المجلة الجزائرية للاتصال المجلد17 العدد (28)، ص114 ــ 123
ISSN:1111-536X EISSN:2676-1793

انعكاسات التناول الاعلامي التلفزيوني للأزمة الاقتصادية بالجزائر على السلوك الاستهلاكي للمواطن
دراسة ميدانية بالجزائر العاصمة

Media covergage of the Algerian economic cresis repercussion's on consuming behaviours
Field study in Algiers

نبيلة دحو

جامعة الجزائر 3، nabiladahou52@gmail.com،الجزائر

تاريخ الاستلام: 04/02 /2019؛ تاريخ المراجعة: 05/25 /2019؛ تاريخ القبول: 05/29 /2019

ملخص:

تشهد الجزائر حاليا أزمة اقتصادية بسبب انخفاض سعر البترول، ما أرغم الحكومة على اتخاذ قرارات تمس المواطن بالدرجة الاولى ،من خلال زيادة الضرائب ، تخفيض الأجور ومنع الاستيراد. في هذه الظروف يظهر الدور الذي تلعبه وسائل الاعلام وخاصة القنوات التلفزيونية ، في توجيه سلوك الجمهور، ترشيد الاستهلاك ورفع الوعي لدى المواطنين، من أجل تخطي الأزمة ومحاولة السيطرة على الوضع الاقتصادي والاجتماعي للبلاد.

حيث نهدف من خلال هذا المقال الى الكشف عن انعكاسات المعالجة الاعلامية التلفزيونية للأزمة الاقتصادية التي تشهدها الجزائر حاليا، على السلوك الاستهلاكي للمواطن، ودور وسائل الاعلام وعلى رأسها التلفزيون في محاولة السيطرة على الوضع خلال الازمة ومحاولة الخروج منها، عن طريق دراسة ميدانية لعينة قصدية من الأسر بمنطقة الجزائر العاصمة قوامها سبعة أسر، حيث تم استجواب 45 مفردة باستخدام استمارة الاستبيان.

المؤلف المرسل:نبيلة دحو ، nabiladahou52@gmail.com

الكلمات المفتاحية: التناول الاعلامي التلفزيوني؛ الأزمة الاقتصادية؛ السلوك الاستهلاكي.

Abstract :
This paper presented aimed to uncover the repercussions of the media coverage of the current economic crisis in Algeria on the citizens' consuming behaviors, and the role of media, especially TV in trying to control the situation during the crisis and try to get out of it or to reduce it by studying field for sample of households in the capital area of Algiers, using the questionnaire.
Keywords: televisualtreatment;economic crisis; consuming behaviors.

1. مقدمة

تتصاعد الأزمات اليوم في مختلف دول العالم، سواء كانت سياسية، عسكرية، اقتصادية أو اجتماعية. ومن أكثر الأزمات التي تعاني منها المجتمعات الأزمات الاقتصادية ، وهي اضطراب مفاجئ يحدث فيؤدي الى اختلال التوازن الاقتصادي. حيث يرى الباحث ونفي الاعلام والاتصال. ان تشكيل رأي عام في المجتمع تجاه الأزمة لا بد أن يكون على رأس أولويات وسائل الاعلام، و ذلك من خلال تشجيع النقاش حول المواضيع الرئيسية التي تتدخل في الأزمة، مع اعطاء الفرصة للجمهور في تقديم وجهات نظر عديدة، حيث أن أداء وسائل الاعلام جزء هام من ادارة الأزمة. و ينادي العديد من الباحثين في مجال وسائل الاعلام بأهمية احترام عقلية المشاهد، وتقديم المعلومات الصحيحة التي من شأنها أنتوضح له حقيقة الأزمة و ضرورة مشاركته للخروج منها، الى جانب التصدي للإشاعات التي من الممكن أن تتسبب في تفاقم الأزمة، أي أن الهدف الرئيسي للإعلام وقت الأزمات هو امداد الجمهور بالمعلومات

العنوان: كلية علوم الإعلام والاتصال، 11 طريق دودوختار البناية الجديدة- بن عكنون- الجزائر العاصمة.البريد الالكتروني:revuefsic@gmail.com

الصحيحة التي تساعدهم على التأقلم مع الوضع و توجيه سلوكياتهم نحو السلوك المرغوب فيه.

