مجلة
البحوث الإعلامية

دورية علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

رئيس مجلس الإدارة :

الأستاذ الدكتور / أحمد عمر هاشم

رئيس التحرير :

الأستاذ الدكتور / حمدى حسن محمود

سكرتيرو التحرير :

د / محمود عبد العاطى مسلم

د / عبد العظيم إبراهيم خضر

د / محمد شعبان وهدان

د / أحمد منصور هيبه

المشرف الفنى

محمود حسن الليثى

المراسلات

توجه باسم الأستاذ الدكتور / رئيس التحرير على العنوان التالى :

جامعة الأزهر - كلية اللغة العربية بالقاهرة قسم الصحافة والإعلام - تليفون ٥١٠١٤٦٦

هيئة المحكمين

الأستاذة الدكتورة/ جيهان رشتى

الأستاذ الدكتور/ فاروق أبو زيد

الأستاذ الدكتور/ محيى الدين عبد الحليم

الأستاذ الدكتور/ كرم شلبى

الأستاذ الدكتور/ على عجوه

الأستاذة الدكتورة/ ماجى الحلوانى

الأستاذة الدكتورة/ ليلى عبد المجيد

الأستاذ الدكتور/ أشرف صالح

الأستاذ الدكتور/ عدلى رضا

الأستاذ الدكتور/ حسن عماد

جميع الآراء الواردة فى هذه المجلة تعبر عن رأى صاحبها ولا تعبر عن رأى المجلة

العدد التاسع

يوليو ١٩٩٨

معالجة الصحف الحزبية لقضية الإصلاح الاقتصادى فى مصر

دراسة تحليلية على صحف الوفد - الأهالى - الشعب - مايو

خلال عام ١٩٩٧

دكتورة

نوال عبد العزيز الصفتى(*)

المقدمة :

تزايد الاهتمام بقضية الإصلاح الاقتصادى فى مصر مع بداية العقد الأخير من هذا القرن . خاصة مع بداية الخطة الخمسية الثانية ٨٧/ ١٩٩٢ ، حيث بدأت المحصلة الأولى للإصلاح الاقتصادى والهيكلى فى مؤسسات الدولة والتى انتهت فى عام ١٩٩٤[١] . ومع بداية الخطة الخمسية الثانية ١٩٩٨/٩٣ بدأت المرحلة الثانية من الإصلاح الاقتصادى والتى شهدت اتجاهاً متزايداً فى بيع شركات القطاع العام وشركات قطاع الأعمال العام وتزايد الاتجاه نحو تشجيع الاستثمار وتزايدت عملية خصخصة الشركات فى مختلف القطاعات الإنتاجية فى الدولة [٢] . الأمر الذى أدى إلى ظهور تيارات مختلفة فى المجتمع المصرى ما بين مؤيد ومعارض لهذه الإجراءات .

ونظراً لخطورة الدور الذى تلعبه وسائل الإعلام فى المجتمع فى إمداد الجمهور بالمعلومات المختلفة عما يدور حوله عن طريق جذب انتباه الجماهير وتوجيه اهتماماتهم للموضوعات والقضايا التى تشغلهم [٣] . يأتى دور الصحافة كمرآة للرأى العام ومن أهم الوسائل التى تؤثر فيهم لما تنفرد به من خاصية سهولة الحفظ والاقتناء وحرية الرجوع للمادة المنشورة أكثر من مرة [٤] . لذلك يأتى موضوع البحث ليغطى معالجة الصحف الحزبية لقضية الإصلاح الاقتصادى فى مصر [*] . خاصة وأن الصحافة يمكن أن تقوم بتقديم الموضوعات الاقتصادية ونشرها والتعليق عليها وتفسير خصائصها [٥] للوصول فى نهاية المطاف إلى التثقيف النوعى للجمهور المصرى بهدف تحسين أحوال المجتمع الذى تخاطبه وزيادة قدرة الأفراد على التعبير وإدراك احتياجاتهم والمشاركة فى عملية التنمية المستهدفة فى النهاية [٦] .

(*) مدرس - كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال - جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا .

وبالرغم من ظهور الصحف الحزبية في مصر منذ منتصف السبعينات باعتبارها تجسيد للأحزاب السياسية ولسان حالها ووسيلتها الإعلامية للتأثير في الرأى العام واجتذابه لفلسفتها وأيديولوجياتها الحزبية ، إلا أن معالجتها للأحداث المختلفة يغلب عليها التحيز والبعد عن الموضوعية في كثير من الأحوال (**) مما يدعو إلى بحث كيفية معالجة هذه الصحف لقضية الإصلاح الاقتصادى في مصر ، في ضوء التيارات الحزبية بهدف التعرف إلى أي مدى تتأثر المعالجة الصحفية لقضية الإصلاح الاقتصادى بأيديولوجية لكل حزب . وعليه يسعى البحث للإجابة على سؤال إلى أى مدى تأثرت معالجة الصحف الحزبية لقضية الإصلاح الاقتصادى بأيديولوجية الحزب ومبادئه ؟ وذلك من خلال دراسة تحليلية لصحف الوفد ، الأهالى ، الشعب ومايو خلال عام ١٩٩٧ التى شهدت قرب نهاية الخطة الخمسية الثانية ١٩٩٨/٩٣ ونهاية المرحلة الثانية لبرنامج الإصلاح الاقتصادى والهيكلى والاتجاه نحو بيع شركات قطاع الأعمال العام وبعض شركات القطاع العام الخاسرة (*) للوصول في نهاية المطاف إلى تقييم الأداء الصحفى للصحف الحزبية في تناولها لأحد أخطر القضايا التى تهم المجتمع المصرى .

مشكلة البحث :

نظراً لأن تحديد مشكلة البحث من أهم الخطوات التي تؤثر في سير البحث تأثيراً مباشراً ، أمكن للباحثة تحديد المشكلة البحثية بناء على نتائج الدراسة الاستطلاعية التى أجرتها على عينة محدودة من الصحف الحزبية والتي أسفرت عن تباين اتجاهات الصحف الحزبية في معالجتها لقضية الإصلاح الاقتصادى وبرنامج الخصخصة في مصر ، فضلاً عن تفاوت الاهتمام بالقضايا الاقتصادية على صفحات الصحف الحزبية رغم أهمية ما تمثله هذه القضايا على الواقع المجتمعى المعاش من تحديات بوجه عام وما تمثله أمام عملية التنمية التى تتبناها الدولة بوجه خاص . وعليه تحددت المشكلة البحثية في معالجة الصحف الحزبية لقضية الإصلاح الاقتصادى ، دراسة تحليلية خلال عام ١٩٩٧ على صحف الوفد ، الأهالى ، الشعب ، ومايو ، للتعرف على واقع المعالجة الفعلية لقضية الإصلاح الاقتصادى بهذه الصحف ومدى تأثر هذه المعالجة بالأيديولوجيات الحزبية لكل صحيفة للتوصل في النهاية إلى تقييم الأداء الصحفى للصحف الحزبية في معالجة أحد أهم قضايا التنمية التى تتبناها مصر خلال العقد الأخير من القرن العشرين .

الدراسات السابقة :

تفتقر المكتبة العربية للدراسات الموسعة عن الإعلام الاقتصادى . ولم ينل الإعلام الاقتصادى حظه الوافر من الدراسة والبحث حتى أن الدراسات التى أجريت عليه فى إطار الاهتمام بدراسة الظاهرة الاتصالية وكيفية التناول الإعلامى لها فى إطار إمبريقى تعد محدودة للغاية . ويمكن للباحثة عرض هذه الدراسات كما يلى :

١ - **دراسة مؤيد قاسم الجفاف :** « دور الصحف اليومية فى الإعلام عن الصناعة الوطنية فى العراق »[٧] . حيث قام الباحث باختيار عينة من الصحف اليومية العراقية بهدف التعرف على كيفية معالجتها لموضوعات زيادة الإنتاج وترشيد الاستهلاك وجهود الدولة فى تنمية الصناعة الوطنية فيها وكشفت الدراسة عن اهتمام الصحف العراقية بتغطية قضايا تنمية الصناعة الوطنية فى العراق ودور الدولة فى تطويرها فى الترتيب الأول من إجمالى القضايا تلاها الاهتمام بترشيد الاستهلاك ثم زيادة الإنتاج. كما كشفت الدراسة عن ارتباط وثيق بين أولويات الاهتمام لدى الصحف وبين اهتمامات الخطاب الرسمى العراقى تجاه قضية الصناعة الوطنية .

٢ - **دراسة نجوى كامل :** الصفحات الاقتصادية فى الصحف اليومية دراسة تحليلية للصفحة الاقتصادية فى الأهرام والوفد خلال عام ١٩٨٩[٨] . حيث أجريت الدراسة على الصفحات فى الصحف اليومية واختارت الباحثة جريدتى الأهرام والوفد للتعرف على نوعية القضايا الاقتصادية التى نشرتها الصفحة الاقتصادية بالجريدتين خلال عام ١٩٨٩ . وتوصلت الباحثة إلى أن قضية مصادر الدخل احتلت الترتيب الأول لدى جريدتى الأهرام والوفد بنسبة ٢٨,٢٪ و ٢٦,٥٪ لكل منهما على التوالى . واتضح للباحثة أن قضية التجارة حصلت على أعلى نسبة من التكرارات الخاصة بفئات مصادر الدخل تلتها قضية الصناعة . واهتمت جريدة الوفد بمصادر الدخل الأخرى مثل قناة السويس والثروة السمكية والسياحة أكثر من الأهرام . وحصلت قضية التعاون الاقتصادى على الترتيب الثانى لدى الجريدتين بنسبة ٢١,٨٪ و ٢٤٪ لكل منهما على التوالى . واتضح للباحثة تأثير السياسة التحريرية فى نمط وأسلوب معالجة كل جريدة للموضوعات المتعلقة بقضية التعاون الاقتصادى .

كما حصلت قضية قطاعات الإنتاج على الترتيب الثالث فى الأهرام بنسبة ١٦٪ وعلى الترتيب الرابع فى الوفد بنسبة ٩,٨٪ من جملة القضايا الاقتصادية المنشورة .

وحصلت قضية التخطيط الاقتصادى على الترتيب الرابع فى الأهرام بنسبة ١٢٪ وعلى الترتيب الخامس لدى الوفد بنسبة ٢ . ٧٪ .

٣ - دراسة إبراهيم محمد عبد اللطيف « معالجة الأهرام الاقتصادى للموضوعات الاقتصادية [٩] . حيث قام الباحث بإجراء دراسته على مجلة الأهرام الاقتصادى بهدف التحليل الكيفى والكمى للموضوعات والمعلومات الاقتصادية المنشورة على صفحاتها للتعرف على كيفية معالجة المجلات الاقتصادية للقضايا الاقتصادية . وتوصلت الدراسة إلى اهتمام الأهرام الاقتصادى بعرض القضايا والمشكلات التى تواجه الاقتصاد المصرى من خلال توظيف المجلة لفنون التحرير الصحفى المختلفة . واتضح لدراسة أن المجلة اهتمت على التوالى بالتقارير والتحقيقات والأخبار والحوارات والمقالات والأعمدة والكاريكاتير فى معالجتها للقضايا الاقتصادية فى مصر . وجاء اهتمام المجلة بالقضايا الاقتصادية على التوالى فى قضية زيادة مصادر الدخل ، التعاون الاقتصادى ، التخطيط ، التعدين ، عرض المشكلات الاقتصادية ، قطاعات الإنتاج والخدمات .

٤ - دراسة Kebbel, Gary ، استخدامات الموضوعات الاقتصادية فى الصحف البريطانية [١٠] أجريت الدراسة للتعرف على أسباب قراءة الموضوعات الاقتصادية فى صحيفتى الجارديان والفايننشيال تايمز ، واتضح أن أهم هذه الأسباب هى الحاجة إلى معرفة المعلومات الاقتصادية المتعلقة بالاقتصاد البريطانى وما يتعلق به أولاً ثم المعلومات الخاصة بحركة الأسهم والبورصات ثانياً ثم الاهتمام بمعرفة أخبار الضرائب وجاء الاهتمام بقراءة الموضوعات الاقتصادية العامة التى لا تتعلق باهتمامات الجماهير المباشرة فى الترتيب قبل الأخير فى حين جاء الاهتمام بالموضوعات الاقتصادية للدول الأخرى فى الترتيب الأخير .

٥ - دراسة Lorimor and Dunn ، فنون التحرير الصحفى للقضايا الاقتصادية فى الصحف الهندية [١١] . أجريت الدراسة للتعرف على أنماط فنون الكتابة الصحفية المصاحبة للقضايا الاقتصادية فى الصحف الهندية ، وكشفت الدراسة عن أن الخبر الصحفى فالتقارير ثم المقالات فالتحقيقات جاءت على التوالى فى مصاحبة القضايا الاقتصادية فى الهند . كما كشفت الدراسة عن اهتمام الصحف الهندية الأسبوعية بتنويع فنون الكتابة الصحفية لها على صفحاتها . واهتمت الصحف بالقضايا الاقتصادية الداخلية أولاً ، ثم القضايا الإقليمية وأخيراً القضايا الدولية .

٦ - دراسة Norman Stabler ، إعداد وتحرير القضايا الاقتصادية [١٢] . استهدفت الدراسة إلى وضع القواعد لكيفية إعداد وتحرير المسائل المالية والاقتصادية في الصحف البريطانية . وفي هذا الإطار قدمت الدراسة تصوراً لمعالجة قضايا القطاع الزراعي والصناعي والتجاري في المجتمع البريطاني . وأكدت أنه يجب أن تكون هناك استراتيجية لدى الصحف البريطانية في معالجة الموضوعات الاقتصادية - التي تتسم بالتعقيد أصلاً - لذا يجب أن تلائم المعالجة الصحفية بتبسيط هذه المعلومات دون الإخلال بمضمون الموضوع الحقيقي لضمان عدم تشويه المعلومات التي يتضمنها .

أهمية البحث :

تأتي أهمية البحث من خطورة القضية التي يتناولها ويمكن بلورة ذلك فيما يلي :

١ - نقص البحوث والدراسات التي تناولت مشكلة البحث الحالي وهي تلك التي تتعلق بمعالجة الصحف الحزبية لقضية الإصلاح الاقتصادي والخصخصة في مصر .

٢ - تعد الدراسة محاولة لارتياد مجال الاتصال الاقتصادي بما يتضمنه من عناصر متشابكة ممثلة في النظام المصري العام وبين الصحف الحزبية وبين الجمهور .

٣ - الأهمية الحيوية لقضية الإصلاح الاقتصادي وما تمثله من تحديد لمستقبل الاقتصاد المصري خلال القرن القادم .

٤ - تكتسب الدراسة أهمية خاصة في ظل تولي وزارة جديدة وضعت برامج الإصلاح الاقتصادي والخصخصة في أولوياتها .

أهداف البحث :

يهدف البحث إلى :

١ - رصد معالجة الصحف الحزبية لقضية الإصلاح الاقتصادي في مصر .

٢ - تقييم الأداء الصحفي للصحف الحزبية في معالجة قضية الإصلاح الاقتصادي في مصر .

٣ - التعرف على مدى الصحف الحزبية ببرامج أحزابها وأيديولوجيتها في معالجة قضية الإصلاح الاقتصادي .

٤ - التعرف إلى أي مدى تأثرت الصحيفة بموقف حزبها التي تعبر عنه من قضية الإصلاح الاقتصادي والخصخصة من حيث تأييدها أوعدم تأييدها للإصلاح والخصخصة .

٥ - الكشف عن أكثر الموضوعات التي اهتمت بها الصحف الحزبية عن غيرها في معالجة قضية الإصلاح الاقتصادي والخصخصة .

٦ - التعرف على تصور كل حزب من الأحزاب المصرية لكيفية تصميم وتطبيق برنامج للإصلاح الاقتصادي من خلال تحليل المعالجة الصحفية للصحف الحزبية التي تصدر عن هذه الأحزاب .

٧ - التعرف على البدائل والسياسات الاقتصادية التي تطرحها الصحف الحزبية لحل المشكلات الاقتصادية التي تواجه عملية الإصلاح الاقتصادي .

٨ - التعرف على مدى التوافق أو التباين بين السياسات الحكومية لإصلاح الاقتصاد المصري وتقييم الصحف الحزبية لهذه السياسات .

تساؤلات البحث :

١ - ما حجم اهتمام الصحف الحزبية بقضية الإصلاح الاقتصادي ؟

٢ - ما أكثر الموضوعات التي اهتمت بها الصحف الحزبية عن غيرها في معالجة قضية الإصلاح الاقتصادي ؟

٣ - ما فنون الكتابة الصحفية المصاحبة لموضوعات قضية الإصلاح الاقتصادي في الصحف الحزبية ؟

٤ - ما وسائل الإبراز المصاحبة للموضوعات المنشورة عن الإصلاح الاقتصادي في الصحف الحزبية ؟

٥ - ما موقع الموضوعات الصحفية عن قضية الإصلاح الاقتصادي في الصحف الحزبية ؟

٦ - ما مصدر الصحف الحزبية في الحصول على معلومات قضية الإصلاح الاقتصادي ؟

٧ - ما مصدر الإدلاء بالمعلومات عن قضية الإصلاح الاقتصادي في الصحف الحزبية ؟

٨ - ما نوعية الجمهور الذي تخاطبه موضوعات الإصلاح الاقتصادي في الصحف الحزبية ؟

٩ - ما اتجاه عرض موضوعات قضية الإصلاح الاقتصادي في الصحف الحزبية المصرية ؟

١٠ - ما أساليب الإقناع المصاحبة لقضية الإصلاح الاقتصادى فى الصحف الحزبية ؟

١١ - ما وظائف المضامين المثارة عن قضية الإصلاح الاقتصادى فى الصحف الحزبية ؟

نوع البحث :

يهدف البحث بشكل أساسى للكشف عن طبيعة المعالجة الصحفية لقضية الإصلاح الاقتصادى فى الصحف الحزبية . لذا يندرج البحث ضمن البحوث الكمية الوصفية التى تهتم بالدرجة الأولى بتحليل ورصد خصائص موضوع ما للحصول على معلومات وبيانات كافية ودقيقة عنها [١٣] . من خلال الدراسة التحليلية لهذه الصحف خلال عام ١٩٩٧ .

منهجية البحث :

اعتمدت الباحثة فى دراستها على المنهجين التاليين :

١ - المسح الإعلامى [١٤] : عن طريق المسح الشامل من إعداد صحف الأهالى ، الشعب ومايو وكذا مسح لعينة من إعداد جريدة الوفد اليومية للتعرف على طبيعة المعالجة الصحفية لقضية الإصلاح الاقتصادى فى هذه الصحف خلال عام ١٩٩٧ .

٢ - المنهج المقارن : للملاحظة ورصد أوجه الشبه والاختلاف وكذا مدى التباين أو الاتساق [١٥] بين طبيعة المعالجات الصحفية فى الصحف الحزبية لعملية الإصلاح الاقتصادى فى مصر .

أدوات التحليل :

١ - تحليل المضمون :

استعانت الباحثة بأداة تحليل المضمون للتوصل إلى الوصف الكمى للمحتوى الظاهر لعملية الاتصال [١٦] . وتم اختيار وحدة الموضوع كوحدة للعد والقياس من خلال تحليل جميع الأخبار والمقالات والتقارير والحوارات والتحقيقات والصور الكاريكاتيرية التى نشرت خلال فترة التحليل . للتوصل إلى البيانات التى تساعد فى التعرف على طبيعة معالجة الصحف الحزبية للإصلاح الاقتصادى خلال التحليل .

٢ - تحليل الخطاب :

حيث اعتمدت الباحثة فى إطاره على أداة مسارات البرهنة [١٧] ، حيث تم رصد الأدلة والبراهين التى اشتملت عليها الموضوعات المنشورة عن الإصلاح الاقتصادى فى الصحف الحزبية بهدف إقناع الجمهور بوجهة نظرها .

مبررات اختيار صحف الدراسة :

تمثلت عينة الدراسة التحليلية فى صحف الوفد ، الأهالى ، الشعب ومايو ، والتى رأت الباحثة أنها تمثل كافة الاتجاهات والتيارات الحزبية فى مصر . إذ تعبر جريدة الوفد عن الاتجاه الليبرالى الرأسمالى ، وتعبر جريدة الأهالى عن الاتجاه الاشتراكى ، وتمثل جريدة الشعب الاتجاه نحو الاقتصاد الإسلامى أو المعارضة المتشددة - كما يطلق عليها أحياناً - فى حين تعبر مايو عن الحزب الوطنى الديمقراطى الحاكم وتعبر عن فلسفة الاقتصاد المختلط التى تدعو إليه الدولة .

وتم تحليل المواد الاقتصادية فى جميع أعداد هذه الصحف التى خضعت للتحليل خلال عام ١٩٩٧ للتوصل إلى الدلالات والاستنتاجات التى يود البحث التوصل إليها فيما يتعلق بالمعالجة الصحفية لقضية الإصلاح الاقتصادى فى مصر .

مجتمع الدراسة :

تمثل مجتمع الدراسة فى جميع الأعداد التى صدرت من الصحف الحزبية موضوع التحليل خلال عام ١٩٩٧ باتباع أسلوب الحصر الشامل لصحف الشعب (التى تصدر مرتين فى الأسبوع ، الأهالى ومايو الأسبوعيتين . فى حين تم استخدام أسلوب الأسبوع الصناعى بالنسبة لجريدة الوفد . وبلغت الأعداد التى خضعت للتحليل من جريدة الوفد ٦٢ عدداً ، جريدة الشعب ١٠٩ عدد والأهالى ٥٥ ومايو ٥٣ عدداً .

فترة الدراسة التحليلية :

شملت فترة الدراسة التحليلية للصحف الحزبية فى معالجتها لقضية الإصلاح الاقتصادى فى مصر عام ١٩٩٧ . نظراً لتولى وزارة جديدة وإعلانها أن الإصلاح الاقتصادى والخصخصة من أهم اهتماماتها بالاضافة إلى أن هذا العام يشهد قرب نهاية الخطة الخمسية الثانية ، الأمر الذى يثرى فرصة الحصول على بيانات ومعلومات تتعلق بمعالجة الصحف الحزبية لقضية الإصلاح الاقتصادى فى ضوء تفاوت مواقف الصحف الحزبية من هذه القضية .

إجراءات التحليل :

قامت الباحثة بوضع تصور مبدئى لاستمارة التحليل . وقامت بدراسة استطلاعية لعينة محدودة من أعداد الصحف الحزبية موضع التحليل . وبعد عرض الاستمارة على

مجموعة من المحكمين تم إعدادها في شكلها النهائي . وقامت الباحثة بتجميع البيانات واستخراج النسب وإعداد الجداول التكرارية الأولية ثم جدولة البيانات واستخراج النسب الخاصة بتحليل المضمون في النهاية .

فئات التحليل :

ارتبطت فئات التحليل بتساؤلات البحث وأهدافه وانقسمت إلى :

أولاً - فئات الشكل ، وشملت :

١ - اسم الجريدة (الوفد - الأهالي - الشعب - مايو) .

٢ - حجم التكرارات الخاصة بقضية الإصلاح الاقتصادي .

٣ - فنون الكتابة الصحفية المستخدمة (خبر - تحقيق - حوار - تقرير - مقال - عمود - كاريكاتير) .

٤ - وسائل الإبراز المصاحبة (صور شخصية - موضوعية - رسوم بيانية - خرائط - شبكات - إطارات) .

٥ - موقع الموضعات المنشورة على مستوى كل صحيفة على حدة .

٦ - أشكال العناوين المصاحبة لقضية الدراسة (عناوين عريضة (رئيسية) - ممتدة - عمودية) .

٧ - مصدر الصحف الحزبية في الحصول على المعلومات (محرر الصحيفة - وكالات أنباء - الصحف الأخرى - مجهول المصدر) .

٨ - مصدر معلومات كل صحيفة في معالجتها للقضايا الاقتصادية (المحرر كمنتج للمعلومة . الخبراء والمتخصصون . المعاهد العلمية . المسئولون ورجال الأعمال والمستثمرون . القراء) .

