

## معالجة الصحافة اليومية السورية لمشكلة التضخم الاقتصادي (دراسة تحليلية في الصحف اليومية)

مروان حمي\*

(تاريخ الإيداع 4 / 10 / 2016. قبل للنشر في 27 / 12 / 2016)

### □ ملخص □

هدف البحث إلى رصد وتحليل التغطية الصحفية لقضية التضخم في الأسعار بالصفحات الاقتصادية في الصحف السورية اليومية (الثورة، البعث، الوطن)، وتقييم واقع أداؤها وتأثيرها على المواطن من خلال تحليل وتفسير الفنون التحريرية المستخدمة في معالجة موضوع التضخم كونه يهيم شرائح واسعة من المواطنين. وبغية تحقيق هذه الأهداف تم استخدام المنهج الوصفي وأسلوب تحليل المضمون.

كشف البحث أن معالجة الصحافة السورية اليومية لمشكلة ارتفاع الأسعار يغلب عليها نوع المعالجة الإخبارية التي تركز على التقارير والقصص الخبرية على حساب المعالجة التفسيرية والاستقصائية. كذلك بين البحث، أنّ العناوين العريضة تصدرت المرتبة الأولى بين وسائل الإبراز المستخدمة بللصحف محل الدراسة في معالجة مشكلة التضخم الاقتصادي، وأنّ كلّ الصور المنشورة تخلو من التعليقات والشروح والنسب إلى المصدر.

كما أظهرت النتائج، أن مصادر المادة المنشورة عن مشكلة التضخم الاقتصادي بالدرجة الأولى هي المندوبون والمراسلون المسؤولون فعلياً عن مواد التفسير والرأي في الصحف محل الدراسة، ثم الوزارات والدوائر الرسمية. من نتائج البحث أيضاً إلى أن النطاق الجغرافي لمعالجة الصحف لمشكلة التضخم الاقتصادي اقتصر على مدينة دمشق وريفها على حساب المدن الأخرى والريف السوري.

**الكلمات المفتاحية:** المعالجة الصحفية - الصحافة اليومية - التضخم الاقتصادي - نوع المعالجة - ارتفاع الأسعار - الجهة المسؤولة عن ارتفاع الأسعار.

\* قانم بالأعمال - كلية الإعلام - جامعة دمشق - سورية

## Handling the Inflation by Syrian Daily Press Content Analysis Study

Marwan Hme\*

(Received 4 / 10 / 2016. Accepted 27 / 12 / 2016)

### □ ABSTRACT □

This research aimed to monitor and analyze press coverage of the issue of price inflation in the economic pages in the Syrian daily newspapers (Al-thawra, Al-Baath, Al-watan), and evaluate the reality of their performance and their impact on the citizen through the editorial arts used in addressing the phenomenon of inflation, which counts large numbers of citizens. In order to achieve these goals, the researcher used the descriptive approach and style of content analysis. Research revealed that the Syrian daily press to address the problem of rising prices is dominated by news of handling which is based on reports and stories of news type. The research also revealed that the headlines topped ranked first among the means of highlighting used in addressing the phenomenon of inflation, and all the pictures published were free of comments and annotations and descent to the source. Research has shown, too, that the sources of published material about inflation are primarily delegates and reporters, officials actually about interpretation and opinion articles in newspapers studied, then the ministries and official departments. Also, it indicated that the geographical scope to address the newspapers to inflation was limited to the city of Damascus and its suburbs to other cities and the countryside of the Syrian account.

**Keywords:** Press handling, Daily press, Inflation, The type of handling, Rising prices, Who is responsible for rising prices.

---

\*Academic Assistant, University Damascus, Syria.

## مقدمة

أصبحت الصحافة مصدراً أساسياً للمعلومات حول مختلف القضايا التي تهم شرائح واسعة من الجمهور على اختلاف مستوياته. ففي المجتمعات التي تتبنى فيها الصحافة إدارة مناقشات حرة وتكفل تبادل وجهات النظر، تتكفل المؤسسات الصحفية بعرض وجهات النظر المتباينة للوصول إلى إجماع حول أفكار ورؤى موحدة، خاصة إذا كانت هذه الأفكار اقتصادية.

إن بروز القضايا الاقتصادية على رأس جدول أعمال وسائل الإعلام المختلفة فرض تحديات جديدة على عائقها قاطبة، خصوصاً الصحافة التي بات عليها نشر الأنباء الاقتصادية بصورة تلائم جمهورها مستفيدة من ميزة الصدور الدوري. فضلاً عن دورها في مساعدة هذا الجمهور المتناثر في الحكم على المسائل الاقتصادية، من خلال أسلوب عرض هذه القضايا ومعالجتها، وتحليلها وتفسيرها وشرحها، إضافة إلى تبسيط المعلومات قدر المستطاع وإيصالها بأكبر قدر من السهولة والشمولية. فالصحفيون ليسوا ناقلين للأخبار الاقتصادية فقط، وإنما يتحتم عليهم بذل جهد كبير لتحليل الأرقام وترجمة معانيها وتأثيراتها على واقع المواطن والاقتصاد [8].

تمتلك الصحف دون غيرها من وسائل الإعلام، نظراً لدوريتها المتواصلة، وهامش التعبير إمكانية أن تؤدي دوراً جلياً في التوعية والتنقيف في حال استثمارها وتوجيهها نحو أهداف محددة، وعلى وجه التحديد الصحف التي تخصص صفحات بعينها للمسائل والشؤون الاقتصادية المحلية، نظراً لتنوع الأنواع الصحفية مثل الكاريكاتير، التحقيق، المقال، الخبر، التعليق، وغيرها من الأنواع التي تمكنها من رصد وتحليل حدث ما والتعليق عليه بقدر من الشرح والتفسير، مع الاستعانة بخبراء ومختصين من ذات الحقل. فالصحيفة الاقتصادية لها طبيعة مختلفة عن الصحف الأخرى لأنها تتعامل مع أرقام وكميات، وأوزان قائمة بالأساس على معلومات علمية بحتة.

ف للصحف التي خصصت صفحات مستقلة للشأن الاقتصادي لم تكن تصل لجميع القراء بسبب نشر وتغطية موضوعات شتى يصعب على القارئ العادي غير الاقتصادي فهمها، وهو ما جعلها صحافة نخبوية. إلا أن رغبة القراء في الاطلاع والتعرف بشكل أكبر على الأوضاع الاقتصادية، عزز مكانة هذا النوع من الصحافة، وأصبحت ترتبط ارتباطاً وثيقاً ببيوميات حياتهم. فقد ارتبط الإعلام بالإنتاج والعمل منذ ثلاثة عقود، لكن الصلة بينه وبين النشاط الاقتصادي أصبحت بارزة أكثر فأكثر، وأضحى الاتصال قوة اقتصادية مهيمنة، وعاملاً حاسماً من عوامل التنمية الحقيقية في مختلف أنحاء العالم. لا بل تعاضد دور وسائل الإعلام إلى درجة غدت فيها مسؤولة عن الأدوار الحاسمة في تدويل الاقتصاد [15].

دفعت التطورات التي استجدت على الساحة الاقتصادية في سورية خلال العقود الأخيرة وسائل الإعلام قاطبة إلى متابعة وإفراد مساحات للقضايا الاقتصادية، وهو ما أدى لولادة مؤسسات إعلامية متخصصة بالشؤون الاقتصادية مطبوعة وتلفزيونية وإلكترونية. نظراً لدور الإعلام في صناعة القرار الاقتصادي من خلال التحليل المعمق وإبداء الرأي وعدم الاكتفاء بنقل الخبر، وتوسع الإطار الجغرافي للتغطية الإعلامية، فضلاً عن تطور وغنى المعطيات في المجالات الاقتصادية، نشأ ما يُعرف بالتخصصات البيئية، ومنها "التخصص الاقتصادي"، ومن هنا جاءت فكرة هذا البحث الذي يسلط الضوء على أساليب المعالجة في ثلاث صحف سورية يومية هي (البعث، الثورة، الوطن) لمشكلة التضخم الاقتصادي.

