيجية لها أهميتها المحلية والدولية، كما أنه سلعة استهلاكية تهم المواطن العادي في كافة الدول من حيث توفرها وأسعارها، تلك الأسعار التي تتقلب ليس فقط بالسنة والشهر، بل باليوم والساعة .

28- الصحافة الاقتصادية، مقال نشر بموقع <http://communication.akbarmontada.com/t498-topic>، تاريخ الزيارة 10 مارس 2015.

وسائل الإعلام ترتبط بالبتروال وتطوراته المختلفة ارتباطاً وثيقاً من حيث إبلاغ الناس بالأحداث المختلفة في السوق والصناعة البترولية من ناحية، ومن حيث تأثيرها على الأسعار، واتجاهاتها صعوداً أو هبوطاً، من ناحية أخرى.

و الارتباط الوثيق بين البترول والإعلام يعود إلى بداية القرن العشرين، عندما أصبح البترول سلعة مهمة وبالذات في الولايات المتحدة، حيث قادت بعض الصحف الأمريكية حملة إعلامية قوية ضد شركة ستاندرد أويل، التي يملكها جون روكفلر، متهمة إياها باحتكار السوق الأمريكية والتلاعب بالأسعار، حيث أدت تلك الحملة الصحفية إلى صدور أمر قضائي بتفكيك شركة ستاندرد أويل إلى أكثر من ثلاثين شركة مستقلة .

و تلك الحملة الإعلامية، كانت بداية النظرة السلبية لدى وسائل الإعلام والرأي العام الغربي، وبالذات الأمريكي، تجاه البترول وصناعته وملكيته، مع ربطه بنظرية المؤامرة (اقتصادياً وسياسياً)، وربطه كذلك بالشراء الفاحش السهل للأفراد العاملين والمالكين لهذه الصناعة والدول والولايات المنتجة. وخلال الستينيات الميلادية بدأت حملة إعلامية ضد شركات البترول العالمية، والتي عرفت فيما بعد بالأخوات السبع، متهمة إياها بالتحكم في السوق العالمية واحتكار الإنتاج والأسعار. وخلال السبعينيات وأوائل الثمانينيات، اشتدت الحملة الإعلامية الغربية السلبية ضد البترول وكانت موجهة ضد دول الأوبك، وبالذات الدول العربية المنتجة للبترول. وكانت دوافع تلك الحملة سياسية، نتيجة للمقاطعة العربية لتصدير البترول إلى بعض الدول الغربية التي ساندت بشكل مباشر إسرائيل في حرب أكتوبر 1973، وارتفاع أسعار البترول بأكثر من ثلاثة أضعاف، تلا ذلك قيام الدول الصناعية الغربية بإنشاء وكالة الطاقة الدولية في عام 1974 كمنظمة تمثل الدول المستهلكة ومضادة لمنظمة الأوبك.²⁹

29- أهمية الإعلام النفطي لتحسين صورة البترول وموثوقية الدول المنتجة، مقال نشر بالموقع الإلكتروني لجريدة الرياض www.alriyadh.com، تاريخ الزيارة 10 مارس 2015.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

يتناول هذا الفصل الدراسة التحليلية التي تهدف إلى التعرف على كيفية معالجة موقعي الجزيرة نت والعربية نت لحدث انخفاض أسعار البترول، واتجاه هذه المواقع في المعالجة الإعلامية، إضافة إلى المصادر المعتمدة في أخبار انخفاض أسعار البترول، والفنون الصحفية المستخدمة في كلا الموقعين.

1- السمات العامة للمحتوى (ماذا قيل)

1-1- المواضيع التي تعالج انخفاض أسعار البترول في الموقعين محل الدراسة

يبين الجدول الآتي المواضيع التي تناولها الموقعان في ما يخص انخفاض أسعار البترول.

جدول (1) : المواضيع التي تعالج انخفاض أسعار البترول في موقعي الدراسة.

