

المضامين الاقتصادية فى الصحافة المصرية (دراسة أسلوبية)

أ. صفاء عبد الفتاح*
إشراف: أ. د نرمين الأزرق**

المقدمة:

يمثل الاقتصاد عصب الحياة المعاصرة ؛ فهو فرع متداخل مع كل أفرع الحياة الأخرى، حيث لم يعد هناك نشاط إنسانى لا يدار اقتصاديا، فالرياضة والفن والثقافة تعد أمثلة لنشاطات إنسانية ظلت لفترة طويلة بعيدة عن عجلة الاقتصاد ؛ ولكنها الآن تحولت إلى صناعات اقتصادية، ودخلتها مفاهيم كالاستثمارات، والعائد، والمكسب والخسارة، والاستدامة والملاءة المالية، وغيرها من المصطلحات الاقتصادية المعقدة.

وبالرغم من هذا التطور المتزايد والمتسارع لوتيرة توغل الاقتصاد فى حياة المواطن اليومية ؛ فإن ذلك لم يواز اهتمام متزايد من قبل الصحافة المصرية وخاصة العامة منها بالمضامين الاقتصادية، حيث بقيت هذه المضامين بعيدة عن الاحتكاك المباشر بحياة المواطن، بل استمرت مصطلحات متخصصة فوقية نخبوية لا يدرك القارئ العادى غير المتخصص مغزاها أو أهميتها.

وقد أثبتت العديد من الدراسات ابتعاد القارئ المصرى عن الصفحات الاقتصادية أو الأخبار الاقتصادية بشكل عام، حيث جاءت هذه الأخبار أقل أخبار الصحف اقبالا من القارئ العادى غير المتخصص (1) وهو ما يؤكد أن الصحافة المصرية لم تطور نظرتها أو تعاملها مع المضامين الاقتصادية بالمعدل نفسه الذى تطورت به هذه المضامين فى حياة المواطن اليومية.

وهكذا فإن تطوير الإعلام الاقتصادى وخاصة الجماهيرى منه - والذى تقدمه الصحف العامة للجمهور غير المتخصص - أصبح ضرورة فى ظل التطورات الاقتصادية الحالية، وتطبيق برنامج للإصلاح الاقتصادى يعد قاسيا فى الكثير من جوانبه على المواطن، هذا وتقدم كافة الصحف العامة مضامين اقتصادية متنوعة للقارئ غير المتخصص على صفحاتها، ويعد الإقبال الضعيف على تلك المضامين هو القاسم المشترك بين كافة الصحف المصرية، لذلك فإن تحسين أسلوب كتابة تلك المضامين قد يزيد من الإقبال على قراءتها، وخاصة فى ظل واقع اقتصادى شديد التأزم وضغط على المواطن المصرى، وهو ما يوسع من أهمية تكوين قاعدة معرفية اقتصادية لدى الجمهور غير المتخصص، وهى القاعدة التى تجعل هذا الجمهور مستعدا بشكل أكبر لتقبل إجراءات الإصلاح الاقتصادى التى تزيد من وتيرة الضغوط الاقتصادية وأعبائها على كاهله.

الدراسات السابقة: تنتمى هذه الدراسة إلى نمط الدراسات البينية التى تجمع بين أكثر من تخصص علمى (الإعلام واللغة)، إلى جانب تطرقها إلى نمط متخصص من الصحافة وهى الصحافة الاقتصادية، ومن هنا كان لزاما على الباحث وهو يفحص التراث العلمى للدراسة أن يتعامل مع هذه الحقول العلمية ليستفيد من نتائج دراساتها فى صوغ خطته العلمية وبنائها ؛ لذلك تم تقسيم التراث العلمى للدراسة إلى محاور فرعية تتناول فروع الدراسة المختلفة كالتالى:

* باحثة دكتوراة بقسم الصحافة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

** الأستاذ بقسم الصحافة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

1 – الدراسات التي تناولت الخطاب الصحفي الاقتصادي: وقد تنوعت هذه الدراسات في اتجاهات شتى، تصب أغلبها في ضعف إقبال القراء على المضمون الاقتصادي وكيفية تطويره لجذب المزيد من القراء إليه، ولنبداً مع دراسة (أمل السيد دراز – 2001) (2) التي لم تدرس الخطاب الاقتصادي تحديداً، وإنما درست قارئية الصحف المصرية المتخصصة وكان من بينها الصحافة الاقتصادية، وتوصلت الدراسة إلى تعدد العوامل المؤثرة في قارئية الصحف المتخصصة، منها عوامل تتعلق بطبيعة مضمون تلك الصحف، وعوامل أخرى تتعلق بالقائمين بالإتصال والجمهور، وأن الصحف ذات المضمون الجاد كالمضمون الاقتصادي تهتم بفن المقال الصحفي، وتحققى بأداء الوظائف التثقيفية.

أما قضايا الاقتصاد في الصحافة المصرية، فقد ظهرت في دراسة (أميمة مجدى محمد ذكى – 2012) (1) و(هديل محمد عفيفي – 2017) (2) حاولت الدراسة الأولى التعرف على قضايا الاقتصاد المصرى بالتطبيق على برنامج الإصلاح الاقتصادى كما يطرحه الخطاب الصحفى الدولى، وإلى أى مدى تتبنى الصحف المصرية قضايا تتسق مع ما يطرحه الآخر من قضايا اقتصادية، وهى بذلك حاولت رصد وتحليل وتفسير أطر معالجة الصحافة الاقتصادية الدولية والمصرية لقضايا الاقتصاد المصرى بالتطبيق على قضية الإصلاح الاقتصادى فى الفترة من يوليو 2004 إلى يوليو 2007.

وقد توصلت الدراسة إلى أن اختلاف ملكية الصحف كان العامل الرئيسى فى تحديد نوع الأطروحات والأطر المستخدمة فى التغطية الإعلامية لقضايا الإصلاح الاقتصادى، وأنه بالرغم من الاختلاف الأيديولوجى بين صحف الدراسة فقد ظهر قدر من الاتفاق فى ترتيب أولويات القضايا الاقتصادية بينها، وأقرت الدراسة أيضاً أن الصحف الخاصة لا تمثل صحافة مستقلة، بل تتشابه مع الصحف القومية وهو ما يشير إلى سيطرة رجال الأعمال المقربين من السلطة على الحياة الاقتصادية، كما أن الصحفيين يعمدون إلى تنميط الأخبار الاقتصادية فى إطار الصراع والمكاسب الاقتصادية، وخاصة فى أوقات إقرار سياسات جديدة.

أما دراسة (هديل محمد عفيفي – 2017) فقد حاولت رصد أبرز القضايا الاقتصادية فى الصحف المصرية، وما تعكسه من تغيرات وتحولات بعد ثورة يناير، ومدى تأثيرها على مجريات الاقتصاد المصرى، وتهدف الدراسة إلى التعرف على معالجة الصحافة المصرية للقضايا الاقتصادية بعد ثورة يناير، وتوصلت إلى تصدر قضية التنمية الاقتصادية أولوية القضايا الاقتصادية التى ناقشتها الصحف خلال تلك الفترة، كما أن صحف الدراسة أسهمت فى وضع أجندة القضايا الاقتصادية بالنسبة للمواطنين، إلى جانب عدم التوازن فى استخدام الفنون الصحفية، حيث تم التركيز على الخبر دون غيره، وأن أغلب القضايا الاقتصادية فى الصحافة موجهة فى الأساس إلى فئة رجال الأعمال.

وكان (سامح محمد يوسف الشريف – 2013) (3) قد ركز فى دراسته على استخدام رجال الأعمال للصحافة الاقتصادية باعتبارهم أكثر فئات المجتمع استهدافاً من هذا النوع من الصحافة؛ وذلك عن طريق رصد وتحليل وتفسير أنماط استخدام رجال الأعمال للصحف والمواقع الاقتصادية وتفضيلاتهم من هذه المضامين، وكذلك استراتيجيات إلتماسهم للمعلومات منها، وعلاقة هذا الاستخدام بمكوناتهم المعرفية والوجدانية والسلوكية.

ووصلت نتائجه إلى تفوق الصحف الاقتصادية على المواقع الإلكترونية الاقتصادية من حيث معدل تعرض رجال الأعمال لها، ورغم تفضيل المبحوثين للمواقع الاقتصادية فى الأزمات،

فإنهم اختاروا الصحف الاقتصادية كأكثر الوسائل الإعلامية الاقتصادية التي فضلوا التعرض لها لمتابعة الأزمة الاقتصادية المصاحبة لثورة يناير، كما فضل المبحوثون الصحف والمواقع الاقتصادية الأجنبية أكثر من المصرية، واهتموا بمتابعة القضايا التي ترتبط بمصالحهم الاقتصادية.

أما قضية التنمية الاقتصادية والتي أثبتت الدراسات أنها تأتي على رأس أولويات الصحافة الاقتصادية، فقد ركزت عليها دراسة (مروة محمد حلمي – 2017) (4) وهدفت إلى رصد وتحليل الخطاب التنموي في الصفحات الاقتصادية بالصحف اليومية المصرية نحو قضايا المجتمع الريفي المصري، والوقوف على أطروحاته، ورصد الصفات والأدوار المنسوبة إلى القوى الفاعلة، والحجج التي يستند إليها منتج الخطاب، والوقوف على أوجه الاتفاق والاختلاف بين خطاب الصحف المختلفة.

وبالنسبة لقضايا الفساد فقد ظهرت دراستان لمناقشة هذه القضية، هما دراسة (دعاء المتولي السيد – 2016) (1) ودراسة (نها أحمد عبد الكريم – 2017) (2)، وحاولت الدراسة الأولى تقديم توصيف علمي للعوامل التي تسهم في إنتاج الأطر الخيرية لتغطية قضايا الفساد، ومنها العامل المتعلق باتجاهات الصحفيين السياسية ورصد وتحليل الأطر الخيرية التي توظفها المعالجات الصحفية عند تناولها الأحداث المرتبطة بقضايا فساد، وتوصلت الدراسة إلى أن الصحف وظفت الإطار المعلوماتي أو الحقائق، يليه إطار متابعة التطورات، كما استخدمت أسلوب الإبراز والتركيز، يليه أسلوب الكلمات المفتاحية كأكثر أساليب التأطير استخداماً.

أما دراسة (نها أحمد عبد الكريم – 2017) فقد قامت بتوصيف وتحليل أبعاد التغطية الصحفية الاستقصائية لقضايا الفساد في الصحف المصرية قبل ثورة يناير وبعدها، وبيان دلالة الفروق بينهما ومدى ارتباط ذلك بنمط الملكية والسياسة التحريرية.

وعن دور وسائل الإعلام الاقتصادية العربية تحدد هدف دراسة (سمر يسرى جابر - 2016) (3) في رصد وقياس دور الفضائيات العربية المتخصصة في الشؤون الاقتصادية في توجيه اهتمام الجمهور المصري نحو القضايا الاقتصادية المهمة، وتوصلت الدراسة إلى اهتمام أغلب الجمهور بمتابعة البرامج الاقتصادية بالقنوات الفضائية العربية؛ وذلك لرغبتهم في متابعة الأحداث والقضايا الجارية على الساحة، والأغلب في الفترة المسائية، ويشارك نصفهم برأيه في هذه البرامج.

وهناك دراسات تعاملت مع الصحافة الاقتصادية ليس على المستوى المحلي فقط، ولكن في إطار أوسع شمل العالم العربي، مثل دراسات (سامية عبد المجيد محمد – 2005) (4) و(نواف سلطان العتيبي – 2015) (5) و(فرهاد أحمد فارس – 2017) (6) وقد هدفت الدراسة الأولى إلى التعرف على طبيعة أو بنية الخطاب الاقتصادي في الصحافة اليمنية، وتوجهاته إزاء السياسات الاقتصادية التي تبنتها الدولة من خلال برنامج الإصلاح الاقتصادي، وتوصلت الدراسة إلى أن العلاقة التفاعلية بين الصحافة والجمهور في اليمن سلبية وتأثيرها على الجمهور ضعيف، وعجزت الصحافة اليمنية عن تشكيل رأى عام باتجاه تأييد أو معارضة السياسة الاقتصادية للحكومة والمتمثلة بانتهاج سياسة اقتصاد السوق.

أما دراسة (نواف سلطان العتيبي – 2015) فقد حاولت رصد وتحليل علاقة الأخبار الصحفية الاقتصادية التي تنشرها الصحف الكويتية بتقلبات سوق رأس المال، وصولاً إلى الوقوف على طبيعة الدور الحقيقي الذي تلعبه المادة الخبرية الاقتصادية في التأثير على مجريات الاقتصاد

في دولة الكويت، وتوصلت إلى اهتمام صحف الدراسة بالصياغة الخبرية في الشئون الاقتصادية، وتعدد مظاهر التركيز على أخبار الإثارة والأخبار القصيرة لأن طبيعة الأحداث الاقتصادية سريعة ومتواترة مما يؤدي إلى تقلص حجم القصص الخبرية.

ودراسة (فرهاد أحمد فارس – 2017) ركزت على تناول الصحف الإلكترونية الكردية للنشاط الاقتصادي بإقليم كردستان العراق، وسعت إلى رصد وتحليل وتفسير كيفية تناول الصحف الإلكترونية الكردية للنشاط الاقتصادي بإقليم كردستان العراق.

وكانت دراسة (شيماء محمد محمد حسنين – 2019) (1) ركزت على دور الإعلام الاقتصادي الذي تمثل في توجيه الأفراد وتشجيعهم على القيام بدور فعال في تنمية المجتمع وتقبل الآثار السلبية والضغوط، وتزيد الأزمات الاقتصادية من التزامات وسائل الإعلام بضرورة طرح القضايا الاقتصادية، وتوضيح الآثار المترتبة عليها والتي تؤثر على المواطنين، كما أن المشاركة الإيجابية لوسائل الإعلام تسهم في الترويج لخطط التنمية الاقتصادية وتحقيق التواصل الفعال بين الحكومة والمواطن ونقل الصورة الصحيحة حول الأداء العام للحكومة.