ويرى صنف آخر من الباحثين أن الدور الآخر لوسائل الاعلام هو تقديم انذار للجمهور قبل وقوع الأزمات، وضرورة تحذير المجتمع من نتائجها سواء كانت أضرار مادية، بشرية أو معنوية، ولابد أن يعمل القائمين على البرامج بتهدئة و طمأنة الجمهور و مده بالشعور بالأمان و الابتعاد عن التخويف و التهويل.

من خلال ما سبق تقديمه يتضح أن لوسائل الاعلام وقت الازمات دورا مهما لا يقتصر فقط على نقل أخبار و تطورات الاحداث المتعلقة بالقضية، وانما توعيه المواطنين بضرورة مشاركتهم في الخروج من الازمة أو التخفيف من شدتها، عن طريق توجيه سلوكياتهم من خلال اتباع المؤسسات الاعلامية استراتيجية محددة تظهر في طريقة تناولها لمواضيع الأزمة، و معالجتها للأخبار المتعلقة بها، و من هذا المنطلق جاءت اشكالية الدراسة حول انعكاسات التناول الاعلامي التلفزيوني للأزمة الاقتصادية بالجزائر على السلوك الاستهلاكي للمواطنين، وذلك عن طريق إجراء دراسة ميدانية بمنطقة الجزائر العاصمة، بهدف تقييم اداء القنوات التلفزيونية الجزائرية أثناء الأزمة الاقتصادية التي تشهدها الجزائر.

2. مفهوم و دور اعلام الازمات

1.2مفهوم اعلام الأزمات: ان المصطلح الشائع و المعروف بإعلام الأزمات كما يرى الباحث محسن الافرنجي يراد به تفعيل دور وسائل الاتصال و الاعلام في التحذير من الأزمات المتوقع حدوثها و احتواء الآثار السلبية للأزمات التي وقعت مع المحافظة على توفير البيانات و المعلومات للجمهور، بالقدر الكافي

مع مراعاة وضع أسس للتغطية الاعلامية للأزمات بحيث لا تسبب ذعرا و هلعا و ردودا سلبية لدى المواطنين (عبد الرزاق الديلمي: 2012، ص 194). و لا يقتصر التعامل الاعلامي مع الأزمات على نشر المعلومات و انتاج رسائل اعلامية بمضامين مختلفة، و انما من خلال التركيز عليه كنظام اعلامي متكامل، تشترك كافة الوسائل الاعلامية المتاحة في تجسيده، كل حسب طاقته و قدراته و امكانياته المتوفرة و نطاقه الجغرافي، و ينطلق اعلام الازمات من استراتيجية اعلامية واضحة المعالم تعتمد على التخطيط الاعلامي و التنسيق بين المؤسسات الاعلامية، لتوحيد الجهد الاعلامي و انتاج رسائل اعلامية و اتصالية متوافقة في اطارها العام، من منطلق التعامل الاعلامي مع الأزمات، الذي لا يقتصر على نشر معلومات و انتاج رسائل اعلامية بمضامين مختلفة، كما أن مهمة الاعلام الاساسية هي جعل المعلومات التي يريد القائم بالاتصال ارسالها معروفة ومفهومة لدى المرسل اليه حتى تحدث تفاعلا وأثرا، ولا يعتبر عملا اعلاميا استخدام الرموز و الكلمات و الصور مالم يتم نقل افكار ومعلومات و خبرات يتفاعل بمقتضاها متلقي و مرسل الرسالة في مضامين اجتماعية معينة ومفاهيم متساوية و متقاربة لدلالات الرموز ومضامينها، ولا يشترط هنا تطابق معاني الرسالة عند المرسل و المتلقي فكل فرد يفهم و يؤول المعلومات ويستخدمها في نطاق خبراته الشخصية.