الاتجاه العام		العربية نت		الجزيرة نت		المواقع الالكترونية
%	ك	%	ك	%	ك	المواضيع
21,05	12	22,58	07	19,23	05	أسباب
17,54	10	12,90	04	23,07	06	انعكاسات
15,78	09	16,12	05	15,38	04	إجراءات
24,56	14	22,58	07	26,92	07	تصريحات
21,05	12	25,80	08	15,38	04	توقعات مستقبلية
100	57		31		26	المجموع

من خلال الجدول يتبين أن أبرز المواضيع التي تناولت انخفاض أسعار البترول كانت عبارة عن تصريحات المسؤولين والوزراء وممثلي الهيئات البترولية الدولية وكانت النسبة 24,56 %، وجاءت بنسبة مقارنة معالجة موضوع أسباب الانخفاض وموضوع التوقعات المستقبلية لمستوى الأسعار بنسبة 21,05 % على التوالي، اما بالنسبة للانعكاسات التي خلفها انخفاض الأسعار على اقتصاد الدول وحجم المبادلات بينها فقد جاءت بنسبة 17,54 % وفي الأخير موضوع الإجراءات المتخذة من قبل الدول تجاه تدهور أسعار البترول بنسبة 15,78 %.

ومن خلال الجدول نفسه وبدراسة نتائج كلا الموقعين تتضح الفروق الآتية:

موقع الجزيرة نت

يتبين أن المواضيع التي تناولت تصريحات المسؤولين بشأن انخفاض أسعار البترول جاءت في المرتبة الأولى من مجموع ما عالجها الموقع بنسبة 26,92%، تأتي بعدها مواضيع التي تناولت انعكاسات انخفاض الأسعار بنسبة 23,07%، وتلتها مواضيع معالجة أسباب الانخفاض بنسبة 19,23%، وفي الأخير المواضيع التي تناولت إجراءات مواجهة الانخفاض والتوقعات المستقبلية لمستوى الأسعار بنسبة 15,38%.

موقع العربية نت

اهتم موقع العربية نت بموضوع معالجة التوقعات المستقبلية لمستوى الأسعار في الأسواق بنسبة 25,80%، وينسب متقاربة (22,58%) اهتم الموقع بموضوع أسباب الانخفاض و التصريحات الرسمية بشأن هذه المسألة، وتأتي بعدها موضوع الإجراءات المتخذة لمواجهة هذا الانخفاض بنسبة 16,12%، وفي الأخير الانعكاسات التي خلفها هذا الانخفاض على الدول التي تضررت منه بنسبة 12,90%.

1-2- الأساليب المعتمدة في معالجة انخفاض أسعار البترول في الموقعين محل الدراسة

يبين الجدول الآتي الأساليب المعتمدة من قبل الموقعين في معالجة انخفاض أسعار البترول.

جدول (2) : الأساليب المعتمد في معالجة انخفاض أسعار البترول في موقعي الدراسة.

الاتجاه العام		العربية نت		الجزيرة نت		المواقع الالكترونية
%	ك	%	ك	%	ك	الأساليب
53,06	26	56	14	50	12	الحقائق والمعلومات
14,28	07	16	04	12,5	03	الآراء
12,24	06	12	03	12,5	03	التحليل
4,08	02	04	01	4,16	01	النقد
16,32	08	12	03	20,83	05	الاقتراحات
100	49		25		24	المجموع

أسلوب عرض الحقائق والمعلومات المتعلقة بتطورات أسعار البترول في الأسواق هو أكثر الأساليب استعمالا في معالجة انخفاض أسعار البترول في الموقعين بنسبة 53,56%، ويأتي بعدها أسلوب الاقتراحات المطروحة لمعالجة الحدث، بنسبة 14,28%، تليها أسلوب الآراء 4,08%، ثم أسلوب التحليل وفي الأخير أسلوب النقد بنسبة 4,08%.

