

القضايا الاقتصادية كما يعكسها الأهرام الاقتصادية فى مرحلة

ما بعد ٢٥ يناير

إعداد

هديل محمد عفيفى حجازى

طالبة ماجستير

إشراف

ا. د/ وائل إسماعيل عبد البارى

أستاذ الإعلام

كلية البنات – جامعة عين شمس

ا. د / اعتماد محمد علام

أستاذ علم الاجتماع

كلية البنات – جامعة عين شمس

## أولاً : مقدمة الدراسة وأهميتها:

تهدف هذه الورقة إلى التعرف على أسلوب معالجة الصحافة المصرية للقضايا الاقتصادية في مرحلة مابعد ٢٥ يناير ، من خلال رصد أبرز القضايا التي تناولتها في هذه المرحلة ، وذلك باستخدام البيانات الكمية والكيفية لنتائج تحليل المضمون للأهرام الاقتصادي باعتبارها إحدى المجالات الاقتصادية القومية المتخصصة ، ومصدر مهم للمعلومات والحقائق الاقتصادية ، وماتمارسه من دور في ممارسة النقد والاستقصاء والتقويم والكشف عن الأخطاء وسوء الإدارة والفساد بالإضافة إلى نشر الوعي الاقتصادي بالقوانين والتشريعات والإجراءات التنظيمية.... الخ.

وتبرز أهمية الدراسة النظرية من أنها سوف تختبر بعض القضايا النظرية المتعلقة بالدور الذي تقوم به الصحافة الاقتصادية باعتبارها أحد فروع الصحافة التي تعني بتتبع التغيرات الاقتصادية التي تحدث في أي مجتمع وتسجيلها وتحليلها وتفسيرها بشكل مبسط للقارئ المتخصص أو المواطن العادي . بدءاً من التمويل الشخصي إلى الأعمال التجارية في السوق المحلي ومراكز التسوق وصولاً إلى أداء الشركات الاستثمارية ، وأنشطة البورصات العالمية والشركات المتعددة الجنسيات والمنظمات الاقتصادية والنقدية والبنوك العالمية ، وقد تعاطم أهمية هذا الدور في مرحلة مابعد ٢٥ يناير ، والتي تعاني فيها مصر من تفاقم الأزمات الاقتصادية ، وما عتراه من تغيرات وتحولات اقتصادية ترتب عليها العديد من المشكلات كالفقر والبطالة وغلاء الأسعار والتضخم وانعدام العدالة الاجتماعية مما أدى إلى تدنى أوضاع الاقتصاد المصري ، و هذا بدوره ما دفع بالباحثة إلى محاولة رصد أبرز القضايا الاقتصادية في الصحف المصرية وما تعكسه من تغيرات في هذه المرحلة ومدى تأثيرها على الأوضاع الاقتصادية في مصر ، علاوة على ذلك ، رصد أهم العوامل المؤثرة في أدوار الصحافة الاقتصادية في هذه المرحلة من مراحل التحول الاقتصادي، ومن خلال الإطلاع على الدراسات السابقة المتاحة التي أجريت في مجال الإعلام الاقتصادي التي ركزت على تقييم أداء دور الصحافة الاقتصادية في شرح وتفسير وتحليل القضايا والمضامين والمصطلحات والقرارات ذات البعد الاقتصادي ، أشارت النتائج إلى أسلوب المعالجة الجزئية للقضايا الاقتصادية سواء بالتركيز على قضية بعينها أو مرحلة تاريخية معينة ، أو تناولها من جانب واحد دون الأخذ في الاعتبار السياقات والعمل المجتمعية التي أفرزتها ، أو العوامل المؤثرة في معالجتها لهذه القضايا ومن أبرز الدراسات التي تناولت قضايا بعينها دراسة ( سامح الشريف : ٢٠١٣ ) التي تطرقت إلى قضية الاستثمار من خلال تركيزها على ملامح الصورة التي تقدمها بعض الصحف المصرية خلال الفترة من (١٩٩١ إلى ٢٠٠٦) لرجل الأعمال ، أو قضايا الإصلاح الاقتصادي ومنها دراسة ( إبراهيم عبد اللطيف : ١٩٩٨) والتي تناولت معالجة الصحافة الحزبية لقضايا الإصلاح الاقتصادي في مصر في الفترة من ١٩٨٧ - ١٩٩٤ " ، ودراسة (أميمة مجدى : ٢٠١٣) ، أو قضايا العدالة الاجتماعية ومنها دراسة ( كمال قابيل محمد : ٢٠٠٩) والتي تناولت إصلاح الأجور في مصر ودراسة ( ماجدة سليمان : ٢٠١٠) حول قضايا الفقر والفقراء في خطاب الصحافة المصرية ،

أو قضايا التنمية ومنها دراسة كل من (أمل دراز : ٢٠٠٢) ، أو دراسة (Christopher & peter : 2004) ، ومن القضايا التي تناولتها هذه الدراسات أيضا الأزمات المالية العالمية ومنها دراسة كل من (سماح ماضى : ٢٠٠٧) ، دراسة (Yang ,2011) ، (schiffes&coulter,2012)، دراسة (Weber et al , 2013)، علاوة على ذلك ، الدراسات التي تناولت قضايا البورصة وسوق المال ومنها دراسة ( نواف العتيبي : ٢٠١٥) حول علاقة الأخبار الصحفية الاقتصادية بتقلبات سوق المال السعرية ، وقد اتضح من خلال الإطلاع على هذه الدراسات ، أنها تلتقى مع الدراسة الحالية فى بعض أهدافها ومنها :

- الكشف عن ملامح الخطاب الاقتصادي فى بعض الصحف ومكوناته وسماته في إطار التغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي يمر بها المجتمع.

- التعرف على أسلوب معالجة الصحف لإحدى هذه القضايا جزئيا أو كليا، أى تطرقت إلى دراسة جانب ما من جوانبها هذه القضايا منها ما يتعلق بالقطاع المالى والمصرفى، أو الديون، أو التنمية أو الإصلاحا لاقتصادى أو الفساد المالى والإدارى، بالإضافة إلى قضايا الاستثمار الأجنبي والبورصة علاوة على ذلك، قضايا العدالة الاجتماعية مثل قضايا الفقر أو إصلاح الأجور.

ومن أبرز نتائج هذه الدراسات:

- ١- اختلال في مجالات الإهتمام التي يطرحه خطاب الصحفيين يركز على القضايا الاقتصادية المتخصصة وقضايا البورصة والبنوك بينما يقل الإهتمام بالمشكلات التي تمس المواطن العادى.
  - ٢- يغلب على خطاب الصحف عينة الدراسة الطابع الخبرى مما يجعل هذا الخطاب يتسم بالسطحية ، نظرا لافتقاره إلى التحليل والتفسير اللازم لفهم المضمون الإقتصادي ذو الطبيعة الجادة.
  - ٣- رغم أن الصحافة الاقتصادية صحافة جادة تتعامل مع مضمون جاد فإن خطاب صحف الدراسة جاء في معظمه يغلب عليه الطابع العاطفي ويتسم بالإثارة.
  - ٤- تكشف نتائج بعض الدراسات عن خلل في ممارسة الأدوار والوظائف التي ينبغى أن تهتم بها صحف الدراسة باعتبارها تقدم مضمونا جادا حيث يتداخل الإعلام مع الإعلان فى معالجة القضايا والمشكلات الاقتصادية.
  - ٥- أن القطاع الخاص هو العامل المؤثر في عملية ترتيب هذه أولويات القضايا الاقتصادية ، لما يقوم به القطاع العام من حجب للمعلومات عن الصحفيين ووضع للقيود الإدارية التي تعوق تدفق المعلومات بانسياب وحرية.
  - ٦- يؤثر الإتجاه السائد بوسائل الاعلام المصرية فى تشكيل اتجاهات الرأى العام نحو قضايا التحول الإقتصادي .
- ومن هذا المنطلق ، ستحاول الدراسة الحالية التركيز على الرؤية الكلية و المعالجة الشاملة للقضايا الاقتصادية فى إطار تفاعلها مع السياق السياسى والاقتصادي والاجتماعى للمجتمع المصرى، ولاسيما فترة ما بعد ٢٥ يناير .