ثانياً : فئات المضمون ، وشملت :

١ - الفئات الخاصة بقضية الإصلاح الاقتصادي وهي : خصخصة القطاع العام - تشجيع الاستثمار - تنشيط السياحة - زيادة الإنتاج - تنمية الصناعة الوطنية - تحرير التجارة الخارجية - علاج العجز في ميزانية الدولة - مشكلة التضخم .

٢ - مسارات الإقناع ، وتشمل :

(أ) مسارات عقلية تعتمد على الأدلة والحقائق .

(ب) مسارات عاطفية تعتمد على أسلوب الإنشاء والبلاغة والوصف .

٣ - وظيفة المضامين المقدمة وتشمل : الأخبار ، التعليم والتشقيف ، عرض تقريرى للحقائق ، انتقاد ممارسات معينة ، تأييد إجراءات معينة ، الدعوى لتبنى مواقف معينة ، الدعوة للتغيير .

إجراءات الصدق والثبات :

اعتمدت الباحثة فى اختيار الصدق على قياس الصدق الظاهرى للاستمارة من حيث قدرتها على الإجابة على كافة تساؤلات البحث مما يؤدى لتحقيق أعلى درجات الدقة فى عملية التحليل ، أما الثبات فقامت الباحثة بإجرائه مع نفسها وحققت إعادة الاختبار نسبة ثبات عالية بين المادة التى تم تحليلها فى المرة الأولى والثانية وبلغت ٩٣٠٥٪ مما يؤكد ثبات التحليل .

الخلفية النظرية (*)

تمهيد :

تلعب الصحافة الاقتصادية - أو يتوقع منها - كما تقول د. لبلى عبد المجيد - أن تلعب دوراً مهماً فى التصدى لألم مشكلات الواقع وأكثرها ارتباطاً وتأثيراً على حياة المواطن العادى اليومية وهى المشكلة الاقتصادى بكل أبعادها وجوانبها .

والمشكلة الاقتصادية هى أحد أبعاد مشكلة التنمية فى مجتمعنا . من هنا تأتى أهمية دراسة الدور الذى تقوم به هذه الصحافة فى التصدى لمشكلات التنمية . وما الذى ينبغى أن تفعله الصحافة الاقتصادية من أجل أن تؤدى هذه الأدوار بصورة أفضل والصحافة الاقتصادية هى نوع من أنواع الصحافة التى تهتم بالمضمون الاقتصادى بكل قضاياه الرئيسية والفرعية وتركز عليه بشكل مباشر وعلى تأثيراته المختلفة على مختلف جوانب الحياة . ويمكن أن نقسمها إلى ما يلى :

أولاً : الأجزاء الخاصة بالاقتصاد فى الصحف العامة (الجرائد اليومية والجرائد الأسبوعية والمجلات العامة) : وهى أجزاء ظهرت تلبية لتنوع اهتمامات القراء ورغباتهم

ويسعى مضمونها بفئاته المختلفة إلى تلبية هذه الاهتمامات من خلال قسم متخصص ، وهذا القسم قد يكون باباً (يستخدم شكلاً صحفياً واحداً غالباً كالأخبار أو المشروعات أو مادة الرأى ..) أو ركناً (أقل من صفحة ويستخدم أشكال صحفية متعددة ومتنوعة) أو صفحة كاملة أو ملحقاً يتكون من عدة صفحات .

ثانياً ، الصحف الاقتصادية العامة : وهى الصحف (جرائد أو مجلات) التى تركز بشكل أساسى على المادة الاقتصادية ولكنها تتوجه لجمهور عام أى من القراء العاديين المتنوعين فى خصائصهم وسماتهم العمرية والجنسية والمهنية والتعليمية .. الخ وتصدر غالباً أسبوعياً أو نصف شهرياً . وهى تراعى هنا طبيعة قرائها خاصة عند معالجة مادة صحفية جادة ودسمة كالمادة الاقتصادية فتحرص على التبسيط وتبعد عن التعقيد والمصطلحات الاقتصادية التى قد يتعذر فهمها على غير المتخصص .. الخ ونموذج ذلك مثلاً مجلة الأهرام الاقتصادى .

ثالثاً ، الصحف الاقتصادية المتخصصة : وهى نوع آخر من الصحف الاقتصادية وتتوجه لجمهور متخصص من الدارسين والأكاديميين والباحثين فى مجال الاقتصاد وتصدر غالباً شهرياً أو ربع سنوية . ومعظم ما ينشر بها هو عبارة عن دراسات علمية أكاديمية ويندر فيها استخدام الأشكال الصحفية كالخبر أو التحقيق أو الحديث ... الخ . وغالباً ما يكون المسئول عنها من غير الصحفيين بل من الباحثين أو المتخصصين فى مجال الاقتصاد وربما يستعين بشخص أو اثنين من سكرتارية التحرير الفنية للقيام بالأعمال الفنية لتجهيز هذه الدراسات وطباعتها .

سمات الصحافة الاقتصادية :

١ - هى صحافة بطبيعتها جادة تتعامل مع مضمون جاد .

٢ - صحافة تعتمد بشكل أساسى على المعلومات والبيانات والإحصائيات والأرقام .

٣ - أنها تعتمد غالباً على أساليب منطقية وعقلية .

٤ - أنها تتطلب ضرورة أن يتجاوز الصحفى المتخصص فى الكتابة بها الدور التقليدى للصحفى ، وهو تقديم تقرير حالى للقراء عن الأحداث الراهنة إلى دور آخر ، وهو الذهاب إلى ما وراء التقرير البسيط عن حدث ومحاولة وضع هذا الحدث فى اطار يعطيه معنى .

٥ - الصحفى الاقتصادى أقرب ما يكون إلى الباحث العلمى ولذا فإن عليه أن يلتزم بالأمانة فى جمع المعلومات وتحليلها وتفسيرها . وعليه أن يكون شأنه فى ذلك شأن الباحث العلمى متشككاً فى أية معلومات يصل إليها من أجل أن يصل إلى الحقيقة. والصحفى الاقتصادى عليه أن يتجنب قدر الإمكان الأخطاء والمغالطات الصحفية اليومية التى يقع فيها المحررون الصحفيون من وقت لآخر .

وذهب الدورة التدريبية لمحررى الشئون الاقتصادية التى عقدها المجلس الأعلى للصحافة إلى أن أكثر الأشكال الصحفية المقترح استخدامها بشكل أكبر فى الصحافة الاقتصادية هى :

١ - التركيز على استخدام التقارير الإخبارية News Report التى تقوم على عرض الوقائع والأحداث الاقتصادية مع خلفياتها التاريخية أو الوثائقية . والقيام بتقييم موضوعى لهذه البيانات والمعلومات ووضعها فى إطارها العام والوصول إلى خلاصات واستنتاجات لدلالات الحدث ومغزاه .

٢ - الاستعانة بالقصة الإخبارية الشاملة Round up Story أى القيام بتغطية شاملة لأحداث متعددة متشابهة .

٣ - التقليل قدر الإمكان من استخدام الأخبار القصيرة السريعة وهى تقارير أنية سريعة مركزة ولا تقدم إجابات كافية عن كل جوانب الخبر Spot News .

دور الإعلام فى نشر الوعى الاقتصادى :

من المسلم به أن وسائل الإعلام تلعب دوراً كبيراً فى جانب انتباه الجمهور وفى توجيه اهتمامه لقضايا معينة . وفى تحديد الموضوعات التى تشغل الرأى العام ، وأن أى مشكلة أو قضية لا تتعرض لها وسائل الإعلام لا يمكن أن تجد طريقها إلى الانتشار السريع بين الجمهور . وما يميز وسائل الإعلام عن غيرها من وسائل الاتصال البدائية هو سرعة الانتشار وقدراتها الكبيرة على إثارة الاهتمام لدى الجمهور . ويمكن القول أن ما تنشره وسائل الإعلام يصبح معروفاً للجمهور وما لم تنشره وسائل الإعلام لا يعرف الجمهور عنه شيئاً . ومن هنا تتضح أهمية وخطورة الدور الذى تلعبه وسائل الإعلام فى هذا الصدد .

وقد أثبتت الدراسات أن عملية الانتباه وإثارة الاهتمام لدى الجمهور بقضايا المجتمع تمر بمجموعة من المراحل التي يمكن إدماجها في خمسة مراحل هي :

١ - مرحلة ما قبل المشكلة .

٢ - مرحلة اكتشاف المشكلة والتحمس الكبير .

٣ - مرحلة إدراك تكلفة حل المشكلة .

٤ - النقص التدريجي لدرجة الاهتمام العام .

٥ - مرحلة ما بعد المشكلة .

أولاً - مرحلة ما قبل المشكلة :

تتواجد هذه المرحلة عندما تظهر مشكلة اقتصادية تشغل الجمهور ولكنها في نفس الوقت تستحوذ على اهتمام الجمهور ، وفي نفس الوقت فإن بعض فئات الجمهور أو المتخصصين أصبحوا على علم بوجود المشكلة وفي هذه المرحلة فإن دور وسائل الإعلام ينحصر في توجيه أو لفت نظر الجمهور إلى مثل هذه الحوادث وغالباً ما يتم من خلال نشر وإذاعة أخبار عنها .

ثانياً - مرحلة اكتشاف المشكلة وظهور التحمس :

نتيجة لتكرار أو تعرض الجمهور للأحداث الخاصة بمشكلة ما ، فإن الجمهور يصبح فجأة على علم بخطورة المشكلة ويصاحب هذه المعرفة والإدراك لخطورة المشكلة تحمس كبير يتعلق بمدى قدرة المجتمع على حل هذه المشكلة عمل شئ فعال في سبيل ذلك خلال فترة قصيرة من الزمن . ويعتقد الباحثون أن كل مشكلة يمكن إيجاد حل لها ، دون الإخلال بنظام وهيكل المجتمع ، ويتم التوصل لهذا الحل بعد تخصيص وقت لها .

ثالثاً - إدراك تكلفة حل المشكلة :

وفي هذه المرحلة يكون هناك نوع من الإدراك لأبعاد وحقيقة المشكلة ويكون المهتمون على دراية من أن حل المشكلة أو التخلص التدريجي منها سوف يكون مكلفاً ، وفي هذا الصدد يدرك الجمهور أن حل المشكلة لن يتكلف فقط أموالاً كثيرة ولكن أيضاً تضحيات من جانب جماعات كثيرة في المجتمع وكذلك يدرك الجمهور أيضاً أن هذه المرحلة جزءاً من المشكلة نتيجة أوضاع خاطئة ، وبالتالي فإن السمة الأساسية لهذه المرحلة هو إدراك وجود نوع من الارتباط بين المشكلة وحلها .

رابعاً : التناقص التدريجي لدرجة الاهتمام العام :

فالمرحلة السابقة التي تتعلق بإدراك الكافة لحل المشكلة تتحول تلقائياً إلى المرحلة الرابعة . مرحلة التناقص التدريجي في درجة الاهتمام العام بالمشكلة فبينما يدرك الكثيرون صعوبة تكلفة إيجاد حل للمشكلة ففي نفس الوقت يكون هناك واحد من ثلاثة ردود أفعال :

(أ) يشعر بعض الأفراد بالإحباط وعدم الرغبة في الاهتمام بالمشكلة .

(ب) يشعر الآخرون بأنهم مهددون لمجرد التفكير في المشكلة ، وبالتالي فإنهم يتجنبون الأفكار .

(جـ) يمل البعض الآخر من المشكلة ، ومن التفكير فيها

وما يجب الإشارة إليه في هذا الصدد هو أن معظم الناس يتكون لديهم نوع من التداخل من كل هذه المشاعر ، ونتيجة لهذه المشاعر العامة لا يستمر الاهتمام بالمشكلة تتناقص تدريجياً وفي هذه الحالة فإنه نوع آخر من المشاكل يستحوذ على اهتمام الجمهور .

خامساً - مرحلة ما بعد المشكلة :

وفي هذه المرحلة الأخيرة من دورة الاهتمام العام بالمشكلة أو القضايا التي اختفت من اهتمامات الجمهور تتلاشى تدريجياً من دورة الاهتمام وتظهر مشكلة جديدة من القضايا والمشكلات وفق بعض العوامل الضابطة .

وظائف الصحافة الاقتصادية وأدوارها :

١ - القيام بتغطية الأحداث الاقتصادية بشكل دقيق وصحيح وشامل بما يعطيها معناها الحقيقي .

٢ - تقديم الخلفيات والتفسيرات التي توضح الأحداث الاقتصادية وتضعها في سياقها السليم .

٣ - طرح كافة الآراء حول القضايا الاقتصادية وعدم الاكتفاء بما تراه السلطة أو أي فئة أخرى (سياسية أو اقتصادية أو غيرها) تسيطر على الصحيفة وعدم فرض آراء جاهزة على القراء بل مساعدتهم من خلال الحوار والنقاش على أن تصبح لديهم القدرة على التمييز والاختيار بين النافع والضار .

٤ - تقديم الخدمات المختلفة للقراء التى تفيدهم فى حياتهم اليومية وتساعدهم فى التعرف على كيفية الحصول على الخدمات المتاحة فى المجتمع (استهلاكية - صحية - تعليمية - شراء سلع - إصلاح أجهزة ...) .

٥ - السعى لحث الجماهير على المشاركة فى إدارة مجتمعاتها وتزودها بإدراك كافى يمكنها من الإسهام فى اتخاذ القرارات .

٦ - الإسهام فى دعم ومؤازرة قضايا التنمية الشاملة للمجتمع وأغراضها فى كافة المجالات (الزراعة - الصحة - الأمية - تنظيم الأسرة والمشكلة السكانية .. الخ) .

٧ - الإسهام فى الكشف عن الفساد والتنقيب عن المنحرفين ممن يهددون الاقتصاد الوطنى وينهبون ثروات الوطن والكشف عن المعوقات التى تعترض طريق الإنتاج .

المراحل التى يجب أن تقوم بها الصحافة فى تغطيتها للموضوعات الاقتصادية :

١ - **المستوى الإعلامى «مستوى الإحاطة»** : فالصحافة يمكن أن تقوم بلفت انتباه الجماهير عن طريق إحاطة الجمهور الذى تخاطبه الصحيفة بالمشكلات الاقتصادية ، وإمداده بكافة الجوانب المختلفة لهذه المشكلات ومدى ارتباطها بخطط التنمية . كما تقوم بإبراز الإنجازات التى تمت على المستوى الاقتصادى والمشروعات المخطط لها فى المستقبل لتنفيذها .

وتركز الصحافة اهتمام القراء على الحاجة للتغيير والهدف التى تدعو إليه عن طريق تركيز الانتباه على المشكلات الاقتصادية من خلال قيامها بعمليات شرح وتفسير لخلفيات هذه المشكلات لترفع بذلك مستوى التطلعات بحياة أفضل .

٢ - **المستوى التعليمى «مستوى الشرح والتفسير»** : تقوم الصحافة بتعليم الجماهير الأساليب والوسائل التى تتخذ على الصعيد الاقتصادى وإرشادهم إلى أفضل الوسائل للتعامل الناجح مع المشكلات التى تقابلهم . ويمكن للصحافة أن تقدم التوجيه والتحليل أو التفسير من خلال أشكال صحيفة متعددة مثل التقرير المفسر والمصحوب بمعلومات عن خلفيات الموضوعات والمقالات والتلخيصات المصحوبة بالتفسير والكارتون والحملات الإعلامية ، والأعمدة والنقد والتقييم ورسائل القراء .

٣ - **إتخاذ القرار** : ويقصد بذلك ضرورة انسياب المعلومات إلى أعلى وإلى أسفل ويتطلب ذلك تغيير الاتجاهات والسلوكيات الاقتصادية الخاطئة التى يتمسك بها الناس ومن

الممكن أن تقوم الصحافة كغيرها من وسائل الاتصال الأخرى بإثراء المناقشة بالمعلومات المختلفة وإظهار رأى القادة فى المجال الاقتصادى حول المشكلات الاقتصادية لحث الجماهير على اتخاذ موقف إيجابى ونبذ العادات الخاطئة تجاه المشكلات الاقتصادية . وواجب الصحافة أن تشارك مع الأجهزة الخدمية فى الدولة للعمل على تثقيف مواطنيها من خلال نشر المعلومات الاقتصادية وتهيئة الجو لتغيير العادات والمعتقدات الاقتصادية الخاطئة ولا يأتى ذلك إلا من خلال التعاون والمشاركة الفعالة بين الصحافة والهيئات والمؤسسات المختلفة لإحداث التغيير والتأثير المطلوب نحو القضايا التى تعالجها الصحافة المصرية .

٤ - **مستوى المراقب** : تقوم الصحافة بدور المراقب النشط لكافة الجهود المبذولة للحفاظ على الإنجازات التى تحققت فى المجال الاقتصادى عن طريق عرضها الإيجابيات والسلبيات المختلفة فى برامج الإصلاح الاقتصادى من خلال عرض الرأى والرأى الآخر واقتراح حلول للمشكلات من خلال المضمون المقدم للجماهير على صفحاتها .

وتساعد عملية المتابعة والتقييم المستمر لما تم إنجازه فى برامج الإصلاح الاقتصادى للدولة يساعد على تلافى الأخطاء ، ومن خلال عملية المتابعة أيضاً يمكن توعية الجماهير أنفسهم بأن هناك من يرصد ويراقب ويتابع تنفيذ خطط هذه البرامج .

دور الصحافة المصرية فى معالجة قضية الإصلاح الاقتصادى :

يمكن للصحافة أن تقوم بمعالجة قضية الإصلاح الاقتصادى للمساهمة فى عملية التنمية الشاملة التى هى هدف المجتمع عن طريق :

أولاً - نشر الوعى الاقتصادى :

يقصد بالوعى الاقتصادى مجموعة الخبرات التى يتعرض لها الفرد عبر وسائل الاتصال التى تؤدى فى النهاية إلى اتباع أسلوب إيجابى نحو القضايا الاقتصادية التى تهم الفرد والمجتمع فى النهاية .

وترتكز أهداف التوعية الاقتصادية على مجموعة من البرامج المستمرة داخل المجتمع ، ويمكن للصحافة أن تقوم بنشر الوعى الاقتصادى عن طريق :

١ - **إيجاد الوعى** : وهى العملية التى يتم فيها مساعدة الأفراد والجماعات داخل المجتمع على اكتساب الوعى بالقضايا الاقتصادية من جميع جوانبها والمشكلات المرتبطة بها .

٢ - **المعرفة** : أي معاونة الفرد والجماعة على اكتساب خبرات متنوعة والتزود بفهم أساسي للمشكلات المرتبطة بالإصلاح الاقتصادي عن طريق توصيل البيانات والمعلومات الكافية للأفراد بصورة مفهومة ومبسطة ومقنعة .

٣ - **الاتجاهات** : وفيها يتم معاونة الفرد والجماعة على اكتساب مجموعة من القيم والسلوكيات الاقتصادية السليمة ونبذ القيم الخاطئة لحماية الاقتصاد الوطني وتبني خطط برامج الإصلاح الاقتصادي .

ثانياً - التأكيد على تنمية الوعي الاقتصادي :

يمكن للصحافة ان تقوم بتنمية الوعي الاقتصادي من خلال :

(أ) مساعدة الأفراد على اعتناق وتبني أنماط جديدة من السلوك الاقتصادي السليم بما يكفل له الحفاظ عليها .

(ب) تهيئة الفرصة لكل فرد ليكتسب المعارف والمعلومات والقيم والاتجاهات الاقتصادية السليمة .

(جـ) التأكيد على ضرورة التعاون والتنسيق بين الأفراد والجماعات والوزارات والهيئات والمؤسسات المعنية بالإصلاح الاقتصادي ، ومن أمثلة ذلك وزارة الاقتصاد والمالية ووزارت التربية والتعليم والصناعة وغيرها من الوزارات .

(د) تنمية الاهتمام بمدى الترابط الموجود بين الاقتصاد باعتباره عصب الحياة وبين بقية جوانب الحياة الأخرى .

ولكي يتحقق ذلك ، يستلزم أن يعرف كل فرد المعلومات الحقيقية عن قضية الإصلاح الاقتصادي للوصول إلى تغيير في قيم وأفكار وسلوكيات هؤلاء الأفراد في الواقع الاقتصادي المعاش .

ويتضح مما سبق أن مسئولية الدعوة للإصلاح الاقتصادي مسئولية المجتمع بكافة اتجاهاته وفئاته ودور الإعلام في ذلك يتأتى عن طريق العمليات الإعلامية التي تقوم بها أجهزة الإعلام في توفير المعلومات المختلفة للجمهور وخلق الوعي الاقتصادي لديه وتشجيع مبادرات المواطنين في هذا الاتجاه .

معوقات التغطية الفعالة للإصلاح الاقتصادى فى الصحف المصرية :

١ - العلاقة بين البناء الاجتماعى والاقتصادى والأيديولوجى والجهاز الإعلامى :

لا تعمل الصحافة فى فراغ وإنما فى إطار مجتمع يتألف من جماعات اجتماعية متباينة فى مستوياتها الاقتصادية والثقافية والتعليمية والعمرية . مما يؤدى إلى تباين فى الاهتمامات والمصالح والأهداف التى تسعى كل جماعة إلى تحقيقها . وتؤثر الظروف والأوضاع السياسية والاجتماعية والاقتصادية فى المجتمع على إنتاج وتحرير المواد الإعلامية المثارة عبر أجهزة الإعلام . كما يؤثر الوضع الاقتصادى والاجتماعى للأفراد فى المجتمع على عمليات انتقال المعلومات وتداولها .

والمؤسسة الصحفية باعتبارها جزء من الحياة السياسية فى المجتمع تجد نفسها تلقائياً تعمل فى إطار توجيهات النظام السياسى وأهدافه العامة وبفرض النظام السياسى الأيديولوجية التى تعمل الصحافة فى إطارها ويحدد لها الوظائف والمهام التى تؤديها فى المجتمع . ومن ناحية أخرى يمثل البناء الاجتماعى السياسى مصدراً من مصادر المعلومات التى تستقى منها الصحافة الوقائع والأحداث . وبالتالى يؤثر على نوعية ما يطرح وما لا يطرح من مضامين إعلامية .

٢ - ضعف المادة الإعلامية المنتجة محلياً فى الدول النامية نوعياً وكمياً وتحيزها للمدن :

بالإضافة إلى ضعف بنى الاتصال فى الأقطار النامية والعربية كنتيجة لضعف البنى الاجتماعية والاقتصادية والسياسية فإن المادة الإعلامية فى معظم تلك الأقطار لا تكفى لتغطية معظم ساعات الإرسال الإذاعى والتليفزيونى علاوة على كونها لا تعكس الواقع الاجتماعى بكل صدق ولا تخدم جمهور المتلقى فى أغلب الأحيان .

يأتى عنصر الالتزام بالسياسة التحريرية للجريدة . والتقاليد التى درجت عليها فى معالجة الأحداث والضغوط التى يعمل فى إطارها محررو هذه الصحف من صعوبة الوصول إلى المعلومات الحقيقية المتمركزة فى أيدى مصادر قليلة فى الإدلاء بها من المعوقات فى هذا الإطار .

٣ - الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية :

تؤثر الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية فى المجتمع على إنتاج وتحرير المواد الإعلامية المثارة عبر أجهزة الإعلام فإذا كان المجتمع يواجه عدواناً أو أزمة اقتصادية

تلقى هذه الظروف بظلالها وتحظى بالاهتمام بأولويات المعالجة الصحفية دون غيرها . ويؤثر الوضع الاقتصادى والاجتماعى العام للأفراد فى المجتمع على سريان وتناقل المعلومات . ففى مجتمع يعانى غالبية سكانه من حالة الفقر واستحواذ قلة من سكانه على الغالبية العظمى من الدخل ، إضافة إلى تصاعد البطالة ، وتدهور الخدمات الاجتماعية فى الدول فلن يهتم الفرد أصلاً بالتعرض لأجهزة الإعلام .

ولأن استغراق الفرد فى مشاكل الحياة اليومية تتضاءل أمامه فرص المشاركة فى برامج التنمية ويشعر بالضآلة وفقدان الإحساس بالقدرة على التأثير فى الحياة العامة أو إبداء الرأى . من هذا المنطق يجد المحرر الصحفى نفسه ويحكم ارتباطه بوسيلة اعلامية يعمل فى إطارها يقوم بالتركيز على الجوانب التى يلاحظ أنها استغرقت اهتمامات الجماهير وينصرف عن القضايا الجوهرية الأخرى فى المجتمع أو يتجاهلها .