موقع الجزيرة نت

من خلال الجدول يتبين أن أسلوب عرض الحقائق وتقديم المعلومات حول أسعار البترول في الاسواق العالمية هو الأكثر استعمالاً في موقع الجزيرة نت بنسبة 50 %، ثم يأتي أسلوب تقديم الاقتراحات بشأن قضية انخفاض أسعار البترول بنسبة 20,83 %، ويأتي بعدها أسلوب التحليل وتقديم الآراء بنسبة 12,5 %، وفي الأخير أسلوب النقد بنسبة 4,16 %.

موقع العربية نت

ظهر أسلوب عرض الحقائق وتقديم المعلومات أكثر الأساليب استعمالاً في موقع العربية نت لمعالجة موضوع انخفاض أسعار البترول، تلاه أسلوب تقديم الآراء بنسبته 16 %، بعدها أسلوب التحليل وأسلوب تقديم الاقتراحات بنسب متساوية 12 %، ليأتي في الأخير أسلوب النقد بنسبة 4 %.

1-3-النطاق الجغرافي لتغطية انخفاض أسعار البترول في الموقعين محل الدراسة

يبين الجدول الآتي النطاق الجغرافي الذي تغطيه المعالجة الإعلامية لانخفاض أسعار البترول، في الموقعين محل الدراسة.

جدول (3) : النطاق الجغرافي لتغطية انخفاض أسعار البترول في موقعي الدراسة.

الاتجاه العام		العربية نت		الجزيرة نت		المواقع الالكترونية النطاق الجغرافي
%	ك	%	ك	%	ك	
32,72	18	34,61	09	31,03	09	الخليج
23,63	13	26,92	07	20,68	06	أمريكا
9,09	05	3,84	01	13,79	04	أوروبا
18,18	10	19,23	05	17,24	05	روسيا وآسيا
12,72	07	11,53	03	13,79	04	الشرق الأوسط
3,63	02	3,84	01	3,44	01	شمال إفريقيا
100	55		26		29	المجموع

من خلال هذا الجدول يتضح أن المعالجة الإعلامية لانخفاض أسعار البترول شملت بسبة أكبر دول الخليج 32,72 %، تلتها أمريكا بـ 23,63 %، وفي المرتبة الثالثة دول آسيا وروسيا بنسبة 18,18 %، لتأتي بعدها دول الشرق الأوسط بنسبة 12,72 %، وفي الأخير دول أوروبا بنسبة 9,09 %، و دول شمال إفريقيا بنسبة 3,63 %.

موقع الجزيرة نت

أكثر المناطق الجغرافية التي مستها التغطية الإعلامية لانخفاض أسعار البترول في موقع الجزيرة نت هي دول الخليج بنسبة 31,03%، ثم أمريكا بنسبة 20,68%، وتأتي بعدها دول آسيا وروسيا بـ 17,24% وتليها بنسب متساوية دول أوروبا والشرق الأوسط بـ 13,79%، وفي الأخير دول شمال إفريقيا بنسبة 3,44%.

موقع العربية نت

المعالجة الإعلامية لانخفاض أسعار البترول تناولها موقع العربية نت في حيز جغرافي احتله في المرتبة الأولى دول الخليج بنسبة 34,61%، تلتها أمريكا بنسبة 26,92%، وبعدها روسيا وآسيا بـ 19,23%، ثم الشرق الأوسط 11,53%، لتأتي في المرتبة الأخيرة دول أوروبا وشمال إفريقيا بـ 3,84%.

1-4- مصادر مواضيع انخفاض أسعار البترول في الموقعين محل الدراسة

يبين الجدول الآتي المصادر التي يعتمد عليها الموقعان في المعالجة الإعلامية لانخفاض أسعار البترول، في الموقعين محل الدراسة.

جدول (4) : مصادر مواضيع انخفاض أسعار البترول في موقعي الدراسة.