وبالتالى يمكن صياغة مشكلة الدراسة فى التساؤل التالى :

ما القضايا الاقتصادية التي عالجتها مجلة الأهرام الاقتصادية فى مرحلة مابعد ٢٥ يناير وما الأساليب التي اتبعتها فى معالجة هذه القضايا ؟

**أولا : أهداف الدراسة وتساؤلاتها :**

ومن خلال الإجابة على هذا التساؤل يمكن تحقيق الهدف العام للدراسة والذي يتمثل فى :

رصد القضايا الاقتصادية التي عالجتها مجلة الأهرام الاقتصادية فى مرحلة مابعد ٢٥ يناير وما الأساليب التي اتبعتها فى معالجة هذه القضايا ؟

ويتفرع من هذا الهدف أهداف فرعية والتي يمكن تحقيقها من خلال الإجابة عن التساؤلات الخاصة بكل هدف :

**الهدف الأول :**

رصد القضايا الاقتصادية العالمية والمحلية فى مرحلة مابعد ٢٥ يناير من خلال الإجابة على الأسئلة التالية :

١. ما أبرز القضايا الاقتصادية فى الأهرام الاقتصادية التي تناولت التغيرات الاقتصادية العالمية والمحلية فى إطار السياق الاجتماعى للمجتمع المصرى فى مرحلة مابعد ٢٥ يناير ؟

٢. ما المصادر التي استندت إليها الأهرام الاقتصادية فى معالجتها لهذه القضايا؟

**الهدف الثانى :**

الكشف عن مدى علمية ومنطقية أساليب المعالجة الصحفية التي استخدمتها الأهرام الاقتصادية فى تناول هذه القضايا من خلال الأسئلة التالية :

١. إلى أى مدى تنوعت الأطر المرجعية (المصادر) فى طرحها للقضايا الاقتصادية ؟

٢. ما الفنون الصحفية الأكثر استخداما فى معالجة هذه القضايا ؟ ومادالاتها ؟

**الهدف الثالث :**

التعرف على الفئات المستهدفة التي توجه إليها الأهرام الاقتصادية قضاياها ومضامينها أكثر من غيرها من خلال الإجابة على السؤال التالى :

١. ما أهم الفئات التي توجه إليها الأهرام الاقتصادية قضاياها ومضامينها ؟

٢. لماذا يتم التركيز على فئة بعينها دون الفئات الأخرى ؟

## ثانيا : المفاهيم الأساسية :

### الصحافة الاقتصادية :

تعرف الصحافة الاقتصادية على أنها نشر المعلومة الاقتصادية باستخدام الفنون الصحفية المتنوعة (خبر - تحقيق - مقال - كاريكاتير) بأسلوب بسيط يلائم جمهور الصحافة على اختلاف شرائحه الاجتماعية وذلك بهدف التوضيح والتفسير والتحليل والنقد والتأثير وتكوين اتجاه معين لدى الرأي العام والدفاع عن وجهة نظر المجلة تجاه الأحداث والسياسات الاقتصادية الداخلية والخارجية ، وبالتالي تعتبر الصحافة الاقتصادية أحد فروع الصحافة التي تعني بتتبع التغيرات الاقتصادية التي تحدث في أي مجتمع وتسجيلها وتحليلها وتفسيرها. وقد تتضمن جوانب عدة بدايةً من التمويل الشخصي إلى الأعمال التجارية في السوق المحلي ومراكز التسوق وصولاً إلى أداء الشركات التجارية على اختلاف أنواعها ، ويغطي هذا النوع من الصحافة أخباراً عن رجال الأعمال والأماكن والقضايا المتعلقة بمجال الأعمال التجارية، كما يتميز بنشر مقالات عنها (ناظم الشمرى، ٢٠١٢: ١٠٣).

### ثالثاً: الإطار النظري للدراسة :

تستمد هذه الورقة إطارها النظري من نظرية الفعل التواصلي عند هابرماسالذي يمثل الجيل الثاني لمدرسة فرانكفورت أو النظرية النقدية Critical Theory، ومن هذا المنطلق لابد من إلقاء الضوء على النظرية النقدية قبل التطرق إلى نظرية الفعل التواصلي عند هابرماس المنطلق النظري للدراسة.

#### ١- النظرية النقدية (مدرسة فرانكفورت):

أطلق مسمى النظرية النقدية على " مدرسة فرانكفورت " إشارة إلى مجموعة أعضاءها من المثقفين الألمان الذين اتخذوا من الفلسفة النقدية رؤية لهم .

ويقصد بالنظرية النقدية مجموعة القضايا التي تشكل إطاراً نظرياً لنقد النظام الاجتماعي القائم أو الكشف عن تناقضاته بحثاً عن نظام اجتماعي تنتفي فيه هذه التناقضات، أي أنها تحاول استكشاف مناطق التناقض وعدم الاستقرار وتطويرها بحيث تقوم بدور في تغيير النسق الذي أصبح يعاني قدراً من التناقض بهدف إيجاد تكامل جديد. (زولتان تار، ٢٠٠٤: ٢٤) فالنظرية النقدية هي نظرية اجتماعية تقوم بتحليل المجتمعات القائمة في ضوء وظائفها وإمكاناتها، وتحدد العوامل التي تمكن وراء الوضع الراهن. (كمال بو منير، 2001: ٦٥)

٢ - فرضيات النظرية النقدية : (عواطف عبد الرحمن ، ٢٠٠٢ : ١٧ - ١٨) ، (محمد عبد الحميد ، ٢٠٠٤ : ٢١١ ، ٢١٩) .

١. تعارض النظرية النقدية إرجاع المعرفة إلى الحواس وترى أن الحواس ذاتها ذات طبيعة متغيرة ، كما ترفض أولوية المادة على الوعي وترى أن الذات تدرك الموضوع من خلال التفاعل الجدلي بينهما.
  ٢. ترفض النظرية النقدية فكرة البنية الفوقية فى علاقتها بالبنية التحتية التى تركز عليها الماركسية ، وبالتالى تعتبر الثقافة انعكاساً حتمياً للواقع الاقتصادى.
  ٣. تفترض النظرية النقدية أن النظريات الاجتماعية يجب أن تستند على قاعدة من القيم المثلى أو المعيارية.
  ٤. تنظر النظرية النقدية إلى وسائل الإعلام فى علاقاتها بالسلطة والقوى المسيطرة فى المجتمع نظرة متشككة ، وترى أن الصراع القائم فى المجتمع بين هذه الوسائل وتلك القوى يميل دائماً إلى أن يكون فى صالح القوى المسيطرة ، التى تؤكد نفوذها وتستمر فى ممارسة هذا النفوذ من خلال وسائل الإعلام ، وذلك بإعادة تشكيل الحقائق الاجتماعية بما يتفق مع رؤيتها وأهدافها من خلال محتوى الاعلام .
- ٣ - نظرية هابرماس النقدية ( العقلانية التواصلية ) :

يمثل (جورجينهابرماس) الجيل الثانى من فلاسفة مدرسة فرانكفورت ، وهو الجيل الذى قاد النظرية النقدية نحو مرحلة متقدمة من الشمول والاتساع وجعلها أكثر انفتاحاً على العلوم الأخرى وينتمى هابرماس إلى حقلى الفلسفة والسوسيولوجيا ، وقد قام بإخضاع الظاهرة الاجتماعية السياسية لبحث سوسيولوجى ينبثق من رؤية فلسفية نقدية تحليلية ، ومن أهم ما يميز أعمال هابرماس نزعه لبناء نظرية تستطيع تنظيم العلوم الإنسانية داخل إطار كلى يؤكد اشتراكهما فى أساس معرفى واحد ، اشتق منه فيما بعد المنطلقات السوسيولوجية والفلسفية والعلمية لنظريته فى الفعل التواصلى ، ولذلك اتسم المنهج الناتج عن النظرية بأربع خصائص أساسية هى : تعدد التخصصات والتأمل والجدل والنقد ( جيمس فينليسون، ٢٠١٥ : ٢٠) ، وقد استطاع هابرماس أن يسهم فى تشكيل فكر نقدي جديد يدور حول العلاقة بين النظرية وممارستها فى الواقع الاجتماعى ، وكذلك تطوير معيار جديد يدعم الممارسة بإدراك نظري لكن من منطلق نقدي يوحد جدلياً النظرية بالممارسة رابطاً بينهما ، بتطرقه لـ "مفهوم الفضاء العام" الذى يُشكل مفتاح الممارسة الديمقراطية فى نظره. إذ يشدد "هابرماس" على أن الفعل التواصلى الديمقراطى "المستند على إجماع" لا يستطيع أن يحصل على مشروعية حقيقية قائمة على سلطة العقل إلا فى إطار خطاب نقدي متحرراً من " القيود السلطوية علاوة على ذلك أن العملية التواصلية عند هابرماس تتصف بخاصية التعقيد وتستلزم السؤال والاستفهام والتحليل والدراسة والبحث والاستقصاء ، كما تركز على الفعل التواصلى الذى لا يسعى إلى البحث عن الوسائل التى تمكنه من التأثير فى الغير ، بل يبحث عن كيفية الانفتاح على الآخر والتوصل إلى تفاهم وتوافق متبادل معه دونما قسر أو إكراه ، هادفاً إلى تحرير الوعي الاجتماعى من خلال نظرية تقوم على التواصل الإنسانى القائم على التفاعل الاجتماعى استناداً إلى اللغة كوسيط يتضمن كل أشكال التعبير البشرى

من معارف وأفكار وخبرات ، من خلال التركيز على تحليل بنية الفكر وتحليل القضايا اللغوية (أودينة سليم، ٢٠٠٩: ٦).