### مشكلة البحث

تمتاز الصحافقون غيرها من وسائل الإعلام بالمقدرة على ممارسة دور إقناعي عبر ضخ معلومات وأرقام عن مختلف الم شكلات الاقتصادية، ما يجعله ا التعبير الموضوعي لعقلية المجتمع، وتطلعات وأهداف المستثمرين والشركات والمستهلكين [3]. وبالتالي، فإن تحليل مضامين الصحف يسهم في كشف المعطيات والبيانات للشؤون الاقتصادية اليومية، ومعرفة مواطن الضعف في المؤسسات الاقتصادية بغية تذليل الصعوبات التي تعترض العملية الإنتاجية، وحماية الفرد من الممارسات المنافية للقانون كالغش والتضخم وغيرها [21].

لذلك فإن هذا البحث يحاول الإجابة على السؤال التالي:

كيف تعالج الصحافة السورية اليومية (البعث، الثورة، الوطن) مشكلة التضخم الاقتصادي التي يعاني منها الاقتصاد السوري بعد تلاشي الرقابة الحكومية على الأسواق في الأزمة؟

### أهمية البحث وأهدافه:

#### أهداف البحث

1. تعرّف نوع المادة الصحفية التي تعالج من خلال الصحف محل الدراسة ظاهرة ارتفاع الأسعار، ومصدرها والنطاق الجغرافي لها.
2. تعرّف أسلوب وهدف معالجة الصحافة السورية اليومية لظاهرة ارتفاع المستوى العام للأسعار في مختلف القطاعات الاقتصادية.
3. معرفة الأسباب التي تقف خلف ارتفاع الأسعار في الأسواق، والجهة المسؤولة عنها.

#### أهمية البحث

1. يسلط البحث الضوء على معالجة الصحافة السورية اليومية- ممثلة بصحف (البعث، الثورة، الوطن) لمشكلة التضخم الاقتصادي التي يعاني منها الاقتصاد السوري في ضوء الظروف الاقتصادية الراهنة.
2. يحاول البحث من خلال المضامين الإعلامية المنشورة في الصحف محل الدراسة تحديد أسباب ارتفاع الأسعار والفئة المتحكمة بها بغية توجيه إجراءات الضبط بالاتجاه الصحيح.
3. يبين البحث أهمية ضبط الأسواق في وقت تشهد فيه المؤشرات العالمية لأسعار السلع الغذائية انخفاضات بالجملة، فيما تشهد الأسعار ارتفاعات غير مبررة.
4. يبرز البحث أهمية تأمين المواد والسلع للمستهلكين من جهة، ومن جهة أخرى منح مؤسسات التدخل الإيجابي جميع الصلاحيات وفق مراسيم إحداثها.

#### أسئلة البحث

1. ما نوع المادة الصحفية المنشورة عن ارتفاع الأسعار في الصحف محل الدراسة؟
2. ما وسائل الإبراز الأهم المستخدمة في نشر المواد الصحفية المتعلقة بارتفاع الأسعار؟
3. ما المصادر الصحفية التي اعتمدها الصحف في رصد ارتفاع الأسعار؟
4. ما النطاق الجغرافي الذي غطته المادة الصحفية المنشورة حول ارتفاع الأسعار؟
5. ما أسلوب الإقناع الأمثل في عرض المادة الصحفية عن ظاهرة التضخم في سورية؟
6. هل وفتت الصحف السورية في تسليط الضوء على ظاهرة التضخم؟

7. هل وفقت الصحف السورية في تحديد الجهة المسؤولة عن ارتفاع الأسعار؟

#### مصطلحات البحث

**المعالجة الصحفية:** تعني التدخل المتعمد من جانب الصحيفة في طريقة تناول العرض، وتقديم القضية أو المشكلة أو الحدث، وذلك باستخدام الأساليب والتقنيات الملائمة، بما يؤدي إلى تحقيق هدف أو أهداف الصحيفة من هذا التدخل [22].

**الصحافة اليومية:** هي الصحف التي تصدر يومياً في دمشق وتوزع في جميع أنحاء القطر، وتعالج الأحداث والموضوعات التي تدور في مختلف المحافظات.

**التضخم الاقتصادي:** هو ارتفاع في المستوى العام لأسعار السلع والخدمات في بلد ما [5]، وينتج عن فائض الطلب على العرض، وضعف الطاقات الإنتاجية في الاقتصاد [11]. ويستخدم هذا الاصطلاح لوصف عدد من الحالات مثل [23]:

- تضخم الأسعار: أي الارتفاع المفرط في الأسعار.
  - تضخم الدخل: أي ارتفاع الدخل النقدية كالأجور والأرباح.
  - تضخم التكاليف: أي التضخم الناتج عن الإنتاج أو تقديم الخدمة.
- يقصد الباحث بالتضخم الاقتصادي في هذا البحث بالارتفاع المفرط في الأسعار.

#### الدراسات السابقة

دراسة (رشيد ومراد 2011) [9] بعنوان " المعالجة الصحفية لقضايا التنمية الاقتصادية في الصحافة العراقية"، وهدفت تعرف دور الصحافة الاقتصادية ووظائفها في تحقيق الأهداف التنموية، وتعرف مضمون ما يقدم في الصفحات الاقتصادية المتخصصة، من خلال تفسير خصائص المعالجة الصحفية في جريدة المدى لقضايا التنمية الاقتصادية في العراق خلال عام 2011 عبر استمارة تحليل محتوى. وكشفت الدراسة:

1. إن الصحافة العراقية تمتلك القدرة على تناول قضايا التنمية الاقتصادية ونقلها بواقعية وشفافية و نشر التوعية لدى مختلف شرائح المجتمع.

2. تفوق معالجة قطاع الوساطة المالية في التقارير الإخبارية، بهدف دراسة الظاهرة الاقتصادية من كل جوانبها، وهو ما أضفى عليها طابع الجدية.

3. إن الصحيفة محل الدراسة ليست (صحافة خبر) تقتصر على نقل المعلومة الاقتصادية فقط، بل تتعداه إلى التفسير. فضلاً عن تفوقها في استخدام الجداول التوضيحية المدعمة بالصور.

دراسة (أبو جامع 2009) [2] بعنوان " معالجة الصحافة الأردنية اليومية للشأن الاقتصادي"، وهدفت إلى تقييم معالجة وتناول الصحف اليومية الأردنية للشأن الاقتصادي بغية الوقوف على الصعوبات التي تواجهها وتحول دون قيامها بدورها المطلوب عبر المنهج الوصفي، أسلوب تحليل المضمون ومسح القراء.

تمثلت أبرز الصعوبات وفق نتائج الدراسة في ندرة الصحفيين الاقتصاديين المتخصصين وندرة قواعد البيانات الأساسية. وأوصت بضرورة إعادة ترتيب أجنحة الصحف بما يتفق وتوجهات القارئ، وأن لا يكون المحدد في ذلك إمكانيات الصحف، إنما التوازن في المصالح.

**دراسة (أجبتى 2009) [4]** بعنوان "التغطية الصحفية لقضية التضخم الأسعار في صحافة الإمارات العربية المتحدة"، وهدفت إلى رصد وتحليل التغطية الصحفية لقضية التضخم في الأسعار بللصفحات الاقتصادية في صحيفتي الخليج والبيان في دولة الإمارات العربية المتحدة، وتقييم واقع أدائها وتأثيرها على المواطن عبر تحليل الفنون التحريرية المستخدمة في المعالجة. وتوصلت الدراسة إلى أن المواد الإعلامية المتعلقة بارتفاع الأسعار في الإمارات حصلت على المرتبة الأولى بين مختلف المواد الإعلامية التي تم قياسها، وأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مضامين المواد الإعلامية للصحيفتين فيما يتعلق بارتفاع الأسعار في الإمارات. بينت الدراسة، أن المصدر المعتمد من مندوب الصحيفة جاء في الترتيب الأول.