الاتجاه العام		العربية نت		الجزيرة نت		المواقع الالكترونية	
%	ك	%	ك	%	ك	المصادر	
37,5	09	58,33	07	16,66	02	مراسل	مصادر
00	00	00	00	00	00	مندوب	داخلية
54,16	13	41,66	05	66,66	08	عالمية	مصادر خارجية
00	00	00	00	00	00	محلية	(وكالات الأنباء)
8,33	02	00	00	16,66	02	متعدد المصادر	
00	00	00	00	00	00	بدون مصادر	
100	24		12		12	المجموع	

من خلال دراسة هذا الجدول يتبين أن وكالات الأنباء العالمية تأتي في صدارة مصادر الأخبار والمعلومات لمعالجة موضوع انخفاض أسعار البترول بنسبة 54,16%، يأتي بعدها المرسلون الموقعين بنسبة 37,5%، وفي الأخير تعدد المصادر بنسبة 8,33%.

موقع الجزيرة نت

يعتمد موقع الجزيرة نت بالدرجة الأولى على وكالات الأنباء العالمية في الحصول على الأخبار والمعلومات المتعلقة بالموضوع بنسبة 66,66% ، تليها المراسلين بـ 16,66%، وكذا تعدد المصادر بنسبة 16,66%.

موقع العربية نت

نلاحظ أن موقع العربية نت يعتمد على مصدرين أساسيين في الحصول على الأخبار وهما المراسلون ووكالات الأنباء العالمية، وتأتي في المقدمة المراسلون بنسبة 58,33%، والوكالات بـ 41,66%.

2- السمات العامة للشكل (كيف قيل)

2-1- الفنون الصحفية المستخدمة في المعالجة الإعلامية لانخفاض أسعار البترول في موقعي الدراسة

يبين الجدول الآتي الفنون الصحفية التي استخدمها الموقعان في معالجة المواضيع المتعلقة بانخفاض أسعار البترول.

جدول (5): الفنون الصحفية المستخدمة في المعالجة الإعلامية لانخفاض أسعار البترول

الاتجاه العام		العربية نت		الجزيرة نت		المواقع الالكترونية
%	ك	%	ك	%	ك	الفنون الصحفية
29,16	07	25	03	33,33	04	الخبر
58,33	14	58,33	07	58,33	07	التقرير
8,33	02	16,66	02	00	00	الحديث
4,16	01	00	00	8,33	01	الريبورتاج
00	00	00	00	00	00	المقال
00	00	00	00	00	00	الكاريكاتير
100	24		12		12	المجموع

يظهر من خلال الجدول أن الموقعان يعتمدان على التقرير الصحفي كفن من الفنون الصحفية لتقديم المادة الإعلامية بنسبة 58,33%، يليه الخبر بـ 29,16%، ثم الحديث الصحفي بنسبة 8,33%، وفي الأخير الريبورتاج بـ 4,16%، أما المقال والكاريكاتير لم يكن لهما تواجد في معالجة انخفاض أسعار البترول في الموقعين.

موقع الجزيرة نت

برز في موقع الجزيرة نت استخدام التقرير الصحفي في معالجة موضوع انخفاض أسعار البترول، وكانت نسبته 58,33%، تلاه الخبر بـ 33,33%، وفي الأخير الريبورتاج، بنسبة 8,33%، ولم ترد فنون المقال، الحديث والكاريكاتير.

موقع العربية نت

تشابه موقع العربية نت مع موقع الجزيرة نت في ترتيب الفنون الصحفية المعتمدة في المعالجة، فيما تعلق بـ التقرير الصحفي بنسبة 58,33%، والخبر بـ 25%، لكن الاختلاف ورد في غياب الريبورتاج وحضور الحديث الصحفي بنسبة 16,33%، ولم ترد فن المقال ولكاريكاتير.