2.2 دور اعلام الأزمات

تعلب وسائل الاعلام وقت الأزمات دورا هاما يشمل تغطية الأخبار الأحداث و تطورات الأزمة التي تساعد على فهم أبعاد الأزمات و احتواء آثارها و توعية الرأي العام بكيفية التعامل معها. و يقر Johan, Swinnen and Pasquamria أن شرح أسباب الأزمة من الأدوار التي لا بد أن تكون في مقدمة الأدوار التي تلعبها وسائل الاعلام وسائل الاعلام وقت الأزمات، مع

اعطاء الفرصة للجمهور المتلقي أن يقدم وجهات نظر عديدة، لأن معرفة اسباب الأزمات يساعد على ايجاد الحلول المناسبة لها (Swimen,Pasquamria: 2011).

التخطيط الاعلامي في مواجهة الأزمات و الكوارث هو الجهود و النشاطات التي تمكن من صياغة الخطط الاعلامية اللازمة علميا، و على أساس الخبرة المستمدة من التجارب السابقة للعمل على توعية أفراد المجتمع بالطريقة الصحيحة و الملائمة للتعامل مع الأزمات و الكوارث و ذلك بالحد من آثارها السلبية و العمل على احتوائها قبل استفحالها و تقليل نسبة الخسائر الناتجة عنها اذن الاعلام في هذه الظروف الحرجة و المضطربة ، يتطلب كذلك أن يكون رافدا لحركة التنمية و ترميم الصدع، جراء التشجيع على التخلي عن أنماط السلوك غير السوي الذي تدفع به البرامج الاعلامية الموجهة من الخارج لمغازلة الرغبات الغريزية للإنسان، و ما يجره اليه من مفاهيم و قيم لا تناسب واقعه (عبد الرزاق الديلمي: 2017، ص17).وللتخطيط الاعلامي أهمية كبرى فهو ليس خيارا يمكن أن نأخذ به أو نتركه، وذلك لأنه أمر مطلوب و ضروري لأي مجتمع، لأنه يعمل علىحل المشكلات و الأزمات، و هو أسلوب العصر الحديث فالمجتمع ينفذ أعماله وفق خطط و برامج محددة، آخذة في الحسبان المستقبل و احتمالاته، و وضع الامكانات الضرورية لمواجهة هذه الاحتمالات بحيث لم يعد مجديا أن تترك الأمور لأسلوب التجربة و الخطأ أو الارتجال. و مما يزيد من اهمية التخطيط الاعلامي لمواجهة الأزمات و الكوارث هو تأثيره المباشر على سلوكيات الأفراد و اتجاهاتهم بهدف انتاج سلوك مرغوب فيه. والتخطيط الاعلامي غير الجيد في مواجه الأزمات يعمل على زيادة استفحال الأزمات بدلا من القضاء عليها، و التخطيط الاعلامي

الفاشل يتمثل في الادارة العشوائية التي تعمل على تحطيم الامكانات و القدرات (عبد الرزاق الديلمي: 2012، ص 236-237).

اذن الاعلام في هذه الظروف الحرجة و المضطربة ، يتطلب كذلك أن يكون رافدا لحركة التنمية و ترميم الصدع، جراء التشجيع على التخلي عن أنماط السلوك غير السوي الذي تدفع به البرامج الاعلامية الموجهة من الخارج لمغازلة الرغبات الغريزية للإنسان، و ما يجره اليه من مفاهيم و قيم لا تناسب واقعه (عبد الرزاق الديلمي: 2017، ص17).

3. تغطية وسائل الاعلام للأزمات

من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة التي تناولت تغطية وسائل الاعلام للأزمات بشكل عام، وتأثيرها على الجمهور لاحظنا وجود توجهين من الباحثين نحو اداء وسائل الاعلام خلال الازمات:

1.3 توجه متفائل لتغطية وسائل الاعلام للأزمات

يرى أصحاب هذا التوجه أن اعتماد وسائل الاعلام على مصادر معلومات دقيقة و تناولها للأحداث وتطورات الازمة بطريقة جيدة تساعد الجمهور على تفهم الوضع الحالي، و تمدهم بالمعلومات اللازمة، وتوجه سلوكياتهم نحو السلوك السوي للمساعدة في الخروج من الأزمة أو السيطرة على الوضع.