**دراسة (عبد اللطيف 1994) [16]** بعنوان "معالجة الصحافة الحزبية لقضايا الإصلاح الاقتصادي في مصر"، وهدفت إلى معرفة معالجة الصحف الحزبية لقضايا تحرير الزراعة، والخصخصة، وتحرير التجارة الخارجية، فضلاً عن أزمة المديونية، ومشكلة التضخم وارتفاع الأسعار. حيث أجرى الباحث دراسة تحليلية باستخدام أسلوب الحصر الشامل لكل الأعداد الصادرة من صحف (الأهالي ومايو والشعب والوفد) خلال الفترة من 1987 - 1994. توصل الباحث إلى عدد من النتائج أهمها:

1. هناك شبه اتفاق بين صحيفتي الوفد ومايو في معظم قضايا البحث.
2. هناك تماثل كبير في رؤية الصحفيين لمعالجة قضايا الإصلاح الاقتصادي.
3. هناك اتفاق شبه كامل بين صحيفتي الأهالي والشعب في معظم قضايا البحث على الرغم من اختلاف الفلسفة السياسية التي تحكم كلا منهما.
4. اهتمت الصحف الأربع برسم صورة شاملة لعملية الإصلاح الاقتصادي، كما ربطت بين سياسة الانفتاح الاقتصادي وسياسة الإصلاح الاقتصادي والهيكلية.

#### التعقيب على الدراسات السابقة

• تطرقت الدراسات السابقة إلى بيان دور الصحافة الاقتصادية ووظائفها في تحقيق الأهداف التنموية، وتعرف مضمون ما يقدم في الصفحات الاقتصادية، ومدى ملائمة المضمون الإعلامي مع احتياجات القارئ للخروج برؤية حول إمكانية تحليل الواقع الاقتصادي، باستثناء دراسة واحدة رصدت وحللت التغطية الصحفية لقضية التضخم في الأسعار بللصفحات الاقتصادية في صحيفتي الخليج والبيان في دولة الإمارات.

• رصدت دراسة (رشيد ومراد 2011) الصعوبات التي تواجه الصحافة اليومية في القيام بدورها المطلوب، واقترحت حلولاً لإزائها. فيما أوصت دراسة (أبو جامع 2009) بضرورة إعادة ترتيب أجندة الصحف بما يتفق وحاجات القارئ من المواد الاقتصادية.

• بالرغم من الفائدة المستمدة من الدراسات السابقة، لكنها تظل مرتبطة بالبيئة التي أجريت فيها، ورهينة بأوضاعها، وما يسود في مجتمعاتها من علاقات ونسيج اجتماعي، وسياسي، واقتصادي، فضلاً عن ارتباطها بخصائص الجمهور الذي طبقت عليه. حيث تمت الاستفادة من الدراسات السابقة في صياغة بعض أسئلة البحث.

#### مجتمع البحث والعينة

**المجتمع:** يتكون من جميع الصفحات الاقتصادية في صحف (الثورة، البعث، الوطن) خلال فترة البحث المحددة بأشهر تموز وآب وأيلول من عام 2013، وقد اختيرت صحيفتا الثورة والبعث لكونهما أقدم الصحف التي ما تزال قيد الصدور، وتشكل القاعدة الأساسية للصحافة السورية، ولأنهما تصدران عن مؤسسات رسمية وحزبية، ومن ثم اهتمامهما

يعبر عن الاهتمام الرسمي. أما صحيفة الوطن المستقلة، فاخترت لأنها الأكثر توزيعاً بين الصحف الخاصة، والأكثر رصداً لقضية التضخم وارتفاعات الأسعار.

**العينة:** سُحبت عينة عشوائية بطريقة الأسبوع الصناعي المنتظم من الصحف محل الدراسة، حيث تم سحب العينة الأولى عشوائياً وكانت (الاثنين الأول من شهر تموز)، ثم سحب بقية العينة لتمثل (الاثنين الثاني) من شهر تموز، ثم (الثلاثاء الثالث) من الشهر ذاته، فالأربعاء الرابع من الشهر نفسه، وهكذا في شهر آب فأيلول، بحيث تُمَثَّل جميع أيام الأسبوع في العينة دون تحيز، وفي حال احتجاب الصحيفة عن الصدور في اليوم الذي يصادف سحب العينة يؤخذ العدد التالي. وقد بلغ عدد الصحف المسحوبة من كل صحيفة 12 عدداً، أي 36 عدداً من الصحف المدروسة مجتمعة، ما يوازي 50% من إجمالي الأعداد الصادرة في الفترة المدروسة، علماً أن الصحف السورية تصدر في ستة أيام خلال الأسبوع، وتحتجب في يوم واحد أسبوعياً.

### أداة جمع البيانات

جُمعت بيانات البحث من خلال استمارة تحليل صمّمها الباحث للإجابة على أسئلة البحث، على اعتبار أن تحليل المضمون أداة من أدوات منهج المسح. ويعرّف العالم الأمريكي "برنارد بيرلسون" (Berlson, 1971) أداة تحليل المضمون بأنّها: أحد الأساليب البحثية في وصف المحتوى الظاهر أو الصريح للمادة الإعلامية، وصفاً موضوعياً منتظماً كميّاً [17].

وتشمل **فئات التحليل**: 1- فئات المضمون: (أسلوب عرض المعالجة الصحفية، هدف المعالجة، الجهة المسؤولة عن التضخم، الأسباب المؤدية للتضخم).

2 - فئات الشكل: (نوع المادة الصحفية، وسائل إبرازها، مصادرها، نطاقها الجغرافي).

### نوع البحث ومنهجه

ينتمي البحث إلى الأبحاث الوصفية التي «تهدف إلى اكتشاف الوقائع ووصف الظواهر وصفاً دقيقاً، وتحديد خصائصها تحديداً كميّاً أو كميّاً مع التنبؤ بما ستكون عليه مستقبلاً» [1].

أما المنهج المستخدم، فهو المنهج الوصفي من خلال استخدام المسح الميداني الذي يستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن، بعد جمع البيانات الكافية عنها وعن عناصرها [14]، بقصد استخدام البيانات لتبرير الأوضاع أو الممارسات الراهنة، أو لوضع خطط أكثر ذكاءً لتحسين الأوضاع القائمة [18].

### الإطار النظري للبحث

#### مفهوم التضخم

هو انخفاض القوة الشرائية لوحدة النقد عما كانت عليه سابقاً بما يخلق فجوة بين الدخل والسلع، بمعنى آخر هو ضعف القوة الشرائية للعملة، ما يدفع إلى انخفاض المستوى المعيشي وزيادة معدلات الفقر في المجتمع [6]. على الرغم من أن هناك نظريات اقتصادية ترى في التضخم حالة إيجابية تزيد من قدرة الاقتصاد على التصدير نظراً لانخفاض القوة الشرائية للعملة المحلية مقابل العملات الأجنبية. في المقابل تذهب بعض النظريات الاقتصادية إلى أن التضخم يتسبب في وقف عجلة الاقتصاد ويكبح معدلات النمو الاقتصادي نتيجة انخفاض حجم الاستهلاك المحلي الناتج عن سوء توزيع الثروة لصالح الأغنياء. فالتضخم عبارة عن ضريبة يدفعها الفقراء لصالح الأغنياء. كما يعمل التضخم على إعادة توزيع الدخل من خلال تأثيره على القيمة الحقيقية للثروات.

## أنواع التضخم

1. التضخم الأصيل: يتحقق هذا النوع عندما لا يقابل الزيادة في الطلب الكلي زيادة مقابلة في معدلات الإنتاج ما ينعكس على ارتفاع الأسعار.
2. التضخم الزاحف: يتسم هذا النوع بارتفاع مسيّر وبطيء في الأسعار.
3. التضخم المكبوت: يتم خلاله منع ارتفاع الأسعار عبر سياسات نقدية ومالية تضبط نمو حجم الكتلة النقدية من جهة، وتدفع بعجلة النمو الاقتصادي نحو زيادة حجم الإنتاج.
4. التضخم المفرط: حالة تتسم بارتفاع الأسعار بمعدلات عالية، تترافق معها سرعة في تداول النقد في السوق ما قد يؤدي إلى انهيار العملة الوطنية.
5. التضخم المستورد: ينتج بسبب قيام الدول النامية باستيراد سلع وخدمات نهائية أسعارها مرتفعة في بلادها الأصلية المنتجة لها، وكأنها بذلك تقوم باستيراد التضخم [10].