2 – الدراسات التي تناولت النص الصحفي باعتباره بنية لغوية: منها دراسات تعاملت مع

فرع واحد من اللغة وركزت عليه في لغة الصحافة، وهي دراسات (ياسر عرف محمد – 2005) (2) و(هالة محمد كامل – 2012) (3) و(عبد الرحيم فاوى – 2013) (4) حيث ركزت على توظيف الأفعال في اللغة، واختارت الدراسة الأولى الصحافة تحديداً، وتوصلت إلى أن اللغة في كل جنس إعلامي تتميز بخصائص الوسيلة، والكيفية التي يتم بها التحرير اللغوي في كل جنس على حدة تؤثر وتتأثر بمضمون تلك الوسائل، وأضافت أن الصحافة تميل إلى استعمال الأفعال المرنة التي يمكن أن تطوع في أكثر من ترتيب ولا تتقيد بنمط تركيبى ثابت، كما أن الصحافة غيرت من استخدام بعض الأفعال واستعملتها في تركيب لم تكن لها من قبل، والصيغ المجردة هي الأكثر شيوعاً في لغة الصحافة؛ ويعود ذلك إلى ميل الصحافة إلى استعمال البنى الصغيرة إيثارة للاختصار، ويقل استخدام الفعل المبني للمجهول في لغة الصحافة، كما تميل هذه اللغة إلى استخدام الجمل القصيرة والمضغوطة، لذلك تكثر من استخدام فئة الفعل المتعدى لمفعول واحد، بينما يوجد انخفاض في استخدام الأفعال المتعدية لمفعولين، كما هجرت الصحافة المعاصرة بعض الأفعال التي كانت تستخدمها من قبل

أما دراسة (هالة محمد كامل – 2012) فقد هدفت إلى رصد ظواهر الاستعمال اللغوي للأفعال من لغة الصحافة، ووصف الأفعال والكشف عن دلالتها في الاستعمال الصحفي المعاصر، وتوصلت إلى أن لغة الصحافة استعملت بعض الأفعال أو المشتقات الدخيلة أو المعربة في مجالات السياسة والفنون والعلوم وغيرها، كما أنها اشتقت عدة أفعال من جذور عربية موجودة بالفعل ولكنها حديثة في الشكل والدلالة، ولجأت إلى القياس واتبعت منهجه لتوليد كلمات جديدة، فقااست ما لم يسمع على ما سمع من كلام العرب، كما اشتقت الصحافة أفعال على وزن (تمفعول) مثل (تمحور – تمركز) وهو اشتقاق غير قياسى وصيغة حديثة الشكل والدلالة في لغة الصحافة، كما تحولت الأفعال اللازمة في هذه اللغة إلى متعدية بنفسها، فتعدى عملها إلى

المفعول به، نقلت إلى لغة الصحافة بعض حروف الجر التي لم تصاحب أفعالها في الفصحى، ولكنها صاحبته في العامية فأعطتها نفس الحكم في التعدية واللزوم.

كما استعملت لغة الصحافة بعض الأفعال في اللغة الفصحى بمنطق المجاز فحدث تطور في المعنى، واشترك لفظي بين لغة الصحافة واللغة الفصحى، وتوسعت دلالتها لاستعمالها في مواقف مختلفة، ويعد توسيع دلالة الأفعال في لغة الصحافة أكثر شيوعاً من تخصيصها أو تضيقها، وأضافت الدراسة أن اللغات الأجنبية أثرت بشكل واضح في استعمال بعض الأفعال والأساليب الفعلية في لغة الصحافة؛ والسبب في ذلك يرجع إلى تعريب الأساليب وليست الكلمات فقط، كما قامت لغة الصحافة بإضافة بعض المدلولات المعاصرة إلى أفعال موجودة من قبل فتوسعت دلالاتها واختلفت عن الفصحى.

و**دراسة (عبد الرحيم فاوى – 2013)** تناولت موضوع التغيير الدلالي للأفعال، حيث تعرضت مجموعة منها للتغيير الدلالي نتيجة لتطور الأدوات المستخدمة في هذا العصر، وتوصلت إلى حدوث تغيير في دلالة كثير من الأفعال؛ حيث اكتسبت دلالات جديدة لم تكن لها في الفصحى القديمة، وتعد الدراسة ظواهر التغيير الدلالي من مظاهر التراء والنمو في اللغة وليست من ضروب الفساد، وقد أسهمت الصحافة في إثراء هذا التغيير الدلالي وأسهم السياق في تحديد دلالة الأفعال، فالسياق يمكن أن ينقل كلمة من مجال دلالي إلى آخر، إضافة إلى أن المجاز يلعب دوراً في إحداث التغييرات الدلالية للأفعال، وقد استخدمته الصحافة في تنمية الثروة اللغوية في الكتابة، كما استفادت من الترادف والذي أدى إلى نمو اللغة وتنوع ألفاظها وذلك في كتابة المقال الصحفى تحديداً.

وجاء عدد من الدراسات اللغوية الأخرى التي ركزت على عناصر مختلفة من لغة الصحافة ومنها دراسات **(أحمد على عبد المنعم – 2005)** (1) و**(فتح الله على مرسى – 2005)** (2) و**(خالد محمد صابر – 2006)** (3) وكذلك دراسة **(حسام رئيس محمد على – 2013)** (4) حيث ركزت الأولى على توظيف الاستعارات داخل لغة الصحافة، فهدفت الدراسة إلى الوقوف على الأصول المعرفية التي وجهت الفكر البلاغى العربى في درس الاستعارة لطرح نسق منضبط للبنى الاستعارية ووظيفتها في اللغة العربية، وتوصلت الدراسة إلى أن التعابير اللغوية التي نستخدمها في حياتنا اليومية ليست تعابير عشوائية انعزالية، بل إنها تعابير ذات طبيعة استعارية، ولا تتحجر الاستعارات الحياتية في شكل واحد وتقوم ببناء المفاهيم بناء جزئي، كما يمارس الناس أنشطتهم المختلفة وحياتهم من خلال مجموعة من الاستعارات.

و**دراسة (فتح الله على مرسى – 2005)** درست أدوات الربط في لغة الصحافة، والتي تعد جسوراً داخل النص، مما جعلها سمة مميزة من سمات لغة الصحافة، وتوصلت الدراسة إلى أن استخدام أدوات الربط لا يتعارض مع الإيجاز، وأن استخدام حروف الجر يعد سمة مميزة للغة المقال الصحفى، وأن الصحافة الحديثة قللت من استخدام الأدوات الرابطة واستعاضت عنها بأشكال أخرى كالنقاط.

وبعد ذلك جاءت دراسة **(خالد محمد صابر – 2006)** والتي هدفت إلى تقديم رؤية علمية واقعية تعتمد على إحصاء يكشف عن بعض أنماط البناء اللغوي للعربية المعاصرة، وتعرف الأنماط الشائعة والمهجورة في اللغة المعاصرة، وتوصلت الدراسة إلى أن فعل الأمر هو أقل الأفعال تردداً في لغة الصحافة، يليه الماضى، ولم يرد تركيب النداء في الأخبار ولكن في المقال فقط، ولم يشع في الصحافة استخدام اسم الفعل لارتباطه بالفصحى القديمة، ويعد التوكيد اللفظي أقل شيوعاً في لغة الصحافة من التوكيد المعنوي، ولم يستخدم منه سوى (النفس والعين).

ودراسة (حسام رئيس محمد على - 2013) تناولت مفهوم جديد في دراسة لغة الصحافة، وهو مفهوم (الإعلامية)، حيث هدفت إلى تحديد الوسائل التي تحقق مفهوم الإعلامية في نطاق الجملة، فتؤدى إلى إبراز الجملة أو إحدى مكوناتها وتحديد مكانها من النحو الوظيفي اعتمادا على الخصائص التداولية، وهى الخصائص التي توضح إلى أى مدى كانت النظرة الوظيفية للغة حاضرة، كما هدفت أيضا إلى الكشف عن الخصائص التركيبية لتلك الوسائل في لغة الصحافة المصرية المعاصرة مقارنة بالفصحى.

وتوصلت الدراسة إلى أن غياب الوسائل السمعية والبصرية في النص المكتوب يؤدي إلى أن يقوم الخطاب الكتابي وحده بالدور التوصيلي أو بنقل الرسالة الفكرية، ومن ثم يكون الاهتمام بالنص المكتوب أكبر من حيث العناية والدقة في استخدام المفردات والصيغ والتراكيب النحوية وإنتقاء ما هو أقدر على التعبير والتأثير، فالكاتب في النص المكتوب يكون أكثر حرصا على استخدام مكونات وتراكيب بعينها بغرض الإظهار والإبراز والعناية والاهتمام بالجملة كلها أو بأحد مكوناتها، ومن هذه الوسائل التوكيد والتنبيه، وخلصت الدراسة إلى تخطى لغة الصحافة المعاصرة عن كثير من الخصائص التركيبية التي كانت موجودة في الفصحى.

وهناك دراسة لغوية أخرى تطرقت إلى لغة الصحافة ولكن ليست الصحافة المصرية وحدها ولكنها تعدتها إلى دراسة لغة الصحافة في الوقع السوري والتونسي إلى جانب المصري، وهى دراسة (أسماء محمد سيد بيومي - 2014) (1) والتي أكدت أن على وسائل الإعلام العربية مسئولية الحفاظ على اللغة، حيث تعد هذه الوسائل مصدر مهم من مصادر التنقيف للغوى، ويصعب تصويب وتقويم الأخطاء التي تنشرها وسائل الإعلام في المجتمع، فالصحافة تلعب دورا في نشر اللغة والحفاظ عليها وإصلاحها، حيث تعد لغة الصحافة بكل ما فيها هي لغة التخاطب اليومي لكل مجتمع.

3 - الدراسات التي استخدمت التحليل الأسلوبى سواء كانت اعلامية أو لغوية:

ومنها دراسة (عبد الباسط أحمد مرشدة - 2012) (2) والتي قامت على القراءة النقدية، وتحليل أساليب قصائد عبد الوهاب البياتى متخذاً الأسلوبية إستراتيجية للتحليل مقدما ملامح متنوعة لأساليب النص التي تشكل ملامح مهمة في الأسلوبية، مثل الحذف والتقديم والتأخير والأصوات والتناص، كما تطرق البحث إلى مفهوم الأسلوب والأسلوبية وعناصره المختلفة.

أما دراسة (محمد أبو النصر صبحي - 2016) (3) فقد كانت دراسة إعلامية تناولت الخواص الأسلوبية والأساليب الفنية فى مقالات أحمد بهاء الدين، ومنها دور اللغة وخصوصية الألفاظ والظواهر الأسلوبية لديه والتي تمثلت فى كثرة الجمل المتعارضة والعلاقات الثنائية والأساليب الأنشائية، وتوصلت الدراسة إلى تميز أسلوبه بالبعد عن استعمال الغريب من الألفاظ، واللجوء إلى السهل من التراكيب واستخدام الألفاظ العامية والألفاظ المعربة والإكثار من الاستفهام واستخدام الأسلوب التلغرافى.

ومن الدراسات فى هذا المجال أيضا دراسة (دعاء عبد الحكيم عبد اللطيف - 2018) (1) والتي كشفت عن أبرز الخصائص الأسلوبية، والمرتكزات الحجاجية والتداولية التي تميز بها الخطاب الصحفى لشيخ الأزهر فى ردهم على الشبهات حول الإسلام، استخدمت الدراسة التحليل الأسلوبى التي استطاعت من خلاله تحديد الخصائص التي تميز بها هذا الخطاب، والتي جاء على رأسها التناسق والتكامل على المستوى الأسلوبى.

وأخيرا ظهرت دراسة (Khaleefa , Naji Mohammed – 2021) (2) وهي الدراسة التي قامت بتوضيح أهمية الأسلوب الصحفي وتدريبه لطلاب الترجمة، وتفنيد الاختلافات الأسلوبية لأظهار التباينات بين استخدامات وتنوعات اللغة، وتأثير ذلك على عملية الترجمة، وتوصلت الدراسة إلى أن الأسلوب الصحفي يعد من الأساليب اللغوية الشائعة الاستخدام، لذلك يجب تعريف طلبه الترجمة لها بشكل مكثف.

التعليق على الدراسات السابقة: يتضح من تتبع التراث العلمي للدراسة ضعف حجم الدراسات الإسلوبية في المجال الإعلامي، فلم يكن هناك اهتمام بدراسة الأسلوب الصحفي وتحديد المضامين المتخصصة مثل الاقتصاد لإكتشاف النمط الأسلوبى الذى يميزها، كما لم يظهر التحليل الأسلوبى للغة الصحافة باعتباره هدفا في حد ذاته، ولكن اتفقت أغلب الدراسات الإعلامية على ضرورة التحليل الأسلوبى للنصوص المدروسة للخروج بملاح أسلوبية تساعد في تحقيق فروض الدراسة.

الدراسات الأسلوبية تركزت في الأغلب في المجال اللغوى والأدبى، وقلت في المجال الإعلامى وخاصة الصحافة المتخصصة كالإقتصاد، كما أن أغلب دراسات المضامين الاقتصادية تركزت في الصحافة المتخصصة وليس الصفحات المتخصصة في الصحف العامة.

لم تقدم الدراسات السابقة مقارنات أسلوبية بين الأنواع المختلفة من الصحف سواء في المضامين العامة أو المتخصصة، كما أن الدراسات التي تناولت النص الصحفى كبنية لغوية جاءت أغلبها في المجال اللغوى وركزت على جزئيات لغوية محددة ولم تتناول النص كوحدة متكاملة، ولم تتبع الدراسات اللغوية التي أجريت على لغة الصحافة التطور الأسلوبى الذى طرأ عليها تاريخيا، حيث لم تنفذ أى دراسة رأسية في هذا المجال بل كانت الدراسات في أغلبها أفقية تتناول ما هو مطروح وقت إجراؤها.

مشكلة الدراسة:

من خلال تتبع التراث العلمى للظاهرة المدروسة من كل جوانبها للتعرف على ملاح القضية المطروحة يمكن بلورة المشكلة البحثية في تتبع الأنماط الأسلوبية التى تقدم بها المضامين الاقتصادية في الأنواع المختلفة للصحف (قومية – حزبية – خاصة) ورصدها وتوصيفها، والمقارنة بين الأنماط الأسلوبية للأنواع الثلاثة للصحف في تقديمها للمضامين الاقتصادية؛ وذلك لتحديد ورصد الاختلافات والتميزات بين هذه الأساليب في تقديمها للمضمون الاقتصادى، مما يساعد في النهاية على رسم ملاح خريطة أسلوبية لطرح المضامين الاقتصادية في الصحافة المصرية بطريقة تحظى بإقبال أكبر من جمهور القراء.