2-2- العناوين المستخدمة في المعالجة الإعلامية لانخفاض أسعار البترول في موقعي الدراسة

يبين الجدول الآتي العناوين التي استخدمها الموقعان في معالجة المواضيع المتعلقة بانخفاض أسعار البترول.

جدول (6): العناوين المستخدمة في المعالجة الإعلامية لانخفاض أسعار البترول

الاتجاه العام		العربية نت		الجزيرة نت		المواقع الالكترونية
%	ك	%	ك	%	ك	العناوين
63,15	24	80	12	52,17	12	رئيسية
28,94	11	20	03	34,78	08	فرعية
7,89	03	00	00	13,04	03	فقرات
100	38		15		23	المجموع

ظهرت العناوين الرئيسية بشكل كبير في موقعي الدراسة بنسبة 63,15%، تلتها العناوين الفرعية بنسبة 28,94%، أما عناوين الفقرات فكانت أقل استخداما بنسبة 7,89%.

موقع الجزيرة نت

برز في موقع الجزيرة نت العناوين الرئيسية بنسبة 52,17%، تلتها العناوين الفرعية بنسبة 34,78%، أما عناوين الأخبار بنسبة 13,04%.

موقع العربية نت

اقتصرت المعالجة الإعلامية لانخفاض أسعار البترول في موقع العربية نت على استخدام العناوين الرئيسية بشكل كبير بنسبة 80% ، والعناوين الفرعية بنسبة 20%.

2-3- الصورة والوسائط المستخدمة في المعالجة الإعلامية لانخفاض أسعار البترول في موقعي الدراسة

يبين الجدول الآتي الصورة والوسائط التي استخدمها الموقعان في معالجة المواضيع المتعلقة بانخفاض أسعار البترول.

جدول (7): الصورة والوسائط المستخدمة في المعالجة الإعلامية لانخفاض أسعار البترول

الاتجاه العام		العربية نت		الجزيرة نت		المواقع الالكترونية
%	ك	%	ك	%	ك	الصورة والوسائط
00	00	00	00	00	00	الخبرية
23,33	07	21,42	03	25	04	الشخصية
66,66	20	64,28	09	68,75	11	الموضوعية
3,33	01	7,14	01	00	00	فيديو
3,33	01	7,14	01	00	00	ملف صوتي
00	00	00	00	00	00	خرائط
3,33	01	00	00	6,25	01	رسوم
100	30		14		16	المجموع

اعتمد الموقعان على الصورة الموضوعية بالدرجة الأولى في معالجة انخفاض أسعار البترول في موقعي الدراسة، بنسبة 66,66%، تلتها الصور الشخصية بنسبة 23,33%، وتأتي بعدها بنسب متساوية كل من الرسوم والفيديو والملف الصوتي بنسبة 3,33%، في حين لوحظ غياب الصورة الخبرية والخرائط.

موقع الجزيرة نت

برزت الصورة الموضوعية بالمرتبة الأولى في معالجة انخفاض أسعار البترول بنسبة 68,75%، تلتها الصورة الشخصية بـ 25% ، والرسوم بنسبة 6,25%، في حين نسجل غياب باقي أنواع الصور والوسائط.

موقع العربية نت

تشابه موقع العربية نت مع موقع الجزيرة نت من حيث الاعتماد على الصورة الموضوعية والشخصية، حيث أن الصورة الموضوعية هي الأكثر استعمالاً في موقع العربية نت بنسبة 64,28%، تلتها الصورة الشخصية بنسبة 21,42%، كما نجد استخدام الفيديو والملف الصوتي بخلاف موقع الجزيرة نت بنسبة 7,14%.