## قياس التضخم

- هناك عدة مقاييس تستخدم لمعرفة مستوى التضخم في الاقتصاد الوطني:
- الرقم القياسي لأسعار الجملة: يرصد أسعار السلع كما هي لدى تجار الجملة في بلد ما، وينشر هذا المؤشر بشكل دوري من قبل الحكومة.
  - معامل انكماش الناتج المحلي الإجمالي: يرصد التغيير في أسعار كافة السلع والخدمات المحسوبة في الناتج المحلي الإجمالي.
  - الرقم القياسي لتكاليف المعيشة: يقيس التغيرات في أسعار سلة ثابتة من السلع والخدمات التي تمثل غالباً الاستهلاك اليومي لأفراد المجتمع.
- في الاقتصاد السوري يبنى الرقم القياسي لأسعار المستهلك (CPI) بالاستناد إلى سلة ثابتة من السلع والخدمات، حيث يقوم المكتب المركزي للإحصاء بحساب هذه السلة شهرياً ولكافة المحافظات استناداً إلى سنة أساس مرجعية عام 2005. أما المنهجية التي يعتمدها المصرف في حساب التضخم، فتقوم على مقارنة الرقم القياسي لأسعار المستهلكين في كل شهر مع الرقم القياسي لأسعار المستهلكين للشهر ذاته من السنة السابقة، وبحساب نسبة التغيير بينهما يحصل على معدل التضخم. ويعرف هذا بمعدل التضخم المحسوب على أساس سنوي [19].
- ووفقاً لبيانات الرقم القياسي لأسعار المستهلك في سورية الصادرة عن المكتب المركزي للإحصاء حتى شهر أيار 2013، فإن معدل التضخم خلال الأشهر الخمسة من عام 2013 بلغ 58.30 %، بارتفاع قدره 32.03 % عن نفس الفترة من عام 2012.

## الآثار السلبية للتضخم

- حددت الأدبيات الاقتصادية الآثار السلبية للتضخم على الاقتصاد فيما يأتي [12]:
- انخفاض القوة الشرائية وزيادة الطلب على النقود السائلة التي لا يكون عليها عائد.
  - الاستثمار الزائد عن الحد في القطاع المالي لارتفاع العائد (أسعار الفائدة الاسمية) والامتناع عن الاستثمار المباشر كنتيجة طبيعية لتذبذبات الأسعار.
  - تشوه القرارات المتعلقة بالنفقات المستقبلية وبمستويات الإنتاج المناسبة.

-التكلفة الضريبية للتضخم وهي تداخل معدل التضخم مع النظام الضريبي حيث قلما تستعمل الدول نظام التثبيت القياسي لمنع حدوث تلك الظاهرة.

-نقص الموارد المنتجة في الاقتصاد، ما يؤدي إلى تقليل معدل النمو الاقتصادي.

### السياسات العلاجية لظاهرة التضخم

أولاً: التضخم الناشئ عن صدمات الطلب: أي نتيجة زيادة الطلب الكلي على العرض الكلي عند مستوى دخل التوظيف الكامل أو بالقرب منه جراء زيادة تلقائية في الاستثمار أو زيادة الإنفاق العام فوق مستوى الإيرادات العامة، أو نتيجة تحقيق فائض في الميزان التجاري. يُقترح في هذه الحالة باتباع سياسات نقدية حكيمة تسمح بنمو الناتج المحلي الإجمالي في إطار المعدلات المتوقعة، مع عدم السماح بأي توسع ائتماني قد يؤدي إلى لا شيء سوى تحول تضخم الطلب إلى تضخم نقدي مستمر. بالنسبة للسياسة المالية، فإن من الممكن استخدامها في إطار العلاج الهيكلي المناسب لتنمية الناتج دون أن تكون انكماشية أو تضخمية. فكلما أمكن تنمية الناتج الإجمالي استجابة لصدمة الطلب، كلما أمكن تقديم علاج حقيقي للتضخم الناشئ عنها على مدى الأجل الطويل [7].

ثانياً: التضخم الناشئ عن صدمات العرض: أي الناتج عن ارتفاع نفقات الإنتاج جراء ارتفاع نفقة المواد الخام، أو ارتفاع الأجور النقدية للعمال بمعدلات تفوق الارتفاع في قيمة الإنتاج، حيث تؤدي إلى تغيير تكاليف الإنتاج، ما ينعكس على الأسعار التي يحددها المنتجون، ولهذا تسمى أيضاً بصدمات الأسعار.

### التحليل الإحصائي:

## 1 - النوع الصحفي المستخدم في معالجة مشكلة التضخم الاقتصادي:

جدول رقم (1) النوع الصحفي المستخدم في معالجة مشكلة التضخم الاقتصادي

النوع الصحفي	الوسيلة		الثورة		البعث		الوطن		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
خبر	34	89.5	7	29.1	18	52.9	59	61.4		
تحقيق	4	10.3	11	45.8	6	17.6	21	21.8		
زاوية	-	-	6	25	3	8.8	9	9.3		
تقرير	-	-	-	-	5	14.7	5	5.2		
تحليل	-	-	-	-	2	5.8	2	2		
المجموع	38	100	24	100	34	100	96	100		

يتضح من الجدول أن الخبر الصحفي تقدّم الفنون الصحفية الأخرى المستخدمة في معالجة مشكلة التضخم الاقتصادي، إذ بلغت نسبته 61.4% على مستوى الصحف محل الدراسة، وأكثر الصحف استخداماً له "الثورة" بنسبة 89.5%، ثم "الوطن" بنسبة 52.9%، فصحيفة "البعث" بنسبة 29.1%. هذا يشير إلى أن الصحف الثلاث اعتمدت في تناولها مشكلة ارتفاع الأسعار المعالجة الإخبارية التي تركز على التقارير من خلال عرض الوقائع والأحداث وخلفياتها ذات الصلة بموضوع الدراسة، مع الاستعانة بالقصة الخبرية التي تقوم تغطية شاملة للإشكالية المطروحة، علماً أن الصحف كلها ركزت على الأخبار القصيرة السريعة التي لا تقدم إجابات كاملة عن كل جوانب الحدث لشدّ القارئ نحو الموضوع في أعداد لاحقة، مع الإشارة إلى نسبة الأخبار والتقارير من إجمالي المواد التي عالجت التضخم

الاقتصادي تبلغ 66.6%. في المركز الثاني جاءت التحقيقات الصحفية بنسبة 21.2%، وأكثر صحيفة لجأت إليها كانت البعث بنسبة 45.8% ثم الوطن بنسبة 17.6% فالثورة بنسبة 10.3%. وهذا يعني أن الصحف محل الدراسة قد قصرت في المعالجة التفسيرية والاستقصائية التي تركز أساساً على التحقيقات المدروسة لمعالجة مشكلة التضخم الاقتصادي من خلال تقصي أسبابها والاستشهاد بآراء جميع الجهات المعنية بالمشكلة مع اقتراح الحلول المناسبة لها. ويعزو الباحث هذا التقصير إلى ندرة الكادر الصحفي الاقتصادي المتخصص، وإن توفر الكادر، فإن العائد المادي يصبح يحول دون ذلك إثر انخفاض قيمة التعويض الفكري الذي يتقاضاه الصحفي عموماً ولدى إعداد التحقيقات الصحفية خصوصاً. كما يعني هذا أن صحف الدراسة لا تهتم بشرح وتفسير ظاهرة ارتفاع الأسعار وانعدام الرقابة على الأسواق، وتقديم الحلول المناسبة لها، علماً أن لكل رسالة قالباً يتناسب معها ومع الجمهور الموجهة إليه، والوسيلة التي تحملها.