أهمية الدراسة:

- يتميز المجال الاقتصادى بالإتساع حيث يضم جوانب متعددة يتألف كل منها من عدد من المحاور التى تشكل حياة كاملة، ومن هنا جاءت أهمية دراسة المضامين الاقتصادية في الصحف العامة، والتي تعد عنصرا مهما بالنسبة لحياة المواطن المباشرة باعتبار الصحف العامة غير المتخصصة هي الأكثر قربا من القارئ العادى الذى يهتم عادة بكل ما يمس حياته المباشرة، ويحتاج إلى أن تشتبك المضامين الاقتصادية التى تطرحها هذه الصحف مع حياته اليومية بصورة أكثر فاعلية، وهو ما توفره مزيدا من الدراسات لتلك المضامين.

- تشكل المضامين الاقتصادية خطابا جافا غير جاذب بطبيعته يحتاج إلى ممارسة إعلامية متميزة لجعله مقروءا وهو ما أثبتت بعض الدراسات عدم حدوثه حيث أكدت أنه من أقل

المضامين في الصحف العامة متابعة من جمهور القراء، حيث لم تتعد نسب متابعته النسبة الضعيفة (1)، وبذلك فلا زال يحتاج إلى دراسة متأنية لمعرفة الأسباب وراء عدم الإقبال ومعالجة تلك الأسباب.

- توقيت الدراسة بعد هاما لأجرائها حيث يحتاج المواطن المصرى وهو يعانى من إجراءات اقتصادية شديدة الوطأة عليه أن يجد تفسيراً لما يحدث حوله من تغيرات حادة تؤثر على حياته فى مضمون واضح جذاب يساعده على تفسير وتقبل ما يحدث من إجراءات قاسية، وهو ما تساعد هذه الدراسة فى تقديمه.

- ذكرت بعض الدراسات أن لغة الصحافة ترتبط بمضمونها (2) أى أن لكل مضمون متخصص لغة يقدم بها، ومن هذا المنطلق فإن للمضامين الاقتصادية فى الصحافة العامة لغة خاصة تختلف عن اللغة التى يقدم بها غيرها من المضامين، كما تختلف عن لغة المضامين الاقتصادية التى تقدم فى الصحافة المتخصصة، وهكذا فإن هذه اللغة تحتاج إلى الكشف عن سماتها الأسلوبية لتطويرها على أسس علمية محددة.

- قلت البحوث التى تدرس المضامين المتخصصة دراسة لغوية أسلوبية للتعرف على أسلوب صياغتها، والذى يؤثر على مدى تقبل القراء لها وإقبالهم عليها، لذلك فالتعرف على السمات الأسلوبية التى تحكم صياغة المضامين الاقتصادية يساعدنا على تطوير الأسلوب اللغوى الذى تصاغ به تلك المضامين، مما يضمن مزيداً من الإقبال على تلك النوعية المتخصصة من المضامين من قبل القراء.

أهداف الدراسة: تهدف الدراسة إلى تحليل المضامين الاقتصادية فى الصحف العامة من أجل استكشاف:

- الأنماط الأسلوبية التى تقدم بها هذه المضامين.
- رسم ملامح أسلوبية لكل صحيفة فى تقديمها لتلك المضامين.
- مقارنة الأنماط الأسلوبية التى تقدم بها هذه المضامين بين صحف الدراسة.
- رسم ملامح أسلوبية لتقديم المضامين الاقتصادية بشكل أكثر إقبالا من جانب القارئ غير المتخصص.

تساؤلات الدراسة:

تتضمن تلك الدراسة مجموعة من التساؤلات تضع معا تصور يغطى الجوانب المختلفة للظاهرة المدروسة كمحاولة لتحديد ملامح أسلوبية يمكن عن طريقها تقديم المضامين الاقتصادية فى الصحافة المصرية بصورة أكثر قبولا من جانب القارئ، وتأتى تساؤلات الدراسة على النحو التالى:

- ما هى الأشكال المتبعة فى تقديم المضامين الاقتصادية فى صحف الدراسة؟
- هل هناك اختلاف فى شكل تقديم هذه المضامين بين صحف الدراسة؟ ولماذا؟
- هل تؤثر طبيعة الصحيفة كصحيفة قومية أو حزبية أو خاصة على شكل تقديم هذه المضامين؟ وكيف يبدو هذا التأثير؟
- ما هو حجم الإهتمام الذى تأخذه المضامين الاقتصادية فى صحف الدراسة؟
- هل هناك اختلاف فى حجم الإهتمام بالمضامين الاقتصادية بين صحف الدراسة، وكيف تؤثر طبيعة الصحيفة (قومية - حزبية - خاصة) على حجم هذا الإهتمام؟

- هل يعتبر المضمون الاقتصادي مضمونا محايدا، أم أؤن هناك توظيف سياسي لهذا المضمون طبقا لطبيعة الصحيفة (قومية - حزبية - خاصة)؟ وما هو شكل هذا التوظيف إن وجد؟
- هل تتداخل المضامين الاقتصادية مع السياق التحريري للصحيفة، أم يتم عزل هذه المضامين داخل موقع متخصص بالصحيفة، وما هي الاختلافات بين صحف الدراسة في هذا الإطار؟ وهل يزيد تداخل المضامين الاقتصادية مع السياق التحريري للصحيفة من درجة انقراطية هذه المضامين؟
- ما هي الأنماط الأسلوبية المستخدمة داخل صحف الدراسة لتقديم المضامين الاقتصادية؟ وما هي الاختلافات الأسلوبية بين صحف الدراسة في تقديم المضامين الاقتصادية؟
- هل تتميز المضامين الاقتصادية بخصوصية ثقافية أو لغوية تؤثر في أسلوب طرحها داخل الصحف؟
- هل يؤثر السياق العام الذى تطرح فيه هذه المضامين الاقتصادية على النمط الأسلوبى الذى تقدم به داخل صحف الدراسة؟

الإطار النظرى:

تختار كل دراسة إعلامية إطارا نظريا محددًا يتقارب مع أهدافها، فنظريات الإتصال أشبه بالإطار السياسى والاجتماعى الذى يعمل فى داخله الإتصال بمفهومه الضيق (الإعلام)، فهى نظم حكم تفرض على أجهزة الإتصال الجماهيرية أسلوبا لا تستطيع أن تتخطاه (1)، وتقترب نظرية (الاستخدامات والإشباعات) من تحقيق أهداف هذه الدراسة، حيث تعتمد على مفهوم جديد للمتلقى، وهو مفهوم (الجمهور العنيد) الذى له دور نشط وفعال فى العملية الإتصالية باعتبارها يبحث عن الأشياء التى يريد أن يتعرض لها، فيختار طواعية وبإنتقائية ما يريد أن يتلقاه، ولا يستسلم للوسائل الإعلامية وإنما يقوم بالتغيير كيفما شاء.

تأخذ هذه النظرية المتلقى كنقطة بدء، وتتساءل عن أسباب اختيار الجمهور لمتابعة وسيلة إتصال معينة، وكذلك اختياره لمضمون إعلامى محدد، وفى هذا تؤكد النظرية على فاعلية الجمهور المتلقى، وبالتالي تصبح استعمالات الإنسان للإعلام المحك الرئيسى الذى يقاس بموجبه تأثير وسائل الإعلام عليه، فالمتلقى فى هذه النظرية هو صاحب المبادرة فى تقرير الوسائل والأساليب التى يتلقى بها ما يتفق مع احتياجاته (2).

تعتبر نظرية (الاستخدامات والإشباعات) أكثر نظريات التأثير الإعلامى رسوخا فى عصر الإعلام الجديد ويتعلق محور إهتمامها بالفروق الفردية بين الجمهور وتأثيرها على استخداماتهم لوسائل الإعلام، حيث أصبح الجمهور يتجول فى سوق الرسائل الإعلامية ينتقى منها ما يشاء لإشباع احتياجاته.

وتتكون النظرية من عناصر متعددة: منها الاستخدام ويعنى أن الجمهور يستخدم الوسيلة الإعلامية بإرادته واختياره، الفروق الفردية وتعنى أن الفروق الشخصية، والاختلافات فى الميول بين الجمهور تؤثر فى طبيعة المضمون الذى يتعرضون له ونوع الرسالة التى يبحثون عنها، الإشباعات وهى النتيجة التى يتلقاها الجمهور من مضمون وسائل الإعلام استجابة لدوافعه من التعرض لها، وهى أما تكون جزئية أو كلية؛ فإذا كانت الإشباعات متحققة فهى كلية، وإن كانت الإشباعات ناقصة فهى جزئية (1).

ويمكن الاستفادة من نظرية (الاستخدامات والإشباعات) فى هذه الدراسة من خلال رسم ملامح صورة متكاملة لأسلوب كتابة المضامين الاقتصادية فى الصحافة المصرية؛ لتطوير هذه الأساليب بشكل يجعلها أكثر إقبالا من الجمهور الذى تطلق عليه النظرية (الجمهور العنيد)، الذى ينتقى المضامين التى يتعرض لها، وبالتالي يتأثر بها، وتطوير أسلوب كتابة المضامين

الاقتصادية يجعلها تأتي في مرتبة متقدمة من اهتمامات القراء بالمضامين المتخصصة، وبخاصة في ظل واقع شديد التأزم من الزاوية الاقتصادية بالنسبة للمواطن.

الإطار المنهجي: نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة لنمط الدراسات الوصفية الأنية والتي تعنى بدراسة واقع الأحداث والظواهر الإعلامية، وتحليلها وتفسيرها بغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة إما لتحديث الواقع أو تصحيحه، أو إكماله أو تطويره وفي هذا الإطار تسعى الدراسة إلى تحليل أسلوب كتابة المضامين الاقتصادية في الصحافة المصرية من أجل تحسين هذا الأسلوب لضمان المزيد من إقبال القراء عليها.

المنهج المستخدم: تعتمد هذه الدراسة على استخدام أكثر من منهج يساعد تضافهم معا على استكشاف العلاقات المتبادلة بين أطراف الظاهرة المدروسة ومنها:

منهج المسح الإعلامي: وهو المنهج الأساسي الذي ستعتمد عليه الدراسة خاصة فيما يتعلق بدراسة المضامين الاقتصادية في الصحف المصرية العامة محل البحث خلال الفترة الزمنية المحددة لهذا البحث، وذلك لتحديد أسلوب كتابة المضامين الاقتصادية لدى هذه الصحف، ومدى إتساقها مع اهتمامات الجمهور العام غير المتخصص خاصة في ظل السياق الاقتصادي الضاغط على المواطن.

أسلوب المقارنة المنهجية: وهو منهج مساعد يضيف تطبيقه عمقا ضروريا لتفسير نتائج الدراسة، حيث يستخدم من أجل إجراء المقارنات بين المضامين الاقتصادية في صحف الدراسة لرصد أوجه الاتفاق والاختلاف بين هذه الصحف في أسلوب تقديمها للمضمون، ومدى إتساق هذا المضمون مع اهتمامات القراء، وبالتالي إقبالهم على قراءته مما يضع هذا المضمون في مركز متقدم بالنسبة للمضامين المتخصصة.

الإطار الإجرائي: عينة الدراسة:

أولا العينة الموضوعية: نتطرق من خلال تحديد عينة الدراسة إلى تحديد هذه العينة على أكثر من مستوى: الأول منها يتحدد في إختيار الصحف التي تمثل الصحافة العامة، وتم هذا طبقا لتوجه الصحف، فمثلت صحيفة الأهرام الصحف القومية، و**صحيفة الوفد** تمثل الصحف الحزبية، وأخيرا الصحف الخاصة تمثلها في هذه الدراسة **صحيفة المصري اليوم**.

أما المستوى الثاني فيتناول المواد التي ستخضع للتحليل من خلال تلك الصحف والتي تحددت في المضامين الاقتصادية بشكل عام، وتتم دراسة المواد الخيرية دون التقيد بالمساحة المخصصة لتقديم تلك المضامين بكل صحيفة، حيث سيتم تحليل أي مضمون اقتصادي يقدم في أي صفحة أو مساحة داخل الصحيفة حتى وإن تداخل مع مضمون آخر سياسي أو رياضي أو فني، وسيتم تحديد عينة الدراسة طبقا لأسلوب الدورة لإختيار عدد واحد إسبوعيا من كل صحيفة من صحف الدراسة وهي إحدى أساليب إختيار العينة العشوائية المنتظمة وذلك بتحريك الإختيار يوما واحدا في كل إختيار حتى نتجنب التحيز الذي قد يحدث من إختيار يوما محدد إسبوعيا، ويتكون طبقا لهذا الأسلوب إسبوعا صناعيا للصحف المدروسة يحقق مقارنة منهجية سليمة بضمان نفس البعد الزمني، ولضمان سلامة المقارنة الأسلوبية بين صحف الدراسة سيتم إختيار وتحليل المضامين الاقتصادية المتشابهة في الصحف الثلاث أيا كان الشكل الصحفي المقدمة من خلاله، وذلك من أجل إيجاد سياق عام للمقارنة الأسلوبية بين تلك الصحف يتيح معرفة التمايزات الأسلوبية لكل صحيفة.

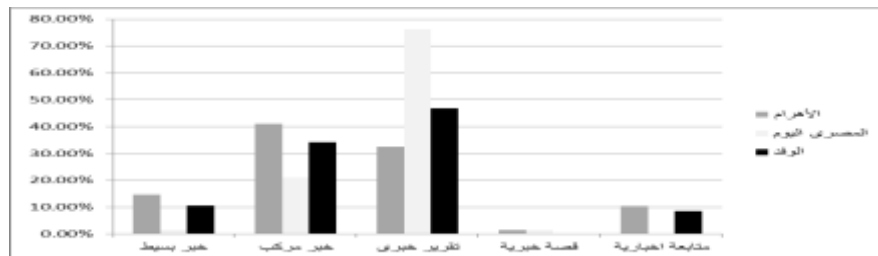
ثانيا العينة الزمنية: تتحدد في النصف الأول من عام 2018 بدءا من 1 يناير وحتى 30 يونيو من نفس العام، وتم اختيار هذا العام حتى تكون الأوضاع الاقتصادية أكثر استقرارا وهدوءا ؛ بعد ما حدث في أواخر عام 2016 من قرارات صعبة اقتصاديا، كان على رأسها قرار التعويم، وتحليل المضامين الاقتصادية في هذه الفترة يمكننا من الخروج بخريطة ملامح أسلوبية لتقديم المضامين الاقتصادية في الصحافة المصرية بصورة تحقق لها مزيدا من إقبال القراء عليها.