3- مناقشة وصياغة نتائج الدراسة التحليلية

من خلال البيانات التي تضمنتها الجداول السابقة يتبين أن موقعي الجزيرة نت والعربية نت تناولوا حدث انخفاض أسعار البترول بأسلوب وكيفية تتلاءم مع سياسة كل موقع، وبمعالجة متقاربة في الشكل والمضمون باعتبار أن موضوع الحدث اقتصادي يستوجب إتباع منهجية خاصة في الطرح والتحليل والمناقشة، والاقتراب أكثر إلى الموضوعية والحياد في نقل المعلومات، كما أن المواضيع الاقتصادية تقدم عادة حقائق واقعية تساعد المهتمين في المجال الاقتصادي اتخاذ القرارات المناسبة، كما أن موضوع البترول أو النفط هو موضوع اقتصادي له أبعاد علمية وتتحكم في أسعاره دول معدودة.

ومن خلال المعالجة أيضاً نجد أن الموقعين ركزا عموماً على معالجة أسباب انخفاض أسعار البترول وتذبذبها في الأسواق وكذا البحث في التوقعات المستقبلية لمستوى الأسعار وأين ستصل، في حين غاب التحليل المعمق للأسباب والنتائج السلبية والانعكاسات الخطيرة على الدول غير المنتجة، وهنا اقتصر فقط على معالجة الأسباب واستقرار الأسعار، وهذا يعود إلى أن الموقعين تابعين لفضائيتين إخباريتين خليجيتين، لذلك انعكس النطاق الجغرافي في المعالجة الإعلامية وكانت دول الخليج في المرتبة الأولى، إضافة إلى أمريكا لأنها طرف رئيس في معادلة أسعار البترول وانحيازها في الأسواق العالمية. ومنه يمكن صياغة النتائج العامة الآتية:

1- اهتم الموقعان بمعالجة موضوع أسباب انخفاض أسعار البترول وكذا عرض التصريحات الخاصة بالوزراء الدول والمسؤولية وممثلي المنظمات البترولية، إضافة إلى التوقعات المستقبلية بشأن استقرار الأسعار، وكان الاختلاف بنسب بسيطة ومتقاربة، ويأتي الاهتمام بالتصريحات والأسباب، لأن البترول يعد مادة أساسية في اقتصاد الكثير من الدول المنتجة أو غير المنتجة، لذا وجب الاهتمام بأسباب انخفاض الأسعار وتقديم التصريحات والتوضيحات اللازمة لتنوير الرأي العام، وكذا طمأنته من خلال تقديم توقعات استقراره في المستقبل القريب أو البعيد.