٤ - انتشار الأمية :

الأمية هى العائق الأول بل هى العدو الأول لانتشار التوعية سواء كانت توعية اقتصادية أو اجتماعية أو سياسية ، حيث أن الأمية لا تزال تمثل حوالى ٤٨٪ من مجموع السكان بالرغم من الجهود المبذولة للقضاء عليها .

ويضاف إلى جميع العوامل السابقة أن المضامين التى تتصف بالحديث عن الاقتصاد وشئونه يغلب عليها الصعوبة فى الفهم ويؤدى عرضها من جانب بعض المحررين بصياغات بسيطة إلى تشويه المضمون المقدم فى أغلب الأحوال .

الأمور التى ينبغى مراعاتها حتى تؤدى الصحافة الاقتصادية المهام المنوطة بها فى هذا المجال :

١ - تجنب التخبط والتحول من النقيض للآخر دون أسباب منطقية ومقنعة أفرزها الواقع والظروف المتغيرة .

٢ - تجنب التهويل أو التهوين فى تناول قضايا التنمية .

٣ - الحذر من استخدام الأسلوب الخطابى والحماسى والمباشر فى المعالجة .

٤ - تجنب الغموض والإغراق فى المصطلحات الاقتصادية التى قد لا تكون مفهومة بالدرجة الكافية عند السواد الأعظم من المواطنين العاديين .

٥ - البعد عن النقد غير الأمين أو غير الموضوعي .

٦ - عدم الإفراط فى تقديم معلومات كثيرة ومتداخلة قد يصبح من المتعذر على الشخص العادي استيعابها .

٧ - عدم تشجيع النزعة الاستهلاكية خاصة في المواد الإعلانية التي ترفع التطلعات الاستهلاكية فى مجتمع كالمجتمع المصرى محدود الموارد .

٨ - غياب الحوار - فى حالات كثيرة - فيما يتعلق بخطط التنمية وسياساتها خاصة من جانب المواطنين العاديين والاكتفاء فى هذا المجال بطرح وجهات نظر المسئولين والمتخصصين .

٩ - النزول إلى العاملين فى مواقع عملهم وفى تجمعاتهم الجماهيرية من أجل نقل صورة حية لواقعهم ومناقشة المشاكل التى تعترض جهودهم سعياً نحو زيادة الإنتاج وتحقيق معدلات عالية من التنمية .

نتائج الدراسة التحليلية (*)

جدول رقم «١»

الموضوعات المنشورة على صفحات الصحف الحزبية خلال فترة التحليل

الصحف / الموضوعات المنشورة	الوفد		الأهالى		الشعب		مايو		الإجمالى	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
الموضوعات المرتبطة بقضية الإصلاح الاقتصادى	٥٥٠	٢١,٧	٣٧١	١٧,٩	٧٩٢	٢٠,٤	٢٠٤	١٥,٤	١٩٨	١٩,٥
الموضوعات الأخرى	١٩٨	٧٨,٣	١٦٩٦	٨٢,١	٣٠٩٦	٧٩,٦	١١٢٢	٨٤,٦	٧٨٩٤	٨٠,٥
الإجمالى	٢٥٢٠	١٠٠	٢٠٦٧	١٠٠	٣٨٨٨	١٠٠	١٣٢٦	١٠٠	٩٨١١	١٠٠

توضح مؤشرات الجدول السابق أن الموضوعات المرتبطة بقضية الاصلاح الاقتصادى جاءت بنسبة ١٩,٥٪ على مستوى الصحف الحزبية المصرية ككل ، وعلى مستوى كل جريدة على حدة جاءت الوفد فى الترتيب الأول بنسبة ٢١,٧٪ تلاها مباشرة جريدة الشعب بنسبة ٢٠,٤٪ ثم جريدة الأهالى بنسبة ١٧,٩٪ وأخيراً جريدة مايو بنسبة ١٥,٤٪

وعلى الطرف الآخر بلغت نسبة الموضوعات الأخرى (السياسة الاجتماعية ، الثقافية ، العلمية ، الرياضية ، الحوادث والقضايا) على مستوى الصحف الحزبية ٥ . ٨٠٪ وجاءت هذه الموضوعات فى الترتيب الأول فى جريدة مايو بنسبة ٦ . ٨٤٪ تلاها جريدة الأهالى بنسبة ١ . ٨٢٪ ثم جريدة الشعب بنسبة ٦ . ٧٩٪ وأخيراً جريدة الوفد بنسبة ٣ . ٧٨٪ وتكشف مؤشرات الجدول السابق عن الحقائق التالية .

١ - اهتمام الصحف الحزبية بالموضوعات المتعلقة بالإصلاح الاقتصادى فى مصر بعرد خطورة ما يمثله الاقتصاد من أنه عصب الحياة بالإضافة إلى ارتباط عملية الإصلاح الاقتصادى بمجريات الحياة اليومية فى المجتمع المصرى الأمر الذى ينعكس على حركة التنمية التى تتبناها الدولة . لذلك اهتمت الصحف الحزبية بهذه القضية الخطيرة التى تعد الشغل الشاغل لكافة فئات المجتمع المصرى .

٢ - اتضح للباحثة تباين الاهتمام بالموضوعات المتعلقة بقضية الإصلاح الاقتصادى بمدى أهمية ما تمثله هذه القضية من أولويات لدى كل صحيفة حسب انتماءاتها الحزبية والأيديولوجية التى تتبناها الصحيفة تجاه القضية ومدى معارضتها أو عدم معارضتها للنظام السياسى المصرى .

٣ - تزايد ظهور الموضوعات المتعلقة بقضية الإصلاح الاقتصادى فى الصحف الحزبية يرجع إلى تزايد الاهتمام الرسمى الذى تمثل فى اتخاذ العديد من الإجراءات الاقتصادية التى أعلنت الوزارة الجديدة برئاسة الجنزورى عن تطبيقها خلال هذا العام لدعم مسيرة الاقتصاد المصرى ، بالإضافة إلى ظهور مشروع توشكى واعلان القيادة السياسة عن العديد من الخطوات التى اتخذتها للتيسير أمام رجال الأعمال والمستثمرين للاستثمار فى هذا المشروع ، الأمر الذى فتح المجال أمام الصحف الحزبية لمناقشة هذه الإجراءات الحكومية التى تهدف للنهوض بالاقتصاد المصرى .

٤ - اتضح للباحثة من التحليل أن اهتمام الصحف الحزبية عموماً بالموضوعات الأخرى تمثل على التوالى فى الموضوعات السياسية ثم الموضوعات الرياضية فالحوادث والقضايا والموضوعات الاجتماعية والثقافية والعلمية وتدنى الاهتمام بالقضايا الدينية على صفحات الصحف الحزبية باستثناء جريدة الشعب ذات التيار الإسلامى المتشدد ، كما تدنى أيضاً اهتمام جريدة مايو الحكومية بالموضوعات الرياضية والحوادث مقارنة بالصحف الحزبية الأخرى .

وبصفة عامة اتضح للباحثة أن الاهتمام بالموضوعات الأخرى التى نشرتها على صفحاتها خلال فترة التحليل ارتبط أيضاً بتوجيهات كل صحيفة وانتماءاتها الفكرية

والأيديولوجية . إذ زاد اهتمام جريدة الأهالي ذات التيار اليساري بالقضايا السياسية والثقافية والعلمية والاجتماعية التي تمثل أولويات لديها مقارنة بجريدة الشعب التي اهتمت بالقضايا السياسية التي تقوم على الانتقاد الحاد للوضع السياسي والممارسات السياسية المصرية باستمرار . ثم القضايا الاجتماعية والرياضية فالحوادث . وارتبطت أيضاً هذه الموضوعات بالانتقاد المستمر الذي يوضح فضل السياسات والإجراءات الرسمية في التعامل مع هذه الأحداث . ولا يختلف الأمر كثيراً بالنسبة لجريدة مايو الحكومية التي تصدر عن الحزب الوطني إذ اتضح أن الموضوعات الأخرى المنشورة بها ارتبطت بمجريات الأحداث في المجتمع المصري والتي توضح نجاح السياسة الرسمية الحكومية بشأنها أو الاهتمام بحركة الحزب الوطني والمؤتمرات التي يعقدها باستمرار لذا غلب الاتجاه المؤيد باستمرار لوجهة النظر الحكومية على طبيعة الموضوعات المنشورة بها مثلها في ذلك مثل جريدة الوفد التي جاءت غالبية الموضوعات الأخرى بها إما مؤيدة للإجراءات الرسمية أو متوازنة في عرضها الأمر الذي يؤكد أن الوفد تحولت في الفترة الأخيرة إلى جريدة معارضة مهادنة أو معتدلة كما يطلق عليها البعض .

جدول رقم «٢»

تكرار الموضوعات المرتبطة بقضية الإصلاح الاقتصادي في الصحف الحزبية

الصحف / الموضوعات المنشورة	الوفد		الأهالي		الشعب		مايو	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
الخصخصة	١٣٧	٢٤,٩	٨٨	٢٢,٧	٢٢٧	٢٨,٧	٥١	٢٥
تشجيع الاستثمار	١١١	٢٠,٢	٤٠	١٠,٨	١٤٥	١٨,٣	٣٩	١٩,١
تنشيط السياحة	٤٤	٨	٢٣	٦,٢	٤٩	٦,٢	٢٧	١٣,٢
تحرير التجارة الخارجية	٥٠	٩,١	٢٩	٧,٨	٩٢	١١,٦	٢٩	١٤,٢
علاج عجز الميزانية	٩٧	١٧,٦	٧٢	١٩,٤	١١٩	١٥	١٦	٧,٩
التضخم	٣٣	٦	٦٦	١٧,٨	١١٠	١٣,٩	١٤	٦,٩
تنمية الصناعة الوطنية	٧٨	١٤,٢	٥٣	١٤,٢	٥٠	٦,٣	٢٨	١٣,٧
أخـــرى	-	-	-	-	-	-	-	-
الإجمالي	٥٥٠	١٠٠	٣٧١	١٠٠	٧٩٢	١٠٠	٢٠٤	١٠٠

تعكس بيانات الجدول السابق أن تكرار الموضوعات المرتبطة بقضية الإصلاح الاقتصادى على مستوى كل صحيفة حزبية جاء كما يلى :

جاءت الخصخصة فى الترتيب الأول فى جريدة الوفد بنسبة ٢٤.٩٪ ، تلاها تشجيع الاستثمار وحركة رجال الأعمال بنسبة ٢٠.٢٪ ثم الموضوعات المرتبطة بعلاج العجز فى الميزانية بنسبة ١٧.٦٪ فالموضوعات التى تدعو لتنمية الصناعة الوطنية بنسبة ١٤.٢٪ ثم موضوعات تحرير التجارة الخارجية ودعم الصادرات بنسبة ٩.١٪ ثم موضوعات تنشيط السياحة بنسبة ٨٪ وأخيراً الموضوعات المرتبطة بالتضخم بنسبة ٦٪ والملاحظ على طبيعة المعالجة لموضوعات الإصلاح الاقتصادى فى جريدة الوفد ما يلى :

١ - اهتمام جريدة الوفد بالموضوعات التى تتفق والتيار الليبرالى الرأسمالى الذى تتبناه الجريدة ، لذا اهتمت بقضية الخصخصة وتشجيع الاستثمار والمستثمرين ، حيث اتضح أن الموضوعات التى نشرتها دعمت دائماً هذا الإطار ، لذا لم تستغرب الباحثة تأييد الوفد للخطوات التى تتبناها الدولة فى تشجيع الاستثمار وتحرير التجارة الخارجية .

٢ - اختلفت جريدة الوفد عن غيرها من بقية الصحف الحزبية الأخرى فى طبيعة معالجتها للخطوات التى تتخذ لعلاج عجز الموازنة والتضخم ، حيث تراوحت الموضوعات فى هذا الاتجاه بين تأييد السياسة الرسمية أحياناً ومعارضتها أحايين أخرى .

٣ - دعمت طبيعة المعالجة الصحفية لموضوعات قضية الإصلاح الاقتصادى فى جريدة الوفد فكرة المعارضة المعتدلة المتوازنة لدى الجريدة إذ بعدت الموضوعات المنشورة عن التهويل والإثارة فى العرض الأمر الذى يحسب للجريدة .

٤ - اتضح للباحثة صرامة الالتزام الحزبى على صفحات جريدة الوفد فى اهتمامها بنوعية القضايا التى تهتم بها ، فلأن جريدة الوفد الليبرالية تدعو للرأسمالية فقد جاءت الخصخصة سواء لشركات القطاع العام أو قطاع الأعمال أحد أهم أولويات قضية الإصلاح الاقتصادى مقارنة ببقية الموضوعات الأخرى .

أما على مستوى جريدة الأهالى تعكس مؤشرات التحليل أن اهتمامها بقضية الإصلاح الاقتصادى تمثل فى الخصخصة فى الترتيب الأول بنسبة ٢٣.٧٪ تلاها علاج عجز الميزانية بنسبة ١٩.٤٪ ثم التضخم بنسبة ١٧.٨٪ ثم تنمية الصناعة الوطنية بنسبة ١٤.٣٪ ثم تشجيع الاستثمار بنسبة ١٠.٨٪ فتحرير التجارة الخارجية بنسبة

٨ . ٧٪ وأخيراً دعم وتنشيط السياحة بنسبة ٢ . ٦٪ وكشفت معالجة موضوعات قضية الإصلاح الاقتصادى فى جريدة الأهالى كما اتضح من التحليل الحقائق التالية :

١ - تبلور اهتمام الجريدة فى معالجتها لموضوعات الإصلاح الاقتصادى بالمعارضة المستمرة على طول الخط للخطوات - الحاطئة - كما كانت تقول الصحيفة فى صفحاتها - التى تتخذها الدولة فى هذا الإطار ، لذا اتضح للباحثة أن الموضوعات التى نشرتها الجريدة فى هذا الصدد دعمت التوجه الذى تتبناه الجريدة نحو القضية .

٢ - بالرغم من أن الخصخصة جاءت فى الترتيب الأول من جملة فئات الموضوعات المرتبطة بالإصلاح الاقتصادى على مستوى معالج الجريدة للقضية إلا أنها كانت ضد الخصخصة وتشريد العمال وبيع الشركات للأجانب وكانت من أشد صحف المعارضة - مثلها مثل الشعب - معارضة للخصخصة ، لذا قامت الجريدة بتقديم كافة المواد التحريرية المختلفة التى توضح الآثار السلبية لعمليات الخصخصة وفى هذا الصدد قامت بتوظيف كافة إمكانيتها الصحفية للتأكيد على وجهة نظرها .

٣ - ارتبطت معالجة الجريدة لقضية الإصلاح الاقتصادى بالتزام الجريدة بالخط اليسارى والفكر الاشتراكى التى تتبناه الجريدة فقد كانت ضد الخصخصة والتبريرات الزائدة عن الحد للمستثمرين وخاصة الأجانب منهم ، لذا لم تستغرب الباحثة أن تؤكد الجريدة على فشل الدولة فى علاج عجز الموازنة وزيادة التضخم والربط بين ذلك وبين عمليات الخصخصة التى كانت تراها دائماً أنها ضد منجزات مصر القومية فى تاريخها الحديث ، ولهذا نادت الجريدة بتطوير الصناعة الوطنية والعمل على تنميتها وعرض تجارب لدول أخرى - شيوعية أو اشتراكية فقط - نجحت فى دعم وتنمية صناعتها الوطنية مثل الصين وكوريا .

٤ - اتضح للباحثة أن الأهالى كانت تنظر على عملية الإصلاح الاقتصادى على أنه استجابة للضغوط الأمريكية وصندوق النقد الدولى ، لذلك لم تستغرب الباحثة وصف الجريدة بعمليات تحرير التجارة والخصخصة بأنها ضغوط صهيونية وأمريكية على مصر .

٥ - غلب الطابع الأيديولوجى والحزبى على طبيعة عرض موضوعات قضية الإصلاح الاقتصادى فى مصر ، واتضح صرامة التزام محررى الجريدة بالطابع الحزبى المميز للجريدة ، ولذلك كشفت الدراسة التحليلية أن الجريدة وظفت كافة الفنون الصحفية

المختلفة للتعبير على وجهة نظرها المعارضة لطبيعة برنامج الإصلاح الاقتصادى بصورته الحالية وعرضت بدائل مختلفة فى كيفية النهوض بالاقتصاد المصرى ودعم رأس المال الوطني وتنمية الصناعة الوطنية ، وكيفية الاستفادة من العمالة المصرية فى الخارج ، وكذا إيرادات البترول وقناة السويس بدلاً من بيع الشركات بهذه الصورة الخاطئة ، الأمر الذى يؤدى إلى تحميل الفئات العريضة من المجتمع أعباء جديدة حتى أنها وصفت الخصخصة بأنها خطة حكومية للتخلص من العمال وتشريدهم مع نهاية هذا القرن .

على مستوى تكرار فئات قضية الإصلاح الاقتصادى فى جريدة الشعب يتضح كما فى بيانات الجدول السابق أنها تمثلت لديها على التوالى فى الخصخصة فى الترتيب الأول بنسبة ٢٨,٧٪ ثم تشجيع الاستثمار بنسبة ١٨,٣٪ فعلاج عجز الميزانية بنسبة ١٥٪ ، ثم التضخم بنسبة ١٣,٩٪ فتحرير التجارة الخارجية بنسبة ١١,٦٪ فتنمية الصناعة الوطنية بنسبة ٦,٣٪ وأخيراً تنشيط السياحة بنسبة ٦,٢٪ والملاحظ على أجندة قضية الإصلاح الاقتصادى لدى جريدة الشعب ما يلى :

١ - غلب الطابع المتشدد للجريدة على طبيعة معالجتها لقضية الإصلاح الاقتصادى فى مصر إذ اتخذت خطاً معارضاً متشدداً - مثلها مثل الأهالى - تجاه قضية الخصخصة التى تتخذها الدولة دون وضع ضوابط لحماية العمال وضوابط أخرى فى عمليات البيع المتسرع دون تخطيط مدروس ، كما انتقدت بحدة عملية تملك الأجانب للشركات المصرية وأن ذلك احتلال لكن بوجه آخر ، واتضح للباحثة أن حدة الانتقاد تتزايد إلى أقصى حد حينما تكشف الجريدة على صفحاتها أن من اليهود من اشترى شركات فى مصر - كما كانت تدعى - .

٢ - أكدت الجريدة دوماً على صفحاتها فشل سياسة الإصلاح الاقتصادى فى إصلاح مسار الاقتصاد المصرى المتعثر ، وشككت فى الإحصائيات التى تؤكد نجاح الإجراءات الرسمية فى خفض عجز الموازنة أو الحد من تضخم أسعار الفائدة .

٣ - انتقدت الجريدة بعنف سياسة الحكومة فى تحرير التجارة الخارجية حيث نشرت الموضوعات التى تدعم هذا الاتجاه ، وأن هذه الإجراءات ستأتى بالضرورة بنتائج عكسية ليست فى صالح الاقتصاد المصرى ، وفى هذا الصدد قدمت الجريدة موضوعات متعددة عن فشل وزارة الزراعة تحديداً فى الإجراءات التى تتخذها ، وأنها لا تخدم مصالح مصر بل تخدم مصالح العدو الصهيونى أو الإسرائيلى كما كانت تؤكد الجريدة على صفحاتها .

٤ - رأت الجريدة دائماً أن السياسات الحكومية التي تتخذ في تنمية الصناعة الوطنية قاصرة ومحدودة ، وقدمت العديد من الموضوعات في هذا الصدد . واتضح للباحثة تقديم الجريدة على صفحاتها العديد من البدائل والخطط التي رأت أنها ملائمة إذا أرادت الدولة تنمية صناعاتها الوطنية في مواجهة التحديات التي ستواجهها خلال القرن القادم .

٥ - كشفت الدراسة التحليلية تهويل وتضخيم الجريدة للموضوعات التي تدعم توجهها في فشل كل ما هو رسمي في دعم مسيرة الاقتصاد المصري ، كما قامت بالتهويل المستمر من أي نجاح على الصعيد الاقتصادي المصري وشككت فيه باستمرار .

٦ - اتضح من التحليل أن معالجة جريدة الشعب لقضية الإصلاح الاقتصادي كانت معارضة من أجل المعارضة فقط ، ولكونها ضد السياسة الحكومية باستمرار فلم تمثل لديها عملية الإصلاح الاقتصادي إلا كونه تغطية لفشل الدولة في علاج العجز في ميزان المدفوعات وازدياد حالة التضخم على حساب فئات المجتمع المصري من محدودي الدخل ، وجاءت الموضوعات على مستوى جريدة مايو التي تصدر عن الحزب الوطني الديموقراطي الحاكم ، كما في بيانات الجدول السابق أن قضية الإصلاح الاقتصادي جاءت لديها في اهتمامها بالخصخصة في الترتيب الأول بنسبة ٢٥٪ تلاها تشجيع الاستثمار وجذب رجال الأعمال بنسبة ١٩.١٪ ، ثم تحرير التجارة الخارجية بنسبة ١٤.٢٪ ثم تنمية الصناعة الوطنية بنسبة ١٣.٧٪ ثم تنشيط السياحة بنسبة ١٣.٢٪ فعلاج عجز الميزانية بنسبة ٧.٩٪ وأخيراً موضوعات التضخم بنسبة ٦.٩٪ .

واتضح للباحثة من بيانات الدراسة التحليلية الخاصة بجريدة مايو الحقائق التالية :

١ - اتضح أن أولويات الخطاب الصحفي عن قضية الإصلاح الاقتصادي على صفحات الجريدة جاء متوازياً مع واقع الخطاب الرسمي للدولة عن الإصلاح الاقتصادي مما يؤكد على التزام الصحيفة بفلسفة الحزب الوطني الديموقراطي التي تصدر عنه مثلها مثل الصحف الحزبية الأخرى .

٢ - اختلفت جريدة مايو في تعبيرها عن قضية الإصلاح الاقتصادي عن الصحف الحزبية الأخرى ، إذ جاءت الموضوعات المنشورة على صفحاتها لتوضيح مدى حرص الدولة على إحداث التنمية الاقتصادية للمجتمع المصري . من خلال قيامها بإحداث

تغييرات هيكلية وجذرية في مسيرة الاقتصاد المصري للوصول إلى تحقيق معدلات نمو اقتصادي عالية لتستطيع الدولة مواجهة التحديات الاقتصادية والعولمة خلال القرن القادم .

٣ - جاءت الخصخصة وتشجيع الاستثمار وجذب رجال الأعمال أحد أهم أولويات قضية الإصلاح الاقتصادي لدى الجريدة لأنها أصلاً أولويات الحزب الوطني الحاكم التابعة أصلاً من سياسة الدولة . لذا أيدت الجريدة خطوات الخصخصة وتشجيع الاستثمار لجذب أكبر عدد ممكن من رجال الأعمال لإقامة المنشآت الصناعية المختلفة التي تسهم في إيجاد فرص عمل جديدة للشباب مما يؤدي للمساهمة في حل مشكلة البطالة .

٤ - اهتمت الجريدة بإبراز الإجراءات التي تتخذها الدولة لعلاج العجز في ميزان المدفوعات - الموازنة - وحرصها على علاج مشكلة التضخم . واهتمت بنشر الموضوعات مع أعضاء لجان الحزب الوطني من الوزراء وغيرهم من أعضاء حكومة الجنزوري الجديدة التي تشكلت خلال هذا العام .

٥ - اهتمت الجريدة أيضاً بجهود الدولة في تنشيط السياحة وجذب السائحين خاصة بعد أن شهدت السياحة إلى مصر كساداً ملحوظاً بعد حادث الأقصر الذي راح ضحيته أكثر من ٦٠ سائحاً على أيدي مجموعة من المتطرفين .