**وبناء على ذلك يمكن بلورة المنطلقات الفكرية للدراسة أو قضايا الإطار النظرى الموجهة للدراسة الحالية فيما يلي:**

١. توجد علاقة تبادلية بين النظرية وممارستها في الواقع الاجتماعي في إطار الفضاء العام الذي يُشكل مفتاح - كشرط عند هابرماس - للممارسة الديمقراطية ولذلك لا يستطيع الفعل التواصلي الديمقراطي "المستند على إجماع" أن يحصل على مشروعية حقيقية قائمة على سلطة العقل إلا في إطار خطاب نقدي متحرر من القيود السلطوية.
٢. أن الطبقة الرأسمالية(القبواضاغطة)من منظور التفاعل بين رأس المال والسلطة تهيمن من خلال أيد يولجياتها ومن يدعمها من القائمين على الاتصال، حيث أنها تمارس دورا ضاغطا على الصحافة، كما ينعكس ذلك في المعالجة الصحفية لبعض القضايا الاقتصادية أوفى تحديد أولوياتها.
٣. تقلل الشفافية في المقال الاقتصادي من استلاب الوعي الجمعي (تزييفه) وتحقق الثقة المتبادلة - كشرط عند هابرماس - للتواصل التفاعلي لا سيما خلال مرحلة مابعد ٢٥ يناير والتي تتسم بالتوتر وعدم الاستقرار كأمر طبيعي يحدث سوسيولوجيا عقب الثورات والحركات الاجتماعية.
٤. يسعى الفعل التواصلي إلى ضبط علاقات الإنتاج فى المجتمع وإخضاع السياسات الاقتصادية إلى أخلاقيات النقاش والحوار بوصفه مدخلا للإجماع والتوافق المجتمعي حول أولويات القضايا الاقتصادية ومايرتبط بها من حلول.

#### ٤- مبررات اختيار العقلانية التواصلية عند هابرماس :

- ١- أن هذه النظرية تركز على مدى أهمية إدراك الارتباط القائم بين النظام الاقتصادي و النظام السياسى، فالحكومة تضع التشريعات و تسن القوانين التى تعمل على تسيير الأعمال و انعاش الاقتصاد، ومن ناحية أخرى يعمل رجال الاعمال على مساعدة الحكومة و دعم مرشحيها السياسيين الذين يحمون المصالح الاقتصادية من خلال دفع الضرائب و المنح و المساعدات التى تدعم الحكومة .
- ٢- من أبرز المتغيرات التى ركزت عليها النظرية أن الطبقة العاملة لم تعد القوة الرئيسة للتحول الاجتماعى المجتمعات ، بل برزت قوى أخرى مثل الشباب والطلبة والجماعات الخارجة على النظام ، باعتبارها قوى اجتماعية تمارس عملية النقد الاجتماعى ، كما أن التحول الاجتماعى ليس بالضرورة أن يكون شاملاً و جذرياً ، وهذا مانراه جلياً فى ثورة ٢٥ من يناير بل كان السبب الرئيس للثورة .
- ٣- أن النظرية تركز على دراسة الظاهرة فى سياقها الاجتماعى برصد العوامل الكامنة خلفها ، بما يساعدنا فى تحليل وتفسير نتائج الدراسة . حيث تتبنى النظرية رؤية تفاعلية للإعلام وتمنح أولوية قصوى للعلاقة بين الإعلام والواقع الثقافى ، وتؤكد على الرؤية التأملية المتعمقة للظواهر والتلاتركز على التحليل الشكلى والتفسير الوصفى للظواهر

، بل تسعى إلى الكشف عن التناقضات القائمة فى البيئة الإعلامية وظواهرها وأسبابها ، ولاسيما أن العملية التواصلية تتصف بخاصية التعقيد وتستلزم السؤال والاستفهام والتحليل والدراسة والبحث والاستقصاء (Mattelart, Matlart,1998).

٤- تنطلق النظرية من رؤية مؤداها أن تناول قضايا الاقتصاد فى الخطاب الإعلامى ، تحول إلى مجرد أداة للتأثير الأيديولوجى على الجماهير للترويج لقيم الاستهلاك ، وتنميط السلوك الإنسانى والتحكم فيه بما يحقق مصالح القوى المهيمنة أو المسيطرة فى المجتمع ، وينطبق ذلك على واقع الإعلام الاقتصادى المعاصر الذى نلاحظه فتأثير الإعلان على وسائل الإعلام . ( كمال بومنيير ، ٢٠١٠ : ٢٣ ).

رابعا : منهج الدراسة وإجراءاتها :

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامى بشقيه الوصفى والتحليلى فى جمع البيانات والمعلومات اللازمة للدراسة وتحليلها ، وذلك بإجراء مسح لاتجاهات مجلة الأهرام الاقتصادى ، وما تقدمه من مضامين ورؤى عند عرض القضايا الاقتصادية فى مرحلة مابعد ٢٥ يناير ، مستخدمة أسلوب تحليل المضمون كأداة بحثية ، مع التركيز على الأسلوب الكمي والكيفي فى التحليل وذلك لتلافى عدم دقة النتائج .

وبذلك تتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية الاستدلالية حيث تتجاوز الباحثة وصف المحتوى الظاهر للقضايا المطروحة إلى الكشف والاستدلال عن المعانى الكامنة ورائها .

#### ١- أدوات الدراسة :

استخدام أستمارة تحليل المضمون لتحليل موضوعات الصحف عينة الدراسة بهدف رصد أهم القضايا الاقتصادية التى تناولتها خلال الفترة ( من يناير إلى ديسمبر ٢٠١٥ ) ، وقد تعتمد الدراسة بشكل رئيس على أسلوبى التحليل الكمي والكيفي للمضمون الصحفى باعتباره الأكثر ملائمة لطبيعة موضوع الدراسة مع الاستعانة بالمؤشرات الكمية وذلك للتدليل على صحة نتائج التحليل الكيفي.

#### ٢ - مجتمع الدراسة واختيار العينة :

##### مجتمع الدراسة التحليلية :

##### ١ - عينة المصدر:

يتمثل مجتمع الدراسة التحليلية فى تحليل الأخبار التى تدور حول القضايا الاقتصادية فى مجلة الأهرام الاقتصادى ، وذلك خلال عام ٢٠١٥ ، وترجع مبررات اختيارها إلى أنها تعد إحدى نماذج الصحف القومية فى مصر التى تقوم الدولة بإدارتها وتمويلها وتعيين رؤساء تحريرها و هي تعبر عن رأي



الحكومة و سياساتها ، وتمثل مجلة الأهرام الاقصادى المستوى الثانى من مستويات الصحافة الاقتصادية المتخصصة ويظهر هذا النوع فى الصحف المتخصصة الأسبوعية أو الشهرية ، فهى تقدم مادتها للقارئ متوسط الثقافة الذى لا يكتفى بما تنشره الصحف اليومية أو الأسبوعية .

## ٢ - عينة الموضوعات :

وتشير هذه العينة إلى تحليل الأخبار المرتبطة بالقضايا الاقتصادية التى تم تصنيفها وفقا للمعايير التالية :

- نتائج الدراسة الاستطلاعية ، حيث تم تحليل ١٢ عدد كعينة عشوائية من الأهرام الاقتصادية.
- نتائج العديد من الدراسات السابقة والتقارير الاقتصادية المحلية والدولية .
- آراء نخبة من الأكاديميين و خبراء الاقتصاد فى مصر .

## ٣ - العينة الزمنية :

تم الاختيار العمدى المقصود من جانب الباحثة للفترة الزمنية للتحليل وهى من ١ يناير ٢٠١٥ إلى ٣١ ديسمبر ٢٠١٥ والبالغ عددها ٤٨ عدد وقد تم استخدام العينة الدائرية فى بناء أسبوع اصطناعى لاختيار الصحف المراد تحليل مضمونها فى أيام صدورها كالاتى: ( السبت من الأسبوع الأول - الأحد من الأسبوع الثانى - الإثنين من الأسبوع الثالث ..... الخ ) ( رشديطعيمة، ١٩٨٧ : ١٣٩).

## وترجع مبررات اختيار العينة فى هذه الفترة إلى :

١. أنها تعكس التطورات المتلاحقة التى حدثت لقضايا الاقتصاد المصرى خلال خمس سنوات من عمر الثورة ، علاوة على أن هذه المرحلة تعتبر محصلة للتغيرات والتحولات السياسية والاقتصادية والاجتماعية ولاسيما أنها تتزامن مع انعقاد المؤتمر الاقتصادي كحدث اقتصادى يعكس إرادة سياسية تنصدر القضايا الاقتصادية قائمة أولوياتها حيث بدأت تتشكل خلالها ملامح الرؤية الاستراتيجية الاقتصادية للدولة من خلال استراتيجية التنمية المستدامة لمصر عام ٢٠٣٠ ، ومن ثم بروز قضايا اقتصادية جديدة لم تكن فى بؤرة الاهتمام بالتنمية المستدامة والاقتصاد البيئى والاقتصاد الإبداعى .
٢. أن الصحف الاقتصادية خلال السنوات التالية للثورة مباشرة أغفلت أدوارها ووظائفها الأساسية فى دعم الاقتصاد الوطنى ، والبحث عن حلول لتجاوز أزماته أودفع حركة التنمية فى إطار نظام اقتصادى متدنئ ، وتم إقحامها فى صراع سياسى بين القوى السياسية المتواجدة على الساحة وأفردت العدد الأكبر من صفحاتها لتتناول قضايا سياسية بالأساس أو لتعبر عن مطالب فئوية ضيقة تشكل عبئا يتقل كاهل الاقتصاد المصرى الذى شهد تراجعا حادا فى معدلات نموه تحت تأثير الصراعات السياسية الحادة خلال هذه المرحلة.