بالنسبة لمواد الرأي، فإن نسب الزوايا الصحفية والتحليلات لم تتجاوز 11%، وهذه نسبة ضئيلة مقارنة بالفنون الأخرى، نظراً لما يتمتع به هذان النوعان الصحفيان من أهمية معالجة ارتفاع الأسعار وتحليل الأسباب التي تقف ورائها باستخدام البيانات والأرقام المطلوبة. ويعزى هذا إلى سيطرة الأنواع الخيرية على نوع المعالجة الصحفية لمعظم القضايا والأحداث، وعدم وجو كتاب رأي متخصصين باستثناء بعض الاقتصاديين.

## 2- وسائل إبراز المادة الصحفية المستخدمة في معالجة مشكلة التضخم الاقتصادي:

جدول رقم (2) وسائل إبراز المادة الصحفية التي تعالج مشكلة التضخم الاقتصادي

المجموع	الوطن		البعث		الثورة		الوسيلة وسائل الإبراز	
	%	ك	%	ك	%	ك		
37.3	92	41.6	30	50	24	30.1	38	عناوين عريضة
15.8	39	16.6	12	-	-	21.4	27	صور ورسوم
10.1	25	-	-	-	-	19.8	25	ألوان
34.9	86	36.1	26	50	24	28.6	36	إطارات وفواصل
1.6	4	5.5	4	-	-	-	-	أرضيات
100	246	100	72	100	48	100	126	المجموع

يبين الجدول أن العناوين العريضة تصدرت المرتبة الأولى بين وسائل الإبراز التي استخدمتها الصحف في معالجة الموضوع بنسبة 37.3%، ثم الإطارات والفواصل بنسبة 34.9%، تلتها الصور والرسوم بنسبة 15.8%، فالألوان 10%، ثم الأرضيات 1.6%. يعزو الباحث اهتمام صحف الدراسة في الدرجة الأولى بالعناوين إلى كون الأخيرة من أهم العناصر التيبوغرافية\* المعروضة على الصفحة، نظراً لاختلاف قيمتها الانتباهية بحسب قدرتها على شد انتباه القارئ أكثر، وهذا ما يفسر سبب الاهتمام والتركيز التام عليها. ووفق اتساع الصفحة، فإن العناوين التي استخدمتها "الثورة" -كونها الصحيفة الأكثر استخداماً للعناوين العريضة- تنوعت بين العنوان العريض الذي يمتد على

\* العناصر التيبوغرافية: تتضمن الناحية الإخراجية للمادة الإعلامية التي يمكن استخدامها للتأثير على القراء و إبراز أهمية الموضوع الذي تعالجه صحف الدراسة على صفحاتها، وتشمل (العناوين العريضة، الصور، الأرضيات، الإطارات، الألوان، الفواصل والرسوم).

اتساع كامل الصفحة، والعنوان الممتد الذي امتد على أكثر من عمود، وأخيراً العنوان العمودي الذي امتد على اتساع عمود واحد. بالنسبة لمهمة الفواصل والإطارات، التي تنوعت بين الخطوط العمودية والأفقية كما لو كانت إشارات مرور تفرض على القارئ نوعاً من المنع، فإنها تلخصت في الفصل بين موضوع وآخر، أي بين خبر وآخر، تقرير وآخر مقيدة عين القارئ في مجال ما ينتقيه من موضوعات. كما أضفت نوعاً من الحيوية والحركة على المادة المنشورة لفصلها عن غيرها، مع دعمها بصور وأشكال لزيادة تأثيرها على القارئ. ذلك أن الصورة تعدّ من الوسائل الإيضاحية المكتملة للموضوع الصحفي ولها تأثير نفسي قوي على القارئ الذي تتجه عيناه إليها قبل قراءة العنوان والاطلاع على تفاصيل الموضوع. ففي كثير من الأحيان تكون الصورة والأشكال المرسومة سبباً أولياً في قراءة العنوان والموضوع معاً، وفقدانها يسبب قلقاً نفسياً وشروداً ذهنياً وجهداً فكرياً يبذلها القارئ في تخيل ملامح الشيء الذي يتحدث عنه الموضوع [13].

أما استخدام اللون في إخراج المادة الصحفية، فيعطي قيمة إضافية على شكل المادة التحريرية شريطة استخدامها باتزان ودون إسراف. فضلاً عن جذب الانتباه، وإضفاء الرونق والجاذبية عليها ومنحها هوية تمييزية، ورفع نسبة مقروئية الصحيفة [20].

في حين أن استخدام صحيفة "الوطن" الأرضيات الرمادية للمواد التي تعالج مشكلة التضخم الاقتصادي، أسهم في تسبير القراءة وجذب عين القارئ للنوع الصحفي.

### 3- المصادر الصحفية التي اعتمدها الصحف في رصد ارتفاع الأسعار:

جدول رقم (3) مصادر المادة الصحفية الخاصة بالتضخم الاقتصادي

المجموع		الوطن		البعث		الثورة		الوسيلة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	المصادر الصحفية
38.8	40	29.2	12	41.6	10	47.3	18	المنديون والمراسلون
1.9	2	-	-	8.3	2	-	-	الندوات والمؤتمرات
0.9	1	2.4	1	-	-	-	-	الوثائق والتقارير
36.9	38	36.5	15	25	6	44.7	17	الوزارات والدوائر
15.5	16	26.8	11	16	4	2.6	1	المنشآت الخاصة
5.8	6	4.8	2	8.3	2	5.2	2	الكتّاب والخبراء
100	103	100	41	100	24	100	38	المجموع

يظهر من بيانات الجدول أن الصحف محل الدراسة اعتمدت في التغطيات الصحفية على المنديين والمراسلين الذين يعملون في هذه الصحف بالمقام الأول بنسبة 38.8%، وفي الترتيب الثاني الوزارات والدوائر الرسمية بنسبة 36.9%، فالمنشآت والشركات الخاصة بنسبة 15.5%، ثم الكتّاب الصحفيين والخبراء الاقتصاديين من خارج ملاك هذه الصحف بنسبة 5.8%، فالندوات والمؤتمرات والوثائق والتقارير المتعلقة بمشكلة التضخم الاقتصادي بنسب جد ضئيلة.

يعزو الباحث اعتماد الصحف الثلاث على المراسلين والمنديين بشكل رئيس إلى رغبة الصحف في الاعتماد على مصادرها الخاصة في معالجة ظاهرة ارتفاع الأسعار في ضوء السياسة التحريرية لكل منها وأولوياتها، إلى جانب

امتلاكها كوادرات صحفية كافية لتغطية هذه الظاهرة والكتابة عن ارتفاع المستوى العام للأسعار، وانعدام الرقابة الميدانية على الأسواق جراء الأوضاع الراهنة والعقوبات المفروضة على الاقتصاد السوري، وتحليل الأسباب التي تقف وراء هذه المشكلة، واقتراح الحلول المناسبة لها عبر الاستعانة بأراء الخبراء والاستشاريين.

أما الاعتماد على مصدر "الوزارات والدوائر الرسمية"، فيعود إلى أنها الوزارات والمديريات المعنية بالشأن التمويهي، وضبط الأسواق ومراقبتها، بالإضافة إلى مؤسسات التدخل الإيجابي والمصرف المركزي، ما يجعلها المصدر الحصري للوقائع المرتبطة بارتفاع الأسعار في ضوء تراجع دور القطاع الخاص وإغلاق الكثير من منشآته وشركاته، وهو ما يؤكد قلة الاعتماد على جهات هذا القطاع الرئيس في الاقتصاد السوري.

وبالنسبة للكتاب، فهم صحفيون من خارج صحف الدراسة، في حين أن الخبراء فمعظمهم أساتذة اقتصاد لهم دور كبير في تفسير الارتفاعات المفاجئة والمستمرة في المستوى العام للأسعار، وسبل كبح جماح ظاهرة التضخم التي بلغت معدلات "مفرطة"، والاقتراح على مجلس النقد والتسليف باعتباره المسؤول عن انجاز هذه المهمة بموجب قانون النقد الأساسي رقم 23 لعام 2002 والمعدل بالمرسوم 21 لعام 2011.