وعلى أية حال تسجل الباحثة على أسلوب اهتمام الصحف الحزبية بفئات قضية الإصلاح الاقتصادي الملاحظات التالية :

١ - تأثرت الصحف الحزبية المصرية في تقديم موضوعات الإصلاح الاقتصادي بفلسفة الحزب الذي تصدر عنه وكذا المواقف الحزبية والأيديولوجية والفكرية للحزب . لذا أيدت جريدة الوفد ذات التيار الليبرالي الرأسمالي عملية إصلاح مسار الاقتصاد المصري عن طريق الخصخصة . تشجيع الاستثمار . تحرير التجارة الخارجية في حين عارضت جريدة الأهالي اليسارية عملية الإصلاح الاقتصادي والخصخصة وعملية تشجيع الاستثمار دون ضوابط ومثلها في ذلك جريدة الشعب التي تعبر عن المعارضة الإسلامية المتشددة التي كانت أكثر معارضة عن جريدة الأهالي في عملية الإصلاح الاقتصادي . وعلى عكس الصحف الحزبية الأخرى أيدت جريدة مايو الحكومية الصادرة عن الحزب الوطني الحاكم إجراءات الدولة في إصلاح الاقتصادي .

٢ - اتضح للباحثة من التحليل أن الصحف الحزبية قدمت تصوراً للإصلاح الاقتصادى وفقاً لفلسفتها الحزبية والعقائدية فقدمت جريدة الأهالي نموذج الاقتصاد الاشتراكى القائم على السيطرة المطلقة للدولة على كل وسائل الإنتاج بعيداً عن احتكار قوى السوق إليها وتنمية رأس المال الوطنى مقابل الأجنبى . فى حين قدمت جريدة الشعب رؤية للاقتصاد الإسلامى القائم على المضاربة وعدم الاحتكار . أما الوفد لم تقدم رؤية بديلة لمسيرة الإصلاح الاقتصادى نظراً لتوافق الإجراءات الحكومية مع فلسفة حزب الوفد الرأسمالية أما مايو لسان حال الحزب الحاكم فى مصر قامت بالترويج لخطوات الدولة الصحيحة التى تقوم بها لتصحيح مسيرة الاقتصاد المصرى .

جدول رقم «٣»

فنون الكتابة الصحفية المستخدمة فى معالجة قضية الإصلاح الاقتصادى فى الصحف الحزبية

الصحف / فنون الكتابة	الوفد		الأهالى		الشعب		مايو	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
خبر	٢٥٨	٤٦,٩	١٣٢	٣٥,٦	٢٨٦	٣٦,١	١٠٩	٥٣,٤
تعليق	٦٩	١٧,٥	٤٩	١٣,٢	١٠٣	١٣	١٤	٦,٩
تقرير	٥٥	١٠	٣٥	٩,٤	١٥٧	١٩,٨	١٩	٩,٣
حوار	٧٤	١٣,٥	٣٩	١٠,٥	٦٣	٨٠	٢٢	١٠,٨
مقال	٤٢	٧,٦	٦٦	١٧,٨	١٠٧	١٣,٥	٢٥	١٢,٣
عمود	٢٩	٥,٢	٢٩	٧,٨	٤٦	٥,٨	٩	٤,٤
كاريكاتير	١٧	٣,١	١٥	٤,١	٢٥	٣,٢	٦	٢,٩
أخـــرى	٦	١,١	٦	١,٦	٥	٠,٦	-	-
الإجمالى	٥٥٠	١٠٠	٣٧١	١٠٠	٧٩٢	١٠٠	٢٠٤	١٠٠

يعد التعرف على فنون الكتابة الصحفية المستخدمة فى نشر الموضوعات المختلفة على صفحات الصحف مؤشراً مهماً فى التعرف على مدى الاهتمام بالقضية من عدمه ، لأن لكل فن من فنون التحرير الصحفى خصائص وقدرات معينة على حمل المضامين المختلفة وفى التأثير على جمهور القراء [١٨] لذلك سعى الجدول السابق للتعرف على فنون

الكتابة الصحفية المصاحبة لقضية الإصلاح الاقتصادي على صفحات الصحف الحزبية المصرية ، وتمثلت لدى كل صحيفة فيما يلي :

أولاً - جريدة الوفد :

تمثلت فنون الكتابة الصحفية المستخدمة فى جريدة الوفد في الخبر الصحفي في الترتيب الأول بنسبة ٤٦.٦٪ تلاها مباشرة وبفارق كبير التحقيق الصحفي بنسبة ١٧.٥٪ ثم الحوارات مع المسئولين ورجال الأعمال والمستثمرين بنسبة ١٣.٥٪ ثم التقارير الصحفية بنسبة ١٠٪ ثم المقال الصحفي بكافة أنواعه بنسبة ٧.٦٪ فالأعمدة الصحفية بنسبة ٥.٣٪ وفى الترتيب الأخير جاءت الصور الكاريكاتيرية التى تعبر عن رأى الجريدة تجاه الموضوعات الاقتصادية بنسبة ٣.١٪ وأخيراً فنة أخرى التى تمثلت في نشر أخبار الخدمات وأسعار العملات بنسبة ١.١٪ واتضح للباحثة من التحليل أن توظيف جريدة الوفد لفنون التحرير الصحفى فى عرضها لقضية الإصلاح الاقتصادى الحقائق التالية :

١ - غلبة الطابع الإخبارى على نمط المعالجة الصحفية لقضية الإصلاح الاقتصادى إذ جاء ما يقرب من نصف الموضوعات المنشورة فى فئة الخبر الصحفى الأمر الذى يؤكد شكلية المضمون المنشور نظراً للسمة التى تميز الخبر الصحفى بأنه سرد للوقائع تكون أشبه بعملية إحاطة وإخبار فقط دون إبداء رأى معين تجاه الموضوعات المصاحبة له .

٢ - تأثر استخدام فنون التحرير الصحفى فى مصاحبة موضوعات قضية الإصلاح الاقتصادى بطبيعة دورية صدور الجريدة اليومية لذا جاء الخبر الصحفى - مثلها فى ذلك مثل أى دورية يومية - ليحتل الترتيب الأول من إجمالى فنون الكتابة الصحفية، وإن اتضح للباحثة سيادة الأخبار البسيطة على الأخبار المركبة إذ بلغت نسبة الأخبار البسيطة ٣٣.٤٪ من جملة الأخبار المنشورة على صفحات الصحيفة مما يؤكد صدق ما ذهبت إليه الباحثة سابقاً بشكلية المعلومات المقدمة عن قضية الإصلاح الاقتصادى فى الصحيفة ، ويؤكد ذلك أن ثلث الأخبار المنشورة خلال التحليل جاءت فى إطار الأخبار البسيطة التى تحمل فى مضامينها أى تفصيلات أو خلفيات عن الحدث ، إذ لم تخرج هذه الأخبار عن الإطار البروتوكولى الشكلى من استقبالات أو قرارات أو إجراءات جاءت انعكاساً لعجلة الحياة اليومية فى الدولة ونقلتها الصحيفة على صفحاتها .

٣ - بالرغم من أن الخبر الصحفى استحوذ على ما يقرب من نصف فنون الكتابة الصحفية، إلا أنه يحسب للجريدة تنويع فنون الكتابة الصحفية على صفحاتها فى تناول موضوعات قضية الإصلاح الاقتصادي في مصر ويحسب لها اهتمامها بالتحقيقات الصحفية حيث كشفت الدراسة التحليلية أن جريدة الوفد برعت في تقديم التحقيقات الصحفية المختلفة أكثر من أى صحيفة أخرى ، واهتمت بتقديم القضية بكافة جوانبها وخلفياتها واهتمت بعرض آراء الخبراء والمسئولين والمعاهد العلمية لتدعم وجهة نظرها التى تتبناها تجاه الإصلاح الاقتصادى ، وفى هذا الإطار قدمت الجريدة العديد من التحقيقات عن الخصخصة وأنها خطوة جادة من قبل الدولة لإصلاح مسيرة الاقتصاد المصرى ، وعن الاستثمار ومعوقات جذب المستثمرين ورجال الأعمال وطالبت الدولة باتخاذ العديد من الإجراءات الرسمية لتيسير عملية جذب رجال الأعمال ، كما قدمت أيضاً تحقيقات متنوعة لعلاج عجز الموازنة المستمر وتنمية الصناعة الوطنية وتنشيط السياحة الداخلية بعد حركة الركود التى واجهت حركة السياحة المصرية بعد حادث الأقصر .

٤ - جاء توظيف فنون الكتابة الصحفية فى الجريدة لخدمة الفلسفة التحريرية التى تتبناها الجريدة ، والتأكيد على الخط الليبرالى الرأسمالى للجريدة ، إذ اهتمت الجريدة ، كما اتضح من التحليل بعرض التحقيقات والتقارير والحوارات والمقالات والصور الكاريكاتيرية التى تعبر عن تأييد الجريدة لخطوات الإصلاح الاقتصادى التى تقوم بها الدولة ، وقامت بتوظيف فنون التحرير الصحفى فى خدمة هذا الإطار لذا جاءت الحوارات المختلفة مع الخبراء والمسئولين وصناع القرار ورجال الأعمال لتؤكد على أهمية الإصلاح الاقتصادى ، ولم تخرج التقارير الصحفية المنشورة أيضاً عن هذا الإطار كثيراً باستثناء بعض التقارير الصحفية التى كانت تنتقد الدولة لفشلها فى الحد من التضخم، وإجراءات تنمية الصناعة الوطنية وتنشيط حركة السياحة الراكدة .

٥ - تأكد من خلال الصحيفة للمقالات والأعمدة الصحفية على صفحاتها أن الوفد طالبت دائماً بالإصلاح الاقتصادى وخصخصة القطاع العام الفاشل . وإن اتضح وجود مقالات تنتقد عملية الإصلاح الاقتصادى لكن اتضح من التحليل أن غالبية الانتقادات لم تكن بهدف معارضة الإصلاح الاقتصادى وإنما كانت لانتقاد الإجراءات الرسمية فى التنفيذ الصحيح لبرامج الإصلاح الاقتصادى .

ثانياً - جريدة الأهالى :

جاء توظيف فنون الكتابة الصحفية فى مصاحبة موضوعات قضية الإصلاح فى الأهالى متمثلة فى الخبر الصحفى فى الترتيب الأول بنسبة ٣٥,٦٪ تلاه ويفارق كبير المقال الصحفى بنسبة ١٧,٨٪ ثم التحقيق الصحفى بنسبة ١٣,٢٪ فالحوار الصحفى بنسبة ١٠,٥٪ فالتقارير الصحفية بنسبة ٩,٤٪ فالأعمدة الصحفية بنسبة ٧,٨٪ ، ثم الصور الكاريكاتيرية بنسبة ٤,١٪ وأخيراً فئة أخرى عن أخبار الخدمات أو لقطة وتعليق بنسبة ١,٦٪ ، وتقدم المؤشرات السابقة بتوظيف فنون الكتابة الصحفية كما اتضح من التحليل الحقائق المهمة التالية :

١ - تصدر الخبر الصحفى المرتبة الأولى من إجمالى فنون الكتابة يمكن أن يعود للسمة التى تميز الخبر فى نقل الأحداث ، وبالرغم من ذلك اتضح للباحثة تأثير دورية صدور الجريدة أسبوعياً فى الاهتمام بنشر الأخبار المركبة على صفحاتها . إذ اتضح أن الجانب الأكبر من المعالجات الخبرية على صفحات الجريدة احتوى على وقائع وتفصيلات شملت خلفيات الحدث المنشور على صفحات الجريدة إذ بلغت نسبة الأخبار المركبة على صفحات الجريدة ١٦,٨٪ وبلغت نسبة الأخبار البسيطة - الشكلية ١٨,٨٪ ، مما يوضح اهتمام الجريدة بتقديم خلفيات للأخبار المنشورة على صفحاتها .

٢ - تجدر الإشارة إلى أن المقال الصحفى وخاصة المقال التحليلى جاء فى الترتيب الثانى من جملة فنون الكتابة الصحفية بالجريدة . إذ لاحظت الباحثة حرص الجريدة دائماً على تحليل كافة الإجراءات المتعلقة بقضية الإصلاح الاقتصادى وخاصة الخصخصة وبيع شركات القطاع العام . ودأبت على انتقادها باستمرار لتناقض فكرة الخصخصة مع أيديولوجية حزب التجمع الاشتراكى الذى تصدر عنه الجريدة . لذا لم تتوانى فى إتاحة الفرصة لكافة الكتاب المعارضين للخصخصة وتشجيع المستثمرين الأجانب على تملك المشروعات فى مصر لنشر آرائهم على صفحات الجريدة .

٣ - اتضح أيضاً أن كافة الفنون الصحفية التى صاحبت قضية الإصلاح الاقتصادى فى جريدة الأهالى جاءت لتخدم فلسفة الجريدة المعارضة للخطوات الحكومية لإصلاح مسيرة الاقتصاد المصرى . واتضح أن الجريدة كانت تعارض ليس من أجل المعارضة ولكن بهدف أيديولوجى لديها فجاءت التقارير الصحفية ، التحقيقات ، الحوارات ، الأعمدة الصحفية ، الكاريكاتير الذى يعبر عن موقف الصحيفة من سير حركة الاقتصاد المصرى المتدهور - كما كانت تطلق عليه .

٤ - كشفت الدراسة التحليلية عن حرص الجريدة على تقديم رؤية بديلة للإصلاح الاقتصادي في مصر بعكس ما تنادي به الحكومة وتطبقه . حيث أكدت الجريدة دائماً على أن الاقتصاد الاشتراكي الذي يراعي حقوق الفئات العريضة من الشعب النابع من التأكيد على تنمية رأس المال الوطني هو الحل الأمثل . وعرضت في هذا الإطار من خلال التحقيقات والحوارات والتقارير الصحفية التي أجرتها كيفية تطوير مؤسسات وشركات القطاع العام وقطاع الأعمال العام بدلاً من بيعها للأجانب . كما قدمت أيضاً تصوراتها للنهوض بالصناعة الوطنية بصورة حقيقية بعيداً عن أرقام وبيانات المسؤلين المبالغ فيها كثيراً . كما تناولت أيضاً بالنقد والتحليل الدور الأمثل لتنشيط السياحة المصرية وكيف يمكن أن تصبح عنصر جذب للسياح بدلاً من ذهابهم لإسرائيل .

٥ - اتضح من التحليل أن غالبية المقالات والأعمدة الصحفية التي انتقدت الخصخصة والاستثمار حذرت من بيع الشركات المصرية للإسرائيليين . وفي هذا الصدد قامت بتقديم المعلومات التي ترددت عن شراء إسرائيليين لمصانع في أسيوط والشرقية تحت ستار جنسيات أخرى لكنهم في الحقيقة إسرائيليين .

٦ - بلغت التغطية الشكلية البروتوكولية التي تقوم على السرد والإحاطة فقط بعيداً عن تقديم معلومات حقيقية وجوهرية تساعد في تكوين آراء بشأن مجريات الأمور الاقتصادية ١٨,٨٪ هي نسبة الأخبار البسيطة التي كشفت عنها نتائج الدراسة التحليلية خلال فترة التحليل .

ثالثاً - جريدة الشعب :

جاء اهتمام جريدة الشعب بتوظيف فنون الكتابة الصحفية في مصاحبة قضية الإصلاح الاقتصادي في الخبر الصحفي في الترتيب الأول بنسبة ٣٦,١٪ ثم التقرير الصحفي بنسبة ١٩,٨٪ ثم المقال الصحفي بنسبة ١٣,٥٪ ويفارق ضئيل التحقيقات الصحفية بنسبة ١٣٪ فالحوارات بنسبة ٨٪ فالأعمدة الصحفية ٥,٨٪ فالكاريكاتير بنسبة ٣,٢٪ وأخيراً فنة أخرى بنسبة ٠,٦٪ وتفيد البيانات السابقة في استخلاص الحقائق التالية :

١ - جاءت التغطية الشكلية في الترتيب الأول من جملة فنون الكتابة المستخدمة ممثلة في الخبر الصحفي على صفحات الجريدة . إذ كانت غالبية الأخبار المنشورة على صفحات الجريدة أخبار بسيطة بلغت ٣٠,١٪ من جملة الأخبار ، وكانت لا تحمل في طياتها

تفاصيل للمعلومات التي تشير إليها هذه الأخبار . وإن كانت جميع الأخبار التي نشرتها الجريدة إما احتوت على التضخم والتهويل لما زعمت الجريدة بأنه فساد أو فشل السياسة الاقتصادية المصرية . وعلى الطرف الآخر بلغت نسبة الأخبار المركزة على صفحات الجريدة ٦٪ من جملة المضمون الخبري المنشور مما يؤكد على شكلية ما يقرب من ثلث المضمون المثار على صفحات الجريدة خلال التحليل .

٢ - تأثرت التغطية الصحفية بدورية صدور الجريدة مرتين في الأسبوع لذا توسعت في نشر الأخبار الصحفية وجاءت في الترتيب الأول مثلها مثل بقية الصحف الحزبية الأخرى .

٣ - اللافت للنظر في توظيف فنون الكتابة الصحفية في الجريدة اهتمام الجريدة بالتقارير الصحفية في طرح وجهة نظرها تجاه قضية الإصلاح وقد يعزو ذلك إلى اعتماد الجريدة على بيانات وأرقام تقارير الأجهزة الرقابية للدولة وقامت بعرضها بصورة تقريرية أو عن طريق استعانتها بعرض الدراسات الاقتصادية المتخصصة التي توضح عدم فاعلية خطوات الإصلاح الاقتصادي ، وفي أحيان أخرى اتضح للباحثة قيام الجريدة بنشر تقاريرها الصحفية استناداً على نتائج تقارير أجهزة معينة وتقوم هي بإضفاء المعلومات والبيانات المختلفة على لسان محرريها والتي كانوا كثيراً ما يرددون أنها جاءت على لسان مصدر مطلع ، أو مصدر عليم ، أو أحد الخبراء كما كانوا يقولون دائماً - مما يوضح طبيعة اتجاه التهويل والتضخم وعدم الدقة في عرض الجريدة للموضوعات الاقتصادية على صفحاتها .

٤ - اتضح أن فنون الكتابة الصحفية للموضوعات الاقتصادية المنشورة بالجريدة . كانت أحد العوامل الرئيسية في تأكيد فلسفتها الهجومية الانتقادية الحادة لسياسة الدولة في جميع المجالات عموماً وفي فشل فلسفة الإصلاح الاقتصادي خصوصاً .

٥ - غلب على توظيف فنون الكتابة الصحفية في الجريدة عرض وجهات النظر التي توافق رؤية جريدة الشعب التي تمثل التيار الإسلامي المتشدد . وفي هذا الإطار جاءت التحقيقات التي نشرت خلال التحليل إما عن التحذير من بيع الشركات وتشريد العمال واغتيال مكاسبهم وحقوقهم ، أسباب فشل الحكومة في الحد من العجز في ميزان مدفوعاتهما ، والفساد الذي يقضي على أي محاولة لتطوير وتنمية الصناعة الوطنية . وفي هذا الإطار أيضاً جاءت المقالات والأعمدة الصحفية التي نشرت خلال التحليل لتقدم رؤية إسلامية للاقتصاد المصري بدلاً من السياسة الحكومية القائمة على الإصلاح الاقتصادي .

٦ - بالرغم من نجاح الدولة فى تحقيق العديد من الإنجازات إلا أن الجريدة لم ترى أمامها إلا الصورة السلبية دائماً . حيث كانت معارضة على الدوام لسياسة الدولة . وتجاوزت فى كثير من الأحوال حدود المعارضة الصحفية المتوازنة . إذ كشفت الدراسة التحليلية عن انتقاد الجريدة الدائم لوزارة الزراعة والثقافة والسياحة والاقتصاد والتجارة الخارجية بمبرر ودون مبرر .

رابعاً - جريدة مايو :

تمثلت فنون الكتابة الصحفية المنشورة فى الجريدة خلال التحليل كما فى الجدول السابق فى الخبر الصحفى فى الترتيب الأول بنسبة ٥٣,٤٪ ثم المقال الصحفى بنسبة ١٢,٣٪ فالحوارات الصحفية بنسبة ١٠,٨٪ فالتقارير الصحفية بنسبة ٩,٣٪ فالتحقيقات بنسبة ٦,٩٪ فالأعمدة الصحفية بنسبة ٤,٤٪ فأخيراً الكاريكاتير بنسبة ٢,٩٪ . وبصفة عامة يمكن بلورة الحقائق التالية على توظيف فنون الكتابة الصحفية فى جريدة مايو .

١ - بالرغم من طبيعة الصدور الأسبوعى للجريدة إلا أن أكثر من نصف المضامين المنشورة جاءت فى إطار الخبر الصحفى واتضح أن غالبية الأخبار المنشورة كانت أخبار بسيطة إذ بلغت ٤١,٧٪ من جملة الأخبار المنشورة . لكن اتضح أن هذه الأخبار شملت قرارات وبيانات وتصريحات المسئولين الرسميين من الوزراء أو من ينوب عنهم وأعضاء اللجان المختلفة فى الحزب الوطنى الذى تصدر عنه الجريدة . مما يوضح شكلية المعلومات المنشورة عن قضية الإصلاح الاقتصادى بالجريدة .

٢ - تأثرت الجريدة بجهة إصدارها حيث كان الخطاب الصحفى فيها متسقاً مع فلسفة الدولة وسياستها بصورة واضحة . وإن غلب على نمط الموضوعات المبالغة فى العرض أكثر من بقية الصحف الأخرى التى تصدر عن الدولة .

٣ - جاءت جميع فنون الكتابة الصحفية فى الجريدة لتؤكد نجاح الدولة فى الإصلاح الاقتصادى وحرصها على تبنى البرامج الاقتصادية لخدمة محدودى الدخل . لذا تشرت الحوارات مع أعضاء الحكومة والحزب الوطنى لتدعم هذا الاتجاه . كما جاءت التقارير والتحقيقات الصحفية والمقالات فيها لتوضح حرص الدولة على إزالة المعوقات أمام المستثمرين . وكذا حرصها على تنمية الصناعة الوطنية . تنشيط السياحة . الحد من العجز فى الموازنة . وحرصها على الحد من التضخم . مما يؤكد تبعية الجريدة التامة للحزب الحاكم الذى تصدر عنه .

جدول رقم « ٤ »

وسائل الإبراز المصاحبة لموضوعات قضية الإصلاح الاقتصادى فى الصحف الحزبية

الصحف / وسائل الإبراز	الوفد		الأحرار		الشعب		مايو	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
صور شخصية	١٢٤	٢٧,٨	٨١	٢٧,٥	٩٦	٢٤,٩	٨٥	٤٤,٧
صور موضوعية	٦٦	١٤,٤	٤٢	١٤,٢	٧٢	١٨,٦	٢٢	١٦,٨
رسوم بيانية	١٢	٢,٦	٢٢	٧,٥	١٥	٣,٩	-	-
خرائط	-	-	٦	٢	-	-	-	-
إطارات وبراويز	١١٤	٢٤,٨	٦٦	٢٢,٤	١٠٦	٢٧,٥	٤٢	٢٢,١
شبكات	٩٤	٢٠,٤	٧٨	٢٦,٤	٩٧	٢٥,١	٢٩	١٥,٣
أخرى	-	-	-	-	-	-	٢	١,١
الإجمالى	٤٦٠	١٠٠	٢٩٥	١٠٠	٣٨٦	١٠٠	١٩٠	١٠٠

تشكل وسائل الإبراز التى تصاحب إخراج الموضوعات المختلفة على صفحات الصحف مؤشراً لا يقل أهمية عن حجم وتكرار الموضوع . إذ تلعب الصور والرسوم والإطارات والبراويز دوراً فى جذب اهتمام القارئ وإثارة اهتمامه لمتابعة الموضوعات المنشورة [١٩] . وعلى مستوى الصحف الحزبية تظهر مؤشرات الجدول السابق أن الاهتمام بوسائل الإبراز جاء كما يلى :

أولاً - جريدة الوفد :

جاءت الصور الشخصية أهم وسائل الإبراز لديها بنسبة ٢٧,٨٪ رغم رتابة الصور الشخصية وعدم أهميتها فى مصاحبة الموضوعات تلاها مباشرة الإطارات والبراويز بنسبة ٢٤,٨٪ ، حيث دأبت الجريدة على وضع الموضوعات الهامة لديها فى براويز وإطارات لضمان جذب أنظار القارئ إليها لمتابعتها . ثم جاء توزيع وسائل الإبراز لديها فى استخدامها الشبكات بنسبة ٢٠,٤٪ إذ اتضح للباحثة قيام الجريدة بوضع أخبار حركة الاستثمار والخصخصة فى شبكات أكثر من غيرها من بقية الموضوعات الاقتصادية الأخرى. كما قامت باستخدام الصور الموضوعية التى تضفى الحيوية على الموضوع الذى تصاحبه بنسبة ١٤,٤٪ وقامت الجريدة بتوظيفها فى التحقيقات التى تناولت حركة السياحة ، وإنشاء المصانع الجديدة ، والموضوعات المختلفة بتنمية الصناعة الوطنية .