أساليب التحليل: تعتمد هذه الدراسة على أداة التحليل الأسلوبى والتي تستخدم من أجل تحليل أسلوب تقديم المضامين الاقتصادية في صحف الدراسة، والتحليل الأسلوبى هو العملية التي يقوم الباحث من خلالها بتجزئ النص إلى عناصره ثم تفكيك هذه العناصر إلى جزئيات وتحليلها لغويا بهدف التعرف على أهم الملامح اللغوية المميزة لنص من النصوص، وتحديد سمات أو خصائص نص معين يتم من خلال تجميع السمات الجزئية التي نتجت عن تحليل عناصر النص بعد تفكيكها وإستخلاص النتائج العامة منها، وتعد هذه العملية بمثابة تجميع بعد تفكيك ووصول إلى الكليات إنطلاقا من الجزئيات، ويهدف التحليل الأسلوبى إلى التعرف على الطريقة التي يستخدم بها الكاتب مصادر لغته والأسلوب الذي يصيغ به الرسالة، حيث نتيج هذه الأداة المنهجية تحليل النص المقروء ورصد وتنميط السمات التعبيرية المختلفة بداخله سواء كانت سمات لغوية أو فكرية، وتتركز فئات التحليل الأسلوبى في الكلمة والجمله والبناء الفكرى للنص.

نتائج الدراسة:

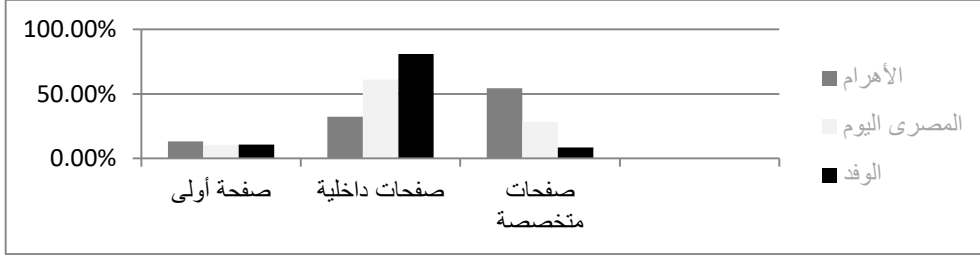
توصلت الدراسة إلى رسم ملامح أسلوبية خاصة بكل صحيفة وذلك من خلال تحليل (23 عددا) من كل صحيفة أى حوالى (69 عددا) في مجمل الدراسة بالكامل، وبعده من المضامين اختلف مع كل صحيفة طبقا لدرجة اهتمامها بالمضمون الاقتصادي، وكانت الأهرام هي الأعلى اهتماما، تلتها المصرى اليوم وأخيرا جاءت الوفد باعتبارها أقل الصحف اهتماما وتواجدا للمضامين الاقتصادية بها.

وفيما يخص القوالب الفنية، أهتمت صحيفتى (المصرى اليوم – الوفد) بالتقرير الإخبارى فى حين وضعت (الأهرام) الخبر المركب فى المرتبة الأولى، واتفقت الصحف الثلاث على وضع (الخبر البسيط) فى المرتبة الثالثة، ووصلت أعلى معدلاته فى الأهرام، جاءت بعدها الوفد، وأخيرا المصرى اليوم، وبذلك فإن صحيفة الأهرام كان بها تنوع فى القوالب الفنية أكثر من صحيفتى الدراسة الأخرين، فى حين أن صحيفة الوفد تتخذ دائما موقفا وسطا، حيث تعبر كل منهما عن مدرسة أسلوبية مستقلة بينما تقف صحيفة الوفد بينهما بلا ملامح أسلوبية تميزها، ويظهر من التحليل احتفاء الأهرام بالخبر سواء المركب أو البسيط ؛ وهو ما يؤكد الدور الإخبارى الذى تركز عليه فيما يتعلق بالاقتصاد.



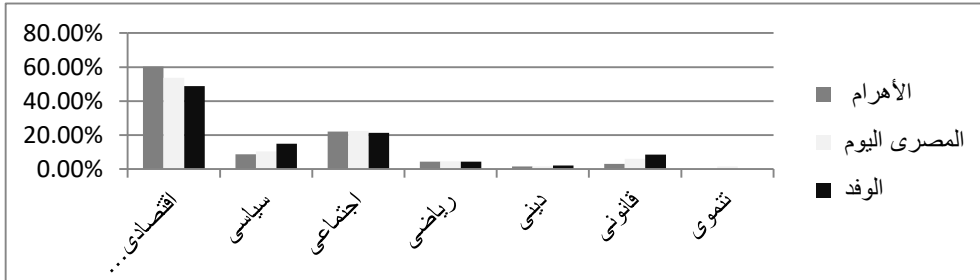
رسم بياني رقم (1) الشكل الفني للمضامين الاقتصادية

أما عن موقع نشر المضامين الاقتصادية فقد اتفقت صحيفتي (المصرى اليوم – الوفد) على أن أعلى نسبة من المضامين الاقتصادية يتم نشرها في الصفحات الداخلية وليست الصفحة المتخصصة، في حين أن الأهرام نشرت النسبة الأعلى من المضامين الاقتصادية بها بالصفحة المتخصصة، والوفد تأخرت فيها الصفحة المتخصصة إلى المرتبة الأخيرة.



رسم بياني رقم (2) موقع المضامين الاقتصادية في الصحيفة

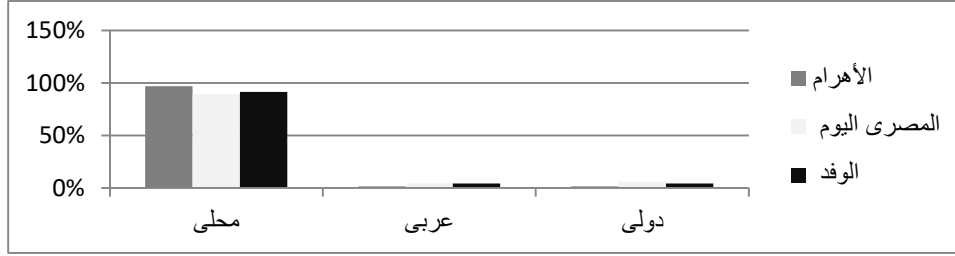
جاءت الأهرام أكثر صحف الدراسة اهتماما بالمضمون الاقتصادي الصرف، بينما جاءت المضامين الاقتصادية الممزوجة بمضامين اجتماعية في المركز الثاني في كل صحف الدراسة، إلا أن نسبتها في المصرى اليوم كانت أعلى، تلتها الأهرام، ثم جاءت الوفد في المركز الأخير؛ رغم إنها صحيفة حزبية معارضة كان يجب أن تكون أكثر اهتماما بالمواطن واحتياجاته من صحيفة قومية مثل الأهرام.



رسم بياني رقم (3) مضمون المادة الاقتصادية

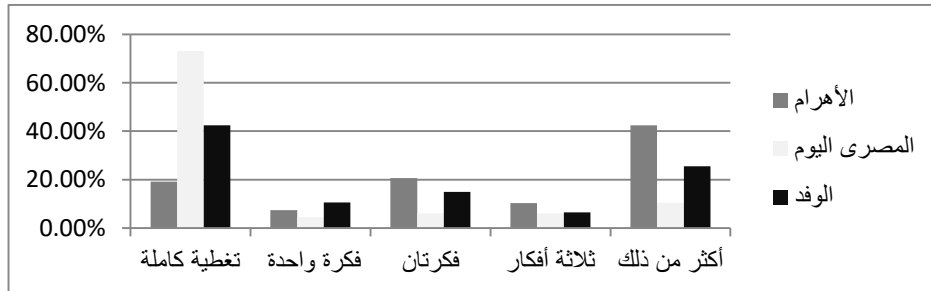
يظهر من التحليل أن الأهرام كانت أكثر اهتماما ودفاعا عن الدولة، بينما المصرى اليوم كانت أكثر اهتماما وتوجها للمواطن، كما اختلفت نظرة كل منهما للأخبار الاقتصادية، فالمصرى اليوم اهتمت بالأخبار الاقتصادية التي تهم القارئ وتحدث فارقا في حياته، أما الأهرام فاهتمت بأخبار الاقتصاد وتطوراتها بشكل عام بغض النظر عما يفيد القارئ من عدمه، جاءت الوفد أعلى صحف الدراسة اهتماما بالمضامين الاقتصادية الممزوجة بالمضامين السياسية، وهو ما يشير إلى قيام الوفد بالتوظيف السياسي للمضامين الاقتصادية.

المضامين الاقتصادية في الصحافة المصرية: (دراسة أسلوية)



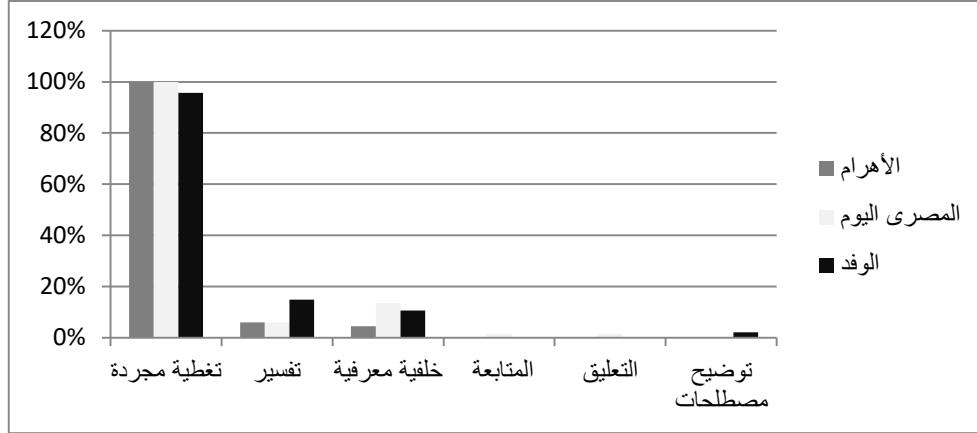
رسم بياني رقم (4) نطاق تغطية المضامين الاقتصادية

اهتمت الصحف الثلاث بالمضامين المحلية حيث جاءت في المركز الأول، وكانت الأهرام أكثر صحف الدراسة إغراقاً في المحلية، تلتها الوفد، وظهر التوجه العربي في كل من صحيفتي الأهرام والوفد، بينما فضلت المصرى اليوم التوجه الدولي. وفي إطار حجم التغطية المعلوماتية أثبتت المقارنة أن المصرى اليوم كانت أكثر صحف الدراسة اهتماماً بالتغطية الكاملة للمضامين الاقتصادية؛ فقد كانت تغطيتها هي الأكثر اكتمالاً، تلتها الوفد، وأخيراً الأهرام والتي ظهر بها فئة (المسكوت عنه) بمعدل كبير، وقد يكون ذلك بداعي المساحة، أو ضعف وقلة المعلومات لدى الصحيفة، أو فيه خدمة لغرض سياسى، أو تحقيقاً لتوجه قومى أو حزبي محدد كما حدث بالوفد أيضاً.



رسم بياني رقم (5) حجم التغطية المعلوماتية للمضامين الاقتصادية

وبالنسبة لطبيعة معالجة المضمون الاقتصادي، اتفقت الصحف الثلاث على التغطية المجردة لتلك المضامين، ثم جاء التفسير باعتباره أعلى الفئات في الوفد، إضافة إلى توضيح المصطلحات، بينما كانت الخلفية المعرفية هي الأكثر تكراراً في المصرى اليوم؛ ويتضح من ذلك أن خطاب صحف الدراسة اتسم بالسطحية لإفتقاده التحليل والتفسير اللازمين لفهم المضمون الاقتصادي ذو الطبيعة الجادة، كما أن صحف (الأهرام - المصرى اليوم) قررت ترك القارئ دون مساعدة الصحيفة له في خلال تعامله مع المصطلحات الاقتصادية المتخصصة.



رسم بياني رقم (6) طبيعة معالجة المضمون الاقتصادي

نشرت الأهرام أغلب مضامينها الاقتصادية في شكل نصوص فقط، أما الوفد والمصرى اليوم فقد نشرتا تلك المضامين بمصاحبة صور شخصية، وتفوقت الوفد على المصرى اليوم في ذلك، ولم يوجد فارق يذكر بينهما في استخدام الصور الموضوعية، وإن تفوقا على الأهرام في ذلك أيضاً، أما الأخبار المهمة المتعلقة برئيس الدولة أو كبار المسؤولين تقوم الهيئات المسنولة عن الحدث بتوزيع صور موضوعية له على بعض الصحف منها الأهرام باعتبارها صحيفة قومية، وعادة الصحف المستقلة أيضاً كالمصرى اليوم، وهو ما يدل على أن مؤسسات الدولة تتعامل مع الصحف الخاصة نفس تعاملها مع الصحف القومية باعتبارها غير معارضة، في حين يختلف ذلك مع صحيفة الوفد باعتبارها حزبية معارضة.