## خامسا : نتائج الدراسة :

### ١ - نتائج التحليل الكمي للقضايا الاقتصادية فى الأهرام الاقتصادية :

#### من خلال تحليل نتائج الجدول رقم (١) بملحق الدراسة ويتضح أن :

١- احتلت قضية الاستثمار موقع الصدارة على قائمة أولويات القضايا الاقتصادية التى عالجتها مجلة الأهرام الاقتصادية بنسبة ١٦,٥ % وربما يرجع ذلك إلى أنها تعكس توجهات الدولة وسياستها التى تشجع على جذب المستثمرين ورجال الأعمال فى هذه المرحلة الحرجة كأحد الحلول لتراجع معدلات النمو ونقص العملة الصعبة والتصدى لمشكلة البطالة ، وربما تتسق فى هذا مع نتائج دراسة ( سامح الشريف : ٢٠١٣ ) التى أشارت إلى أنه رغم معدل التعرض المستمر لرجال الأعمال واهتمامهم بمتابعة الأخبار الاقتصادية فى الصحف المصرية، إلا أنهم يفضلون الإعلام الغربى حيث أنها أكثر تأثيرا فى تكوين اتجاهاتهم وبلورة أفكارهم وتحديد توجهاتهم الاستثمارية ، بينما جاءت قضية الاستثمار فى المرتبة الثالثة عشر فى رأى خبراء الاقتصاد ، ويرجع ذلك من وجهة نظرهم إلى ارتباط الاستثمار بتوافر مناخ الأمن والأمان فى المقام الأول والذى تراجع إلى حد كبير فى المرحلة اللاحقة لثورة ٢٥ يناير مباشرة .

٢- وجود تباين فى ترتيب القضايا فى مرحلة ما بعد ٢٥ يناير طبقا لدرجة أهميتها بين الأهرام الاقتصادية وآراء الخبراء فى مجال الاقتصاد ، فقضايا الاستثمار والتنمية والإصلاح الاقتصادية والبطالة احتلت المراكز الثلاث الأولى فى الأهرام الاقتصادية ، بينما احتلت هذه المراكز قضايا التضخم والإصلاح الاقتصادي والدعم فى رأى خبراء الاقتصاد .

٣- احتلت قضية التنمية الاقتصادية المركز الثانى قائمة أولويات القضايا الاقتصادية التى عالجتها الأهرام الاقتصادية بنسبة ١٢,٩ % ، وهذا بدوره يعكس دور الصحافة المصرية خلال الفترة الزمنية للتحليل والتى تعتبر نقطة تحول وبداية لانطلاق مرحلة جديدة من مراحل الإصلاح والتنمية الاقتصادية تم بلورتها فى برامج وسياسات تمويلية ، علاوة على ذلك وضع رؤية استراتيجية للتنمية المستدامة لمصر لعام ٢٠٣٠ ، بالإضافة إلى إطلاق عدد من المشروعات القومية الكبرى مثل تنمية محور قناة السويس الجديدة ، والعاصمة الإدارية الجديدة ، ومشروع المليون فدان ... الخ ) ، وتختلف نتائج هذه الدراسة عن نتائج دراسة ( أميمة مجدى : ٢٠١٢ ) التى أشارت إلى افتقار التغطية الصحفية سواء المحلية أو الدولية إلى الاهتمام بقضايا التنمية الاقتصادية حيث لم تقدم أى إجراءات مالية أو نقدية أو اقتصادية كلية لتحقيق أهداف محددة فى هذه المرحلة .

٤- أن اتجاهات الأهرام الاقتصادية كما عكستها عينة الدراسة فى ارتباطها بهذه الرؤية الاستراتيجية وما تنطوى عليه من برامج وسياسات

تنموية ، تهدف إلى تلبية احتياجات المواطنين وتحسين نوعية حياتهم كحق أساسى من حقوقهم فى الحياة والذى يعتبر بدوره أحد مطالبهم خلال مرحلة ما بعد ٢٥ يناير .

٥- تسهم مجلة الأهرام الاقتصادى وضع أجندة للقضايا الاقتصادية التى تطرحها للمواطنين ، وبذلك تتفق مع نتائج دراسة (Brianj:2004) ، وبالتالى تسهم فى بناء تصوراتهم تجاه القضايا الاقتصادية الوطنية ، بالإضافة إلى تكوين تقييماتهم وتوقعاتهم الخاصة بالوضع الاقتصادى وسوق العمل كما أشارت ذلك دراسة (Bachel,2009).

٦- أن هناك العديد من القضايا لم تتطرق إليها الأهرام الاقتصادى الإطلاعى على رأسها العدالة الاجتماعية رغم أنها تعتبر أحد المطالب الملحة لمرحلة ما بعد ٢٥ يناير ، وتبرز هذه القضية بصورة أكثر وضوحا فى تفاقم معدلات الفقر والتى برزت بصورة أكثر وضوحا فى الفترة السابقة على ٢٥ ثورة يناير ، إذ بلغت معدلات الفقر فى مصر حوالى ٤٠% ، وذلك رغم ارتفاع معدلات التنمية خلال هذه الفترة ، كما أشارت إلى ذلك دراسة (ماجدة سليمان : ٢٠١٠) علاوة على ذلك التفاوت الشاسع فى معدلات الأجور والذى برز بوضوح فى معالجة بعض الصحف لمطالبات إصلاح الأجور فى مصر ، كما أشارت إلى ذلك دراسة (كمال محمد : ٢٠٠٩). مما يؤثر سلبا فى الاستقرار الاجتماعى ويؤدى إلى المزيد من التهميش للقوى العاملة الأقل دخلا.

و بالإضافة إلى إغفال قضايا أخرى مهمة منها الدين المحلى وأزمة الدين الخارجى وعجز الميزان التجارى بالأزمة المالية العالمية والخصخصة واتفاقية الكوميسا ، والتى أحتلت درجة من الأهمية لدى الخبراء ، والجدول رقم (٢) يوضح الفرق فى ترتيب القضايا وفقا لدرجة أهميتها بين صحف الدراسة وآراء خبراء الاقتصاد.

٧- جاءت قضية البطالة فى المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٦,٥% حيث تعد أهم أسباب قيام ثورة ٢٥ يناير ، ولاسيما أن العمل يعتبر حق أساسى من حقوق الإنسان ، فقد أشار تقرير الهيئة العامة للاستثمار إلى ارتفاع معدل البطالة فى مصر فى الربع الثالث من عام ٢٠١٣ والذى بلغ ١٣,٤% مقارنة بنسبة ١٢,٥% فى نفس الفترة من عام ٢٠١٢. ( تقرير الهيئة العامة للاستثمار : ٢٠١٣ ، ٧).

٨- كذلك احتلت قضية الإصلاح الاقتصادى المركز الثالث أيضا مع البطالة فى درجة الأهمية بنسبة بلغت ٦,٥% ، وربما يرجع ذلك أن هذه القضية تتطلب خبراء وصحفيين اقتصاديين معالجتها لارتباطها بسياسات الإصلاح السياسوى الاقتصادى، ولذلك يصعب معالجتها علميا إلا من خلال إعلام اقتصادى متخصص مثل مجلة الأهرام الاقتصادى.

٩- جاءت قضية تضخم الأسعار فى المركز الرابع بنسبة بلغت ٥,٨% ، بينما احتلت مركز الصدارة فى رأى خبراء الاقتصاد ، وهذا يتفق مع البيانات الصادرة عن الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء والتى تشير إلى أن التغير الشهري فى معدل التضخم وصل إلى

١.٢% خلال شهر أكتوبر ٢٠١٣ مقارنةً بحوالي ٠.٨% في أكتوبر ٢٠١٢. (منى بدران & آخرون، ١٣:٢٠١٣).

١٠- جاءت قضية الفساد المالي والإداري في المرتبة الخامسة من حيث التناول، إذ بلغت نسبة تناولها في الأهرام الاقتصادية ذات التوجه الحكومي ٥% حيث تطرقت المجلة لأسباب الفساد من روتين وبيروقراطية، وضعف الرقابة وتفشي الرشوة. وتختلف نتائج الدراسة مع آراء خبراء الاقتصاد، ومع نتائج دراسة كل من (أميمة مجدي: ٢٠١٢) التي أشارت إلى تراجع وظائف الصحافة في الكشف عن قضايا الفساد ولعب دور في الرقابة على مؤسسات الدولة، مما يستدعي مراجعة قوانين عمل الصحافة التي تحمي الصحفي من المساءلة حتى يتمكن من الكشف عن قضايا الفساد، وكذلك مع دراسة (عيسى موسى: ٢٠٠٤) في وجود الانخفاض النسبي لتناول قضايا الفساد، وهو أمر لا يعد منطقيًا بالنسبة لمجلة الأهرام الاقتصادية ذات التوجه الحكومي.