#### 4- النطاق الجغرافي الذي غطته المادة الصحفية المنشورة حول ارتفاع الأسعار:

جدول رقم (4) النطاق الجغرافي للمادة الصحفية

المجموع		الوطن		البعث		الثورة		الوسيلة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	النطاق الجغرافي
83.6	82	76.4	26	91.6	22	89.5	34	دمشق وريفها
16.3	16	17.6	6	8.3	2	10.3	4	المدن الأخرى
-	-	-	-	-	-	-	-	الأرياف
100	98	100	34	100	24	100	38	المجموع

تشير بيانات الجدول إلى أن 83.6% من معالجة الصحف محل الدراسة لمشكلة التضخم الاقتصادي تتم ضمن النطاق الجغرافي المحدد بمدينة دمشق وريفها، مقابل النسبة المتبقية للمعالجة التي تتم في المدن السورية بالمحافظات الأخرى، مع عدم لحظ الأرياف بأي شكل من الأشكال. ويعزى تركيز المعالجة بالعاصمة وريفها إلى مركزية الصحف المستهدفة، والتزامها بالصدور يومياً، وكثرة عدد الصحفيين العاملين لديها بدمشق وريفها، وانخفاض عدد العاملين في مكاتب الصحف بالمحافظات خاصة بالأرياف، فضلاً عن تقصير الصحف في رصد ملامح الأسواق المحلية وأسعار السلع والمواد المعروضة. كما أن النطاق الجغرافي الضيق للمادة الصحفية يدفع بالصحف إلى تقديم رؤى ومعالجات عامة غير استقصائية لا ترصد الريف السوري والمناطق النائية والبعيدة عن المدن، وتالياً اقتراح حلول غير مجدية.

## 5 - أسلوب الإقناع الأمثل الذي اتبعته الصحف في تسليط الضوء على هذه الظاهرة:

جدول رقم (5) أساليب الإقناع المستخدمة

المجموع		الوطن		البعث		الثورة		الوسيلة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	أسلوب الإقناع
53.1	51	32.3	11	58.3	14	68.4	26	المنطقي
17.7	17	41.1	14	-	-	7.8	3	العاطفي
18.7	18	11.7	4	25	6	21	8	الساخر
10.4	10	14.7	5	16.6	4	2.6	1	التعميم بإطلاق الأحكام
<b>100</b>	<b>96</b>	<b>100</b>	<b>34</b>	<b>100</b>	<b>24</b>	<b>100</b>	<b>38</b>	<b>المجموع</b>

من بيانات الجدول نلاحظ تصدّر الأسلوب المنطقي أساليب الإقناع الأخرى في عرض المادة الصحفية الخاصة بمشكلة التضخم الاقتصادي بنسبة 53%، في حين جاء الأسلوب الساخر الممزوج بالنقد المبرر ثانياً بنسبة 18.7%، بينما احتل الأسلوب العاطفي الذي يستهدف استدرار عطف الجمهور المرتبة الثالثة بنسبة 17.7%، ثم أسلوب التعميم في إطلاق الأحكام في الترتيب الرابع والذي يعني عدم التحديد في عرض ومناقشة السليبيات وأسباب المشكلة بنسبة 10.4%. يعكس ترتيب أولويات أساليب الإقناع المستخدمة كما في الجدول أعلاه، محاولة الصحف الالتزام بالمصداقية والموضوعية أمام قرائها في مناقشة ظاهرة التضخم الاقتصادي، فصحيفة "الثورة" حينما أرادت أن تنقد هذه الظاهرة كان نقدها قائماً على مبررات علمية، وحينما استخدمت صحيفة "الوطن" الأسلوب العاطفي دعمته بعرض منعكسات ارتفاع الأسعار المنفلتة على ذوي الدخل المحدود وعجزهم عن تلبية الحد الأدنى من احتياجاتهم الأساسية، وسبل استيعاب منعكسات القرارات الفجائية واللامسؤولة مثل رفع أسعار المشتقات النفطية والغاز وغيرها. كما أن استخدام الأسلوب المنطقي في عرض حوالي نصف القضايا المتعلقة بالتضخم الاقتصادي من خلال تقديم الحجج والإحصاءات وتفنيد الآراء المضادة بعد مناقشتها، يشير إلى أهمية الأساليب المستخدمة وقدرتها في الإقناع والتأثير، وتحقيق الأهداف والنهائيات والنتائج المطلوبة.

## 6- هدف معالجة الصحف المحلية لظاهرة التضخم الاقتصادي:

جدول رقم (6) هدف معالجة الصحف المحلية لظاهرة التضخم الاقتصادي

المجموع		الوطن		البعث		الثورة		الوسيلة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	هدف المعالجة
37.5	36	35.3	12	29.1	7	44.7	17	إخباري
21.8	21	20.7	7	45.8	11	7.9	3	إرشادي
33.3	32	41.1	14	25	6	31.5	12	تحذيري
7.3	7	2.9	1	-	-	15.7	6	ترويجي
<b>100</b>	<b>96</b>	<b>100</b>	<b>34</b>	<b>100</b>	<b>24</b>	<b>100</b>	<b>38</b>	<b>المجموع</b>

يكشف الجدول أعلاه الاهتمام الكبير الذي توليه الصحف محل الدراسة بالقوالب الفنية الإخبارية (بنسبة 37.5 بالمئة) على حساب التقليل من مواد الرأي في إطار معالجتها لظاهرة التضخم الاقتصادي، على الرغم من أهمية الأخيرة الكبرى في شرح الأخبار اليومية الجارية وتفسيرها والتعليق عليها، بما يوضح أبعادها وجوانبها المختلفة. بالإضافة إلى ذلك، فإن المعالجة التحذيرية جاءت في المرتبة الثانية بنسبة 33.3 بالمئة، ومن ثم حلول الإرشاد كهدف لمعالجة ظاهرة بحجم التضخم الاقتصادي. هذه الظاهرة التي باتت تحتاج لمعالجة شاملة تستطيع من خلالها تقديم رؤية صحفية متكاملة تستند إلى آراء باحثين واقتصاديين ومسؤولين بقصد رسم ملامح خطة تدخل فورية واضحة ومحددة لإيقاف ليهيب ارتفاع الأسعار من جهة. ومن جهة أخرى تلبية احتياجات الجمهور لجهة تغطية الحدث وتفسيره وتقصي الأسباب الكامنة ورائه. ذلك أن الإعلام له دور جد مهم في شرح القضايا وطرحها على الرأي العام من أجل تهيئته إعلامياً، وبصفة خاصة تجاه القضايا المعنية بالاقتصاد والتنمية. أما الإرشاد كهدف في معالجة المادة الصحفية فقد استحوذ على 21.8 بالمئة، وهذا الأمر مرده ان وسائل الإعلام عامة والصحف خاصة تؤدي وظيفة إرشادية تضمينية في جل موادها في إطار دورها التوعوي.

#### 7- تحديد الجهة المسؤولة عن مشكلة التضخم الاقتصادي:

جدول رقم (7) الجهة المسؤولة عن مشكلة التضخم الاقتصادي

المجموع		الوطن		البعث		الثورة		الوسيلة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	الجهة المسؤولة
23.6	26	25	12	8.3	2	31.5	12	التجار والصناعيون
27.7	30	20	10	50	12	21	8	وزارتنا التجارة الداخلية والخارجية
21	23	25	12	20.8	5	15.7	6	مصرف سورية المركزي
10	11	12.5	6	12.5	3	5.2	2	الحلقة الوسيطة (تجار التجزئة)
18.1	20	16.6	8	8.3	2	26.3	10	غير واضح
100	110	100	*48	100	24	100	38	المجموع

حلت وزارتنا التجارة الداخلية وحماية المستهلك والتجارة الخارجية، وفق الجدول أعلاه، في مقدمة الجهات المسؤولة عن مشكلة ارتفاع لأسعار بنسبة 27.7 بالمئة حيث حملهما الصحفيون والكتاب مسؤولية التقصير في القيام بواجباتهما تجاه حماية المواطن من التضخم، أو في الحد من تفاقمها وإيجاد الحلول المناسبة لها، واتخاذ جميع الإجراءات المالية والاقتصادية التي تساعد على تنويع الموارد المالية، وتحقيق الاستقرار والتوازن المالي والاقتصادي. في حين التجار والصناعيين جاؤوا بالمرتبة الثانية - بنسبة 23.6 بالمئة، لقاء تلاعبهم بالأسعار في الأسواق وبأسعار الجملة باعتبار أن القسم الأعظم منهم يقوم بتأمين مستوردات عديدة من الخارج. ، حيث إن المسؤولية تقع على جميع الجهات المسؤولة للحد من التضخم، بمتابعة الأسعار ووضع نظام صارم للإشراف والمراقبة، والتركيز على الشفافية والوضوح، لأنه مهما وصل أي اقتصاد إلى أعلى درجات التنظيم تبقى الشفافية عاملاً أساسياً ومؤثراً فيه. وفي المرتبة الثالثة جاء مصرف سورية المركزي بنسبة 21 بالمئة ثم الحلقة الوسيطة بنسبة 10 بالمئة مقابل 18.1 بالمئة لجهات

\* تغير العدد الإجمالي جراء تعدد الجهات المسؤولة عن المشكلة من وجهة نظر كتاب المادة الصحفية.