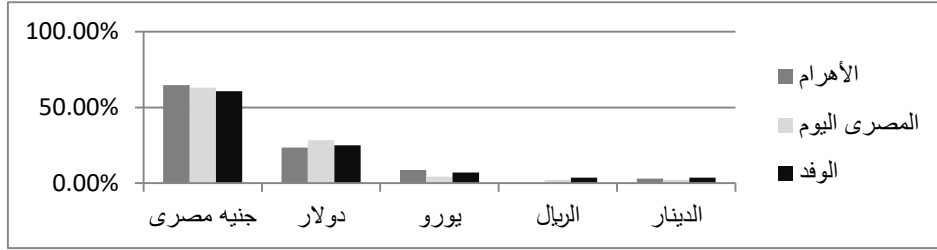
رسم بياني رقم (7) طبيعة المواد المصاحبة للمضمون الاقتصادي

وصاحب وجود الصور في صحف الدراسة الثلاث تعليقات مختلفة، كانت في الأهرام أغلبها في إطار (الأوصاف) لأن تركيزها كان بشكل أكبر على الصور الموضوعية، أما صحيفتي (الوفد - المصرى اليوم) فكانت الصور الشخصية هي أكثر المواد المصاحبة للمضمون الاقتصادي، لذلك فإن تعليقات (الأسماء) كانت الأكثر حضوراً فيهما.



رسم بياني رقم (8) التعليقات المصاحبة للصور

وبالنسبة لاستخدام العملات كانت صحيفة الأهرام أقل الصحف استخداما للعملات داخل المضامين الاقتصادية، بينما ارتفعت في الوفد وتجاوزت ذلك في المصرى اليوم، وجاء (الجنيه المصرى) في مقدمة العملات بالنسبة لجميع الصحف، بينما مثلت المصرى اليوم أكبر استخدام (للدولار)، والأهرام الأكبر في استخدام (اليورو).



رسم بياني رقم (9) أنواع العملات المستخدمة في المضامين الاقتصادية

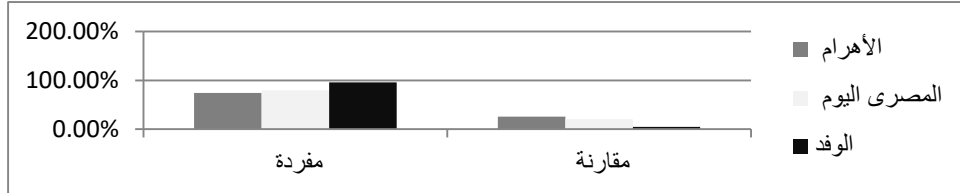
اختلفت صحف الدراسة فيما بينها فيما يتعلق باستخدام العملات والفروق في سعر صرفها استخداما فيه تلاعب بالأرقام لتوظيف ذلك سياسيا، وكانت أقل الصحف في هذا الإطار صحيفة الأهرام؛ والتي لم تقم بتغيير العملة طبقا للمضمون إلا في أضيق الحدود، أما باقى الصحف فقد زادت من هذا الاستخدام في الوفد، ثم في المصرى اليوم.



رسم بياني رقم (10) علاقة العملات بالمضامين الاقتصادية

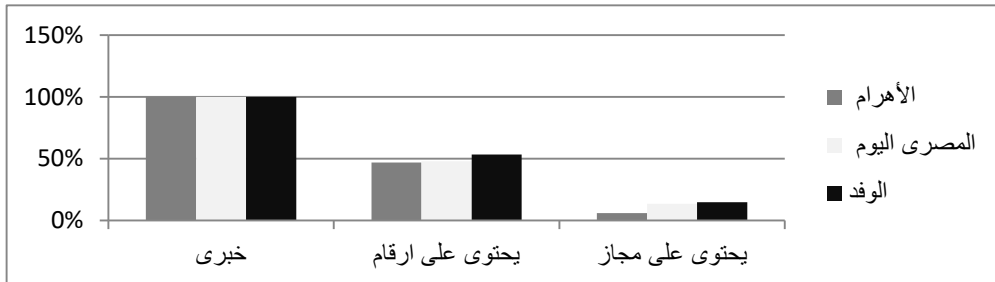
كان الشكل المنفرد هو الغالب لعرض بيانات العملات في صحف الدراسة، وأعلى نسبة له كانت في الوفد، تلتها المصرى اليوم، وأخيرا جاءت الأهرام، أما الشكل المقارن فكانت أعلى نسبة له في الأهرام؛ والتي جاء فيها ربع بيانات العملات بشكل مقارن؛ وهو ما يؤكد اهتمام

تلك الصحيفة بالجوانب الاقتصادية الصرفة ومحاولتها توضيح هذه الجوانب من خلال العرض المقارن، تلتها المصري اليوم، وأخيرا الوفد.



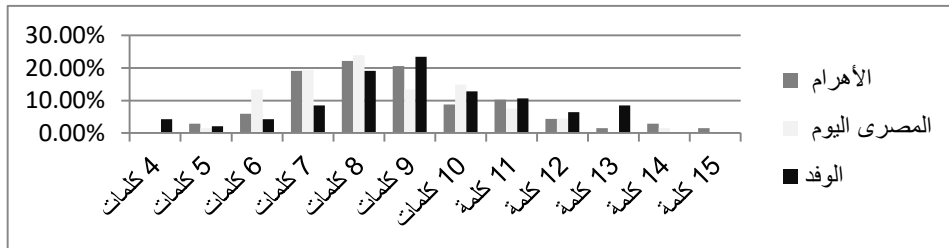
رسم بياني رقم (11) طرق عرض بيانات العملات

اتفقت صفح الدراسة الثلاثة على الصفة الخبرية لعناوين المضامين الاقتصادية، ولم تظهر الصبغة الإنشائية على أي منها، وجاء المجاز في هذه العناوين بنسب قليلة تقاربت ما بين صحيفتي الوفد والمصري اليوم، وقلت عنهما في الأهرام، والمجاز في عناوين المضامين الاقتصادية ارتبط بالتعميم مما يجذب الانتباه للعنوان، أما الأرقام فجاءت بنسبة أعلى من المجاز تشابهت ما بين صحيفتي الأهرام والمصري اليوم، وارتفعت عنهما في الوفد، كما قامت بعض صفح الدراسة بالتلاعب في بعض هذه الأرقام من أجل جذب إهتمام القارئ.



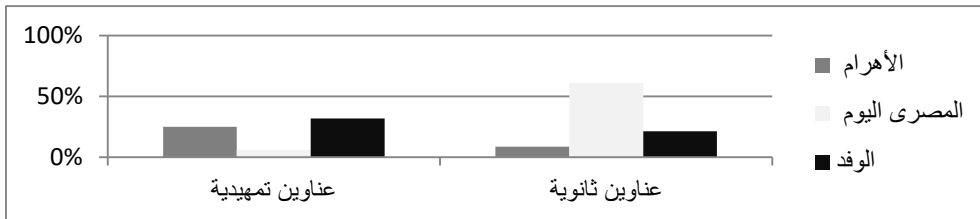
رسم بياني رقم (12) نوع عنوان المضمون الاقتصادي

ومما سبق نستنتج أن حجم العناوين التي جاءت خبرية دون أي إضافات تصدرتها صحيفة الأهرام بما يقارب نصف المضامين المنشورة بالصحيفة، تلتها المصري اليوم، وأخيرا جاءت الوفد والتي كانت جملة العنوان الرئيسي بها أقصر من الصحيفتين الأخريين.



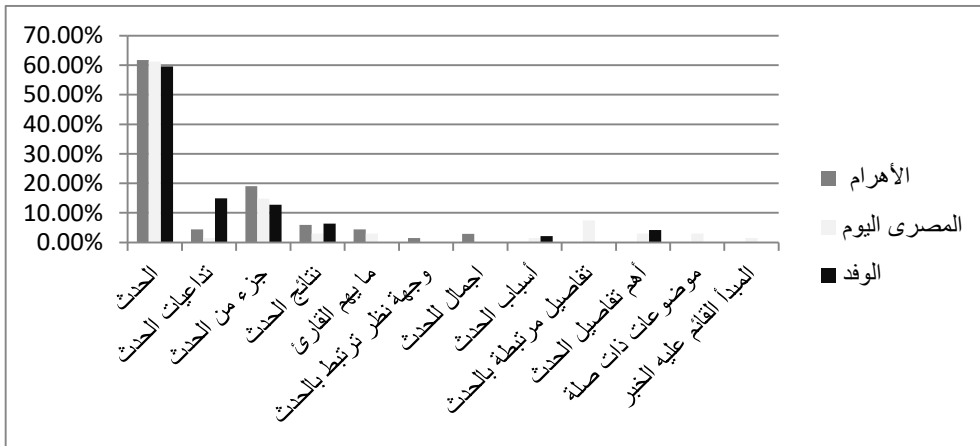
رسم بياني رقم (13) عدد كلمات جملة العنوان

لم تقتصر عناوين المضامين الاقتصادية في صحف الدراسة على العنوان الرئيسي فقط، بل ظهر بها عناوين فرعية سواء (تمهيدية أو ثانوية)، وحظيت المصري اليوم بأكثر تواجد لهذه العناوين، تلتها الوفد، وجاءت الأهرام في ذيل القائمة بأقل تواجد لهذه العناوين، وفي إطار العناوين التمهيدية حظيت الوفد بأكثر معدل، تلتها الأهرام، أما المصري اليوم فقد حظيت بمعدل كبير من تواجد العناوين الثانوية، جاء بعدها الوفد؛ والذي تقاربت فيه النسبة ما بين العناوين التمهيدية والثانوية ولم تطغ فيه واحدة على الأخرى.



رسم بياني رقم (14) العناوين الفرعية

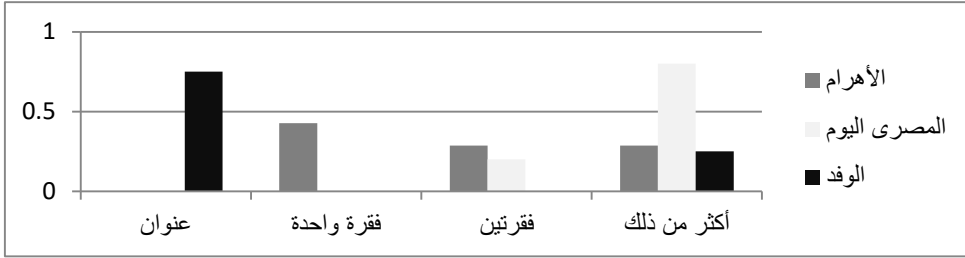
أغلب العناوين الرئيسية للمضامين الاقتصادية في صحف الدراسة ركزت على الحدث نفسه، والذي جاءت أعلى نسبة له في الأهرام، تلتها المصري اليوم، وأخيرا جاءت الوفد، كما ظهر بصحيفة الأهرام أيضا أعلى معدل في فئة (جزء من الحدث)، تلتها كذلك المصري اليوم؛ وهو ما يشير إلى أن صحيفة الأهرام كانت أعلى صحف الدراسة ميلا إلى تجزئة الخبر.



رسم بياني رقم (15) زاوية تركيز عنوان المضمون الاقتصادي

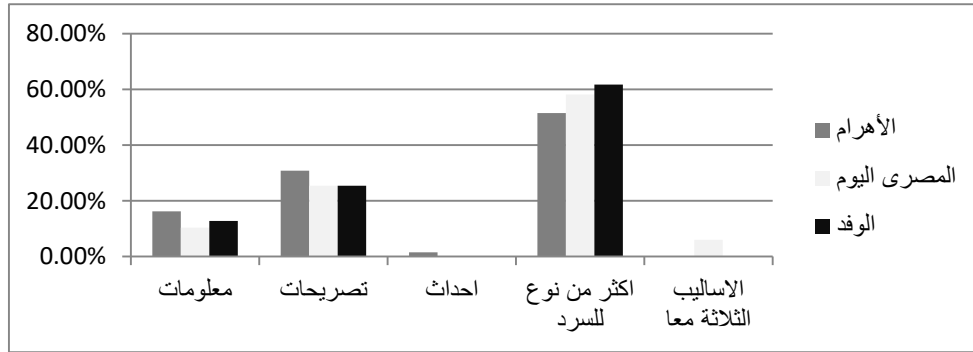
كما يشير التحليل أن صحيفة المصري اليوم كانت أكثر صحف الدراسة تنوع في زوايا تركيز العنوان الرئيسي وهو ما يؤكد التنوع والانتساع الذي تتمتع بهما صحيفة المصري اليوم، وأن

بعض الصحف تتحايل على القارئ بذكر جزء من الحدث في العنوان والتغافل عن الباقي من أجل الإيحاء بغير الحقيقة. كانت الأهرام أكثر الصحف التي ظهر لمضامينها إشارات على صفحات أخرى، تلتها الوفد، أما المصري اليوم فقد انخفض هذا التواجد إلى حد بعيد، الإشارات على الأولى ظهرت في شكل عناوين في الوفد فقط، أما الأهرام والمصري اليوم فكانت في شكل فقرات، اقتصر في الأهرام على فقرة واحدة وامتدت في المصري اليوم إلى أكثر من فقرة.



رسم بياني رقم (16) حجم الإشارة

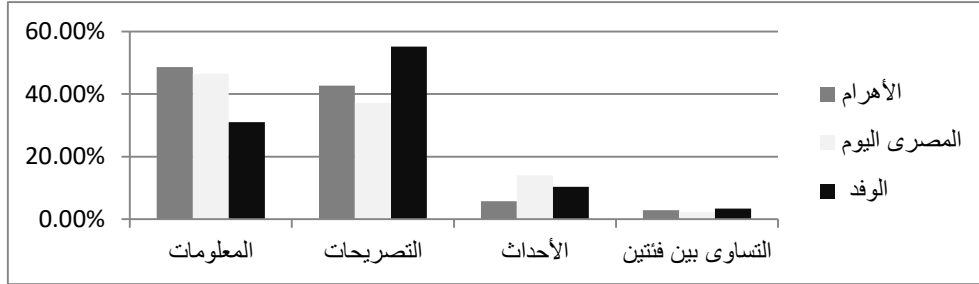
اتفقت الصحف الثلاث على بقاء النسبة الأعلى لسرد المضامين للأساليب المدمجة التي تضم أكثر من أسلوب للسرد، وليست المنفردة والتي استخدمتها الأهرام بأعلى نسبة، وكانت التصريحات تحديدا أعلى تلك الأساليب المنفردة، تلتها المعلومات ثم الأحداث، أما الوفد والمصري اليوم فقد صاغوا مضامينهما في الأغلب بأكثر من أسلوب مندمجين معا.