كما اتفقت مع دراسة (محمد حبيب: ٢٠١٣) والتي تناولت قضايا الفساد في الفترة من (٢٠١٠ - ٢٠١٢) أي قبل وأثناء الثورة وأثبتت بالرصد والتحليل أن ضعف اهتمام وسائل الإعلام الجديدة بقضايا الفساد الاقتصادي والإداري مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية وهو ما يمكن تفسيره بأن هذه الوسائل تفتقد إلى النظام المؤسسي وليس لها مندوبين صحفيين عكس الصحف التي تعتمد على مندوبيها ومراسليها في قضايا الفساد الاقتصادي سواء من خلال صفحات الاقتصاد الثابتة أو من خلال صفحات الحوادث والمحاكم والتي تتابع من خلالها قضايا الفساد الاقتصادي.

١١- جاءت مع قضية الفساد المالي والإداري في المرتبة الخامسة العديد من القضايا والأحداث الاقتصادية المهمة التي برزت خلال هذه المرحلة لتلبية متطلباتها مثل مشروع قناة السويس الجديدة والمشروعات الصغيرة والمتوسطة، أو ضريبة البورصة، أزمة الدولار، إلا أن العديد من هذه القضايا لم تصل إلى مستوى الأهمية لدى الخبراء وربما يرجع ذلك في رأيهم أن هذه لا تتعدى مستوى الحدث الذي يرتبط بزمان ومكان محدد، وأن معالجتها لا تتعدى مستوى الخبر.

١٢- لم يتم التطرق إلى قضايا الاقتصاد الجديد مثل قضايا الاقتصاد البيئي والاقتصاد الإبداعي كل من نتائج تحليل محتوى الأهرام الاقتصادية أو آراء الخبراء في مجال الاقتصاد، وقد يرجع ذلك إلى قلة الوعي من قبل الصحفيين بهذه القضايا أو متابعة الجديد في المجال.

### جدول (١)

يوضح ترتيب القضايا كما عكستها الأهرام الاقتصادية

م	القضايا	الأهرام الاقتصادي	
		العدد	%
١	الاستثمار	٢٣	١٦,٥

٢	التنمية الاقتصادية	١٨	12,9
٣	الإصلاح الاقتصادى	٩	٦,٥
٤	البطالة	٩	6,5
٥	التضخم	٨	٥,٨
٦	ضريبة البورصة	٨	5,8
٧	مشروع قناة السويس	٨	5,8
٨	المشروعات الصغيرة والمتوسطة	٨	5,8
٩	أزمة الدولار	٧	5
١٠	الفسادالمالىالإدارى	٧	٥
١١	عجز الموازنة	٥	3,6
١٢	المؤتمر الاقتصادى	٥	3,6
١٣	تداعيات سد النهضة	٤	2,9
١٤	أزمة الطاقة	٤	2,9
١٥	الاقتصاد غير الرسمي	٣	2,2
١٦	الاقتصاد الإبداعى	٣	2,2
١٧	الاقتصاد البيئى	٢	1,4
١٨	قانون الخدمة المدنية	٢	1,4
١٩	الشباك الواحد	١	,7
٢٠	تراجع الاحتياطي النقدىالأجنبي	1	,7
٢١	الأزمة المالية العالمية	١	,٧
٢٢	الدعم	١	,٧
٢٣	الصكوك	١	.7
٢٤	الفقر	1	,7
	المجموع	١٣٩	%١٠٠

٢ - الأبعاد الشكلية لمضمون المادة الصحفية :

تهدف الدراسة الحالية إلى تحديد ملامح تغطية الصحافة للقضايا والأحداث الاقتصادية فى عينة الدراسة من مجلة الأهرام الاقتصادى، لأن موقع المادة موضوع التحليل فى بناء الوسيلة الإعلامية تساعد على تحديد الأهمية النسبية لكل قضية من القضايا موضوع التحليل كذلك فى التعرف على الأساليب المتبعة والوسائط المستخدمة ونمط المادة التى يتم عرضها واتجاهها.

١- فئة المساحة :

ويقصد بها الفئة التى تقيس المساحة المتاحة من الصحيفة موضوع التحليل ، وتعكس المساحة مدى أهمية الموضوع ، فالوقائع والأحداث التى تفرد لها مساحة أكبر من المتوقع أن تكون أكثر أهمية من وجهة نظر هيئة تحرير الجريدة أو من وجهة نظر الرأى العام من الوقائع والأحداث التى تفرد لها مساحة أقل.

من تحليل نتائج الجدول رقم (٢) بملحق الدراسة يتضح أن :

١- أن فئات المساحة الأكثر شيوعا فى عرض القضايا الاقتصادية هى الفئة من ٢٠-٣٥ سم بنسب ٤٢,٥% وربما يرجع ذلك إلى أن هذه الصحف الأهرام الاقتصادية تميل إلى استخدام الفنون الصحفية التى تعتمد على المقال أو الخبر أكثر من البحث فيما وراء الخبر يليها الفئة من ٣٥-٥٠ سم بنسبة ٣١,٧ ثم الفئة من ٥٠-٨٠ سم بنسبة ٢,٨% يليها الفئة من ٦٥-٨٠ سم ثم الفئة من ٥٠-٦٥ سم ، وربما يرجع ذلك إلى أن الأهرام الاقتصادية تستخدم أساليب التحليل والتفسير وطرح أفكار وبدائل جديدة فى معالجة هذه القضايا على اعتبار أنها مجلة اقتصادية متخصصة ، وهو ما يتطلب مساحات متنوعة لعرضها ومناقشتها من قبل الخبراء والمتخصصين ، بما يتناسب مع درجة أهميتها.

## ٢- فئة وسائط توصيل المادة الصحفية :

وتنقسم إلى أربعة أنماط هى :

- ١- العناوين.
- ب- البنط
- ج- الإطارات والخلفيات .
- د- استخدام الصور والرسوم.
- هـ- نمط المادة الصحفية .

## أ- العناوين :

من خلال التحليل الإحصائى لنتائج الجدول رقم (٣) بملحق الدراسة يمكن التوصل بعدة مؤشرات لها دلالتها :

١. احتل العنوان الرأسى المرتبة الأولى من بين أنواع العناوين المستخدمة فى إخراج المادة الصحفية التى تم تحليلها فى الأهرام الاقتصادية بنسبة ١٢,٢%، بينما جاءت العناوين الأفقية فى المرتبة الثانية بنسبة ٧,٧% ويرجع ذلك إلى كثرة استخدام الأخبار العمودية بالإضافة إلى نشر الأعمدة الصحفية للكتاب الذين يعبرون عن آراءهم ووجهات نظرهم بشأن الأحداث الاقتصادية.

٢. تشير الإحصاءات إلى استخدام الأهرام الاقتصادية للبنط الكبير الغامقى العناوين بنسبة ٢٠,٤% بصورة أكبر من العناوين الفرعية والتى بلغت نسبتها ١١,٩% مما يضيف أهمية على الموضوع ويجذب إنتباه جمهور القراء ، وربما يرتبط ذلك بالسياسة التحريرية التى تحدد أولويات القضايا ودرجة أهميتها من وجهة نظرها ، والتى تنعكس فى أسلوب الإخراج الصحفى.

٣. احتلت الأهرام الاقتصادية المرتبة الأولى فى استخدام العناوين الملونة بنسبة ٢٢,٢% ، وكذلك العناوين مع الصور بنسبة ١٤,٤% ، بالإضافة إلى العناوين مع البراويز والإطارات بنسبة ٥,٤% ، وهذا بدوره يضيف أهمية على الموضوعات المطروحة ، بالإضافة إلى المزيد من الوضوح والمصداقية ويدعم المحتوى .

## الإطارات والخلفيات:

يتضح من الجدول رقم (٤) فى ملحق الدراسة الآتى:

تنوعت عناصر الإبراز فى الأهرام الاقتصادى باستخدام الإطارات والخلفيات، حيث تعتمد الأهرام الاقتصادى إبراز الموضوع على استخدام الإطارات فى المرتبة الأولى بنسبة ٦١,٩% مع استخدام الخلفية الملونة فى المرتبة الثانية بنسبة ٣٢,٤%، وذلك لإضفاء المزيد من الإنتباه والتركيير لدى القارئ.

## ج- الصور والرسوم:

يتضح من جدول (٦) الموضح بملحق الدراسة الآتى :

١. تركز عينة الدراسة من الأهرام الاقتصادى على استخدام الصور بكافة أشكالها وأنواعها لإضفاء مزيد من الإيضاح والمصادقية على المحتوى ، فيما عدا الصور الإعلانية التى لم تستخدم على الإطلاق من قبل الأهرام الاقتصادى خلال فترة الدراسة ، وقد تصدرت الصور الشخصية المرتبة الأولى فى الأهرام الاقتصادى بنسبة ٤٠% يليها الصور الموضوعية ثم الأرشيفية نظرا لأهميتها فى التعبير عن الموضوع بمصادقية قد تجعلها أكثر تأثيرا على القارئ.