- 2- اعتمد الموقعان على أسلوب عرض الحقائق وتقديم المعلومات الخاصة بأسعار البترول، وهو أسلوب مناسب لمعالجة مثل هذه المواضيع والأحداث الاقتصادية، وهو ما يعكس ما أوردنا في الفصل النظري في ما يخص سمات الإعلام الاقتصادي، أنه يعتمد بشكل أساسي على المعلومات والبيانات والإحصاءات والأرقام، ومن جهة أخرى نجد أن تحليل أسباب الانخفاض وانعكاساته لم يرجع بالشكل المطلوب في الموقعين بالرغم أن هذه النقطة سمة أخرى من سمات الإعلام الاقتصادي وتحقق أبرز وظائفه وهي وظيفة التغطية الشاملة والدقيقة للأحداث الاقتصادية.
- 3- اعتمد كل من الموقعين بشكل كبير على وكالات الأنباء العالمية والمراسلين في تحصيل الأخبار والمعلومات الخاصة بانخفاض أسعار البترول، في حين اختفت أنواع المصادر الأخرى، وهذا بغرض الحصول على المعلومة الدقيقة والرسمية بما يكفل المصدقية والجديّة التي تميز الإعلام الاقتصادي، بينما نجد الاختلاف بين الموقعين في الاعتماد على المصادر، حيث نجد أن الجزيرة نت تعتمد على وكالات الأنباء العالمية، في حين تعتمد العربية نت على المراسلين بالدرجة الأولى، وهذا يرجع ربما إلى تعامل الموقعين مع مصادر المعلومة ومدى توافر المراسلين والاشتراكات المطلوبة في الوكالات.
- 4- ركز الموقعان في المعالجة الإعلامية لانخفاض أسعار البترول على دول الخليج بالدرجة الأولى وذلك لارتباط هذين الموقعين بهذه الدول، إضافة إلى أن الخليج من الدول المنتجة والمصدرة للبترول، فكان لزاما الاهتمام بهذا النطاق الجغرافي نظرا للكم الكبير من القرارات والإجراءات والمؤتمرات التي تحتضنها في هذا الجانب، وتأتي بعدها أمريكا وروسيا، وهنا يتضح أن هذا الحدث الاقتصادي محط اهتمام أمريكا وروسيا ودول آسيا، في حين نجد أن دول شمال إفريقيا تكاد تغيب في هذه المعالجة.
- 5- التقرير الصحفي هو أهم وأكثر الفنون الصحفية التي استعملها الموقعان في معالجة انخفاض أسعار البترول، وكانت بنسب متساوية بين الموقعين، وذلك أن المواقع الإلكترونية لها خصائصها في الكتابة الصحفية، حيث أن التقرير يعطي مجالا أوسع لتقديم المعلومة وتطوراتها، كذلك الاعتماد الكبير على وكالات الأنباء يؤدي إلى تطوير المادة وعرضها في تقرير، كما أن المواضيع الاقتصادية لها خاصية تنفرد بها عن المواضيع الأخرى وتستدعي العودة إلى الأحداث السابقة لتدعيم المعلومات الجديدة. أما الاعتماد على الخبر في المرتبة الثانية فهذا يعود على أن الخبر يستخدم أكثر في التغطية الإخبارية للأحداث الآنية، أما الأخبار الاقتصادية فهي حقائق ومعلومات ثابتة لا تحتاج إلى تغطية أو نزول

إلى الميدان وتقديم الأخبار العاجلة. في حين نجد استخدام ضعيف للحدِيث الصحفي والريپورتاج في معالجة الموقعين لانخفاض أسعار البترول.

6- العناوين الرئيسية هي الأكثر استخداما في موقعي الدراسة، والعناوين الفرعية لكن هناك تفاوت بين الموقعين في استخدام العناوين الفرعية وعناوين الفقرات، وهذا يعود إلى القوالب الفنية المستخدمة من جهة ، وخصوصية الإعلام الاقتصادي من جهة أخرى.

7- أبرز الصور المستخدمة في المعالجة الإعلامية لانخفاض أسعار البترول هي صور موضوعية مرتبطة بموضوع الخبر أو التقرير، إضافة إلى الصورة الشخصية التي تمثل صاحب التصريحات، ونجد غياب الصورة الخبرية وهذا راجع إلى غياب التغطية الإخبارية كما أوردنا سابقا، والاعتماد على ما يرد من معلومات وحقائق تخص الأسعار، كما نلاحظ عدم الاهتمام بالوسائط المتعددة كالفيديو والملفات الصوتية، وهي ضرورية في المواقع الإلكترونية لأنها تعطىها مقروئية أكبر ومصدقية لمعلوماتها، كما تخلق التفاعلية والتنافسية مع الوسائل الإعلامية الأخرى.

التوصيات

- زيادة الاعتماد على المصادر الخاصة، والتقليل من الاعتماد على الوكالات العالمية لإضفاء مصداقية أكبر للخبر، والحرص على تقديمه بموضوعية دون تدخل جهات أخرى.
- التنوع في الفنون الصحفية المستخدمة في هذا النوع من المواضيع الاقتصادية وعم الاقتصار على نوع صحفي واحد.
- الاهتمام أكثر بالتحقيق الصحفي لما له من أهمية في كشف الأسباب واستشراف النتائج، خاصة الأحداث الاقتصادية التي لها دور كبير في الساحة السياسية الدولية.
- التنوع في الأساليب المتبعة لعرض الحقائق ومناقشة المواضيع الاقتصادية، وإعطاء مجال للجمهور لإبداء رأيه حول الموضوع، وكذا اعتماد التحليل المعمق لتنوير الرأي العام.
- وفي الأخير لا بد من الاهتمام أكثر بالإعلام الاقتصادي الإلكتروني وبخاصة الإعلام النفطي، لما له من أهمية جوهرية في توجيه الرأي العام ومساعدة صناع القرار في اتخاذ مواقفهم تجاه الأحداث الاقتصادية.