وفي الترتيب الأخير وبفارق كبير جاء استخدام الجريدة للرسوم البيانية بنسبة ٢.٦٪ رغم أهميتها في مصاحبة الموضوعات الاقتصادية ، إلا أن الجريدة قامت بتوظيفها في مصاحبة موضوعات الاستثمار ، حركة البورصة وأخبار الخدمات .

ثانياً - جريدة الأهالي :

اتضح للباحثة أن توظيف جريدة الأهالي لوسائل الإبراز اتجه بالدرجة الأولى للتركيز على الموضوعات التي تدعم وجهة نظر الجريدة المعارضة تجاه عمليات الإصلاح الاقتصادي والخصخصة وتمثل هذا الاستخدام في توظيف الصور الشخصية رغم رتابتها بنسبة ٢٧.٥٪ تلاها مباشرة الشبكات بنسبة ٢٩.٤٪ حيث قامت بوضع أخبار الخصخصة دائماً في شبكات ، ثم الإطارات والبراويز بنسبة ٢٢.٤٪ ، حيث اتضح براعة توظيف الجريدة للإطارات في نشر موضوعات الخصخصة ، الاستثمار ، التضخم ، العجز في ميزان المدفوعات أكثر من بقية الموضوعات الأخرى . كما برعت أيضاً في توظف الصور الموضوعية في موضوعاتها بنسبة ١٤.٢٪ حيث جاءت هذه الصور مواكبة للموضوعات التي نشرتها عن الآثار السلبية للخصخصة حينما نشرت صور العمال التي قالت عنهم أنهم مشردين ، وكذا للصور التي توضح قصور لدى أجهزة الدولة في التعامل مع قضية تنشيط السياحة وتنمية الصناعة الوطنية ، حيث نشرت صوراً للسيارات الخاوية من السائحين ، وكذا صوراً عن مظاهر الإهمال داخل المنشآت الصناعية في الوقت الذي تنادي به الدولة في تنمية الصناعة الوطنية . كما لم يغب على الجريدة توظيف الرسوم البيانية التي توضح المنحنى البياني للاقتصاد المصري ، المنحنى البياني لبيع الشركات في مصر . وأخيراً استخدمت الجريدة الخرائط بنسبة ٢٪ ، حيث دعمت بعض الموضوعات المتعلقة بنجاح التجارب الاقتصادية في الدول الشيوعية كالصين ببعض الخرائط ، مما يؤكد في النهاية على أن الجريدة قامت بتوظيف وسائل الإبراز في التأكيد أو عدم التأكيد على الموضوعات التي ترد لفت أنظار الجمهور إليها .

ثالثاً - جريدة الشعب :

تمثل توظيف وسائل الإبراز لدى جريدة الشعب في تأكيد وجهة نظرها المعارضة بطريقة حادة لسياسة الإصلاح الاقتصادي في مصر وتمثل هذا التوظيف في اهتمامها بالإطارات والبراويز في الترتيب الأول بنسبة ٢٧.٥٪ ، ثم بالشبكات بنسبة ٢٥.١٪ مما يؤكد حرص الجريدة على إبراز نوعية من الموضوعات التي ترد لفت أنظار القارئ إليها .

خاصة المتعلقة بأخبار الفساد ، فشل السياسة الرسمية في التعامل مع قضية الاقتصاد المصرى ، بيد أن اللافت للنظر أن الصور الشخصية جاءت في الترتيب الثالث لدى جريدة الشعب من جملة وسائل الإبراز بنسبة ٢٤.٩٪ ، الأمر الذى يعود إما لقلة مصادر الجريدة من المسئولين الرسميين نظراً لضعف علاقتها بها لطبيعتها الانتقادية لهم على الدوام ، أو لعدم الاهتمام بنشر الصور الشخصية للمسئولين واهتمامها بنشر الصور الشخصية للأشخاص الذين يزيدون وجهة نظر الجريدة المتشددة ، ومن ثم أصبحوا مصادر رئيسية لديها وصورهم أهم من المسئولين لديها . ثم جاء استخدام الجريدة للصورة الموضوعية مصادر رئيسية لديها وصورهم أهم من المسئولين لديها وصورهم أهم من المسئولين لديها . ثم جاء استخدام الجريدة للصورة الموضوعية التي تعبر عن جوهر الموضوع الذى تصاحبه بنسبة ١٨.٦٪ ، واتضح زيادة استخدام الجريدة لها في مصاحبة موضوعات الآثار السلبية للخصخصة ، والاستثمار من وجهة نظرها ، أيضاً الصور التي صاحبت موضوعات تدمير الزراعة المصرية والهوية الثقافية والسياحية لمصر ، حينما تناولت الجريدة موضوعات تنشيط السياحة وتنمية الصناعة الوطنية وإجراءات تحرير التجارة الخارجية ، ثم جاء في الترتيب الأخير استخدام الجريدة للرسوم البيانية بنسبة ٣.٩٪ التي صاحبت الموضوعات الخاصة بتشجيع الاستثمار وجذب المستثمرين وعجز الموازنة .

رابعاً - جريدة مايو :

اهتمت جريدة مايو بتنويع وسائل الإبراز في مصاحبة موضوعات قضية الإصلاح الاقتصادى على صفحاتها ، إذ جاءت الصور الشخصية أولاً بنسبة ٤٤.٧٪ ، نظراً لارتباط الجريدة أكثر من غيرها من الصحف الأخرى بحركة المسئولين الرسميين في الدولة باعتبارها جريدة رسمية تعبر عن الحزب الحاكم . ثم جاءت الإطارات والبراويز في الترتيب الثاني وبفارق كبير بنسبة ٢٢.١٪ ، حيث قامت بوضع غالبية تصريحات رئيس الوزراء والوزراء ورئيس مجلس الشعب والشورى حول النجاح الهائل لخطة الحكومة في الإصلاح الاقتصادى ، وتلى ذلك استخدامها للصور الموضوعية بنسبة ١٦.٨٪ ، إذ صاحبت الصور الموضوعية خلال القرن القادم . ثم جاءت الشيكات بنسبة ١٥.٣٪ ، إذ اتضح للباحثة اهتمام الجريدة بوضع موضوعات نجاح الحكومة في خفض العجز في الموازنة والتضخم في شيكات أكثر من غيرها من الموضوعات الأخرى ، وأخيراً جاءت فئة أخرى في استخدام الكشائد بنسبة ١.١٪ في مصاحبة موضوعات الاستثمار ، الخصخصة دون غيرها من الموضوعات الأخرى .

جدول رقم «٥»

أشكال العناوين المصاحبة لقضية الإصلاح الاقتصادى فى صفحات الصحف الحزبية

الصحف / فنون الكتابة	الوفد		الأهالى		الشعب		مايو	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
خبر	٢٥٨	٤٦,٩	١٣٢	٣٥,٦	٢٨٦	٣٦,١	١٠٩	٥٣,٤
تحقيق	٩٦	١٧,٥	٤٩	١٣,٢	١٠٣	١٣	١٤	٦,٩
تقرير	٥٥	١٠	٣٥	٩,٤	١٥٧	١٩,٨	١٩	٩,٣
حوار	٧٤	١٣,٥	٣٩	١٠,٥	٦٣	٨,٠	٢٢	١٠,٨
مقال	٤٢	٧,٦	٦٦	١٧,٨	١٠٧	١٣,٥	٢٥	١٢,٣
حديث	٢٩	٥,٣	٢٩	٧,٨	٤٦	٥,٨	٩	٤,٤
كاريكاتير	١٧	٣,١	١٥	٤,١	٢٥	٣,٢	٦	٢,٩
أخـــرى	٦	١,١	٦	١,٦	٥	٠,٦	–	–
الإجمالى	٥٥٠	١٠٠	٣٧١	١٠٠	٧٩٢	١٠٠	٢٠٤	١٠٠

تعد العناوين المصاحبة للموضوعات المختلفة على صفحات الصحف من مؤشرات اهتمام الصحيفة بموضوع ما من عدمه . وهنا تتضح أهمية العناوين فى جذب القارئ لمتابعة الموضوع المقدم على صفحات الجريدة ، لأن العنوان واجهة الصحيفة فى التعبير عن الموضوع . فالعنوان يمكن أن يعلن عن مضمون الخبر ويلخصه ويجعل الصفحة جذابة [٢٠].

وتتعدد العناوين المستخدمة على صفحات الجريدة من عناوين رئيسية - عريضة - تمتد بعرض الصفحة أو عناوين ممتدة تقل عن اتساع العنوان الرئيسى بعمود . أو عناوين عمودية تشغل اتساع عمود فى الصفحة ، والملاحظ على بيانات الجدول السابق الغالبية العظمى من موضوعات قضية الإصلاح الاقتصادى فى الصحف الحزبية جاءت على عناوين ممتدة إذا جاءت فى الترتيب الأول على مستوى كل الصحف الحزبية ما عدا مايو - فجاءت فى جريدة الوفد بنسبة ٤٨٪ ، وبنسبة ٤٨,٨٪ فى الأهالى ، ٥٨,٨٪ فى الشعب فى حين جاءت فى الترتيب الثالث لدى جريدة مايو بنسبة ٢٦٪ فى حين جاءت الموضوعات المنشورة على عمود واحد فى الترتيب الثانى على مستوى جميع الصحف الحزبية عدا جريدة مايو إذ جاءت بنسبة ٤٠,٤٪ فى الوفد وبنسبة ٣١,٦٪ فى الأهالى و ١٩,٧٪ لدى جريدة الشعب . وفى الترتيب الأول لدى جريدة مايو بنسبة ٣٦,٣٪ ، جاءت الموضوعات التى تشغل اتساع الصفحة كاملاً - العناوين العريضة - على عناوين رئيسية

فى الترتيب الثالث على مستوى جميع الصحف الحزبية عدا جريدة مايو التى جاءت لديها فى الترتيب الثانى وبنسبة ٣٢,٨٪ بحكم ارتباط الجريدة بسياسة الدولة نظراً لطبيعتها الحكومية ، وبحكم ارتباط قضية الإصلاح الاقتصادى بالسياسة الرسمية للدولة لذا اهتمت بها الجريدة وجاءت فى الترتيب الثانى لديها . وعلى مستوى الصحف الحزبية الأخرى ، فقد جاءت لدى جريدة الوفد بنسبة ٣٨,٣٪ ثم بنسبة ١٩,٧٪ لدى جريدة الأهالى وبنسبة ١٨,٢٪ لدى جريدة الشعب بسبب أن اللافت للنظر فى استخدام العناوين العريضة فى الصحف الحزبية ، ارتباط بالأيديولوجية الفكرية والحزبية للصحيفة . لذا اهتمت جريدة الشعب باستخدام العنوان الرئيسى عن قضية الإصلاح الاقتصادى على صفحاتها أكثر من الصحف الحزبية الأخرى بحكم أنها أكثر الصحف الحزبية معارضة للإصلاح الاقتصادى وتلاها فى ذلك جريدة الأهالى . ويؤكد صدق هذا الاستنتاج قلتها فى جريدة الوفد مقارنة بالصحف الأخرى بحكم طبيعة جريدة الوفد المعتدلة لأنها تعد من أكثر الصحف الحزبية المصرية اعتدالاً . بالإضافة لكونها من أكثر الصحف الحزبية تأييداً للإصلاح الاقتصادى لمجاراتها للتيار الليبرالى الرأسمالى الذى ينادى به حزب الوفد . أخيراً من الملاحظات المهمة فى بيانات الجدول السابق جاءت بعض الموضوعات المنشورة على صفحات الصحف الحزبية بدون عنوان فى الترتيب الأخير على مستوى جميع الصحف الحزبية واتضح للباحثة تقاعس نوعية هذه الموضوعات بدون عنوان لتلقى معارضة قوية من الجريدة للإصلاح الاقتصادى فجاءت هذه الأخبار فى جريدة مايو بنسبة ٤,٩٪ لترضية ما يصدر من أخبار فى صحيفة الحزب الوطنى وأخبار وتحركات المستقلين فى حين كانت فى جريدة الوفد بنسبة ٣,٤٪ وكانت غالباً فى باب العصفور لأن كانت أخباره تنتقد تصرفات بعض الأجهزة الحكومية ، وجاءت فى الأهالى بنسبة ٢,٧٪ ، وكانت أيضاً أخبار تنتقد ممارسات معينة على صفحات الجريدة ، فى حين كانت بنسبة ٣,٤٪ لدى جريدة الشعب ، وكانت إما أخبار مجهولة أو فى باب أخبار مجموعة الذين أبت الجريدة على نشر الأخبار التى توضح قصور وفشل السياسة الرسمية تجاه الإصلاح الاقتصادى

جدول رقم «٦»

موقع قضية الإصلاح الاقتصادى فى الصحف الحزبية

الصحف / المواقع	الوفد		الأهالى		الشعب		مايو	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
صفحة أولى	٩٦	١٧,٥	٥٢	١٤	١٧٤	٢٢	٧٤	٣٦,٣
صفحة داخلية	٤٢٢	٧٦,٧	٢٢٤	٦٣,١	٥٥٥	٧٠,١	١٠٤	٥١
صفحة أخيرة	٣٢	٥,٨	٨٥	٢٢,٩	٦٣	٧,٩	٢٦	٢٢,٧
الإجمالى	٥٥٠	١٠٠	٣٧١	١٠٠	٧٩٢	١٠٠	٢٠٤	١٠٠

يعد مكان النشر مؤشراً مهماً فى التعرف على درجة اهتمام الجريدة بالموضوعات والقضايا المختلفة . فتنوع الصفحة ومكان النشر على الصفحة ذاتها يعكس مدى العناية التى توليها الجريدة لكل موضوع ويشير خبراء الإخراج الصحفى إلى تفاوت أهمية الصفحات المختلفة فى الجريدة للمساهمة فى سهولة انقرائية كل منها . ويشار إلى أن الصفحة الأولى فالأخيرة على الترتيب تحظى بأهمية مطلقة مقارنة بالصفحات الداخلية (٢١) .

والملاحظ على بيانات الجدول السابق أن معظم الموضوعات المتعلقة بقضية الإصلاح الاقتصادى جاءت على مستوى الصحف الحزبية جاءت فى الصفحات الداخلية فى الترتيب الأول بنسبة ٧٦,٧٪ فى الوفد ، وبنسبة ٦٣,١٪ لدى الأهالى ثم بنسبة ٧٠,١٪ لدى الشعب ، كما جاءت بنسبة ٥١٪ على مستوى جريدة مايو الحكومة التى اهتمت بإبراز ونشر تصريحات المسئولين الحكوميين على صفحاتها لتوضيح اهتمام الحكومة بأحداث التنمية الاقتصادية للمجتمع المصرى وللتأكيد على أن هذه الإجراءات الحكومية نابعة من حرص الحكومة على محدودى الدخل .

أما على مستوى نشر الموضوعات فى الصفحة الأخيرة فى الصحف الحزبية أظهرت مؤشرات التحليل أنها جاءت فى الترتيب الأخير على مستوى جميع الصحف الحزبية عدا جريدة الأهالى ، التى جاءت فى الترتيب الثانى لديها بنسبة ٢٢,٩٪ ، حيث اهتمت الجريدة بنشر الموضوعات المعارضة لقضية الإصلاح الاقتصادى فى صفحاتها الأخيرة أكثر

من أى صحيفة حزبية أخرى . وجاء بنسبة ٥.٨٪ فى جريدة الوفد . تدنى ظهور الموضوعات الاقتصادية فى الصفحة الأخيرة بسبب استحواذ صفحة الفن والثقافة على الصفحة الأخير . وجاءت لدى جريدة الشعب بنسبة ٧.٩٪ ومايو بنسبة ٢٢.٧٪ . ومن المؤشرات المهمة كما فى الجدول السابق أن ظهور الموضوعات على الصفحة الأولى والأخيرة تراوح ما بين صحيفة حزبية وأخرى . فعلى مستوى الصفحة الأولى نجد أنها جاءت فى الترتيب الثانى لدى جريدة الوفد بنسبة ١٧.٥٪ ، حيث اهتمت الجريدة بإبراز خطوات الإصلاح الاقتصادى والخصخصة وخطوات الدولة فى جذب المستثمرين وتحرير التجارة الخارجية ، فى حين جاءت فى الترتيب الثالث لدى جريدة الأهالى بنسبة ١٤٪ ، إذ نشرت الجريدة أخبار الخصخصة ، العجز فى ميزان المدفوعات والتضخم ، جاءت فى الترتيب الثانى لدى جريدة الشعب بنسبة ٢٢٪ ، إذ اتضح للباحثة كما أن الجريدة قد وجدت ضالتها فى وجود ما تنتقد به الحكومة من خلال خصخصة الشركات وقوانين الاستثمار ، تحرير التجارة الخارجية وعدم نجاحها فى تنشيط السياحة . وبالنسبة لجريدة مايو فقد جاءت لديها بنسبة ٣٦.٣٪ ، حيث واكبت الجريدة الإجراءات الحكومية المختلفة التى تتخذ فى مجال الإصلاح الاقتصادى .

جدول رقم «٧»

مصدر الحصول على معلومات قضية الإصلاح الاقتصادى فى الصحف الحزبية

الصحف / مصدر المعلومات	الوفد		الأهالى		الشعب		مايو	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
محرر الجريدة	٢٥٥	٤٦,٨	١٨٧	٥٠,٤	٣٧٥	٤٧,٣	٩٦	٤٧,١
مراسل	١٣٤	٢٤,٤	٦٢	١٦,٧	١٤٥	١٨,٣	٣٤	١٦,٧
مصادر	٦٩	١٢,٥	٥٠	١٣,٥	١٠٦	١٣,٤	١٨	٨,٨
صحف عربية	-	-	-	-	١٧	٢,٢	٥	٢,٤
صحف أجنبية	٥	٠,٩	٣	٠,٨	٣٤	٤,٣	٦	٢,٩
وكالة أنباء عربية	٥٢	٩,٥٤	٣٣	٨,٩	٣٥	٤,٤	٢١	١٠,٣
وكالة أنباء أجنبية	١٨	٣,٣	١٦	٤,٣	٢٤	٣	٥	٢,٥
غير محددة المصدر	١٧	٣,١	٢٠	٥,٤	٥٦	٧,١	١٩	٩,٣
الإجمالى	٥٥٠	١٠٠	٣٧١	١٠٠	٧٩٢	١٠٠	٢٠٤	١٠٠

تتعدد مصادر الصحف في الحصول على المعلومات حول الموضوعات المختلفة لذا سعى الجدول السابق للتعرف على مصادر حصول الصحف الحزبية في استقاء معلوماتها حول قضية الإصلاح الاقتصادي وأسفرت مؤشرات التحليل عن :

١ - اعتماد الصحف الحزبية على محرريها في الحصول على معلومات قضية الإصلاح الاقتصادي بالدرجة الأولى على مستوى جميع الصحف الحزبية إذ جاء هذا الاعتماد بنسبة ٤٦,٢٪ في الوفد ، ٥٠,٤٪ في الأهالي وبنسبة ٤٧,٣٪ في الشعب وبنسبة ٤٧,١٪ ، الأمر الذي يوضح أهمية دور المحرر الصحفي في نقل المعلومات والأحداث المختلفة المتعلقة بالإصلاح الاقتصادي للصحيفة التي يعمل فيها .

٢ - جاء اعتماد الصحف الحزبية على التقارير التي يوافيها بها مراسلوها عن الإصلاح الاقتصادي وخطوات الخصخصة في المحافظات المختلفة في الدرجة الثانية على مستوى الصحف الحزبية فجاء بنسبة ٢٤,٥٪ في جريدة الوفد وبنسبة ١٦,٧٪ في الأهالي وبنسبة ١٨,٣٪ في الشعب وبنسبة ١٦,٧٪ في جريدة مايو من إجمالي المصادر على مستوى كل صحيفة على حدة ، الأمر الذي يوضح انتشار مراسلي الصحف الحزبية في المحافظات المختلفة خاصة بعد مرور نحو عشرون عاماً على وجود هذه الصحف ، الأمر الذي يؤكد ولو جزئياً على نجاح الصحف الحزبية في إيجاد كوادر صحفية لها من المراسلين في كافة المحافظات . وإن اتضح اهتمام مراسلي كل صحيفة بإعداد التقارير التي تتفق وطبيعة الصحيفة وتوجيهها الذي يعمل في إطاره ممثلاً حرص مراسلو جريدة مايو بإمداد الجريدة بالتقارير البراقة عن النجاح في تطبيق الإصلاح الاقتصادي وعلى العكس تماماً في جريدتي الأهالي والشعب التي كانت تقارير المراسلين بها تتضمن القصور أو الفشل أو التخبط في في السياسات أو حتى للكشف عن الفساد الناتج عن عمليات الإصلاح الاقتصادي والخصخصة في الدوائر الحكومية في المحافظات المختلفة . في حين كانت تقارير مراسلي جريدة الوفد تحمل في طياتها طابع النقد الهادئ أحياناً أو الرشادة بالنجاحات الحكومية في عمليات الخصخصة أحياناً أخرى .

٣ - اعتمدت الصحف الحزبية على المصاحفين - الكتاب الذين يوافون الجريدة بمقالات ، وهم من خارج الجريدة - في الحصول على معلومات الإصلاح الاقتصادي في الترتيب الثالث على مستوى الصحف الحزبية المصرية ، عدا جريدة مايو التي جاءت لديها في

الترتيب الخامس بنسبة ٨.٨٪ ، وتمثل هذا الاعتماد ١٢.٥٪ في جريدة الوفد ، ١٣.٥٪ في جريدة الأهالي و ١٣.٤٪ في جريدة الشعب .

واتضح أن المعلومات التي كانت تأتي في إطار أخبار فئة المصاحفين اهتمت بالدرجة الأولى بالتأكيد على وجهة نظر معينة للكاتب ، وكانت تتفق بالضرورة مع سياسة الصحيفة والحزب الذي تصدر عنه ، لذا جاءت المعلومات في جريدة الوفد مؤيدة للتيار الليبرالي ، وكانت في الأهالي مؤيدة للتيار اليساري ، في حين كانت في الشعب تحمل طابع الهجوم والانتقاد المستمر على سياسة الدولة باعتبار أن ذلك سمة الجريدة، في حين كانت في مايو مؤيدة للتيار الحكومي الرسمي ، ويلاحظ على الجريدة قلة اهتمامها بالاستعانة بالمصاحفين مقارنة بالصحف الحزبية الأخرى ، الأمر الذي لا يمكن تبريره إلا بعدم حاجة الجريدة إلى تبرير وتحليل إجراءات الإصلاح الاقتصادي من قبل مصاحفي الجريدة باعتباره سياسة رسمية قائمة تطبق بالفعل .

٤ - جاء اعتماد الصحف الحزبية على وكالات الأنباء العربية في الترتيب الرابع على مستوى إجمالي الصحف الحزبية عدا جريدة مايو إذ جاء اعتمادها عليها في الترتيب الثالث بنسبة ١٠.٣٪ ، إذ اتضح للباحثة اهتمام الجريدة بالاعتماد على وكالة أنباء الشرق الأوسط (أ. ش.أ) وكالة أنباء الخليج (واخ) ووكالة أنباء الكويت أكثر من أي وكالات أخرى ، حيث نشرت التصريحات الرسمية التي تتعلق بالإصلاح الاقتصادي ونشرتها أ . ش.أ ، في حين جاء اهتمامها بأخبار الوكالات العربية الأخرى إما لنشر هذه الوكالات موضوعات تتفق وإطار عمليات الإصلاح الاقتصادي أو الرشادة به ، ومحاولة تطبيقه في الترتيب الخامس بنسبة ٤.٤٪ ، إذ اعتمدت على أخبار وكالات الأنباء العربية خاصة الشرق الأوسط المصرية ، كما اتضح اهتمام جريدة الوفد بأخبار الوكالات العربية بنسبة ٩.٥٪ ، وخاصة أنباء الشرق الأوسط والوكالة السعودية أكثر من أي وكالة أخرى ، في حين اعتمدت الأهالي بنسبة ٨.٩٪ على أنباء الشرق الأوسط أكثر من أي وكالة أخرى .