٢. تعتبر المستندات والرسوم البيانية والرسوم الكاريكاتيرية الأقل استخداما فى إبراز القضايا محل الدراسة .

## د- نمط المادة الصحفية :

تكشف القراءة التحليلية لنتائج جدول (٧) الموضح بملحق الدراسة الآتى :

١. جاء الخبر فى مقدمة الفنون الصحفية التى استخدمها الأهرام الاقتصادى حيث تصدر المرتبة الأولى بنسبة ٤٤,٦% ، وقد يرجع ذلك لأهمية الخبر كمعلومة لها مدلولها الاجتماعى وتباينت الأخبار الاقتصادية ما بين أخبار محلية وإقليمية وعالمية .

٢. تباينت الفنون الصحفية التى جاءت فى المرتبة الثانية فى الصحف عينة الدراسة حيث جاء المقال التحليلى فى الأهرام الاقتصادى بنسبة ١٤,٤% ، يليه التحقيق فى المرتبة الثالثة بنسبة ١٠% ، ثم التقرير بنسبة ٩,٤%.

٣. تميزت الأهرام الاقتصادى باستخدام الملف كأحد الفنون الصحفية بنسبة ٦,٥% حيث جاء فى المركز الخامس ، وهذا يتناسب مع طبيعة الموضوعات الاقتصادية التى تتطلب عرض أكثر من رأى مع التحليل والتفسير مع استخدام الإحصاءات والرسوم البيانية .

٤. هناك فنون صحفية لم تستخدم على الإطلاق بالنسبة للقضايا موضوع الدراسة خلال فترة التحليل ومنها المقال العمودى والصور والتعليق .

٥. نستنتج من ذلك عدم التوازن فى استخدام الفنون الصحفية فى معالجة القضايا الاقتصادية بالأهرام الاقصادى، وتم التركيز على الخبر دون الفنون الأخرى التى تعتمد على النقد والتحليل والتفسير والتي قد تكون أكثر إسهاما فى تفعيل دور الصحافة الاقتصادية .

#### ٥- فئة مصدر المادة الصحفية:

#### يتضح من جدول (٨) بمحلق الدراسة :

١. سجلت فئة محرر صحفى المرتبة الأولى كمصدر للمادة الصحفية فى الأهرام الاقصادى بنسبة ٥٠,٣%، حيث أن المجلة تعتمد على محرريها لمتابعة الأحداث الاقتصادية ، يليها فئة كاتب صحفى المرتبة الثانية بنسبة ١٩,٤% ، يليها بفارق كبير مراسل صحفى بنسبة ٩,٢% ، ثم المؤتمرات والندوات بنسبة ٥%.
٢. اعتمدت الأهرام الاقصادى بدرجة أقل فى عرض قضاياها على كل من المسئول الحكومى والتقارير والشخصيات العامة والشخصيات الاعتبارية والمصادر المجهلة .
٣. لم تستعن الأهرام الاقصادى بعدد من المصادر المهمة على الرغم من أهميتها منها الرسام الكاريكاتيرى والمصور الصحفى والخبراء والمتخصصين والمسئولون الرسمية والأترنت والأرقام والإحصاءات والتغطية الحية ، ويعتبر ذلك مؤشر سلبى ، لأن تنوع المصادر يعتبر ضرورة فى عرض القضايا الاقتصادية بما يساعد على التحليل والتفسير والنقد الموضوعى.

#### ٣ - فئة إتجاه المضمون :

#### تكشف نتائج جدول (٩) بمحلق الدراسة :

١. أن الأهرام الاقصادى أكثر التزاما بالحيادية فى التعبير عن آرائها من قبل الكتاب والمحررين الصحفيين بنسبة ٣٠,٩%.
٢. أن الإتجاه المعارض للسياسات الاقتصادية فى الأهرام الاقصادى ذات التوجه الحكومى يصل إلى نسبة ٥٢,٥% أعلى من الإتجاه المؤيد و الذى تبلغ نسبته ١٦,٥%.

#### ٤ - الأبعاد الموضوعية لأنماط القضايا :

#### أنماط الفئات الموجهة إليها القضايا :

#### يتضح من جدول (١٠) بمحلق الدراسة :

١. ان أكثر الفئات الموجهة إليها القضايا الاقتصادية المطرحة فى الأهرام الاقصادى فئة رجال الأعمال بنسبة ٢٤,٥% يليها السلطة القيادية فالمرتبة الثانية بنسبة ٢٣,٧% ، ثم السلطة التنفيذية فى المرتبة الثالثة ، وذلك بهدف طرح أفكار وحلول



وبدائل جديدة للتصدي للمشكلات الاقتصادية التى تعاني منها مصر ولاسيما بعد تفاقم المشكلات الاقتصادية فيما بعد مرحلة ٢٥ يناير.

٢. أغفلت الأهرام الاقتصادى كل من فئة المرأة والشباب تماما وذلك رغم دورهما الفاعل فى عملية التنمية الاقتصادية فى المجتمع .

٣. تراعت السلطة التشريعية كفاءة مستهدفة فى هذه المرحلة المهمة التى تتطلب مراجعة للعديد من التشريعات والقوانين الاقتصادية لتحفيز الاستثمار من أجل دفع حركة التنمية فى المجتمع حيث احتلت المرتبة السادسة فى الأهرام الاقتصادى بنسبة ٥,٨ % .

٤. احتلت السلطة القضائية المرتبة الأخيرة كفاءة مستهدفة فى كل الأهرام الاقتصادى بنسب ٢,٢ % ، رغم أهميتها فى مرحلة ما بعد ٢٥ يناير التى تفاقمت فيها قضايا الفساد المالى والإدارى

٥. احتلت فئة المثقفون المرتبة الخامسة فى الأهرام الاقتصادى بنسبة ١١,٥ % ، بينما جاء المواطن فى المرتبة قبل الأخيرة بنسبة ١٢,٢ % وربما يرجع ذلك إلى أن الأهرام الاقتصادى كصحيفة متخصصة توجه خطابها إلى المثقفين والمتخصصين.

#### ٥ - فئة أساليب الإقناع :

من خلال تحليل نتائج الجدول رقم (١١) الموضح بملحق الدراسة يلاحظ أن :

١. تصدرت الوقائع المرتبة الأولى الأهرام الاقتصادى أكثر الأساليب إقناعا بنسب ، يليها فى المرتبة الثانية الإحصاءات ثم جاءت الأدلة والبراهين فى المرتبة الثالثة ، ولاشك أن استخدام هذه الأساليب العقلانية تتناسب مع طبيعة القضايا الاقتصادية التى تعتمد على الوقائع والحقائق والأرقام والأدلة والبراهين فى عرضها وأسلوب تحليلها وتفسيرها ، بينما لم تستخدم أسلوب التعميم على الإطلاق .

٢. تعتبر المبالغة والتركيز على الاستمالات العاطفية من أقل أساليب الإقناع استخداما ، باعتبار أن هذه الأساليب لا تتناسب مع المعالجة العقلانية والموضوعية للقضايا الاقتصادية .

#### ٦ - فئة المجالات :

تصدرت الوزارات المعنية قائمة المجالات حيث احتلت المرتبة الاولى فى الأهرام الاقتصادى بنسبة ٢٤,٣ % ، يليها البورصة بنسبة ١٣,٣ % ثم قطاع البنوك بنسبة ١٢,٩ % ، يليها بقية القطاعات بنسب ضئيلة للغاية ، بينما لم تطرق إلى قطاع التجزئة على الإطلاق.

#### ٧ - فئة الأساليب المتبعة :

تصدر أسلوب المناقشة المرتبة الأولى فى قائمة الأساليب المستخدمة فالأهرام الاقتصادية بنسبة ٣٤,٥% ، يليها طرح أفكار جديدة فى بنسبة ١٣,٧% ، بينما جاء إملاء الآراء فى المرتبة الأخيرة بنسبة ٥,٨% ، وربما يرجع ذلك إلى أن أسلوب إملاء الآراء أقل ملاءمة لطبيعة القضايا الاقتصادية التى تتطلب استخدام أسلوب التحليل والتفسير والمناقشة .

#### ٨ - فئة موطن المادة :

من خلال تحليل جدول (١٤) يمكن الخروج بمجموعة من النتائج لها دلالتها : تحتل الموضوعات المحلية المرتبة الأولى فالأهرام الاقتصادية بنسبة ٨٢,٧% ، يليها الموضوعات الدولية بنسبة ١٧,٣% ، بينما لم تطرق للموضوعات الإقليمية على الإطلاق.