رسم بياني رقم (17) طبيعة سرد المضمون الاقتصادي

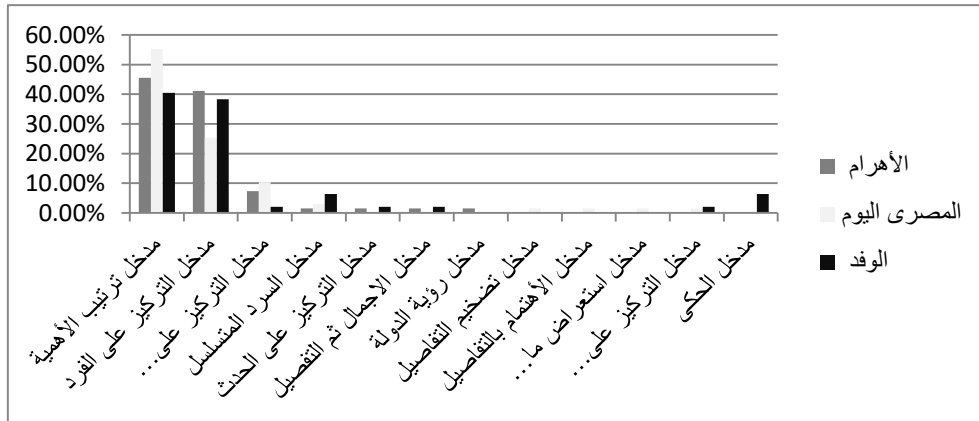
وفي إطار هذا الدمج اختلف ترتيب أولويات الفئات في صحف الدراسة، حيث اتفقت كل من المصري اليوم والوفد أن تكون التصريحات في المقدمة، أما الأهرام فقد جاءت فيها في المركز الثاني بعد المعلومات التي تصدرت تلك الفئات.

المضامين الاقتصادية في الصحافة المصرية: (دراسة أسلوبية)



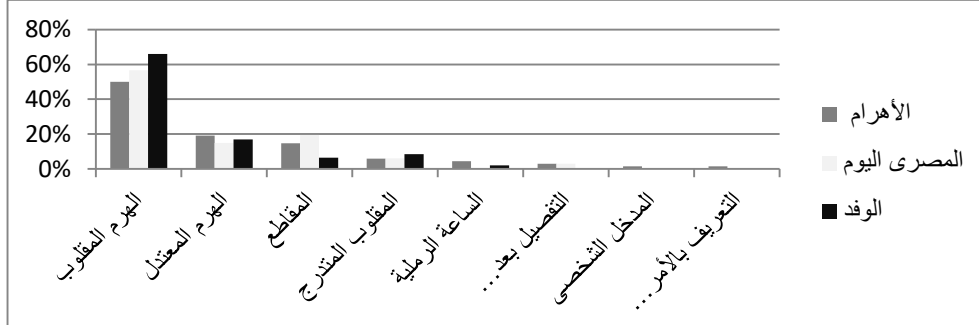
رسم بياني رقم (18) ترتيب أهمية الأساليب المستخدمة

مدخل (ترتيب الأهمية) هو أعلى مدخل لكتابة المضامين الاقتصادية حظى بإجماع صحف الدراسة الثلاث، وكان أكبر استخدام له في المصرى اليوم، تلتها الأهرام، ثم الوفد، ووصل معدل استخدامه ما يقارب نصف المضامين الاقتصادية المنشورة بتلك الصحف، جاء بعده في الترتيب مدخل (التركيز على الفرد) حيث حظيت الأهرام بالنسبة الأعلى في استخدامه بين كافة صحف الدراسة، تلتها الوفد، ثم المصرى اليوم، وزاد هذا المدخل مع الأهرام باعتبارها صحيفة قومية تهتم بكل ما يصدر عن مسئولى الدولة، أما المصرى اليوم فقد كانت أكثر صحف الدراسة تنوعا في استخدام المداخل بشكل عام.



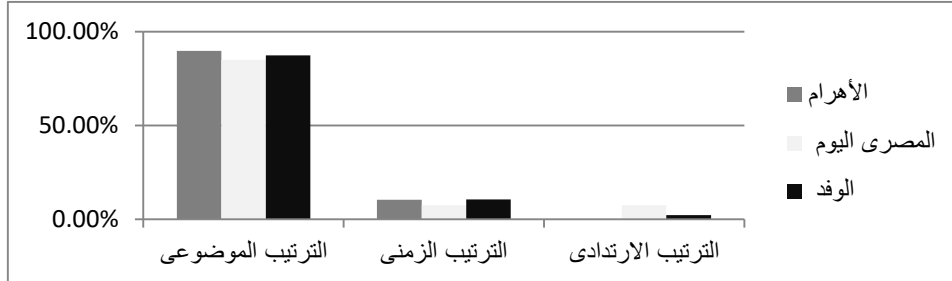
رسم بياني رقم (19) المداخل المستخدمة في كتابة المضامين الاقتصادية

قالب (الهرم المقلوب) هو القالب الأوسع انتشارا في الصحافة المصرية، وهو القالب الذى ساد أغلب المضامين الاقتصادية بتلك الصحف؛ حيث زاد عن نصف تلك المضامين، أعلاها نسبة كانت صحيفة الوفد، تلتها المصرى اليوم، وأخيرا جاءت الأهرام، (قالب الهرم المعتدل) شغل المركز الثانى فى (الأهرام - الوفد)، بينما تأخر فى المصرى اليوم، ويعبر هذا التأخر عن اهتمام تلك الصحيفة بتوفير عوامل الجذب للقارئ فى المضامين الاقتصادية التى تنشرها، حيث أن هذا القالب لا يقيم وزنا لترتيب الأهمية فى تلك المضامين.



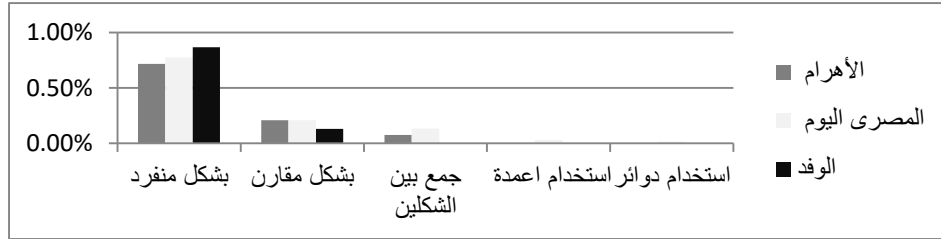
رسم بياني رقم (20) القوالب الفنية للمضامين الاقتصادية

أما بالنسبة لنظام تسلسل جزئيات الحدث فقد ساد (الترتيب الموضوعي) كافة صحف الدراسة، أعلاها الأهرام، تلتها الوفد، وأخيرا جاءت المصري اليوم، أما المركز الثاني فقد شغله (الترتيب الزمني) الذي حظى بأكثر تواجد في الوفد، تلتها الأهرام، وأخيرا جاءت المصري اليوم، ويأتي مع قالب الهرم المعتدل، ويستخدم في نقل المتابعات الخيرية للمؤتمرات والمحاكمات، أما (الترتيب الإرتدادي) فلم يظهر نهائيا في الأهرام وجاء بأعلى معدل في المصري اليوم تلتها الوفد، ويعد (الترتيب الإرتدادي) ترتيب مازج ما بين (الترتيب الزمني) حيث يحترم التسلسل الزمني، و(الترتيب الموضوعي) والذي يرتب الأحداث موضوعيا.



رسم بياني رقم (21) نظام تسلسل جزئيات الحدث

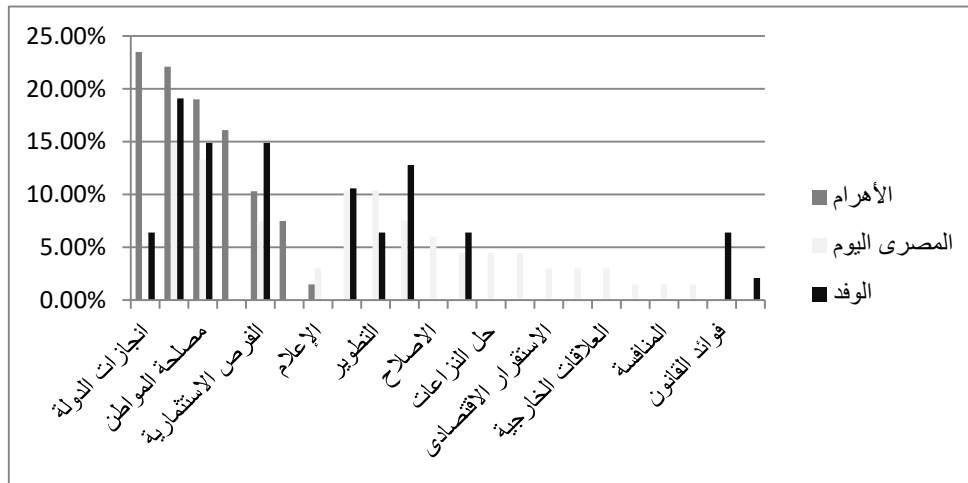
كانت أعلى صحف الدراسة استخداما للأرقام صحيفة المصري، تلتها الوفد، وأخيرا الأهرام حيث طغى الشكل المنفرد على طريقة عرض الأرقام وخاصة في الوفد، تلتها المصري اليوم، وأخيرا الأهرام، وجاء الشكل المقارن أيضا في صحف الدراسة وإن كان بشكل أكثر محدودية، وكانت المصري اليوم أعلى الصحف في استخدامها، تلتها الأهرام، ثم جاءت الوفد في النهاية، والشكل المقارن هو الذي يظهر معنى الرقم وقيمه النسبية حيث أن الرقم المنفرد وحده قليل الدلالة مهما كانت أهميته، الأرقام في كافة صحف الدراسة كانت متداخلة مع المادة التحريرية ولم تنفصل عنها في شكل أعمدة أو دوائر إلا في صحيفة المصري اليوم فقط.



رسم بياني رقم (22) طريقة استخدام الأرقام

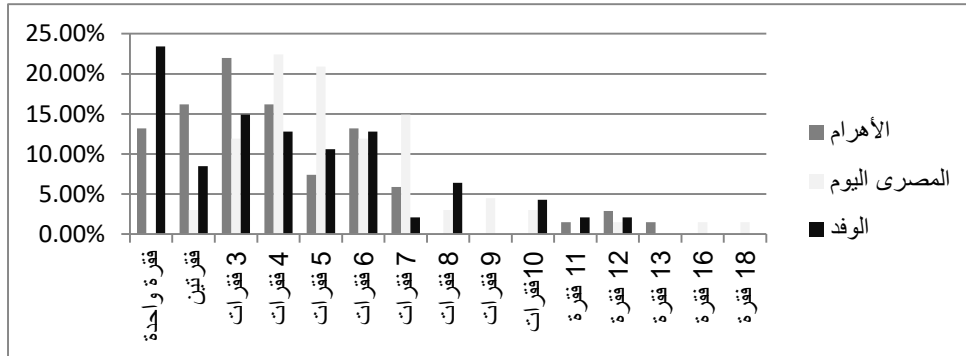
تنوعت الأطر الخبرية وتعددت في صحيفة المصرى اليوم والتي تعد أكثر صحف الدراسة اتساعا في هذا المجال، تلتها الوفد، ثم الأهرام والتي كانت أقل الصحف تنوع في الأطر الخبرية، وتكررت بعض الأطر بين تلك الصحف، منها (إطار مسئولية الدولة) والذي جاء في المركز الأول في صحيفتى (المصرى اليوم - الوفد) وتأخر في الأهرام بعد (إطار إنجازات الدولة) والذي سعت الصحيفة من خلاله إلى تذكير المواطن بإنجازات الدولة قبل تحميلها لمسئولياتها تجاهه.

أما الصحيفتين (الحزبية والمستقلة) فقد استخدمتا (إطار مسئولية الدولة) لتحميل الدولة لمسئولياتها تجاه المواطن، كما اختلف أيضا بين الصحف استخدام (إطار مصلحة المواطن)، والذي استخدمته الأهرام على سبيل المثال لنشر ما تريد الدولة إبلاغ المواطن به، لا لنشر ما يريد المواطن أن يعلمه حقا، ولكن على النقيض مثلا تتحرى المصرى اليوم في النشر ما يحتاجه المواطن فعليا، ومن هنا اختلف ترتيب المعلومات بين الصحيفتين.



رسم بياني رقم (23) الاطر الخبرية المستخدمة مع المضامين الاقتصادية

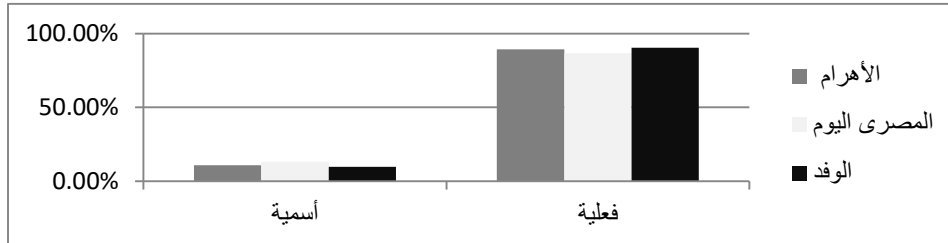
بدأت الأهرام والوفد عدد فقراتهما من فقرة واحدة، أما المصرى اليوم فلم تتعامل نهائيا مع الفقرة الواحدة وبدأت فقراتها من الفقرتين، كما اختلف حد نهاية الفقرات في صحف الدراسة، كانت أقلها الوفد (12 فقرة) ثم الأهرام (13 فقرة)، وأخيرا وصلت المصرى اليوم إلى (18 فقرة) في المضمون الاقتصادى الواحد.



رسم بياني رقم (24) عدد الفقرات في المضامين الاقتصادية

كانت أكثر فئات الفقرات تكرارا في الوفد هي فئة (الفقرة الواحدة)، حيث تعد الفقرات القليلة من سمات صحيفة الوفد الأسلوبية، وذلك للجونها الدائم لعملية دمج الفقرات من أجل اختصار المساحة، وذلك على النقيض من صحيفة المصرى اليوم والتي جاءت أعلى تكراراتها مع فئة (4 فقرات)، حيث تعد الفقرات القصيرة المتعددة إحدى سماتها الأسلوبية.