٥ - يتضح تباين اعتماد الصحف الحزبية على وكالات الأنباء الأجنبية في الحصول على معلومات الإصلاح الاقتصادي إذ جاء هذا الاعتماد في الترتيب الخامس لدى جريدة الوفد بنسبة ٣.٣٪ ، في حين تمثل هذا الاعتماد لدى جريدتي الأهالي ومايو في الترتيب السادس بنسبة ٣.٤٪ و ٢.٥٪ لكل منهما على التوالي ، وفي الترتيب

السابق لدى جريدة الشعب بنسبة ٣٪ . وبالرغم من أن قضية الإصلاح الاقتصادى تعد قضية داخلية تهم مصر بالدرجة الأولى . إلا أن الصحف الحزبية اهتمت بنشر أخبار وكالات الأنباء الأجنبية ، خاصة وكالة الأنباء الفرنسية ، رويتر حول الإجراءات المصرية فى الإصلاح الاقتصادى . واتضح للباحثة تراوح الصحف الحزبية فى توظيف معلومات وكالات الأنباء الأجنبية فاعتادت جريدة مايو دائماً على نشر الموضوعات التى تدعم الاستقرار وتتجه لإضفاء النجاحات على السياسة الرسمية . فى حين اهتمت جريدة الشعب مثلاً بنشر المعلومات التى من شأنها أن توضح إخفاقات مستمرة واضح فى نجاح مسيرة الإصلاح الاقتصادى .

٦ - تباين استخدام الصحف الحزبية لمعلومات مجهولة المصدر وتتعلق بالإصلاح الاقتصادى . إذ جاءت نسبة المعلومات الغير محددة المصدر على صفحات جريدة الوفد فى الترتيب قبل الأخير بنسبة ٣,١٪ فى حين جاءت لدى جريدة الأهالى بنسبة ٥,٤٪ فى الترتيب الخامس . فى حين جاءت فى الترتيب الرابع لدى جريدتى الشعب ومايو بنسبة ٧,١٪ و ٩,٣٪ لكل منهما على التوالى . واتضح للباحثة أن الأخبار المجهولة المصدر ارتبطت بدرجة تأييد أو معرضة الصحيفة للإصلاح الاقتصادى ، إذ انخفضت للنظام السياسى والاقتصادى المصرى باستمرار . فى حين جاءت بنسبة كبيرة على صفحات مايو الحكومية ، الأمر الذى لا يمكن تبريره إلا فى إطار اهتمام الجريدة بنشر التصريحات البراقة لم تشر إلى مصدر هذه المعلومات .

٧ - ظهر من بيانات الجدول السابق عدم اهتمام الصحف الحزبية بالاعتماد على الصحف العربية الأخرى كمصادر رئيسية لمعلوماتها عن الإصلاح الاقتصادى ، إلا على مستوى جريدة الشعب إذ جاء اهتمامها على بيانات الصحف العربية فى الترتيب قبل الأخير لديها بنسبة ٢,٢٪ ، حيث كانت تقوم الجريدة بالرد والانتقاد على الموضوعات التى تنشرها الصحف القومية المصرية تحديداً حول قضية الإصلاح الاقتصادى ، ومثلها فى ذلك جريدة مايو التى اعتمدت على الصحف العربية الأخرى وفى الترتيب الأخير بنسبة ٢,٤٪ ، حيث كانت تقوم دائماً بالرد على ما تنشره صحف المعارضة من انتقادات للحكومة .

٨ - تدنى إلى أقصى حد اهتمام الصحف الحزبية بالاعتماد على الصحف الأجنبية فى الحصول على معلومات تتعلق بالإصلاح الاقتصادى إذ جاء هذا الاهتمام بنسبة

٠,٩٪ فى جريدة الوفد وبنسبة ٤,٣٪ إذ حرصت على نشر التقارير التى نشرتها الصحف الأجنبية وكانت تنتقد النظام الاقتصادى المصرى خاصة حول موضوعات السياحة ، تنمية الصناعة الوطنية ، العجز فى الموازنة والتضخم فى حين جاء اهتمام مايو بنشر موضوعات عن الصحف الأجنبية تتعلق بعجلة الاقتصاد المصرى بنسبة ٢,٩٪ ، إذ جاء فى الترتيب السادس من إجمالى مصادر الحصول على المعلومات لدى الجريدة ، حيث كشفت الدراسة التحليلية عن اهتمام الجريدة بنشر الموضوعات المختلفة التى تدعم وجهة نظر الجريدة الرسمية تجاه الإصلاح الاقتصادى والخصخصة فى مصر .

جدول رقم «٨»

مصادر الإدلاء بالمعلومات المقدمة عن الإصلاح الاقتصادى فى الصحف الحزبية

الصحف / مصادر المعلومات	الوفد		الأهالى		الشعب		مايو	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
المحرر كمنتج للمعلومة	٦٥	٨,٢	٩٧	١٢,٣	٢٢٦	٢١,٢	٥٣	٨,٥
المسئولون	١٣٧	١٧,٣	٦٤	٨,١	٤٧	٤,٥	١٩٩	٣١,٥
الخبراء والمتخصصون	١١٤	١٤,٤	١٧٦	٢٢,٣	٢٣٩	٢٢,٩	٧٧	١٢,٤
رجال الأعمال والمستثمرين	٢٥٤	٣٢,١	٨٥	١٠,٧	١٢٥	١٢	١٤٤	٢٣,١
القراء	٤٦	٥,٨	٧٥	٩,٥	٩٦	٩,٢	١٣	٢,١
المعاهد العلمية	٩٦	١٢,١	١٩٤	٢٤,٦	١٩٢	١٨,٤	٤٢	٦,٨
التقارير الرسمية	٦٤	٨,١	٧٦	٩,٦	٨٣	٨	٧٢	١١,٦
نعوات وتعزيات	٩	١,١	١٨	٢,٣	٢٨	٢,٦	٢٥	٤
أخرى	٧	٠,٩	٥	٠,٦	٢	٠,٢	–	–
الإجمالى	٧٩٢	١٠٠	٧٩٠	١٠٠	١٠٤٣	١٠٠	٦٢٢	١٠٠

تتعدد المصادر الإعلامية التى تمد المؤسسات الصحفية بالمعلومات المختلفة على صفحاتها . فهناك الخبراء والمسئولون والأجهزة التنفيذية والشعبية والمعاهد العلمية والقراء. وجاء الجدول السابق ليوضح مصادر الإدلاء بالمعلومات المقدمة على صفحات الصحف الحزبية وأسفرت بياناته عن الحقائق التالية :

أولاً - جريدة الوفد :

تمثلت مصادر معلومات الإصلاح الاقتصادى لديها فى اعتمادها على رجال الأعمال والمستثمرين فى الترتيب الأول بنسبة ٣٢,١٪ ، ثم المسئولون الرسميون بنسبة ١٧,٣٪ فالخبراء والمتخصصون بنسبة ١٤,٤٪ ، فالمعاهد العلمية بنسبة ١٢,١٪ ، ثم التقارير

الرسمية بنسبة ٨.١٪ فالقراء بنسبة ٥.٨٪ فالندوات والمؤتمرات بنسبة ١.١٪ . وأخيراً فئة أخرى بنسبة ٠.٩٪ ويتضح من ترتيب هذه المصادر لدى الجريدة فى حرصها على الاهتمام بتنشيط الاقتصاد المصرى من خلال تشجيع الاستثمار حسبما يتفق مع سياستها الرأسمالية أصلاً فى اعتمادها بالدرجة على رجال الأعمال وحرصها على إجراء الحوارات والتقارير والتحقيقات الصحفية معهم التى جاءت لتدعم هذا الإطار . كما اتضح اعتماد الجريدة على الخبراء والمعاهد العلمية فى تحقيقاتها الصحفية أكثر من غيرها أثناء تقديمها للموضوعات التى توضح أهمية الإصلاح الاقتصادى وما يتضمنه من تغيير هيكلى للاقتصاد المصرى فى نهاية المطاف .

ثانياً - جريدة الأهالى :

تمثلت مصادر المعلومات لديها فى المعاهد العلمية أولاً بنسبة ٢٤.٦٪ . ثم الخبراء والمتخصصون بنسبة ٢٢.٣٪ فالمحرر كمنتج للمعلومة من خلال المقالات بنسبة ١٢.٣٪ فرجال الأعمال والمستثمرين بنسبة ١٠.٧٪ فالتقارير الرسمية بنسبة ٩.٦٪ . ثم القراء بنسبة ٩.٥٪ . فالمسئولين بنسبة ٨.١٪ . فالندوات والمؤتمرات بنسبة ٣.٦٪ . وأخيراً فئة أخرى ٢.٠٪ . وبصفة عامة تكشف نوعية مصادر المعلومات التى اعتمدت عليها الجريدة عن حقيقة موقفها المعارض من الإصلاح الاقتصادى إذ اهتمت بعرض آراء المعاهد العلمية والخبراء ومحرريها أنفسهم عن طريق مقالاتهم . وعلى التقارير الرسمية التى توضح الآثار السلبية للخصخصة ويؤكد ذلك تدنى اعتمادها على تصريحات المسئولين الرسميين فى الدولة حول القضية . بيد أن اللافت للنظر أيضاً حرص الجريدة على الاعتماد على قرائها الذين يمثلون القاعدة الجماهيرية لديها لذا حرصت على عرض آرائهم فى مصاحبة التحقيقات والتقارير الصحفية عن قصور برنامج الإصلاح الاقتصادى الذى تتبناه الدولة .

ثالثاً - جريدة الشعب :

تؤكد بيانات الجدول السابق أن مصادر الإدلاء بمعلومات الإصلاح الاقتصادى تمثلت لدى الجريدة فى الخبراء والمتخصصين فى الترتيب الأول بنسبة ٢٢.٩٪ . ثم المحرر الصحفى كمصدر للمعلومة بنسبة ٢١.٢٪ . فالمعاهد العلمية بنسبة ١٨.٤٪ . ثم رجال الأعمال والمستثمرين بنسبة ١٢٪ . فالقراء بنسبة ٩.٢٪ . فالتقارير الرسمية بنسبة ٨٪ . فالمسئولين التنفيذيين بنسبة ٤.٥٪ . فالندوات والمؤتمرات بنسبة ٣.٦٪ وأخيراً فئة أخرى بنسبة ٢.٠٪ .

والملاحظ على طبيعة اعتماد الشعب على مصادر الأدلاء بالمعلومات الاقتصادية على صفحاتها تجاهلها لتصريحات المسئولين . إذ أنها تعد أقل الصحف الحزبية التي أتت بتصريحات المسئولين على صفحاتها . واعتمدت لتأكيد وجهة نظرها على الخبراء والمتخصصين وعلى كتابها - محرريها - أكثر من أي صحيفة أيضاً في تنفيذ قصور خطط الإصلاح الاقتصادي من وجهة نظرها . واتضح أن الجريدة حرصت دائماً على توظيف المصدر التي تدعم وجهة نظرها وتوافقها تماماً في انتقاد فلسفة الإصلاح الاقتصادي للدولة حتى أن التقارير الرسمية الحكومية التي استعانت بها تمثلت في تقارير الأجهزة الرقابية والجهاز المركزي للمحاسبات التي تكشف عن قصور في الأداء الحكومي .

رابعاً - جريدة مايو :

تمثلت مصادر الإدلاء بالمعلومات على صفحات الجريدة في المسئولين الرسميين في الدولة في الترتيب الأول بنسبة ٣١,٥٪ ، تلاها مباشرة رجال الأعمال والمستثمرين لتوضح خططهم الاستثمارية بنسبة ٢٣,١٪ ، فالخبراء والمتخصصين بنسبة ١٢,٤٪ ثم التقارير الرسمية التي توضح حجم الإنجازات التي تحققت بنسبة ١١,٦٪ ، فالمحررين بنسبة ٨,٥٪ ، ثم المعاهد العلمية بنسبة ٦,٨٪ ، فالندوات والمؤتمرات التي عقدتها لجان الحزب الوطني بنسبة ٤٪ ، وأخيراً القراء بنسبة ٢,١٪ . والملاحظ على مصادر معلومات جريدة مايو ارتباطها بالاتجاه الحكومي أكثر من أي صحيفة أخرى . بحكم تبعيتها للحزب الحاكم . لذا جاء المسئولون ورجال الأعمال والمحرر كمنتج للمعلومة - المقالات التي تؤيد السياسة الاقتصادية للدولة - والتقارير الرسمية بنسبة ٧٨,٧٪ بعد استبعاد اعتمادها على الخبراء والمعاهد العلمية والقراء . كما اتضح أيضاً أن جريدة مايو أقل الصحف الحزبية اعتماداً على القراء مما يوضح قلة القاعدة الجماهيرية للجريدة . الأمر الذي يوضح - جزئياً - توجه الجريدة بالدرجة الأولى للمسئولين وليس للقراء . عكس الصحف الحزبية الأخرى .

جدول رقم «٩»

الجمهور المستهدف من موضوعات الإصلاح الاقتصادى فى الصحف الحزبية

الصحف / الجمهور المستهدف	الوفد		الأحالى		الشعب		مايو	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
الجمهور العام	١٩٥	٣٥,٥	٢٠٢	٥٤,٤	٤٦٣	٥٨,٤	٤٩	٢٤
جمهور العاملين بالحكومة	٧٦	١٣,٨	٦٧	١٨,١	١٢٥	١٥,٨	٤٢	٢٠,٦
جمهور العاملين بالقطاع الخاص	٩٢	١٦,٧	٤٧	١٢,٧	٧٢	٩,١	٢٥	١٢,٢
المسئولين	٨٤	١٥,٢	٣٦	٩,٧	٥٧	٧,٢	٣٢	١٥,٧
رجال الأعمال والمستثمرين	١٠٢	١٨,٧	١٩	٥,١	٧٥	٩,٥	٥٦	٢٧,٥
الإجمالى	٥٥٠	١٠٠	٣٧١	١٠٠	٧٩٢	١٠٠	٢٠٤	١٠٠

يتضح من مؤشرات الجدول السابق أن الجمهور الذى تتوجه إليه الصحف الحزبية فى معالجتها لقضية الإصلاح الاقتصادى فى مصر جاء على مستوى كل صحيفة حزبية على حدة كما يلى :

أولاً - جريدة الوفد :

توجهت الجريدة إلى الجمهور العام بالدرجة الأولى بنسبة ٣٥,٥٪ تلاها مباشرة جمهور رجال الأعمال والمستثمرين بنسبة ١٨,٧٪ ، ثم جمهور العاملين بالقطاع الخاص بنسبة ١٦,٧٪ ، ثم المسئولون بنسبة ١٥,٢٪ ، وأخيراً جمهور العاملين بالحكومة بنسبة ١٣,٨٪ .

ويتضح من نوعية الجمهور الذى اهتمت الجريدة بالتوجه إليه حرصها على تأكيد الرؤية الليبرالية الرأسمالية التى تتبناها الجريدة . لذا توجهت إلى جمهور القطاع الخاص وجمهور رجال الأعمال والمستثمرين بنسبة ٣٥,٤٪ . إذ دأبت الجريدة دائماً على تشجيع العمل الخاص والاتجاه نحو المشروع الفردى الخاص لضمان الثواب والعقاب وخلق جو من المنافسة القائم على الحوافز . وجاء توجهها للجمهور العام بنسبة ٣٥,٤٪ الأمر الذى يوضح محاولة الجريدة فى عرض الآراء المختلفة التى تتبناها لإمداد هذا الجمهور

بالمعلومات التى تساعده فى تكوين الآراء التى تهدف فلسفة الصحيفة التأكيد عليها لدى جمهورها . كما اتضح أيضاً أن الجريدة توجهت للمسئولين بأخبارها وكانت هذه التوجهات قائمة على الانتقادات أحياناً أو على الإطار السردى الشكلى أو لنقل أخبارهم بصورة مجاملية .

ثانياً - جريدة الأهالى :

حرصت جريدة الأهالى فى التوجه إلى جمهورها العام بالدرجة الأولى إذ جاء أكثر من نصف موضوعاتها لتخدم هذا الهدف بنسبة ٥٤.٤٪ تلاها مباشرة جمهور العاملين بالحكومة بنسبة ١٨.١٪ ، فالعاملين بالقطاع الخاص بنسبة ١٢.٧٪ فالمسئولين بنسبة ٩.٧٪ وأخيراً رجال الأعمال بنسبة ٥.١٪ وتعكس هذه البيانات فلسفة الجريدة اليسارية فى التأكيد على اهتمامها بالقطاع العام وسيطرة الدولة على أدوات الإنتاج ، لكن ليس بالصورة الحالية بل من خلال إتخاذ إجراءات تقضى على البيروقراطية والفساد . لذا اهتمت بالجمهور العام وجمهور العاملين بالحكومة أكثر من أى نوعية أخرى . وفى هذا الصدد تناولت ما يتعرض له جمهور العاملين بالحكومة من متاعب ومخاطر جراء عمليات الخصخصة . ووصل الأمر بالجريدة أن تصف هذه الإجراءات بأنها ستؤدى إلى تشريد العمالة ، مما يؤدى إلى حدوث اختلالات مجتمعية لها آثارها السلبية على المجتمع المصرى. بيد أن اللافت للنظر أن الجريدة توجهت للمستثمرين ورجال الأعمال بنسبة ٥.١٪ وفى هذا الصدد جاءت نوعية الموضوعات إما متابعات خبرية لتصريحاتهم أو انتقادات لبعض رجال الأعمال الذين اشتروا بعض الشركات الحكومية وقاموا بطرد العاملين الذين كانوا بها . واتضح أيضاً أن الجريدة توجهت للمسئولين بنسبة ٩.٧٪ واتضح أن غالبية الأخبار التى وقعت فى هذا الإطار كانت بصورة تلغرافية تحمل مطالب جماهيرية معينة أو جاءت لتدعم وجهة نظر الجريدة فى التأكيد على ضرورة اتخاذ قرارات معينة .

ثالثاً - جريدة الشعب :

توجهت الجريدة بالدرجة الأولى للجمهور العام بنسبة ٥٨.٤٪ ، إذ أنها أكثر صحيفة حزبية تتوجه بموضوعاتها للجمهور العام . تلاها اهتمامها بجمهور العاملين بالقطاع العام والحكومة بنسبة ١٥.٨٪ ، حيث عرضت الإجراءات التى يتعرضون لها من جراء الخصخصة والإصلاح الاقتصادى ، ثم توجهت لجمهور رجال الأعمال والمستثمرين بنسبة ٩.٥٪ ، حيث دأبت على انتقادهم باستمرار إما بسبب تشريد العمالة كما كانت

تقول أو الخسائر الذين تسببوا للدولة فيها من جراء سيطرتهم على أدوات الإنتاج . ثم جمهور العاملين بالقطاع الخاص بنسبة ٩,١٪ وأخيراً المستولين بنسبة ٧,٢٪ . وبصفة عامة تعد جريدة الشعب أقل صحيفة حزبية توجهت للمستولين بأخبارها برغم انتقاداتها المستمرة لهم. لكن كان اهتمامها بالجمهور العام وجمهور العاملين بالحكومة أكثر من القطاعات الجماهيرية النوعية الأخرى .

رابعاً - جريدة مايو :

جاءت القطاعات الجماهيرية على صفحات الجريدة فى اهتمامها بالمستثمرين ورجال الأعمال أولاً بنسبة ٢٧,٥٪ تلاها الجمهور العام بنسبة ٢٤٪ فالعاملين بنسبة ٢٠,٦٪ ، ثم المستولين بنسبة ١٥,٧٪ ، وأخيراً جمهور العاملين بالقطاع الخاص بنسبة ١٢,٢٪ . ويتضح مما سبق أن الجريدة اهتمت بالدرجة الأولى برجال الأعمال والمستثمرين كأحد أهم فئات الجمهور لديها ، الأمر الذى يوضح حرصها على تبنى آليات الخطاب الصحفى الذى تتبناه الدولة من حرص على تشجيع حركة الاستثمار ويؤكد ذلك أيضاً - كما اتضح للباحثة - أن الموضوعات التى توجهت بها لجمهور العاملين بالحكومة كانت رد فعل للتصريحات الرسمية التى كانت تؤكد على حرص الدولة على الاهتمام بالعاملين بالقطاع العام . كما يدعم الاستنتاجات السابقة أيضاً حرصها للتوجه إلى المستولين الرسميين ، مخاطبتهم على صفحاتهم بنسبة ١٥,٧٪ . إذ اتضح للباحثة أن غالبية هذه الأخبار جاءت شكلية يغلب عليها إما صفة المجاملة أو تبعية الجريدة للجهة الرسمية التى تصدرها .

جدول رقم «١٠»

مسارات الإقناع المصاحبة لقضية الإصلاح الاقتصادى

الصحف / مسارات الاقناع	الوفد		الأهالى		الشعب		مايو	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
منطقية	٤٥٣	٨٢,٤	٢٨٤	٧٦,٥	٤٧٦	٦٠,١	١٢٤	٦٠,٨
عاطفية	٣٠	٥,٤	٤٠	١٠,٨	١٨٤	٢٣,٢	٤٦	٢٢,٥
منطقية وعاطفية معاً	٦٧	١٢,٢	٤٧	١٢,٧	١٣٢	١٦,٧	٣٤	١٦,٧
الإجمالى	٥٥٠	١٠٠	٣٧١	١٠٠	٧٩٢	١٠٠	٢٠٤	١٠٠

يتضح من بيانات الجدول السابق أن مسارات الإقناع المنطقية جاءت في الترتيب الأول من إجمالي المسارات المصاحبة لقضية الإصلاح الاقتصادي في الصحف الحزبية فجاءت بنسبة ٨٢,٤٪ في الوفد ، ٧٦,٥٪ في الأهالي وبنسبة ٦٠,١٪ لدى جريدة الشعب وبنسبة ٦٠,٨٪ في مايو ، وتباين استخدام مسارات الإقناع الأخرى في الصحف الحزبية إذ جاءت مسارات الإقناع المنطقية والعاطفية معاً في الترتيب الثاني لدى جريدة الوفد بنسبة ١٢,٢٪ ، وجريدة الأهالي بنسبة ١٢,٧٪ ، في حين جاءت في الترتيب الثالث لدى جريدة الشعب ومايو بنسبة ١٦,٧٪ لكل منهما .

وعلى مستوى استخدام مسارات الإقناع العاطفية القائمة على الوصف دون استخدام البيانات والأرقام كشف التحليل أنها جاءت في الترتيب الثاني لدى جريدتي الشعب ومايو بنسبة ٢٣,٢٪ ، ٢٢,٥٪ الأمر الذي يكشف عن أن استخدام المعلومات القائمة على غير برهان أو دليل جاء أكثر على مستوى الصحف ذات المعارضة الحادة - المتشددة - (الشعب) والصحف ذات الاتجاه المؤيد باستمرار (مايو) ، في حين جاءت هذه المسارات في الترتيب الأخير على مستوى جريدتي الوفد والأهالي بنسبة ٥,٤٪ و ١٠,٨٪ لكل منهما على التوالي .