#### سادسا : نتائج الدراسة العامة :

يمكن بلورة نتائج تحليل محتوى الأهرام الاقتصادية لقضايا الاقتصاد المصرفى مرحلة مابعد ٢٥ يناير فيما يلى :

١- تباين الأهرام الاقتصادية فى أولويات اهتماماتها بقضايا الاقتصاد المصرى ما بين قضايا الاقتصاد المحلى وقضايا الاقتصاد العالمى وقضايا الاقتصاد الجديد أو القضايا الخاصة بالسياسات الاقتصادية علاوة على ذلك قضايا الإصلاح المصرفى.

٢- احتلت قضية الاستثمار موقع الصدارة فى قائمة أولويات القضايا الاقتصادية التى عالجتها الأهرام الاقتصادية ، يليها قضية التنمية الاقتصادية وهذا بدوره يعكس دور الصحافة المصرية خلال الفترة الزمنية للتحليل والتى تعتبر نقطة تحول وبداية لانطلاق مرحلة جديدة من مراحل الإصلاح والتنمية الاقتصادية ثم بلورتها فى برامج وسياسات تموية علاوة على ذلك ، وضع رؤية استراتيجية للتنمية المستدامة لمصر لعام ٢٠٣٠ ، بالإضافة إلى إطلاق عدد من المشروعات القومية الكبرى مثل تنمية محور قناة السويس الجديدة ، والعاصمة الإدارية الجديدة ، ومشروع المليون فدان . الخ .

٣- لم تتخذ المجلة مكانا ثابتا لنشر الأحداث والأخبار الاقتصادية وبالتالي فإن سياسة النشر ليست ثابتة ، نظرا لارتباط مكان النشر بحجم الإعلانات داخلها .

٤- تنوعت عناصر الإبراز فى الأهرام الاقتصادية باستخدام الإطارات والخلفيات أو الألوان ، فقد احتل العنوان الراسل المرتبة الأولى من بين أنواع العناوين المستخدمة فى إخراج المادة الصحفية للقضايا التى تم تحليلها ، بينما جاءت العناوين الراسلية فى المرتبة الثانية ، وربما يعكس ذلك تباين أسلوب الإخراج الصحفى إبراز أهمية القضية ودعم المضمون من خلال استخدام العناوين ذات البنط الكبير أو الألوان أو الصور .

- ٥- عدم التوازن في استخدام الفنون الصحفية في معالجة القضايا الاقتصادية ، حيث تم التركيز على الخبر دون الفنون الأخرى التي تعتمد على النقد والتحليل والتفسير وأحيانا الإملاء.
- ٦- لم تستعن المجلة بعدد من المصادر المهمة على الرغم من أهميتها منها الرسام الكاريكاتيري والمصور الصحفي والخبراء والمتخصصين والمستندات الرسمية والأنترنت والأرقام والإحصاءات والتغطية الحية ويعتبر ذلك مؤشر سلبي ، لأن تنوع المصادر يعتبر ضرورة في عرض القضايا الاقتصادية بما يساعد على التحليل وتفسير والنقد الموضوعي.
- ٧- أن الأهرام الاقتصادي أكثر التزاما بالحيادية في التعبير عن آرائها من قبل الكتاب والمحرفين الصحفيين .
- ٨- تعتبر الأساليب العقلانية من أكثر أساليب الإقناع استخداما في المجلة ، باعتبار أن هذه الأساليب تتناسب مع طبيعة القضايا الاقتصادية التي تعتمد على الوقائع والحقائق والأرقام والأدلة والبراهين في عرضها وأسلوب تحليلها وتفسيرها ، بينما تعتبر المبالغة والتركيز على الاستمالات العاطفية من أقل أساليب الإقناع استخداما ، لأن هذه الأساليب لا تتناسب مع المعالجة العقلانية والموضوعية للقضايا الاقتصادية .

#### سابعاً : تفسير النتائج في ضوء الإطار النظري للدراسة :

- ١- عدم التوازن في استخدام الفنون الصحفية في معالجة القضايا الاقتصادية بالمجلة ، حيث تم التركيز على الخبر دون الفنون الصحفية الأخرى التي تعتمد على النقد والتحليل والتفسير التي قد تكون أكثر إسهاما في تفعيل دور الصحافة الاقتصادية ، في حين أكد هابرماس على أن النقد والتحليل هما الأساس في عملية التواصل ، باعتبار أنه لا يوجد أحد يمتلك الحقيقة المطلقة.
- ٢- تصدر أسلوب المناقشة المرتبة الأولى في قائمة الأساليب المستخدمة في الأهرام الاقتصادي ، بينما جاء أسلوب إملاء الآراء في المرتبة الأخيرة ، وربما يرجع ذلك إلى أن أسلوب إملاء الآراء أقل ملاءمة لطبيعة القضايا الاقتصادية التي تتطلب استخدام أسلوب التحليل والتفسير والمناقشة ، وهذا يتفق مع هابرماس في أن الحوار والنقاش العقلاني يؤدي إلى تأسيس حقائق متفق حولها بعدما عجز الوعي الأدوات على امتلاك حقيقة واحدة مطلقة .
- ٣- إن أكثر الفئات الموجهة إليها القضايا الاقتصادية المطروحة في المجلة هي فئة رجال الأعمال ، بينما أغفلت فئات مهمة مثل السلطة التشريعية والمرأة والشباب ويمكن تفسير ذلك في ضوء نظرية هابرماس التي تؤكد على دور الإعلام كأداة مهمة من أدوات استلاب الوعي وكوسيلة فعالة ومباشرة من وسائل هيمنة القوى الضاغطة في المجتمع التي تستخدمها لخلق رأى عام يساند توجهاتها ومشروعها العام في السيطرة على وعى الأفراد بما يحقق أغراضها ويخدم صالحها ، وهذا ما تجلى بوضوح في عهد مبارك والذي تمثل في تزواج السلطة بالمال ، من خلال دخول رجال الأعمال المجالس النيابية ( مجلس الشعب والشورى ) ، كما تزايد

مشاركة رجال الأعمال في تشكيل الحكومة في محاولة لتحقيق مزيد من الهيمنة أو السيطرة من خلال الاقتصاد والإعلام لتحقيق مصالحها والذي يعد أحد أهم أسباب قيام ثورة ٢٥ يناير.

- ٤- أغفلت المجلة قضية في غاية الأهمية ألا وهي العدالة الاجتماعية ، رغم إجماع الخبراء في مجال الاقتصاد على أهميتها باعتبارها كانت السبب الرئيس في قيام ثورة ٢٥ يناير ، وهذا يتطلب تفعيل دور الإعلام في تعميق الحوار حول القضايا الاقتصادية وفي تحديد أولوياتها ، طبقا لطبيعة المرحلة التي يمر بها المجتمع من خلال الديمقراطية الحوارية التي أكد عليها هابرماس من خلال الحوار التواصلي.
- ٥- أن الأهرام الاقتصادي أكثر التزاما بالحيادية في التعبير عن آرائها من قبل المحررين الصحفيين، وهذا بدوره يعكس مضمون المقال الصحفي ومدى ما يتصف به من عقلانية ونزاهة ونقد والتي تعد من أهم أخلاقيات الخطاب الصحفي على حد تعبير هابرماس.

٦- أن خريطة القضايا الاقتصادية المطروحة في الأهرام الاقتصاديان تطورت في مرحلة ما بعد ٢٥ يناير لتعبر عن المشكلات الاقتصادية الحقيقية للمواطن المصري إلا أنه يتم طرحها عبر آليات لا تحقق التواصل الكافي مع شرائح المجتمع المختلفة من خلال الحوار التواصلي بما يدعم الوظيفة النقدية للصحافة الاقتصادية كامتداد لفضاء عمومي يعكس درجة من الحرية بما يسهم في تشكيل وعي الجمهور كما أشار إلى ذلك هابرماس، وبالتالي أصبحت تغطية وسائل الإعلام مصدرا أساسيا لإدراك ووعي الجمهور بتلك القضايا وما يرتبط بها من أحكام وتشريعات وقوانين.