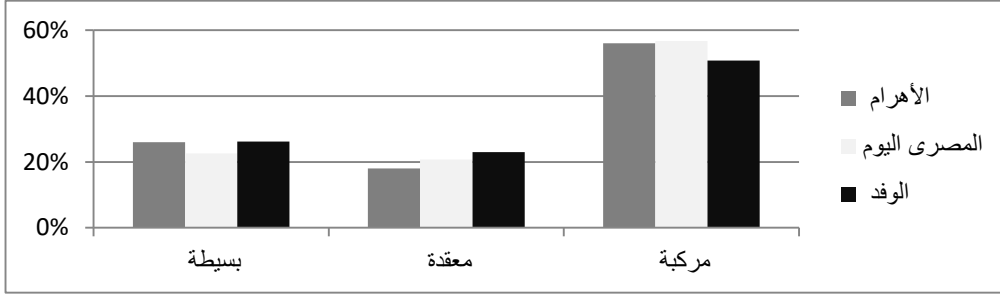
وبالنسبة لجمل المضامين الاقتصادية في صحف الدراسة، فجميعها جاء في الإطار المتوسط ما عدا المصرى اليوم؛ والذي كانت جملة أكثر قصرا وتعددا من باقى جمل صحف الدراسة، التي جاءت فى الغالب فعلية وذلك لأن الجمل الفعلية تناسب المضمون الذى يحتوى على الحركة والعمل، وكذلك المضمون الإخبارى الذى يلاحق الأحداث اليومية، واحتفظت صحيفة الوفد بصدارة تواجد الجمل الفعلية، جاءت بعدها الأهرام، وأخيرا المصرى اليوم؛ ما يعنى أن صحيفة المصرى اليوم كانت أكثر صحف الدراسة احتفاءً بالجمل الأسمية.



رسم بياني رقم (25) نوع الجملة

أما عن تركيبها، فقد حازت الجملة المركبة على ما يزيد عن نصف حجم جمل المضامين الاقتصادية فى صحف الدراسة، كان على رأسها المصرى اليوم، ثم الأهرام، وبعدها الوفد، أما الجمل البسيطة فظهرت بأعلى نسبة فى الوفد، هيبتت فى الأهرام، وأخيرا جاءت المصرى اليوم، والجمل المعقدة أخذت نفس الترتيب، حيث كانت أعلى نسبة لها فى الوفد وبعدها المصرى اليوم، وفى النهاية جاءت الأهرام، وكانت الجمل المعقدة بهذه النسبة الهزيلة، لأنها

تزعج القارئ وتجعله غير قادر على متابعة القراءة، وبذلك فإن الجمل المركبة شغلت أكبر حيز من صحف الدراسة جميعا لأنها تناسب المضمون الاقتصادي.

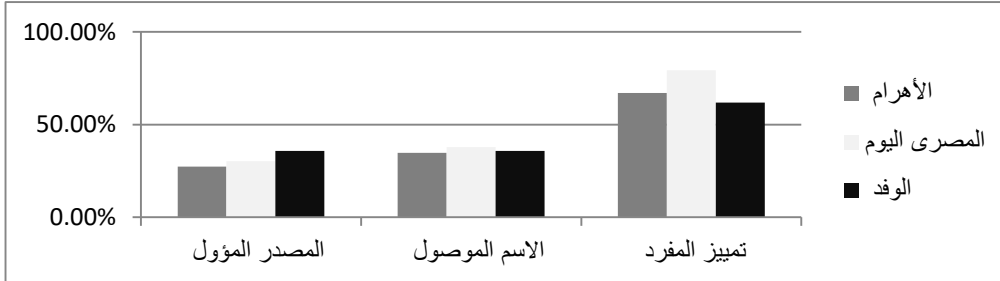


رسم بياني رقم (26) تركيب الجملة

ومما سبق يتضح أن الجمل المركبة كانت هي القاسم المشترك بين جميع صحف الدراسة، وهي الجمل التي يظهر فيها إطلاقات سواء كانت هذه الإطلاقات في العناصر الإسنادية أو غير الإسنادية، ومن الإطلاقات في العناصر الإسنادية، أو لا الإطالة بالإضافة والتي جاءت بنسب متقاربة بين كل صحف الدراسة حوالى (5 إضافات لكل جملة) من جمل المضامين الاقتصادية بتلك الصحف، وبالتالي فإن معدل الإضافة للجملة الواحدة كان ثابت في كل صحف الدراسة تقريبا.

ومن الإطلاقات الأخرى، وجود المصدر المؤول والذي تواجد في الصحف المختلفة بمعدلات متباينة، كانت أعلاها صحيفة الوفد، تلتها المصرى اليوم، وأخيرا جاءت الأهرام بأدنى نسبة سجلت لهذه الاطالة، ويزيد استخدام المصدر المؤول في المضامين التي تحمل التعليمات أو النواهي، وكذلك الحديث عما ينبغي أن يكون.

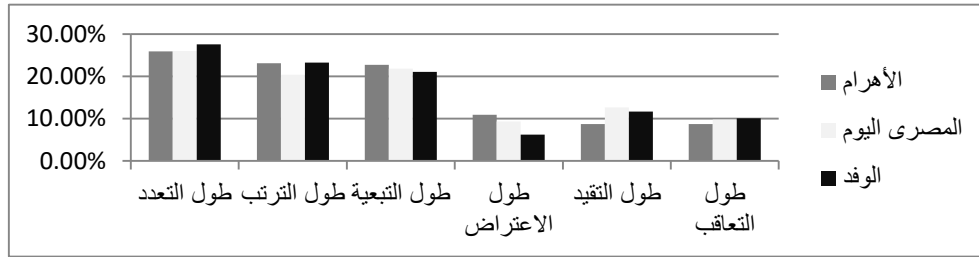
الاسم الموصول يعد أيضا من الإطلاقات في العناصر الإسنادية وقد جاء بما يقارب ثلث تلك المضامين، وكان المصرى اليوم الأعلى استخداما له، تلتها الوفد، وأخيرا الأهرام، وانخفاض استخدام الاسم الموصول في صحف الدراسة دليل على المباشرة في صياغة المضامين الاقتصادية في تلك الصحف، أما التمييز فقد جاء بمعدل أعلى في المصرى اليوم أيضا، تلتها الأهرام، وأخيرا جاءت الوفد.



رسم بياني رقم (27) الإطالة في العناصر الاسنادية

يظهر من الجدول السابق أن صحيفة المصري اليوم كانت أعلى صحف الدراسة استخداماً لتلك العناصر – ما عدا المصدر المؤول - مما يشير إلى محاولتها تجويد أسلوبها، وجذب القارئ إليها بالإكثار من هذا الاستخدام. وكذلك استمر نفس الحال مع الإطلاقات في العناصر غير الإسنادية، حيث سجلت المصري اليوم أعلى استخدام لتلك العناصر، جاء بعدها الأهرام، وأخيراً الوفد.

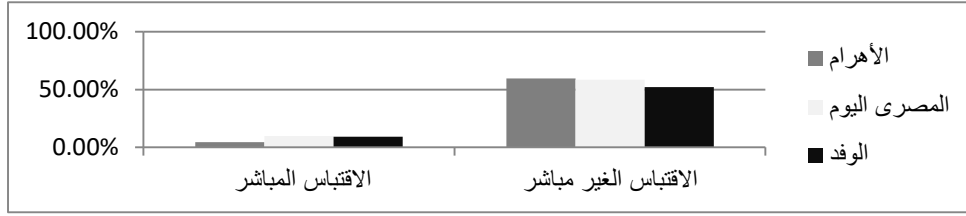
وكانت أعلى فئة في تلك العناصر فئة (طول التعدد)، وجاءت الوفد بأعلى استخدام لها، ثم المصري اليوم وتراجعت الأهرام للمركز الأخير، وبهذا فإن تلك الفئة مثلت أكثر من ربع حجم إطلاقات العناصر غير الإسنادية في صحف الدراسة، وزاد استخدامها لأن وضعها في الجملة يسمح بإضافة كافة العناصر المرتبطة بالحدث في أي خبر، اختلف بعد ذلك ترتيب هذه الإطلاقات بين صحف الدراسة، ولكن أقلها كان طول الاعتراض، والذي ظهر بأقل استخدام في الوفد، والذي يعد أفضل لأن الجمل الاعتراضية تعيق عملية الفهم السريع والسلس للمضمون الصحفي؛ وخاصة عندما يكون مضمون متخصص وصعب في الفهم كالمضمون الاقتصادي، وأعلى استخدام لها كان في الأهرام، وبشكل عام لم توضع الجمل الاعتراضية بين علامتي تنصيص تميزها في كل صحف الدراسة.



رسم بياني رقم (28) الإطالة في العناصر غير الإسنادية

جمل المضامين الاقتصادية كانت كلها خبرية، وهو ما يعد مبرراً باعتبار أن المضمون المدروس خبري، لذلك فإن اقحام جمل إنشائية تحمل رأياً سيؤثر على حيادية المضمون الخبري وهو ما حاولت كافة صحف الدراسة تجنبه.

الاقتباسات بشكل عام لم تظهر في كافة مضامين الدراسة واختلف تواجدتها بالصحف، حيث كان التواجد الأعلى في المصري اليوم، تلاه الأهرام، وأخيراً جاء الوفد، وكان معدل الاقتباس المباشر أقل من غير المباشر في كل صحف الدراسة، حيث طغى الاقتباس الغير مباشر على المباشر، وجاء بأعلى معدل له في المصري اليوم، وتعود هذه الزيادة إلى أن الاقتباس المباشر يحتاج لدقة تفتقدها الوفد، ويمكن في بعض الأحيان أن يورط المسؤولين، وهو ما ترفضه الأهرام باعتبارها صحيفة قومية، واكتفت الصحيفتين الأخريين بسيادة الاقتباس الغير مباشر على المباشر بمعدلات كبيرة.



رسم بياني رقم (29) أنواع الاقتباس

الغالب في كافة صحف الدراسة (عدم وجود مباحدة) بين أركان الجملة، وزادت فئة (المباحدة بين ركني الجملة) في صحيفة الأهرام، تلتها المصري اليوم ثم الوفد، وبحصر عدد الكلمات في المضامين الاقتصادية بصحف الدراسة ظهر أن مضمون صحيفة المصري اليوم كان الأكبر حجماً، تلاه الوفد، وأخيراً جاءت الأهرام بأقل حجم للمضامين الاقتصادية، وذلك بغض النظر عن عدد مضامينها، وهو ما يؤكد استخدام الأهرام لشكل الخبر البسيط في صياغة المضمون الاقتصادي مما جعل مضامينها هي الأقل حجماً.

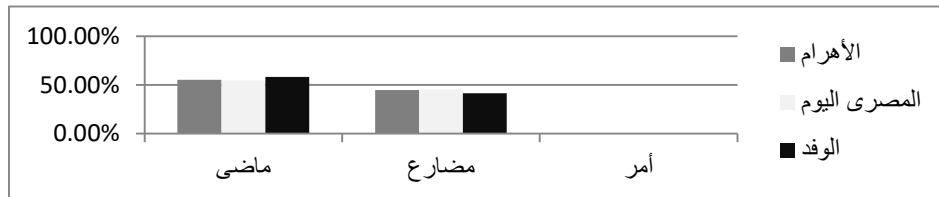
كما أن متوسط عدد كلمات الفقرات بصحيفة المصري اليوم كان أقل من نفس المتوسط في الصحيفتين الأخرين رغم أن عدد مفردات تلك الصحيفة أكبر، وهو ما يشير إلى حسن تقسيم الفقرات في صحيفة المصري اليوم، وسجلت الوفد أعلى حجم للفقرات رغم أن بها أقل عدد من المفردات، ويدعم هذا التوجه تسجيل الوفد لما يقرب من ربع مضامينها الاقتصادية في شكل فقرة واحدة.

جاء أعلى متوسط لكلمات الجملة أيضاً في صحيفة الوفد، وبالتالي فليست فقراتها فقط طويلة، بل وجملها أيضاً رغم أن عدد مفرداتها يبقى هو الأقل، جاء بعدها المصري اليوم، وفي النهاية كانت الأهرام هي الأقل في متوسط عدد كلمات الجمل وبالتالي كانت جملها هي الأقصر على مستوى صحف الدراسة.

الكلمات داخل المضامين الاقتصادية انقسمت إلى أسماء وأفعال وحروف، وتقاربت نسبها في كافة صحف الدراسة مما ينفي السمة الأسلوبية المميزة لأي منها حيث أن الفروق بينهم كانت محدودة، وبالنسبة للأفعال اختلف فيها ترتيب الصحف حيث جاءت الوفد بأعلى استخدام لها، تلتها المصري اليوم، وأخيراً الأهرام، وبذلك يبقى الوفد أكثر صحف الدراسة اهتماماً بالحركة والفعل، كما أن زيادة نسبة الأفعال تعبر عن المواقف الانفعالية، وفي هذا الإطار مثلت الأخطاء الإملائية ظاهرة في عدد من صحف الدراسة كان على رأسها الوفد ثم الأهرام، وفي النهاية جاءت المصري اليوم.



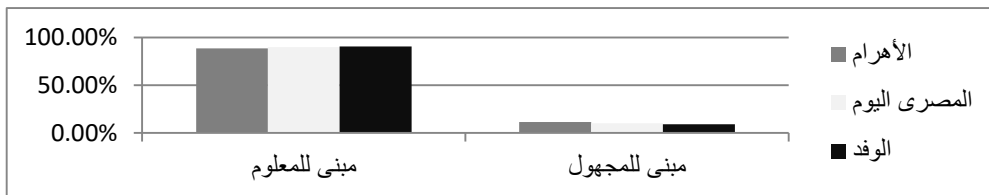
رسم بياني رقم (30) انواع الكلمات



رسم بياني رقم (31) انواع الفعل

ساد الفعل الماضى صحف الدراسة الثلاثة كان على رأس تلك الصحف صحيفة الوفد التى جاء فيها أكثر من نصف أفعالها فى صيغة الماضى، وكذلك الأهرام، وأخيرا سجلت المصرى اليوم أقل نسبة لاستخدام الفعل الماضى، ويذكر أن استخدام الفعل المضارع فى المضامين الاقتصادية لم يقتصر على الزمن الحالى فقط ولكنه امتد للأزمنة المستقبلية أيضا، عكس الفعل الماضى الذى لم يستخدم إلا للأزمنة الماضية فقط.