جدول رقم «١١»

مسارات الإقناع المنطقية المصاحبة لقضية الإصلاح الاقتصادي

الصحف / مسارات الإقناع	الوفد		الأهالي		الشعب		مايو	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
استشهاد	١٠١	٢٢,٣	٥٣	١٨,٧	١١٧	٢٤,٦	٥٦	٢٥,٢
أرقام وبيانات	١٩٧	٤٣,٥	١٣٦	٤٧٠,٩	١٥٣	٣٢,١	٤٢	٢٣,٩
عرض جانبي الموضوع	١٤٨	٣٢,٧	٩٣	٣٢,٧	١٩٨	٤١,٦	٢٣	١٨,٥
أخرى	٧	١,٥	٢	٠,٧	٨	١,٧	٣	٢,٤
الإجمالي	٤٥٣	١٠٠	٢٨٤	١٠٠	٤٧٦	١٠٠	١٢٤	١٠٠

توضح بيانات الجدول السابق أن استخدام الصحف الحزبية لمسارات الإقناع المنطقية تمثل على مستوى كل صحيفة من الصحف الحزبية كما يلي :

أولاً - الوفد :

جاء اعتماد الجريدة على الأرقام والبيانات فى الترتيب الأول بنسبة ٤٣,٥٪ . وذلك أمر طبيعى لطبيعة قضية الإصلاح الاقتصادى التى تعتمد على أرقام وبيانات وإحصائيات . لذا جاءت فى الترتيب الأول خاصة فى موضوعات الخصخصة . التضخم . العجز فى الموازنة . جاء اهتمام الجريدة بعرض جانبى الموضوع فى الترتيب الثانى بنسبة ٣٢,٧٪ . ثم استشهاد الجريدة على ما تقوله بنسبة ٢٢,٣٪ . ثم فئة أخرى بنسبة ١٠,٥٪ . التى تمثلت فى استخدام أسلوب تكرار عرض الرسالة بصور غير مباشرة . ويلاحظ أن الوفد اهتمت بالاعتماد على الاستشهادات واستخدام البيانات والأرقام فى مصاحبة الموضوعات بنسبة ٦٥,٥٪ مما يوضح حرص الجريدة على توضيح وجهة نظرها بطريقة منطقية قائمة على صدق الأرقام التى توردها .

ثانياً - جريدة الأهالى :

اعتمدت الجريدة على الأرقام والبيانات مثلها مثل الوفد فى الترتيب الأول بنسبة ٤٧,٩٪ تلاها مباشرة عرض جانبى الموضوع ووجهتى النظر خاصة فى التحقيقات الصحفية بنسبة ٣٢,٧٪ . ثم اعتمدت على الاستشهاد فى الترتيب قبل الأخير بنسبة ١٨,٧٪ . وأخيراً فئة أخرى بنسبة ٠,٧٪ . ويتضح من البيانات الخاصة بجريدة الأهالى أن خطتها الإقناعية قامت على ذكر الأرقام التى لا تحتمل إلا التصديق فقط نظراً لطبيعة الأرقام بالإضافة لعرض الرأى والرأى الآخر . وإن كانت تركز على وجهة نظرها أكثر من عرضها الرأى الآخر بهدف التأثير على الجمهور الذى تتوجه إليه فى عرض قضية الإصلاح الاقتصادى .

ثالثاً - جريدة الشعب :

اهتمت جريدة الشعب باستخدام عرض وجهتى النظر وجانبى الموضوع فى الترتيب الأول كأحد أهم مسارات الإقناع المنطقية لديها فى عرض موضوعات الإصلاح الاقتصادى وإن اتضح للباحثة عدم عرض وجهتى النظر بصورة متكافئة إذ حرصت الجريدة على التأكيد على وجهة النظر المعارضة التى هى وجهة نظرها أصلاً - أكثر من وجهة النظر المؤيدة - ثم تلى ذلك استخدام الأرقام والبيانات بنسبة ٣٢,١٪ بحكم طبيعة الأرقام التى عادة تحتمل الصدق . واستخدمتها الجريدة ببراعة فى التعبير عن ارتفاع أسعار الفائدة وعجز الموازنة . تضائل حركة السياحة . وعدم نجاح الدولة فى خطتها لتنمية الصناعة الوطنية ..

وفى الترتيب قبل الأخير اعتمدت الجريدة على الاستشهاد من الواقع الفعلى المترتب على عملية الإصلاح الاقتصادى خاصة فى المخصخصة بنسبة ٢٤.٦٪ وأخيراً فئة أخرى بنسبة ١٠.٧٪ إذ استخدمت الجريدة المسارات التاريخية والدينية فى مصاحبة ترغيبة المرضرعات التى تحدثت عن تصورها لإصلاح الاقتصاد المصرى .

رابعاً - جريدة مايو :

اهتمت جريدة مايو باستخدام الأرقام والبيانات الحكومية الرسمية فى الترتيب الأول كمسارات إقناعية منطقية لديها بنسبة ٣٣.٩٪ ، ثم استشهادها من الواقع الرسمى المصرى بنسبة ٢٥.٢٪ ثم عرض جانبى الموضوع ووجتى النظر بنسبة ١٨.٥٪ وإن اتضح أن عرض الجريدة لوجهتى النظر تمثل فى عرض وجهة النظر المؤيدة أكثر من المعارضة بحكم الصفة الرسمية الحكومية للجريدة بنسبة ١٨.٥٪ الأمر الذى يؤكد صدق ما توصلت إليه الباحثة سابقاً بأن مدى تأييد أو معارضة الجريدة يرتبط بتوظيف كافة فنون المعالجة الصحفية لتحقيق هذا الهدف ، وأخيراً جاءت فئة أخرى بنسبة ٢.٤٪ ، إذ استخدمت الجريدة مسارات إقناعية تاريخية وأسلوب التكرار فى مصاحبة بعض المقالات التى نشرتها لرئيس تحريرها تتعلق بنجاح الإصلاح الاقتصادى .

جدول رقم «١٢»

مسارات الإقناع العاطفية المصاحبة لقضية الإصلاح الاقتصادى

الصحف / مسارات الاقناع	الوفد		الأهالى		الشعب		مايو	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
الخطابة	١٩	١٣.٢	١٢	٣٠	٤٤	٢٣.٩	٢٥	٥٤.٣
تجهيل المعلومات	٧	٢٣.٧	١٠	٢٥	٧٥	٤٠.٨	٥	١٠.٩
الوصف	٤	١٣.٤	١٨	٤٥	٦٥	٣٥.٣	١٦	٣٤.٨
الإجمالى	٣٠	١٠٠	٤٠	١٠٠	١٨٤	١٠٠	٤٦	١٠٠

تفيد بيانات الجدول السابق أن استخدام مسارات الإقناع العاطفية على مستوى كل صحيفة حزبية تمثل كما يلى :

أولاً - الوفد :

جاءت المعلومات المصاحبة لقضية الإصلاح الاقتصادى بصورة بلاغية وخطابية فى الترتيب الأول من إجمالى المسارات العاطفية بنسبة ٦٣,٣٪ ، تلاها تجهيل المعلومات المنشورة بنسبة ٢٣,٧٪ ، وأخيراً الوصف بنسبة ١٣,٤٪ .

ثانياً - الأهالى :

تمثل استخدام المسارات العاطفية لدى الجريدة فى الوصف دون دليل ٤٥٪ ، ثم استخدام البلاغة والخطابة بنسبة ٣٠٪ وأخيراً تجهيل المعلومات بنسبة ٢٥٪ .

ثالثاً - جريدة الشعب :

تمثلت المسارات العاطفية لدى الجريدة فى تجهيلها للمعلومات بهدف المبالغة فيها بنسبة ٤٠,٨٪ ، ثم الوصف والتهويل أو التهوين للمعلومات المقدمة بنسبة ٣٥,٣٪ ، ثم البلاغة والخطابة بنسبة ٢٣,٩٪ .

رابعاً - مايـــو :

تمثلت المسارات العاطفية لدى الجريدة فى اهتمامها بالبلاغة والخطابة بنسبة ٥٤,٣٪ ثم بالوصف والسرد للتصريحات الرسمية بنسبة ٣٤,٨٪ وأخيراً بتجهيل المعلومات بنسبة ١٠,٩٪ .

جدول رقم «١٢»

طريقة عرض قضية الإصلاح الاقتصادى فى الصحف الحزبية

الصحف / طريق العرض	الوفد		الأهالى		الشعب		مايو	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
عرض حدث	٢٨١	٥١,١	١٧٢	٤٦,٤	٣٢٥	٤١	١٤٩	٧٣
عرض مشكلة وحلها	١٠٩	١٩,٨	١١٤	٣٠,٧	١٩٤	٢٤,٥	٢٣	١١,٣
عرض مشكلة دون حلها	١٦٠	٢٩,١	٨٥	٢٢,٩	٢٧٣	٣٤,٥	٣٢	١٥,٧
الإجمالى	٥٥٠	١٠٠	٣٧١	١٠٠	٧٩٢	١٠٠	٢٠٤	١٠٠

تفيد البيانات السابقة أن الصحف الحزبية اهتمت بعرض قضية الإصلاح الاقتصادى على مستوى كل صحيفة كما يلى :

أولاً - جريدة الوفد :

تمثلت طريقة عرض قضية الإصلاح الاقتصادي على صفحاتها في عرضها للأحداث فقط دون إبداء أراء محددة تجاهها في الترتيب الأول بنسبة ٥١,١٪ وقد يعود ذلك لموافقتها على الإصلاح نظراً لتشبعه في فلسفتها الحزبية ، ثم قامت بعرض المشكلة دون تقديم حلول لها بنسبة ٢٩,١٪ وأخيراً عرض المشكلة وتقديم حلول لها بنسبة ١٩,٨٪ مما يوضح شكلية غالبية الموضوعات التي نشرتها الجريدة عن الإصلاح الاقتصادي على صفحاتها .

ثانياً - جريدة الأهالي :

اهتمت جريدة الأهالي بعرض الأحداث فقط بنسبة ٤٦,٤٪ الأمر الذي يوضح شكلية غالبية هذه المعالجات التي وقعت في إطار هذه الفئة ، لكن اتضح أن الجريدة اهتمت بعرض المشكلة وحلها بنسبة ٣٠,٧٪ مما يؤكد حرص الجريدة على تقديم التصور الاشتراكي الذي كانت تحرص على التأكد عليه ويحسب لها أنها جاءت أكثر الصحف الحزبية التي اهتمت بعرض المشكلة وحلها مقارنة بالصحف الحزبية الأخرى ، وجاء عرض المشكلة فقط دون حلها بنسبة ٢٢,٩٪ في الترتيب الأخير من جملة الموضوعات التي نشرتها عن الإصلاح الاقتصادي على صفحاتها .

ثالثاً - جريدة الشعب :

تمثل اهتمام الجريدة بعرض قضية الإصلاح الاقتصادي على صفحاتها في عرض الحدث فقط بنسبة ٤١٪ ، إذ كانت تقدم الموضوعات التي تنتقد الدولة بصورة تقريرية سردية ، تلاها مباشرة عرض المشكلة دون حلها بنسبة ٣٤,٥٪ في حين جاءت نسبة الموضوعات التي عرضت المشكلة وحلها ٢٤,٥٪ من جملة الموضوعات . مما يوضح شكلية المعالجة الصحفية في الجريد وغلبة الطابع الهجومي الكلامي فقط عن موضوعات الإصلاح الاقتصادي على صفحات الجريدة .

رابعاً - جريدة مايو :

تمثل اهتمام مايو بعرض قضية الإصلاح الاقتصادي في اهتمامها بعرض الأحداث فقط في الترتيب الأول بنسبة ٧٣٪ ، الأمر الذي يتوافق مع نمط ملكيتها الحكومية ، لذا اتضح حرص الجريدة على نقل التصريحات والأحداث المختلفة للمسئولين فيما يتعلق

بقضية الإصلاح الاقتصادي ، ويؤكد ذلك أيضاً أن عرض المشكلة دون تقديم حلها في الترتيب الثاني ٧. ١٥٪ ، لطبيعة الجريدة الحكومية أيضاً ، وفي الترتيب الأخير جاء عرض الجريدة للمشكلة وتقديم حلها بنسبة ٣. ١١٪ ، لكن اتضح للباحثة أن انتقاد الجريدة للمشكلات القائمة أو جرأتها في تقديم حلول للمشكلات أتى في إطار انتقاد الجريدة لفشل بعض المسئولين في قدرتهم على التعامل مع الفلسفة الاقتصادية التي تتبناها الدولة .

جدول رقم (١٤)

إتجاه المضامين المثارة في الصحف الحزبية عن قضية الإصلاح الاقتصادي

الصحف / اتجاه المضامين	الوفد		الأهالي		الشعب		مايو	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
الأخبار	٢٥٣	٤٦	١١٧	٣١,٥	٢٨٩	٣٦,٥	١٠١	٤٩,٥
تأييد إجراءات معينة	١٠٦	١٩,٣	١٥	٤,١	٣٤	٤,٣	٧٩	٣٨,٧
انتقادات إجراءات معينة	٤٦	٨,٤	١٧٤	٤٦,٩	٣٤٦	٤٣,٧	-	-
عرض تقريري للحقائق	١٠٠	١٨,٢	٢٩	٧,٨	٦٤	٨,١	١٢	٥,٩
غير محددة الهدف	٣٧	٦,٧	٢٤	٦,٥	٥٢	٦,٥	١٢	٥,٩
أخرى	٨	١,٤	١٢	٣,٢	٧	٠,٩	-	-
الإجمالي	٥٥٠	١٠٠	٣٧١	١٠٠	٧٩٢	١٠٠	٢٠٤	١٠٠

سعى الجدول السابق للتعرف على اتجاه المضامين المثارة في صفحات الصحف الحزبية عن قضية الإصلاح الاقتصادي ، إذ كشفت مؤشراته عن أن اتجاه المضامين على مستوى كل صحيفة من الصحف جاء كالتالي :

أولاً - الوفد :

بلغت نسبة المضامين الإخبارية التي تحمل طابع الإحاطة والسرد ٤٦٪ تلاها مباشرة المضامين التي تدعوا لتأييد الإجراءات الرسمية الحكومية تجاه قضية الإصلاح الاقتصادي بنسبة ١٩,٣٪ ، ثم جاءت الموضوعات التقديرية التي بنسبة ٨. ٨٪ ، حيث انتقدت الجريدة على صفحاتها القصور الحكومي في إزالة العقبات أمام الخصخصة ، تلتها

الصناعة الوطنية ، علاج العجز فى الميزانية ، ثم جاءت المضامين الغير محددة الهدف بنسبة ٦.٧٪ ، وأخيراً فئة أخرى عن الدعوة لتغيير سلوكيات وممارسات معينة بنسبة ١.٤٪ ، واللافت للنظر فى اتجاه المضامين فى الوفد أن غلبة الطابع الشكلى الذى أكدته الدراسة فى صفحات سابقة قد يعود للطابع المزيد للخصخصة فى الجريدة ، لكن توضح البيانات أن ٦٤.٢٪ من المضامين المشارة بالجريدة اتجه إلى الإحاطة والأخبار فقط دون الحث على شئ أو القيام بشئ - فتتى الأخبار وعرض تقريرى - .

ثانياً - جريدة الأهالى :

جاء اتجاه المضامين المشارة فى الجريدة ممثلاً فى انتقاد إجراءات معينة أولاً بنسبة ٤٦.٩٪ تلاها مباشرة الأخبار والإحاطة بنسبة ٣١.٥٪ ثم عرض تقريرى للوقائع الاقتصادية بنسبة ٧.٨٪ ثم المضامين غير المحددة الهدف بنسبة ٦.٥٪ فتأييد إجراءات معينة تتسق مع فلسفة الحزب والجريدة بنسبة ٤.١٪ ، وأخيراً فئة أخرى بنسبة ٣.٢٪ إذ كانت تحمل المضامين المشارة فى هذه الفئة التعليم والتثقيف الاقتصادى للجمهور الذى تخاطبه الصحيفة ، وبصفة عامة يتضح من اتجاه المضامين المشارة فى الجريدة أن نصف المضامين المشارة عبرت عن وجهة نظر الجريدة فى معارضة أسلوب تطبيق الإصلاح الاقتصادى الذى تتبناه الدولة . وجاءت نسبة ٣٩.٣٪ من المضامين بها لا تحمل إلا الطابع الشكلى والنمطى فى عرض الأحداث دون أن تعبر الموضوعات المنشورة عن رأى معين أو فكرة معينة بل كانت انعكاساً لمجريات عمليات الإصلاح الاقتصادى من خصخصة للشركات واجراءات لتنمية الصناعة الوطنية والعمل على الحد من التضخم .

ثالثاً - جريدة الشعب :

جاءت المضامين التى تعبر عن انتقاد إجراءات الدولة فى الإصلاح الاقتصادى فى الترتيب الأول لدى الجريدة بنسبة ٤٣.٧٪ تلاها المضامين التى تحمل طابع الأخبار والإحاطة بمجريات الأمور فقط بنسبة ٣٦.٥٪ ، ثم العرض التقريرى للأحداث بنسبة ٨.١٪ فالمضامين الغير محددة الهدف بنسبة ٦.٥٪ ، ثم تأييد الإجراءات الرسمية فى مصاحبة أو نقل أو إيقاف بعض المسئولين الذين ثبت تقصيرهم تجاه مهام عملهم بنسبة ٤.٣٪ وأخيراً فئة أخرى بنسبة ٠.٩٪ .

وبصفة عامة فقد كشفت بيانات الدراسة أن اتجاه المضامين المشارة على صفحات الجريدة كان اتجاهاً سلبياً على صفحات الجريدة دائماً ، حتى أن المضامين الإخبارية والتقريرية كانت تحتوى على الهجوم على سياسة الدولة .

رابعاً - جريدة مايو :

اتضح أن ٤٩.٥٪ من جملة المضامين المثارة بالجريدة تمثلت في المضامين الإخبارية تلاها المضامين التي تأييد الإجراءات السياسية بنسبة ٣٨.٧٪ ، ثم العرض التقريري للحقائق والغير محددة الهدف بنسبة ٩.٥٪ لكل منها . ويتضح من البيانات السابقة غياب انتقاد الجريدة لأي إجراءات رسمية على صعيد الفلسفة الاقتصادية للحكومة بحكم تبعية الجريدة للحزب الحاكم .

نتائج الدراسة

١ - جاءت الموضوعات المرتبطة بقضية الإصلاح الاقتصادي جاءت بنسبة ١٩.٥٪ على مستوى الصحف الحزبية المصرية ككل ، وعلى مستوى كل جريدة على حدة جاءت الوفد في الترتيب الأول بنسبة ٢١.٧٪ تلاها مباشرة جريدة الشعب بنسبة ٢٠.٤٪، ثم جريدة الأهالي بنسبة ١٧.٩٪ ، وأخيراً جريدة مايو بنسبة ١٥.٤٪ ، وعلى الطرف الآخر بلغت نسبة الموضوعات الأخرى (السياسية - الاجتماعية - الثقافية - العلمية - الرياضية - الحوادث والقضايا) على مستوى الصحف الحزبية ٨٠.٥٪ ، وجاءت هذه الموضوعات في الترتيب الأول في جريدة مايو بنسبة ٨٤.٦٪ ، تلاها جريدة الأهالي بنسبة ٨٢.١٪ ، ثم جريدة الشعب بنسبة ٧٩.٦٪، وأخيراً جريدة الوفد بنسبة ٧٨.٣٪ .

٢ - تباين الاهتمام بالموضوعات المتعلقة بقضية الإصلاح الاقتصادي بمدى أهمية ما تمثله هذه القضية من أولويات لدى كل صحيفة حسب انتماءاتها الحزبية والأيديولوجية التي تتبناها الصحيفة تجاه القضية ومدى معارضتها أو عدم معارضتها للنظام السياسي المصري .

٣ - جاء اهتمام الصحف الحزبية عموماً بالموضوعات الأخرى تمثل على التوالي في الموضوعات السياسية ثم الموضوعات الرياضية فالحوادث والقضايا والموضوعات الاجتماعية والثقافية والعلمية وتدني الاهتمام بالقضايا الدينية على صفحات الصحف الحزبية باستثناء جريدة الشعب ذات التيار الإسلامي المتشدد ، كما تدني أيضاً اهتمام جريدة مايو الحكومية بالموضوعات الرياضية والحوادث مقارنة بالصحف الحزبية الأخرى .

٤ - جاءت المخصخصة فى الترتيب الأول فى جريدة الوفد بنسبة ٢٤.٩٪ تلاها تشجيع الاستثمار وحركة رجال الأعمال بنسبة ٢٠.٢٪ ثم الموضوعات المرتبطة بعلاج العجز فى الميزانية بنسبة ١٧.٦٪ فالموضوعات التى تدعو لتنمية الصناعة الوطنية بنسبة ١٤.٢٪ ثم موضوعات تحرير التجارة الخارجية ودعم الصادرات بنسبة ٩.١٪ ثم موضوعات تنشيط السياحة بنسبة ٨٪ وأخيراً الموضوعات المرتبطة بالتضخم بنسبة ٦٪ . كما جاءت أيضاً لدى جريدة الأهالى بنسبة ٢٣.٧٪ تلاها علاج الميزانية بنسبة ١٩.٤٪ ثم التضخم بنسبة ١٧.٨٪ ثم تنمية الصناعة الوطنية بنسبة ١٤.٣٪ ثم تشجيع الاستثمار بنسبة ١٠.٨٪ فتحرير التجارة الخارجية بنسبة ٧.٨٪ وأخيراً دعم وتنشيط السياحة بنسبة ٢.٦٪ كما جاءت على مستوى تكرار فئات قضية الإصلاح الاقتصادى فى جريدة الشعب يتضح كما فى بيانات الجدول السابق أنها تمثلت لديها على التوالى فى المخصخصة فى الترتيب الأول بنسبة ٢٨.٧٪ ثم تشجيع الاستثمار بنسبة ١٨.٣٪ فعلاج عجز الميزانية بنسبة ١٥٪ . ثم التضخم بنسبة ١٣.٩٪ فتحرير التجارة الخارجية بنسبة ١١.٦٪ فتنمية الصناعة الوطنية بنسبة ٦.٣٪ وأخيراً تنشيط السياحة بنسبة ٦.٢٪ . وجاءت الموضوعات على مستوى جريدة مايو فى اهتمامها بالمخصخصة فى الترتيب الأول بنسبة ٢٥٪ تلاها تشجيع الاستثمار وجذب رجال الأعمال بنسبة ١٩.١٪ . ثم تحرير التجارة الخارجية بنسبة ١٤.٢٪ ثم تنمية الصناعة الوطنية بنسبة ١٣.٧٪ ثم تنشيط السياحة بنسبة ١٣.٢٪ فعلاج عجز الميزانية بنسبة ٧.٩٪ وأخيراً موضوعات التضخم بنسبة ٦.٩٪ .

٥ - تأثرت الصحف الحزبية المصرية فى تقديم موضوعات الإصلاح الاقتصادية بفلسفة الحزب الذى تصدر عنه وكذا المواقف الحزبية والأيديولوجية والفكرية للحزب . لذا أبدت جريدة الوفد ذات التيار الليبرالى الرأسمالى عملية إصلاح مسار الاقتصاد المصرى عن طريق المخصخصة . تشجيع الاستثمار . تحرير التجارة الخارجية . فى حين عارضت جريدة الأهالى اليسارية عملية الإصلاح الاقتصادى والمخصخصة وعملية تشجيع الاستثمار دون ضوابط ومثلها فى ذلك جريدة الشعب التى تعبر عن المعارضة الإسلامية المتشددة التى كانت أكثر معارضة عن جريدة الأهالى فى عملية الإصلاح الاقتصادى . وعلى عكس الصحف الحزبية الأخرى أبدت جريدة مايو الحكومية الصادرة عن الحزب الوطنى الحاكم إجراءات الدولة فى الإصلاح الاقتصادى .