٧- تأثر اتجاه الأهرام الاقتصادي إلى حد كبير بالتوجه الأيديولوجي للدولة ، فقد كشفت نتائج دراسة ( إبراهيم محمد : ١٩٩٠ ) عن التغيير في اتجاه مجلة الأهرام الاقتصادي من الناحية السياسية في فترة الستينات إلى فترة السبعينات إذ دافعت المجلة عن النظام السياسي الاشتراكي في الستينات ثم دافعت عن نظام تعدد الأحزاب في السبعينات. وهذا بدوره يدعم فكرة الطابع الأيديولوجي للتأثير الإعلامي الذي يؤثر بدوره في حيادية الإعلام وموضوعيته بكافة صورته وأشكاله ، إذ أكدت دراسة (Lappalainen, 1998) أن مضمون الأفكار السياسية في الصحافة اليومية يمكن تفسيرها من خلال التحليل والتفسير لاستقرار العلاقات بين القوى الاقتصادية في المجتمع ، وهذا يتفق مع فرضية هابرماس في أن الإعلام يعتبر آلية من آليات التأثير فالرأي العام لدى القوى المسيطرة ( المهيمنة ) فالمجتمع ، إلا أنه رغم إجماع القوى السياسية بعد ثورة ٢٥ يناير على أن يكون لمصر توجه اقتصادي يحقق أهدافها والمتمثلة في شعارها ( عدالة - حرية - كرامة إنسانية ) ولكن تبقى القضية في تعدد تيارات هذه القوى وانقسامها في هذه المرحلة بين ثلاث تيارات أساسية ( يساري - ليبرالي - إسلامي ) ، علاوة على ذلك وجود تباينات في الرؤى حول أولويات التطبيق وآلياته داخل كل تيار انعكس في المعالجة الصحفية للقضايا الاقتصادية ولذلك فالحوار التواصلي القائم على الرموز أو اللغة التي تستند إلى معايير مقننة حسب هابرماس تؤدي إلى الوصول إلى حقائق متوافق عليها ، ولا سيما أن الحوار في سياقه الاجتماعي أداة للحد من الصراعات التي تصيب المجتمع في لحظة تاريخية معينة كما عكستها مرحلة ما بعد ٢٥ يناير ، يعتبر ضرورة لتحقيق الاندماج

الاجتماعى لأعضائه من دون عنف أو تطرف قصد الوصول إلى حقائق متوافق بشأنها بحيث يقوم الحوار فيها بدورا مركزيا تجنبيا للصراعات الاجتماعية التي تهدد المجتمع .

## المراجع

أولاً : الكتب :

- ١- جيمسجوردن فينليسون (٢٠١٥) : يورجنها برماس "مقدمة قصيرة جدا" (القاهرة : مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة).
- ٢- بهاء الدين حمدي (٢٠١٣) : استراتيجيات الإعلام المالي والمصرفي ( عمان ، الأردن : دار الراية للنشر والتوزيع).
- ٣- منى فريد بدران وآخرون (٢٠١٣) : لمحة عن الاقتصاد المصري (جمهورية مصر العربية : الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة).
- ٤- ناظم خالد الشمري (٢٠١٢) : الإعلام الاقتصادي (عمان : دار أسامة للنشر والتوزيع).
- ٥- عصام الدين على حسن هلال & محمد حسن على الجندي (٢٠١٠) : القيم الاقتصادية في الصحافة (القاهرة : دار الفكر الجامعي).
- ٦- كمال بو منير (٢٠١٠) : النظرية النقدية لمدرسة فرانكفورت ، الدار العربية للعلوم ناشرون ، دار الأمان ، الرباط - الجزائر .
- ٧- آلن هاو (٢٠١٠) : النظرية النقدية "مدرسة فرانكفورت" (القاهرة : " المركز القومي للترجمة )
- ٨- محمد عبد الحميد (٢٠٠٤) : نظريات الإعلام وإتجاهات التأثير (القاهرة : عالم الكتب).
- ٩- زولتان تار (٢٠٠٤) : النظرية الاجتماعية ونقد المجتمع، الآراء الفلسفية والاجتماعية للمدرسة النقدية ، ترجمة على ليلية، المكتبة المصرية للطباعة والنشر والتوزيع .
- ١٠- عواطف عبد الرحمن (٢٠٠٢) : النظرية النقدية في بحوث الاتصال ( القاهرة : دار الفكر العربي) .

**ثانيا : الرسائل العلمية :**

- ١- نواف سلطان العتيبي (٢٠١٥) : علاقة الأخبار الصحفية بتقلبات سوق المال السعيرية (دراسة تحليلية ميدانية) - رسالة ماجستير غير منشورة - (كلية الإعلام : جامعة القاهرة).
- ٢- سامح محمد يوسف الشريف (٢٠١٣) : تأثير استخدام رجال الأعمال للصحف والمواقع الاقتصادية الإلكترونية على اتجاهاتهم المجتمعية - رسالة ماجستير - (كلية الإعلام : قسم الصحافة ، جامعة القاهرة ،).
- ٣- أمل السيد دراز (٢٠١٣) : تأثير استخدام رجال الأعمال للصحف والمواقع الاقتصادية الإلكترونية على اتجاهاتهم المجتمعية - رسالة ماجستير غير منشورة - (كلية الإعلام : جامعة القاهرة).
- ٤- محمد رضا محمد حبيب (٢٠١٣) : وسائل الإعلام التقليدية والجديدة لقضايا الفساد فى مصر (دراسة للمضمون والقائم بالاتصال والجمهور) - رسالة دكتوراة غير منشورة - (كلية الإعلام : جامعة القاهرة).
- ٥- أميمة مجدى محمد زكى (٢٠١٢) : أطر معالجة قضايا الاقتصاد المصرى الصحافة الاقتصادية - رسالة ماجستير - (كلية الإعلام : قسم صحافة ، جامعة القاهرة).
- ٦- أودينة سليم (٢٠٠٩) : "فلسفة النداء وليأتا الصورية وأخلاقيات النقاش عند ديورغنهايم ماس- رسالة ماجستير - (جامعة منتوري : كلية العلوم الانسانية والعلوم الاجتماعية ، قسم الفلسفة ، الجزائر) .
- ٧- محمد عادل محمد عبد المجيد العجمى (٢٠٠٨) : صورة رجل الأعمال فى الصحف المصرية (دراسة تحليلية خلال الفترة من ١٩٩١ إلى ٢٠٠٦) - رسالة ماجستير غير منشورة - (كلية البنات : جامعة شمس).
- ٨- إبراهيم محمد عبد اللطيف (١٩٩٨) : "معالجة الصحافة الحزبية لقضايا الإصلاح الاقتصادى فى مصر " دراسة ميدانية تحليلية مقارنة فى الفترة من ١٩٨٧ - ١٩٩٤ " - رسالة دكتوراه غير منشورة - (القاهرة : قسم الصحافة كلية الإعلام جامعة القاهرة).

**ثالثا : الدوريات العربية :**

- ١- ماجدة عبد المرزى محمد سليمان (٢٠١٠) : "قضايا الفقر والفقراء فى خطاب الصحافة المصرية" دراسة تحليلية مقارنة لصحف " أخبار اليوم - المصرى اليوم - الأهالى " - المؤتمر العلمى السادس عشر - "الإعلام وقضايا الفقر والمهمشين: الواقع والتحديات" ٩ يوليو .
- ٢- سماح ماضى متولى محمد (٢٠٠٩) : العلاقة بين التعرض لمعالجة الصحف المصرية للأزمة المالية العالمية ومستوى معرفة الجمهور بهذه الازمة واتجاهاتهم نحوها- المؤتمر العلمى الدولى الخامس عشر (المجلد الاول) - الإعلام وقضايا الإصلاح فى المجتمعات العربية : الواقع والتحديات ، فى الفترة من ٧ - ٩ يوليو.
- ٣- كمال قابيل محمد (٢٠٠٩) : التفقيت وتحيز الانتقاء فى الانساق الاخبارية لمطالبات اصلاح الاجور فى مصر دراسة مقارنة بين صحيفتى الاهرام والمصرى اليوم -

المؤتمر العلمالدولى الخامس عشر (المجلد الاول) ، الإعلام وقضايا الإصلاح في المجتمعات العربية : الواقع والتحديات ، في الفترة من ٧ - ٩ يوليو.  
٤- أمل السيد أحمد متولي دراز (٢٠٠٢) : الخطاب التتموي في الصحافة الاقتصادية الخاصة إزاء قضايا المجتمع - المجلة المصرية لبحوث الرأى العام - جامعة القاهرة ، المجلد الثالث - العدد الأول (يناير / مارس) .



**Periodicals :**

- 1- Schifferes Steve & Coulter , Stephen (2012) : **Downloading disaster: BBC news online coverage of the global financial crisis** , pp : 228 – 252 . (Online 2015 – 05 –4) :in [http :  
http://jou.sagepub.com](http://jou.sagepub.com).
- 2- Yang, Thianhao (2011) : **Chinese News coverage in the Global Economic Crisis**, Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, TBA, Boston, MA, May 25.(Online 2015 – 05 –4) :in [http // allacademic .com](http://allacademic.com)
- 3- Bachel , Marko(2009) ; **Economic News Coverage and Economic Perceptions** : Media Effects on Perceptions of the state of the Economy in Germany .Evidence from a Time Series Analysis 1998 – 2007 , Paper Presented at the annual meeting of the International Communication Association , Marriott , Chicago ,IL, May 21, 2009 . (access on :2016 – 3 – 15) in : [http // allacademic.com](http://allacademic.com)
- 4- Brian j.Forgarty(2004) ; **Determining Economic Coverage** , University of North Caroline Chapel Hill .
- 5- Mattelart , Armad&Mettlart , Michele (1998): **The Theories of communication** – Translated by susanTaponier and James Coben . London – saga publication , pp 62- 72.
- 6- Christopher J . coyne& Peter T . Lesson (2004) ; **Read All It ! Understanding the Role of Media in Economic Development** , KYKLOS , Vol .57 , No . 1, pp : 21 – 44.
- 7- Lappalainen , Tomas (1988) : **Cultural Functionalism: The Function of the Press in Economic Power Relations European**, Journal of Communication, December 1988; vol. 3, 4: pp. 375-396