غير واضحة ومعروفة، وهذه نسبة ليست ضئيلة قياساً بالنسب الأخرى، إذ لا يعقل أن صحفاً يومية كالصحف محل الدراسة تنشر مواد صحفية لا تشير بالبنان إلى الجهة المسؤولة عن ارتفاع الأسعار، لأن هذا يتنافى مع أبسط مهامها في عرض المعلومات والبيانات الصحيحة بمشاركة جميع الجهات الحكومية وغير الحكومية بغية وضع سياسات مناسبة لقطاع بعينه أو مشكلة أو ظاهرة.

#### 8- معالجة الأسباب والتداعيات التي تؤدي إلى ارتفاع الأسعار:

جدول رقم (8) معالجة الأسباب والتداعيات التي تؤدي إلى ارتفاع الأسعار

المجموع		الوطن		البعث		الثورة		الوسيلة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	أسباب ارتفاع الأسعار
23.1	25	23.9	11	16.6	4	26.3	10	الأزمة الراهنة وتداعياتها
25	27	28.2	13	29.1	7	18.4	7	القرارات غير المدروسة
24	26	26	12	25	6	21	8	الاحتكار والتلاعب
17.6	19	17.3	8	20.8	5	15.7	6	تذبذب سعر الصرف
10.1	11	4.3	2	8.3	2	18.4	7	غياب الرقابة
100	108	100	* 46	100	24	100	38	المجموع

اتضح من خلال عينة البحث، أن القرارات غير المدروسة تتقدم الأسباب والتداعيات التي تؤدي إلى ارتفاع الأسعار بنسبة 25 بالمئة، وهو ما يحتم على الجهات صاحبة المسؤولية ألا تدرس مفاعيل قراراتها أياً كانت تلافياً لأثارها السلبية، فضلاً عن العمل بآليات واضحة المعالم مناصفة مع جهات القطاع الخاص لسن قرارات من شأنها إيقاف تمدد الآثار التضخمية للأسعار. أما الاحتكار والتلاعب، فقد جاء ثانياً بنسبة 24 بالمئة جراء انعدام الرقابة الحكومية، كما اتضح من التحليل، الأمر الذي يحمل وزارة التجارة الداخلية وحماية المستهلك ومديرياتها بمختلف المحافظات أعباء مراقبة إضافية كتفعيل دور عناصر الضابطة العدلية أكثر وتكثيف جولاتهم، إضافة إلى التشدد في فرض العقوبات ومراقبة أسعار السلع والمواد الاستهلاكية والغذائية، وإشهار البطاقات السعرية وعدم السماح بالتلاعب بها من خلال التأكيد على تعميم نشرة الأسعار المركزية عن مديرياتها، والزام مختلف الفعاليات التجارية بها. مع العلم أن الأزمة الراهنة وتداعياتها لم تتل سوى 23.1 بالمئة وفق عينة التحليل، في حين جاء كل من تذبذب سعر صرف الليرة السورية وغياب الرقابة آخر مرتبتين على التوالي 17.6 بالمئة، و 10.1 بالمئة.

#### الاستنتاجات والتوصيات:

##### الاستنتاجات:

يمكن الاستنتاج بأن معالجة مشكلة التضخم في الاقتصاد السوري لم تحظ بقسط وافر من المعالجة الجدية، وثمة قصور كبير لدى الصحف اليومية في رصد هذه الظاهرة المتفاقمة يوماً بعد يوم، وفيما يلي أهم النتائج التي خلص إليها البحث:

\* تغير العدد الإجمالي جراء تعدد الأسباب المؤدية إلى المشكلة موضوع الدراسة من وجهة نظر كتاب المادة الصحفية.

1. يغلب على معالجة الصحافة السورية اليومية لمشكلة ارتفاع الأسعار نوع المعالجة الإخبارية التي تركز على التقارير والقصص الخبرية على حساب التقليل من المعالجة التفسيرية والاستقصائية التي تعتمد بدرجة كبيرة على التحقيقات المدروسة. كذلك على حساب مواد الرأي والتحليلات الصحفية التي من شأنها تحليل هذه الظاهرة تحليلاً دقيقاً وتقصي أسبابها باستخدام البيانات والأرقام، والاستعانة بأراء جميع الأطراف المعنية بهذه الظاهرة من مسؤولين، خبراء، تجار، والحلقة الأضعف "المستهلك"، مما يؤثر على دور صحف الدراسة التوجيهي والتوعوي والتنقيفي.
2. تنصدر العناوين العريضة المرتبة الأولى بين وسائل الإبراز التي استخدمتها الصحف محل الدراسة في معالجة مشكلة التضخم الاقتصادي، ثم الإطارات والفواصل، فالصور والرسوم، تلتها الألوان، ثم الأرضيات، حيث كانت صحيفة "الثورة" الأكثر استخداماً لهذه العناصر الجغرافية في إخراج المادة الصحفية المتعلقة بارتفاع الأسعار، مع الإشارة إلى أن جميع الصور المنشورة في الصحف محل الدراسة، خالية من التعليقات والشروح والنسب إلى المصدر، الأمر الذي يفسد على القارئ لذة القراءة وعدم إزالة حالة الغموض التي رافقته في القراءة.
3. إن المصادر الأولى للمادة المنشورة عن مشكلة التضخم الاقتصادي هي المندوبون والمراسلون المسؤولون فعلياً عن مواد التفسير والرأي في الصحف محل الدراسة، والوزارات والدوائر الرسمية في مقابل تراجع فئة الكتاب الصحفيين والخبراء الاقتصاديين في معالجة ظاهرة ارتفاع الأسعار في ضوء السياسة التحريرية لكل صحيفة، علماً أن الصحف الثلاث تعاني تقصيراً في المعالجة التفسيرية رغم اعتمادها على المراسلين والمندوبين بشكل كبير، كونهم يلمون بالقضايا المطروحة وتفاصيل حيثياتها، واختيار المسؤولين والخبراء ذي العلاقة.
4. يقتصر النطاق الجغرافي لمعالجة الصحف محل الدراسة لمشكلة التضخم الاقتصادي على مدينة دمشق وريفها على حساب المدن والريف السوري، وهذا يفقد الصحف دورها التنقيفي والتوعوي خاصة في المناطق النائية والبعيدة كونها وسائل اتصال جماهيري يتبدى دورها جلياً في العملية التنموية.
5. يُعدّ الأسلوب المنطقي من أهم الأساليب التي استخدمتها الصحف محل الدراسة في إقناعها الرأي العام بمشكلة التضخم الاقتصادي في حين كان هناك تراجع كبير في أسلوب التعميم بإطلاق الأحكام والأسلوب النقدي المبرر، مما يعكس اهتمام الصحف محل الدراسة بالحفاظ على مصداقيتها أمام الجمهور.
6. تتقدم وزارتا التجارة الداخلية وحماية المستهلك والتجارة الخارجية، وفق عينة الدراسة الجهات الأخرى في تحمل المسؤولية المباشرة عن مشكلة التضخم الاقتصادي جراء تقصيرهما في القيام بواجباتهما في ضبط الأسواق ومراقبة التجار. أما التجار والصناعيين جاؤوا بالمرتبة الثانية، ومن ثم مصرف سورية المركزي.
7. إن القرارات غير المدروسة تعد من أبرز الأسباب والتداعيات التي أدت إلى ارتفاع الأسعار، خاصة قرارات الجهات المعنية وعدم دراسة منعكساتها بالشكل الجيد بعد التطبيق، ومن ثم مجيء الأزمة الراهنة وتداعياتها، فتندبذ سعر صرف لليرة السورية وغياب الرقابة، ما يستدعي تدخلاً قوياً من قبل وزارة التجارة الداخلية وحماية المستهلك بتكثيف دوريات المراقبة على الأسواق وتفعيل دور الضابطة العدلية والتنسيق مع مصرف سورية المركزي فيما يخص السياسة النقدية.