قائمة المراجع

- 1) أحمد بن مرسلبي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.
- 2) البشير بن صالح: المنطق ومناهج البحث العلمي، (د.ط) ، مكتبة اقرأ، قسنطينة، الجزائر.
- 3) جودت عزت عطوي: أساليب البحث العلمي، الدار الدولية للنشر، عمان، 2000.
- 4) حسني نصر: مقدمة في الاتصال الجماهيري المداخل والوسائط، ط1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001.
- 5) سمير محمد محسن: بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، 1995.
- 6) صالح بن نوار: مبادئ في منهجية العلوم الاجتماعية والإنسانية، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، قسنطينة، 2012.
- 7) صلاح مصطفى القوال: مناهج البحث في العلوم الاجتماعية، (د،ط) مكتبة غريب، القاهرة، 1983.
- 8) عبد الرزاق الدليمي: الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية، ط 1، دار وائل للنشر، عمان، 2011.
- 9) عمار بوحوش: دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، (د.ط)، موفم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2002.
- 10) فرج الكامل: بحوث الإعلام والرأي العام، (ط،1) ، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2001.
- 11) فضيل دليو: الأسس المنهجية، منشورات جامعة منتوري، قسنطينة، 1999.
- 12) فضيل دليو: أسس البحث وتقنياته في العلوم الاجتماعية، (د،ط) ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 1997.
- 13) فيروز زراقفة: في منهجية البحث الاجتماعي، منشورات مكتبة اقرأ، قسنطينة، 2007.
- 14) محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، (ط،1)، عالم الكتب، القاهرة، 2000.
- 15) محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2004.
- 16) محمد عبد الحميد: دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، دار المعارف، القاهرة، 1993.
- 17) محمد قباري: مناهج البحث في علم الاجتماع، منشأة المعارف، الإسكندرية.

الرسائل الجامعية

- 1) استبرق فؤاد وهيب: المعالجة الإعلامية للاحتلال الأمريكي للعراق- تحليل مضمون مجلة نيوزويك
النسخة العربية، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، 2009.
- 2) حسام عبد الحميد حمدان: المواقع الإخبارية العربية-دراسة وصفية لموقع الجزيرة نت على الشبكة
العنكبوتية، رسالة ماجستير، الأكاديمية العربية المفتوحة بالدنمارك، 2013 .
- 3) زهير مصطفى دوله و عماد محمد اشتيوي : القائم بالاتصال في المواقع الالكترونية الإخبارية
الفلسطينية-دراسة ميدانية-، مذكرة بكالوريوس، الجامعة الإسلامية بغزة، 2006.
- 4) منال خميس جراد: معالجة المواقع الالكترونية الإخبارية لحركتي فتح وحماس لأزمة الانقسام
الفلسطيني"دراسة تحليلية، رسالة ماجستير، جامعة الأزهر غزة، 2013.

المجلات العلمية

- 1) محمد قيراط: البيئة والاقتصاد في معادلة الإعلام التnmوي، مجلة الإذاعات العربية.

المواقع الالكترونية

- 1) وقع الجزيرة نت: www.aljazeera.net
- 2) موقع العربية نت: www.alarabiya.net
- 3) موقع جريدة الرياض: www.alriyadh.com
- 4) communication.akbarmontada.com