2.3 توجه متشائم لتغطية وسائل الاعلام للأزمات

السبب الأول لأصحاب لهذا التوجه هو أن فرضية أن تغطية ومعالجة وسائل الاعلام للأزمة تنشر الخوف والرعب بين الناس في الوقت الذي يحتاج فيه الجمهور الى الاطمئنان، ولعل السبب في ذلك يعود الى ان وسائل الاعلام

وخاصة القنوات التلفزيونية تبحث عن اثارة الاهتمام من خلال اللجوء الى نشر الاشاعات و تهويل الراي العام بالأخبار الكاذبة.

4. نتائج البحث

- ✓ تباينت عينة الدراسة بين شباب و كهول، اما عن الجنس فكانت اغلبية المبحوثين اناث بنسبة 62,22%، كما اختلف المستوى التعليمي بين المبحوثين بنسب متقاربة بين الثانوي، والجامعي، أما عن المبحوثين ذوي المستوى التعليمي الابتدائي فبلغت نسبتهم 15,56%.
- ✓ ينتمي أغلبية المبحوثين الى الطبقة الوسطى، حيث بلغت نسبة المبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي المتوسط51,11%، تليها المبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي المنخفض، ثم أقلية المبحوثين بنسبة 13,33% ذوي الاقتصادي العالي.
- ✓ يتابع جل المبحوثين أخبار الأزمة الاقتصادية على القنوات التلفزيونية.
- ✓ تتصدر القنوات التلفزيونية قائمة وسائل الاعلام الأكثر استخداما لمتابعة أخبار الأزمة الاقتصادية بالجزائر من قبل المبحوثين، تليها المواقع الالكترونية بنسبة 13,33%، أما المحطات الاذاعية والصحافة المكتوبة فجاءت بنسب ضعيفة جدا، ويفسر هذا بقوة التلفزيون في التأثير وجذب الانتباه الى جانب مواقع الانترنت و الفئة العمرية التي ينتمي اليها أغلب المبحوثين.
- ✓ يتابع أغلب المبحوثين أخبار الأزمة الاقتصادية بالجزائر بصفة يومية، وهذا راجع للتطورات اليومية المتعلقة بالأزمة والقرارات الوزارية والمراسيم الرئاسية التي تصدرها الحكومة بين فترة وأخرى.

- ✓ يخصص أغلب المبحوثين أقل من نصف ساعة لمشاهدة أخبار الأزمة الاقتصادية على القنوات التلفزيونية، كما تخصص نسبة 24,44% من نصف ساعة الى ساعة، بينما تنعدم نسبة المبحوثين الذين يخصصون أكثر من ساعتين و هذا راجع لجنس أغلبية المبحوثين من الاناث، لأن النساء ربات البيوت لا يملكن الوقت الكافي لمتابعة أخبار الأزمة مقابل واجباتها المنزلية.
- ✓ يتابع اغلبية المبحوثين البرامج الاخبارية من أجل الحصول على معلومات متعلقة بالأزمة الاقتصادية، ويرتبط ذلك بالوقت الذي يخصصه المبحوثون لمتابعة تطوراتها، لأن معظم البرامج الحوارية مدتها أكثر من نصف ساعة، وبالتالي يكتفي أغلب المبحوثين بمشاهدة البرامج الاخبارية.
- ✓ يساعد التناول الاعلامي التلفزيوني للأزمة الاقتصادية بالجزائر المواطنين على تفهم الوضع الاقتصادي الحالي للبلاد عند أغلب المبحوثين.
- ✓ يرى أغلبية المبحوثين أن البرامج التلفزيونية تعمل على نشر الاشاعات و الأخبار الكاذبة حول الأزمة الاقتصادية من أجل تهويل الرأي العام و تخويف و ترهيب المواطنين.
- ✓ حسب آراء المبحوثين تلعب القنوات التلفزيونية دورين متضادين يتمثلان في ترشيد الاستهلاك و نشر الرعب و الهلع في نفس الوقت، غير أن نسبة 57,78% من المبحوثين اتفقوا على أن التناول الاعلامي التلفزيوني للأزمة الاقتصادية يعمل على ترعيب و ترهيب المواطنين.
- ✓ لم يغير أغلب المبحوثين من سلوكياتهم الاستهلاكية و ذلك لانتماء أغلبهم للطبقة المتوسطة، و أنهم يقتصدون في العيش حتى قبل