**التوصيات:**

تتقسم توصيات هذه الدراسة إلى قسمين:

**أ- توصيات خاصة بالصحف اليومية.**

1. توصي الدراسة بضرورة اهتمام كتاب المقالات والأعمدة الصحفية بموضوعات ارتفاع الأسعار لجهة نوع المعالجة من خلال التركيز على مواد الرأي والتحليلات الصحفية التي من شأنها تحليل هذه الظاهرة تحليلاً دقيقاً وتقصي أسبابها باستخدام البيانات والأرقام، والاستعانة بأراء جميع الأطراف المعنية بهذه الظاهرة.
2. ضرورة اهتمام الصحف محل الدراسة بوضع تعليقات وشروح للصور المنشورة عن موضوع ارتفاع الأسعار ونسبها إلى مصدر، فضلاً عن العمل على تنويع وسائل الإبراز المستخدمة في المعالجة.
3. ضرورة تنويع صحف الدراسة في نوعية المصادر التي تعتمد عليها حتى تكتسب المادة المنشورة صفة الموضوعية، إن لجهة الاستعانة بخبراء اقتصاديين أو صحفيين مختصين بالشأن الاقتصادي، سيما أن الصحف الثلاث أظهرت تقصيراً ملحوظاً في المعالجة التفسيرية رغم اعتمادها على المراسلين والمندوبين بشكل كبير.
4. توسيع النطاق الجغرافي لمعالجة الصحف محل الدراسة لمشكلة التضخم الاقتصادي تحديداً في المناطق النائية والبعيدة، وعدم الاكتفاء بالمدن الرئيسية حتى لا تفقد الصحف دورها التثقيفي والتوعوي كونها وسائل اتصال جماهيري.

**ب- توصيات خاصة بالجهات المعنية بارتفاع الأسعار.**

5. ضرورة أن تفعل وزارة التجارة الداخلية وحماية المستهلك -كونها الجهة الحكومية الوحيدة المخولة بمراقبة الأسواق عبر كوادرها ودورياتها ومديرتها بمختلف المحافظات- دور مؤسسات التدخل الإيجابي والصالات الاستهلاكية وتحديد هامش ربح يقل عن السوق بنسبة 20 بالمئة. كذلك أن تضع خطط وسياسات واضحة بالتنسيق مع مصرف سورية المركزي ذات مفعول رجعي لكبح جماح الأسعار.
6. ضرورة استفادة الجهات المعنية وجمعيات حماية المستهلك من وسائل الإعلام المحلية خاصة الصحف اليومية بشكل أعمق، بحيث يكون هناك تكثيف للجهود التوعوية لإيجاد علاقات مستمرة بين الإعلام وهذه الجهات والجمعيات.
7. تطوير آليات تعاون بين وسائل الإعلام المحلية (الصحف اليومية) والجهات الحكومية لإيجاد حلول فورية لمشكلة ارتفاع الأسعار والمشكلات الطارئة على الاقتصاد السوري، إضافة إلى خلق آليات تعاون جديدة كالخدمات الاستشارية التي تقدمها الشركات والمكاتب والجمعيات الاقتصادية بهذا الخصوص.

**المراجع:**

1. إبراهيم، مروان عبد المجيد، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية ، ط1، مؤسسة الوراق، عمان، 2000، ص126.
2. أبو جامع، منى عيد، معالجة الصحافة الأردنية اليومية للشأن الاقتصادي ، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن، 2009، ص5-20-120.
3. أبو حمد، رضا، وعلي، علي، تأثير وسائل الإعلام في قرارات المستثمر، مجلة آداب الكوفة، جامعة الكوفة، 7 (1) ، 2010، ص 55.

4. أجبتي، محمد علي عبدالله، *التغطية الصحفية لقضية تضخم الأسعار في صحافة الإمارات العربية المتحدة*، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن، 2009، ص 16-91-92-93.
5. أحمد، عبد الرحمن يسري، *قضايا اقتصادية معاصرة*، ط1، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2000، ص166.
6. البدري، رفعت محمد، *المعالجة الصحفية لقضية البطالة في الصحافة المصرية*، رسالة ماجستير، جامعة الزقازيق، مصر، 1998، ص 326.
7. حسين، خليل، *السياسات العامة في الدول النامية*، ط1، دار المنهل اللبناني، 2007، ص133.
8. خضور، أديب، *مبادئ التحرير الإعلامي*، ط1، منشورات جامعة دمشق، 2010، ص 102-103.
9. رشيد، بتول، ومراد، فاتن، *المعالجة الصحفية لقضايا التنمية الاقتصادية في الصحافة العراقية*، مجلة كلية الآداب، جامعة بغداد، 99، 2011، ص 43-24.
10. الزامل، نجلاء، *محددات التضخم في الاقتصاد السعودي: رسالة ماجستير*، جامعة الملك سعود، الرياض، 2008، ص8.
11. زكي، رمزي، *مشكلة التضخم في مصر: أسبابها ونتائجها مع برنامج مقترح لمكافحة الغلاء*، ط1، الهيئة المصرية للكتاب، القاهرة، 1980، ص12.
12. السلطان، صالح، *التضخم في المملكة العربية السعودية: المفاهيم والأسباب والحلول*، المجلة الاقتصادية السعودية، الرياض، 2007، ص11.
13. الصويغي، عبد العزيز سعيد، *الإخراج الصحفي والتصميم*، ط1، دار الآن للطباعة، قبرص، 1998، ص106.
14. عبد الحميد، محمد، *بحوث الصحافة*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ط، 1992، ص93.
15. عبد الرحمن، عواطف، *الإعلام وتحديات العصر*، مجلة عالم الفكر، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 23 (1 و2)، 1994، ص 8.
16. عبد اللطيف، إبراهيم محمد، *معالجة الصحافة الحزبية لقضايا الإصلاح الاقتصادي في مصر*، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة، 1998، ص 220-238-483.
17. الفائي، محمد، *مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية والإعلامية*، ط1، مكتبة الأنتلو المصرية، القاهرة، 1989، ص149.
18. الفوال، صلاح، *مناهج البحث في العلوم الاجتماعية*، ط1، مكتبة غريب، القاهرة، 1986، ص35.
19. مصرف سورية المركزي، *تقرير التضخم أيار 2013*، صادر بتاريخ 10/11/2013، ص18.
20. محمد الرفاعي ويطرس حلاق، *الإخراج الصحفي*، منشورات جامعة دمشق، مركز التعليم المفتوح، قسم الإعلام، 2005، ص93.
21. ALBARRAN, B.A, - *Media economics: understanding markets, industries, and concepts*. Iowa State University Press, (2<sup>nd</sup> Ed.)Texas,1996, p.15-44-78.
22. BANMOL, J. William, and S. ALAN, - *Economics: Principles and policy*. Harcourt & Brace Jovanovich Publishers, (3<sup>rd</sup> Ed.) New York, 1985, p.90.
23. SAUSE, G, - *Money and Economic Activity*. D.C Health & Company, (1<sup>st</sup> Ed.) New York, 1960, p.12.