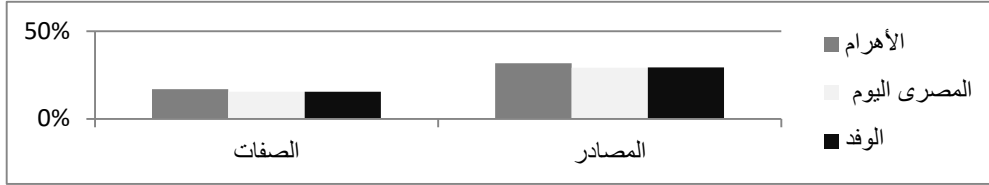
طغى الفعل المبني للمعلوم على صحف الدراسة الثلاث، حيث جاءت أعلى نسبة للفعل المبني للمعلوم فى صحيفة الوفد، تلتها المصرى اليوم، وأخيرا جاءت الأهرام، أما الأفعال المبنية للمجهول فقد زادت مع المضامين التى تتحدث عما يجب أن يفعل وهى غير منسوبة فى الأساس إلى فاعل.



رسم بياني رقم (32) بناء الفعل

الصفات فى المضامين الاقتصادية كلما قلت نسبتها كلما كان ذلك أقرب للحيادية وأبعد عن إقحام الرأى والتحيز ولكن زادت نسبة الصفات فى كل صحف الدراسة عن الحد المقبول فى المضامين الصحفية طبقا للدراسات والذى يجب ألا يزيد عن 10% من نسبة المفردات، فتراوحت نسبة الصفات ما بين 15% - 17%، جاءت أقلها فى صحيفة الوفد، وأعلىها فى الأهرام، كما سجلت الأهرام أعلى نسبة بين صحف الدراسة أيضا فى إطار تواجد المصادر،

تلتها الوفد والمصرى اليوم، وهذا التشابه بينهما ينفى وجود سمة أسلوبية في هذه الفئات لهاتين الصحيفتين، أما الأهرام فإن زيادة هذه الفئات يعد سمة أسلوبية تميزها.



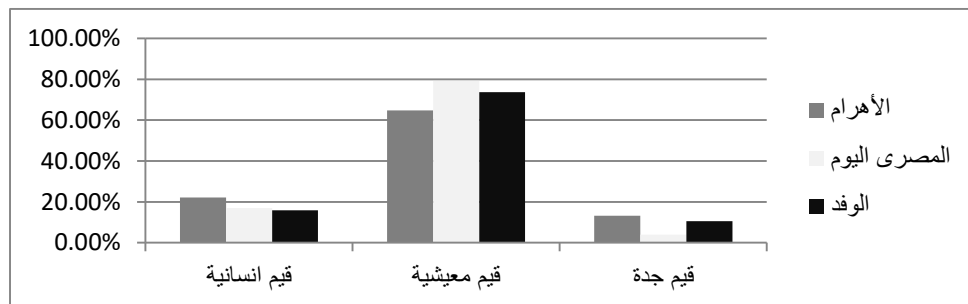
رسم بياني رقم (33) الكلمات التجريدية

الأسماء المشتقة التي وردت في هذه الدراسة مثل (اسم الفاعل - اسم المفعول - صيغة المبالغة - الصفة المشبهة - أفعل التفضيل) جاءت في صحف الدراسة بنسب متقاربة تكاد لا تلاحظ الفروق بينها، ومن ثم تنعدم بهذا الشكل الميزة الأسلوبية لأى منها، وهو ما حدث أيضا في الكلمات الشخصية مثل اسم الجمع واسم العلم وكذلك الأحوال.

التجريد في صحف الدراسة تم حسابه بالفقرات، وقد ظهرت الفقرات المجردة بأعلى استخدام في صحيفة الوفد، ثم هبط التجريد بعض الشيء في صحيفة الأهرام، في حين كان بأقل نسبة في صحيفة المصرى اليوم، وبذلك تبقى صحيفة الوفد أكثر صحف الدراسة احتفاءً بالتجريد والذي يعد غير مستحب مع المضمون الجاد.

تضمنت كافة المضامين المدروسة بصحف الدراسة أسماء دالة على مشاهير (أشخاص أو أماكن أو هيئات أو غير ذلك)، وجاءت أكثر هذه الأسماء تكرارا فئة (الأماكن) والتي ظهرت في الأهرام والوفد بنسب متساوية انخفضت في المصرى اليوم، تلتها فئة (أسماء الهيئات) والتي جاءت في المصرى اليوم والوفد بنسب متساوية في حين ارتفعت في الأهرام.

احتوت المضامين الاقتصادية في صحف الدراسة على عدد من القيم، جاء على رأسها (القيم المعيشية) والتي سجلت أعلى تواجد لها في صحيفة المصرى اليوم، هبطت في الوفد، وازدادت انخفاضا في الأهرام، ثم جاءت (القيم الإنسانية) في المركز الثانى بأعلى تواجد لها في صحيفة الأهرام، انخفضت في المصرى اليوم ثم هبطت مرة أخرى في الوفد، أما (قيم الجودة) فقد جاءت في المركز الأخير في الأهرام ثم الوفد، وأخيرا المصرى اليوم.



رسم بياني رقم (34) الكلمات المعبرة عن قيم

استخدمت صحيفتي الوفد والمصرى اليوم كلمات عامية في مضامينها الاقتصادية، وامتنعت صحيفة الأهرام نهائياً عن استخدام أى كلمات عامية طوال فترة الدراسة، وقد يعود ذلك لطبيعة صحيفة الأهرام المحافظة التي لا تغير من لغتها الرصينة في الكتابة الصحفية وخاصة مع المضامين الجادة، أما صحيفة الوفد فقد استخدمت الكلمات العامية بأعلى نسبة من مفردات الصحيفة، وجاءت بعدها المصرى اليوم والتي كان استخدامها وسيلة للتجديد ولفت الانتباه. وفى الوقت نفسه فإن حجم استخدام المصطلحات المتخصصة في الصحف العامة كان ضعيفاً، واتفقت الصحف على أن تسود المصطلحات المتخصصة غير المفسرة هذه المضامين وجاءت في الأهرام بأعلى معدل تلاه المصرى اليوم ثم الوفد، وبذلك تعد صحيفة الوفد أعلى صحف الدراسة اهتماماً بتفسير المصطلحات المتخصصة.

جاءت كلمات مثل (الاستثمار - التنمية - البطالة) أكثر الكلمات تكراراً في المضامين الاقتصادية بصحف الدراسة، وهي تعبر عن القضايا الاقتصادية الأهم في الواقع المصرى، ظهرت الضمائر بأعلى تواجد لها في الوفد، ثم الأهرام، وأخيراً المصرى اليوم، وغلب عليها جميعاً ضمير الغائب سواء المتصل أو المنفصل وإن تفوق الأول، وجاء ضمير المتكلم في المركز الثانى، ولكن بفارق شاسع بين المركزين في كل صحف الدراسة، وكانت المصرى اليوم هي الأعلى استخداماً له، أما ضمير المخاطب فاحتل المركز الأخير.

كانت الوفد أعلى الصحف استخداماً للمجاز داخل المضامين الاقتصادية، ثم المصرى اليوم، وانخفض هذا الاستخدام في الأهرام، وكانت (الأساليب المجازية) على رأس استخدام المجاز في كل من المصرى اليوم والوفد، أما الأهرام فقد جاءت (الجمل ذات الطابع المجازي) في المركز الأول، وكان لهذا المجاز دلالات مختلفة بعضها اشتركت به جميع صحف الدراسة، ومنها (التوكيد - الأبراز - التوضيح - التضخيم). دلالة (التوكيد) جاءت أعلى نسبياً في الأهرام نظراً لتوجهها الحكومى وميلها الدائم لتأكيد سياسات الدولة، أما فئة (التوضيح) فقد جاءت أعلى نسبياً في الوفد نظراً لرغبتها الدائمة في توضيح موقفها المعارض، وكانت المصرى اليوم أكثر صحف الدراسة ميلاً إلى (التضخيم) لمحاولتها الدائمة جذب عين واهتمام القارئ.

وبشكل عام نستطيع أن نقول أن الأخبار الاقتصادية في صحف الدراسة غير جاذبة للقارئ بسبب التشابه الحادث بينها ليس في موضوعاتها وحسب ولكن في أسلوبها ولغتها وطرق عرضها، وهو ما يرجع إلى أن معظمها منقولة من بيانات صحفية لجهات رسمية لم يتغير فيها شيئاً من صياغتها أو طريقة عرضها.

مراجع الدراسة:

- أحمد على عبد المنعم، بنية الاستعارات الحياتية ووظيفتها في لغة الصحافة المعاصرة 2001، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة القاهرة، 2005.
- أسماء محمد سيد بيومي، البنى الصرفية في لغة الصحافة المعاصرة – دراسة وصفية تحليلية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية دار علوم، جامعة القاهرة، 2014.
- أمل السيد دراز، قارئ الصحف المصرية المتخصصة – دراسة تحليلية ميدانية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2001.
- أميمة مجدى محمد ذكى، أطر معالجة قضايا الاقتصاد المصرى فى الصحافة الاقتصادية الدولية والمحلية – دراسة مقارنة فى الفترة من يوليو 2004 وحتى يوليو 2007، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2012.
- دعاء المتولى السيد، العلاقة بين الاتجاهات السياسية للقائم بالإتصال فى الصحف المصرية وتشكيل أطر المعالجة الصحفية لقضايا الفساد، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب، جامعة حلوان، 2016.
- دعاء عبد الحكم عبد اللطيف، الخطاب الصحفى لشيوخ الأزهر فى الرد على الشبهات حول الإسلام – دراسة تحليلية أسلوبية، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، 2018.
- رانيا على محمود سالم، العوامل المؤثرة على انقراض الخبر الصحفى فى الصحف الخاصة اليومية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2015.
- حسام رئيس محمد على، وسائل الإعلامية فى الجملة كما تبدو فى لغة الصحافة المصرية المعاصرة – دراسة تركيبية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية دار علوم، جامعة القاهرة، 2013.
- خالد محمد صابر، التراكم اللغوية غير الشائعة فى الصحافة المصرية المعاصرة – دراسة تحليلية إحصائية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية دار علوم، جامعة القاهرة، 2006.
- سامح محمد يوسف الشريف، تأثير استخدام رجال الأعمال للصحف والمواقع الاقتصادية الإلكترونية على اتجاهاتهم المجتمعية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2013.
- سامية عبد المجيد محمد، تأثير اتجاهات الخطاب الاقتصادى فى الصحافة اليمنية على الجمهور خلال الفترة من 1995 وحتى 2002، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2005.
- سمر يسرى جابر، دور القنوات الفضائية العربية الاقتصادية فى ترتيب أولويات القضايا الاقتصادية المصرية والعربية والدولية لدى الجمهور المصرى – دراسة تحليلية ميدانية على قناة العقارية TV وقناة CNBC عربية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2016.
- شيماء محمد محمد حسنين، المعالجة الإخبارية لقضايا الاقتصاد المصرى فى القنوات الإخبارية والمواقع الإلكترونية المصرية وعلاقتها بتقييم الجمهور لأداء الحكومة، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2019.
- عبد الباسط أحمد مرشدة، قراءة أسلوبية فى شعر عبد الوهاب البياتى، حوليات آداب عين شمس، المجلد 40، سبتمبر 2012.
- عبد الرحيم فاوى، التغير الدلالي للأفعال فى لغة الصحافة المصرية المعاصرة من 1950 – 2010، رسالة ماجستير غير منشورة كلية دار علوم، جامعة القاهرة، 2013.
- فتح الله على مرسى، أدوات الربط فى لغة الصحافة العربية المعاصرة 1930 – 1998، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب جامعة القاهرة، 2005.

- فرهاد أحمد فارس، تناول الصحف الإلكترونية الكردية للنشاط الاقتصادي بإقليم كردستان العراق – دراسة تحليلية، كلية الآداب، جامعة المنصورة، 2017.
- محمود إبراهيم خليل، انقراض الخبير الصحفي اللغوية بالتطبيق على الخبر الصحفي في جرائد الأهرام – الأخبار – الجمهورية خلال عام 1987، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1989.
- محمد أبو النصر صبحي، الخواص الأسلوبية في مقالات أحمد بهاء الدين، حوليات آداب عين شمس، كلية الآداب، جامعة عين شمس، 2016.
- محمد بن سعود البشر، نظريات التأثير الإعلامي، مكتبة العبيكان، الرياض، 2014.
- محمد على أبو العلا، فن الإتصال بالجمهور بين النظرية والتطبيق، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، 2016.
- محمد على أبو العلا، نظريات الإتصال المعاصرة في ضوء تكنولوجيا الإتصال والعولمة، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2013.
- مروة محمد حلمي، الخطاب التنموي في الصفحات الاقتصادية بالصحف اليومية المصرية تجاه قضايا المجتمع الريفي المصري رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة المنوفية، 2017.
- نها أحمد عبد الكريم، التغطية الإستقصائية لقضايا الفساد في الصحافة المصرية – دراسة تحليلية بعد الثورة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة المنيا، 2017.
- نواف سلطان العتيبي، علاقة الأخبار الصحفية الاقتصادية بتقلبات سوق المال السعودية – دراسة تحليلية ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2015.
- هالة محمد كامل، الأفعال في لغة الصحافة المعاصرة، دراسة في البنية والتركيب والدلالة من صحيفتي الأهرام المصرية والشرق الأوسط الدولية يناير – يونيو 2003، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية دار علوم، جامعة القاهرة، 2012.
- هديل محمد عفيفي، القضايا الاقتصادية كما تعكسها الصحافة المصرية في مرحلة ما بعد 25 يناير، رسالة ماجستير غير منشورة كلية البنات، جامعة عين شمس، 2017.
- ياسر عرف محمد، توظيف الأفعال المتعدية في لغة الصحافة المصرية المعاصرة – دراسة تركيبية إحصائية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية دار علوم، جامعة القاهرة، 2005.
- Khaleefa , Naji Mohammed , Teaching journalistic style to students of translation , SUST journal of linguistic and literary studies , vol.22