الأزمة، أما عن الاقلية من المبحوثين الذين غيروا من سلوكياتهم الاستهلاكية فقد توجه أغلبهم الى شراء الحاجيات المنزلية بالأضعاف، وادخار المواد الغذائية التي لا تنتهي صلاحيتها في مدة قصيرة، بينما اتجه آخرون الى شراء المنتوجات المحلية بدلا من المنتوجات المستوردة نظرا لانخفاض سعرها مقارنة بالمنتوجات الأجنبية، وكذلك الاقتصاد في الأكل و اللباس، ترشيد استهلاك الطاقة الكهربائية والماء والبنزين تفاديا للفواتير باهضة الثمن خاصة مع التزايد المستمر في ارتفاع أسعار هذه الأخيرة.

- ✓تباين تقييم المبحوثين لأداء القنوات التلفزيونية في تناولها لأخبار الأزمة الاقتصادية بين ضعيف ومتوسط بنسب متقاربة، وأقلية تعتقد أن أدائها ممتاز، لكن أغلبهم يقيم أداء القنوات بأنه ضعيف.
- ✓ يرى أغلبية المبحوثين بأن القنوات التلفزيونية من خلال تناولها لأحداث الأزمة الاقتصادية بالجزائر أنها تساهم في تفاقم الأزمة وليس التخفيف من حدتها، و يرجع هذا للاستراتيجية التي تتبعها المؤسسات الاعلامية في ظل الازمة وكذا طريقة معالجة وتناول القضايا والموضوعات المتعلقة بها، ونشر الاشاعات والأخبار الكاذبة بهدف تهويل الرأي العام و تخويف وترهيب المواطنين.

5. خلاصة

يقوم دور الاعلام خلال الأزمة بالأساس على خدمة الجمهور، من خلال تقديم معلومات توضح لهم طبيعة الأزمة، وتبين كيفية التعامل معها، بالابتعاد عن نشر الأخبار الكاذبة والاشاعات التي من شأنها أن تزيد من تفاقم الازمة، ونشر الخوف والرعب بين المواطنين، غير أن وسائل الاعلام

الجزائرية وعلى رأسها القنوات التلفزيونية خلال الازمة الاقتصادية لم تؤد الدور المنوط بها، فمن خلال النتائج التي توصلنا اليها اتضح أنها تقدم الأخبار الكاذبة والاشاعات وتنشر الهلع والرعب، أكثر مما تنشر الوعي بين الجمهور وتعدل سلوكياتهم وتوجهها نحو السلوكيات المرغوبة، اذ على القنوات التلفزيونية اعادة النظر في الاستراتيجية التي وضعتها وطريقة معالجتها لأخبار الأزمة الاقتصادية.

الإحالات والمراجع

1- الديلمي عبد الرزاق محمد: **الاعلام و ادارة الأزمات**، دار المسيرة للنشر و التوزيع، ط1، عمان، 2012.

2- Johan. Swinnen and Pasquamria **: the food crisis mass media and the political economy of policy analysis and communication** ; European review of agricultural economics; vol38; pp 409-426.

3- الديلمي عبد الرزاق، سلطان محمد صاحب: **وسائل الاعلام في ظلال ازمات**، دار الابتكار للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2017.

العنوان: كلية علوم الإعلام والاتصال، 11 طريق دودوختار البناية الجديدة- بن عكنون- الجزائر العاصمة.البريد الالكتروني:revuefsic@gmail.com