٦ - تمثلت فنون الكتابة الصحفية المستخدمة فى جريدة الوفد فى الخبر الصحفى فى الترتيب الأول بنسبة ٤٦,٦٪ تلاها مباشرة وبفارق كبير التحقيق الصحفى بنسبة ١٧,٥٪ ثم الحوارات مع المسئولين ورجال الأعمال والمستثمرين بنسبة ١٣,٥٪ ثم التقارير الصحفية بنسبة ١٠٪ ثم المقال الصحفى بكافة أنواعه بنسبة ٧,٦٪ فالأعمدة الصحفية بنسبة ٥,٣٪ وفى الترتيب الأخير جاءت الصور الكاريكاتيرية التى تعبر عن رأى الجريدة تجاه الموضوعات الاقتصادية بنسبة ٣,١٪ وأخيراً فئة أخرى التى تمثلت فى نشر أخبار الخدمات وأسعار العملات بنسبة ١,١٪ . وجاء توظيف فنون الكتابة الصحفية فى مصاحبة موضوعات قضية الإصلاح الاقتصادى فى الأهالى متمثلة فى الخبر الصحفى فى الترتيب الأول بنسبة ٣٥,٦٪ تلاه وبفارق كبير المقال الصحفى بنسبة ١٧,٨٪ ثم التحقيق الصحفى بنسبة ١٣,٢٪ فالحوار الصحفى بنسبة ١٠,٥٪ فالتقارير الصحفية بنسبة ٩,٤٪ فالأعمدة الصحفية بنسبة ٧,٨٪ ، ثم الصور الكاريكاتيرية بنسبة ٤,١٪ وأخيراً فئة أخرى عن أخبار الخدمات أو لقطة وتعليق بنسبة ١,٦٪ . كما جاء اهتمام جريدة الشعب بتوظيف فنون الكتابة الصحفية فى مصاحبة قضية الإصلاح الاقتصادى فى الخبر الصحفى فى الترتيب الأول بنسبة ٣٦,١٪ ثم التقرير الصحفى بنسبة ١٩,٨٪ ثم المقال الصحفى بنسبة ١٣,٥٪ وبفارق ضئيل التحقيقات الصحفية بنسبة ٨٪ فالأعمدة الصحفية ٥,٨٪ فالكاريكاتير بنسبة ٣,٢٪ وأخيراً فئة أخرى بنسبة ٠,٦٪ وجاء الخبر الصحفى فى الترتيب الأول بجريدة مايو بنسبة ٥٣,٤٪ ثم المقال الصحفى بنسبة ١٢,٣٪ فالحوارات الصحفية بنسبة ١٠,٨٪ فالتقارير الصحفية بنسبة ٩,٣٪ فالتحقيقات بنسبة ٦,٩٪ فالأعمدة الصحفية بنسبة ٤,٤٪ فأخيراً الكاريكاتير بنسبة ٢,٩٪ .

٧ - جاءت الصور الشخصية رغم روتينيتها وشكليتها بنسبة ٣٧,٨٪ فى جريدة الوفد ، كأحد وسائل الإبراز المصاحبة لموضوعات الإصلاح الاقتصادى وبنسبة ٢٧,٥٪ لدى الأهالى و٢٤,٩ ٪ لدى الشعب ، وبلغت إلى أقصى حد لها فى جريدة مايو إذ جاءت بنسبة ٤٤,٧٪ ، وجاءت الصور الموضوعية التى تضفى الحركة والحيوية على الموضوعات التى تصاحبها بنسبة ١٤,٤٪ لدى الوفد وبنسبة ١٤,٢٪ فى الأهالى وبلغت ١٨,٦٪ فى الشعب و١٦,٨٪ فى مايو وتدنى استخدام الصحف الحزبية للرسوم البيانية فى مصاحبة موضوعات الإصلاح الاقتصادى إذ جاءت بنسبة ٢,٦٪

فى الوفد و٧.٥٪ فى الأهالى ٣.٩٪ فى الشعب وغابت تماماً فى مايو ولم تستخدم أى من الصحف الحزبية المصرية الخرائط باستثناء جريدة الأهالى التى استخدمتها بنسبة ٢٪ فى مصاحبة بعض موضوعات الإصلاح الاقتصادى وبرعت كل صحيفة حزبية فى استخدامها للإطارات والبراويز فى مصاحبة الموضوعات التى ترد لفت أنظار القراء إليها حسب توجه كل صحيفة . وجاءت فى الوفد بنسبة ٢٤.٨٪ وفى الأهالى بنسبة ٢٢.٤٪ ثم فى الشعب بنسبة ٢٧.٥٪ وبنسبة ٢٢.١٪ فى مايو . كما جاءت الشبكة بنسبة ٢٠.٤٪ فى الوفد ، ٢٦.٤٪ فى الأهالى وبنسبة ٢٥.١٪ فى الشعب وبنسبة ١٥.٣٪ فى جريدة مايو .

٨ - جاءت العناوين الممتدة فى الترتيب الأول على مستوى الصحف الحزبية المصرية فى مصاحبة قضية الإصلاح الاقتصادى عدا جريدة مايو جاءت لديها بنسبة ٢٦٪ ، كما جاءت بنسبة ٤٨٪ لدى الوفد ، ٤٨.٨٪ فى الأهالى ، وبنسبة ٥٨.٨٪ فى الشعب ، وجاءت العناوين العمودية فى الترتيب الثانى على مستوى الصحف الحزبية عدا مايو جاءت فى الترتيب الأول بنسبة ٣٦.٣٪ ، وجاءت بنسبة ٤٠.٤٪ فى الوفد و ٣١.٦٪ فى الأهالى ١٩.٧٪ فى الشعب ، وقد جاءت العناوين الرئيسية (المانشيت) فى الترتيب الثالث على مستوى جميع الصحف الحزبية عدا مايو الحكومية جاءت فى الترتيب الثانى لديها بنسبة ٣٢.٨٪ ، فى حين جاءت بنسبة ٨.٣٪ فى الوفد ، ١٦.٧٪ فى الأهالى وبنسبة ١٨.٢٪ فى الشعب وجاءت أخيراً الموضوعات بدون عنوان على مستوى جميع الصحف الحزبية إذ جاءت بنسبة ٣.٢٪ فى الوفد وبنسبة ٢.٩٪ فى الأهالى و٣.٣٪ فى الشعب و ٤.٩٪ فى مايو .

٩ - جاء موقع موضوعات الإصلاح الاقتصادى فى الصحف الحزبية فى الصفحة الداخلية أولاً على مستوى الصحف الحزبية بنسبة ٧٦.٧٪ فى الوفد و ٦٣.١٪ لدى الأهالى و ٧٠.١٪ فى الشعب و ١٥٪ فى مايو ، كما جاءت الموضوعات المنشورة فى الصفحة الأولى فى الترتيب الثانى على مستوى الصحف الحزبية عدا جريدة الأهالى التى جاءت لديها فى الترتيب الثالث بنسبة ١٤٪ فى حين جاءت الوفد بنسبة ١٧.٥٪ وبنسبة ٢٢٪ فى الشعب وبنسبة ٣٦.٣٪ فى مايو ، كما جاءت الموضوعات المنشورة على مستوى الصفحة الأخيرة فى الترتيب الأخير على مستوى الصحف الحزبية عدا جريدة الأهالى فجاءت لديها فى الترتيب الثانى بنسبة ٢٢.٩٪ ، وجاءت فى الوفد بنسبة ٨.٥٪ وفى الشعب بنسبة ٧.٩٪ وفى مايو بنسبة ٢٢.٧٪ .

١٠ - اعتماد الصحف الحزبية على محرريها في الحصول على معلومات قضية الإصلاح الاقتصادي بالدرجة الأولى على مستوى جميع الصحف الحزبية إذ جاء هذا الاعتماد بنسبة ٤٦,٢٪ في الوفد ، ٥٠,٤٪ في الأهالي وبنسبة ٤٧,٣٪ في الشعب وبنسبة ٤٧,١٪ ، الأمر الذي يوضح أهمية دور المحرر الصحفي في نقل المعلومات والأحداث المختلفة المتعلقة بالإصلاح الاقتصادي للصحيفة التي يعمل فيها .

١١ - جاء اعتماد الصحف الحزبية على التقارير التي يوافيها بها مراسلوها عن الإصلاح الاقتصادي وخطوات الخصخصة في المحافظات المختلفة في الدرجة الثانية على مستوى الصحف الحزبية فجاء بنسبة ٢٤,٥٪ في جريدة الوفد وبنسبة ١٦,٧٪ في الأهالي وبنسبة ١٨,٣٪ في الشعب وبنسبة ١٦,٢٪ في جريدة مايو من إجمالي المصادر على مستوى كل صحيفة على حدة ، الأمر الذي يوضح انتشار مراسلي الصحف الحزبية في المحافظات المختلفة خاصة بعد مرور نحو عشرون عاماً على وجود هذه الصحف ، الأمر الذي يؤكد ولو جزئياً على نجاح الصحف الحزبية في إيجاد كوادر صحيفة لها من المراسلين في كافة المحافظات . وإن اتضح اهتمام مراسلي كل صحيفة بإعداد التقارير التي تتفق وطبيعة الصحيفة وتوجهها الذي يعمل في إطاره . فمثلاً حرص مراسلو جريدة مايو بإمداد الجريدة بالتقارير البراقة عن النجاح في تطبيق الإصلاح الاقتصادي وعلى العكس تماماً في جريدتي الأهالي والشعب التي كانت تقارير المراسلين بها تتضمن القصور أو الفشل أو التخبط في السياسات أو حتى للكشف عن الفساد الناتج عن عمليات الإصلاح الاقتصادي والخصخصة في الدوائر الحكومية في المحافظات المختلفة . في حين كانت تقارير مراسلي جريدة الوفد تحمل في طياتها طابع النقد الهادئ أحياناً أو الإشادة بالنجاحات الحكومية في عمليات الخصخصة أحياناً أخرى .

١٢ - اعتمد الصحف الحزبية على الصاحفين - الكتاب الذين يوافون الجريدة بمقالات ، وهم من خارج الجريدة - في الحصول على معلومات الإصلاح الاقتصادي في الترتيب الثالث على مستوى الصحف الحزبية المصرية ، عدا جريدة مايو التي جاءت لديها في الترتيب الخامس بنسبة ٨,٨٪ ، وتمثل هذا الاعتماد ١٢,٥٪ في جريدة الوفد ، ١٣,٥٪ في جريدة الأهالي و ١٣,٤٪ في جريدة الشعب .

١٣ - تباين استخدام الصحف الحزبية لمعلومات مجهولة المصدر وتتعلق بالإصلاح الاقتصادى . إذ جاءت نسبة المعلومات الغير محددة المصدر على صفحات جريدة الوفد فى الترتيب قبل الأخير بنسبة ٣,١٪ فى حين جاءت لدى جريدة الأهالى بنسبة ٥,٤٪ فى الترتيب الخامس . فى حين جاءت فى الترتيب الرابع لدى جريدتى الشعب ومايو بنسبة ٧,١٪ و ٩,٣٪ لكل منهما على التوالى .

١٤ - جاء توجه جريدة الوفد إلى الجمهور العام بالدرجة الأولى بنسبة ٣٥,٥٪ تلاها مباشرة جمهور رجال الأعمال والمستثمرين بنسبة ١٨,٧٪ ، ثم جمهور العاملين بالقطاع الخاص بنسبة ١٦,٧٪ ، ثم المسئولون بنسبة ١٥,٣٪ ، وأخيراً جمهور العاملين بالحكومة بنسبة ١٣,٨٪ كما حرصت جريدة الأهالى فى التوجه إلى جمهورها العام بالدرجة الأولى إذ جاءت أكثر من نصف موضوعاتها لتخدم هذا الهدف بنسبة ٤٥,٤٪ تلاها مباشرة جمهور العاملين بالحكومة بنسبة ١٨,١٪ ، فالعاملين بالقطاع الخاص بنسبة ١٢,٧٪ فالمستوى بنسبة ٩,٧٪ وأخيراً رجال الأعمال بنسبة ٥,١٪ . وتمثل توجهه جريدة الشعب توجهت بالدرجة الأولى للجمهور العام بنسبة ٥٨,٤٪ ، إذ أنها أكثر صحيفة حزبية تتوجه بموضوعاتها للجمهور العام . تلاها اهتمامها بجمهور العاملين بالقطاع العام والحكومة بنسبة ١٥,٨٪ ، حيث عرضت الإجراءات التى يتعرضون لها من جراء الخصخصة والإصلاح الاقتصادى . ثم توجهت لجمهور رجال الأعمال والمستثمرين بنسبة ٩,٥٪ ، حيث دأبت على انتقادهم باستمرار إما بسبب تشريد العمالة كما كانت تقول أو الخسائر الذين تسببوا للدولة فيها من جراء سيطرتهم على أدوات الإنتاج . ثم جمهور العاملين بالقطاع الخاص بنسبة ٩,١٪ وأخيراً المسئولين بنسبة ٧,٢٪ . كما جاءت القطاعات الجماهيرية على صفحات جريدة مايو فى اهتمامها بالمستثمرين ورجال الأعمال أولاً بنسبة ٢٧,٥٪ تلاها الجمهور العام بنسبة ٢٤٪ فالعاملين بالحكومة بنسبة ٢٠,٦٪ ، ثم المسئولين بنسبة ١٥,٧٪ ، وأخيراً جمهور العاملين بالقطاع الخاص بنسبة ١٢,٢٪ .

١٥ - جاءت مسارات الإقناع المنطقية جاءت فى الترتيب الأول من إجمالى المسارات المستخدمة لقضية الإصلاح الاقتصادى فى الصحف الحزبية فجاءت بنسبة ٨٢,٤٪ فى الوفد ، ٧٦,٥ فى الأهالى وبنسبة ٦٠,١٪ لدى جريدة الشعب وبنسبة

٨ . ٦٠٪ فى مايو ، وتباين استخدام مسارات الإقناع الأخرى فى الصحف الحزبية إذ جاءت مسارات الإقناع المنطقية معاً فى الترتيب الثانى لدى جريدة الوفد بنسبة ١٢ . ٢٪ ، وجريدة الأهالى بنسبة ١٢ . ٧٪ ، فى حين جاءت فى الترتيب الثالث لدى جريدة الشعب ومايو بنسبة ١٦ . ٧٪ منهما .

١٦ - تمثل اتجاه المضامين المثارة فى جريدة الوفد فى المضامين الإخبارية التى تحمل طابع الإحاطة والسرد ٤٦٪ تلاها مباشرة المضامين التى تدعو لتأييد الإجراءات الرسمية الحكومية تجاه قضية الإصلاح الاقتصادى بنسبة ١٩ . ٣٪ ، ثم جاءت الموضوعات التقريرية التى بنسبة ١٨ . ٢٪ تلاها انتقاد إجراءات معينة بنسبة ٨ . ٤٪ ، حيث انتقدت الجريدة على صفحاتها القصور الحكومى فى إزالة العقبات أمام الخصخصة ، تنمية الصناعة الوطنية ، علاج العجز فى الميزانية ، ثم جاءت المضامين الغير محددة الهدف بنسبة ٦ . ٧٪ ، وأخيراً فئة أخرى عن الدعوة لتغيير سلوكيات وممارسات معينة بنسبة ١ . ٤٪ ، وجاء اتجاه المضامين المثارة فى جريدة الأهالى ممثلاً فى انتقاد إجراءات معينة أولاً بنسبة ٤٦ . ٩٪ تلاها مباشرة الأخبار والإحاطة بنسبة ٣١ . ٥٪ ثم عرض تقريرى للوقائع الاقتصادية بنسبة ٧ . ٨٪ ص المضامين غير المحددة الهدف بنسبة ٦ . ٥٪ فتأييد إجراءات معينة تتسق مع فلسفة الحزب والجريدة بنسبة ٤ . ١٪ ، وأخيراً فئة أخرى بنسبة ٣ . ٢٪ كما جاءت المضامين التى تعبر عن انتقاد إجراءات الدولة فى الإصلاح الاقتصادى فى الترتيب الأول لدى جريدة الشعب بنسبة ٤٣ . ٧٪ تلاها التى تحمل طابع الأخبار والإحاطة بمجريات الأمور فقط بنسبة ٣٦ . ٥٪ ، ثم العرض التقريرى للأحداث بنسبة ٨ . ١٪ فالمضامين الغير محددة الهدف بنسبة ٦ . ٥٪ ، ثم تأييد الإجراءات الرسمية فى مصاحبة أو نقل أو إيقاف بعض المسئولين الذين ثبت تقصيرهم تجاه مهام عملهم بنسبة ٤ . ٣٪ ، وأخيراً فئة أخرى بنسبة ٠ . ٩٪ . وعلى مستوى جريدة مايو فقد اتضح أن ٤٩ . ٥٪ من جملة المضامين المثارة بالجريدة تمثلت فى المضامين الإخبارية تلاها المضامين التى تأيد الإجراءات الرسمية بنسبة ٣٨ . ٧٪ ، ثم العرض التقريرى للحقائق والغير محددة الهدف بنسبة ٩ . ٥٪ لكل منها .

المراجـــع

١ - عبد الفتاح إمام : « هموم الاقتصاد المصرى » (القاهرة : كتاب أخبار اليوم - ١٩٩٥) ص٢ .

٢ - إبراهيم سعد الدين : « الإصلاح الاقتصادى فى مصر » بين النظرية والتطبيق (القاهرة : مؤسسة آدم للنشر والتوزيع ١٩٩٧) ص٩٥ .

٣ - ثروت مكى : « وسائل الاتصال والمشاركة السياسية فى الدول النامية ، دراسة حالة للتجربة المصرية من ١٩٥٢ - ١٩٨١ » دكتوراه غير منشورة (القاهرة : كلية الاقتصاد والعلوم السياسية ١٩٩٣) ص١٧ .

٤ - محمد عبد الحميد : « نظريات الإعلام واتجاهات التأثير » ط١ (القاهرة : عالم الكتب ١٩٩٧) ص٤٤ .

* - تحددت فئات قضية الإصلاح الاقتصادى فى هذا البحث بناء على نتائج الدراسة التى أجرتها الباحثة على أساتذة وخبراء الاقتصاد فى كلية الاقتصاد والعلوم السياسية بالقاهرة وكلية التجارة جامعة القاهرة وعين شمس ومعهد البحوث والدراسات العربية والتى أسفرت عن تحديدهم خصخصة القطاع العام ، تشجيع الاستثمار ، تنشيط السياحة ، زيادة الإنتاج ، تنمية الصناعة الوطنية ، تحرير التجارة الخارجية ، علاج العجز فى الميزانية ، ومشكلة التضخم .

٥ - إبراهيم المسلمى : « الصحافة الإقليمية » (القاهرة : العربى للنشر والتوزيع ١٩٩٧) ص٦٦ .

٦ - ليلى عبد المجيد : « المشاركة الاتصالية فى عملية التنمية المحلية الريفية » بحث مقدم فى ندوة الإعلام والمشاركة فى التنمية التى عقدت بالقاهرة فى الفترة من ٨ - ٩ فبراير ١٩٩٢ (القاهرة : المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، قسم بحوث الاتصال الجماهيرى ١٩٩٢) ص١٣٧ .

* - أكدت غالبية البحوث والدراسات السابقة هذه النتيجة .

** - أكدت تصريحات د . كمال الجنزورى رئيس الوزراء ، ود . عاطف عبيد وزير قطاع الأعمال هذا الاتجاه .

٧ - مؤيد قاسم الجفاف : « دور الصحف اليومية في الإعلام عن الصناعة الوطنية في العراق » (المجلة التونسية لعلوم الاتصال ، العدد الثامن عشر ١٩٨٤) ص٣٦ - ٥٦ .

٨ - نجوى كامل : « الصفحات الاقتصادية في الصحف اليومية ، دراسة تحليلية للصفحة الاقتصادية في الأهرام والوفد خلال عام ١٩٨٩ (القاهرة ١٩٩١) ص٩٠ - ٩٩ .

٩ - إبراهيم محمد عبد اللطيف : « معالجة الأهرام الاقتصادي للموضوعات الاقتصادية » رسالة ماجستير ، غير منشور (القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ١٩٩٤) ص٥٢ - ١٧٤ .

10 - Kebbel, Gary "Using Economic Activities in British News Papers", Newspapers Research Journal, Vol, 3, No 4, 1980, pp 1 - 9 .

11 - Lorimor, E. S. & Dunn, S. W. "Economic Issues Editing In Indian Newspapers", Communication Year Book, 1986, Vol,10,PP. 33-51 .

12 - Norman Stabler "Preparing And Editing Financial Issues" News Paper Research Journal, Vol, 7, Mo. 1, 1984, PP. 12 - 24 .

13 - Paul D. Leedy "Practical Research : Planning And Design" 5 Th Ed. (New York : Macmillan Publishing Company, 1993) P. 143 .

١٤ - سمير حسين : « تطبيقات في مناهج البحث العلمي » (القاهرة : عالم الكتب ١٩٩١) ص٩٧ .

١٥ - فؤاد أبو حطب وآمال صادق : « مناهج البحث وطرق التحليل الإحصائي في العلوم النفسية والتربوية والاجتماعية » (القاهرة : الأنجلو المصرية ١٩٩١) ص٤٩ ، ٥٠ .

١٦ - سامي رمضان : « البحث العلمي » (القاهرة : المكتبة الأكاديمية ، د.ت) ص٣٩٤ .

17 - Arthur, Asa. Berger "Media Research Techniques" 2nd Ed. (London : Sage Publications, 1994" P. 87.

★ اعتمدت الباحثة في بناء الخلفية النظرية على المراجع التالية حسب الاستعانة بها :

- ليلى عبد المجيد : « الصحافة الاقتصادية وقضايا التنمية » بحث مقدم في الدورة التدريبية لمحرري الشئون الاقتصادية التي عقدها المجلس الأعلى للصحافة بالقاهرة في الفترة من ٩ - ٢٨ يونيو ١٩٩٠ ، ص١٩٤ - ١٩٦ .

- سامي طابع : « الإعلام ودوره في تنمية الوعي البيئي » ، بحث منشور في كتاب ندوة الإعلام وقضايا البيئة في مصر والعالم العربي التي عقدت بالقاهرة في أبريل ١٩٩٢ (القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ١٩٩٢) ص٢١٠ - ٢١٣ .

- Denis Mcquail "Mass Communications Theory" (London : Sage Publications, 1987), PP. 68 - 69 .

- Phillips, James and Fredrick T. C. Y U "Media System and Effects" 4 th Ed. (U. S. A : Parer Publishers Inc, 1985) P. 88 .

- Alexis S. Tan "Mass Communication Theories and Research" (New York : John Wiles & Sons, Chichester, Tornto and Sigapore, 1985", P. 133 .

- Klaper, J. T. "The Effects of Mass Communication" 2nd Ed (Glencoe : Free-press, 1981) PP. 66 - 72 .

- صلاح عبد اللطيف ، غازي الدين عوض الله : « دراسات في الصحافة المتخصصة » ، المملكة العربية السعودي : جدة ، المجموعة الإعلامية للطباعة والنشر ١٤١١هـ) ص٢٠ .

- عبد العزيز السيد : « اتجاهات الصحافة الإقليمية في تغطية قضايا البيئة » دراسة تحليلية على جريدتي القناة والناس - ماجستير غير منشور (كلية الآداب ، قسم الإعلام ، جامعة الزقازيق ١٩٩٦) ص٢٧ ، ٥٨ ، ٦٦ .

- جيهان رشتي : « الأسس العلمية لنظريات الإعلام » (القاهرة : دار الفكر العربي ١٩٧٥) ص٢٠١ .

- Hiebert, Rayeldon Vngurait, Donald F. & Bohn, "Mass Media IV : An Introduction to Modern Communication, (New York : Longman, 1985) P. 27 .

- إبراهيم المسلمي : « الإعلام الإقليمي ، دراسة نظرية وميدانية » (القاهرة : العربي للنشر والتوزيع ١٩٩٣) ص١٠ .

- محمد عبد الفتاح القصاص : « وسائل الاتصال وخدمة البيئة » بحث مقدم فى ندوة الحفاظ على البيئة مسئولية قومية وإنسانية التى عقدت بالقاهرة فى ١٣ ديسمبر ١٩٩٠ ، ص٣ .

- عبد الفتاح عبد النبى : « سوسيولوجيا الخبر الصحفى ، دراسة فى انتقاء ونشر الأخبار » (القاهرة : العربى للنشر والتوزيع ١٩٨٧) ص١٠٧ .

- عبد الفتاح عبد النبى : « تكنولوجيا الاتصال والثقافة » (القاهرة : العربى للنشر والتوزيع ١٩٩٠) ص٨٧ .

- كمال المنوفى : « الرأى العام فى الدول النامية » (الكويت : عالم الفكر ، المجلد الرابع عشر ، العدد الرابع يناير / مارس ١٩٨٤) ص٦٦ .

- عبد الباسط عبد المعطى : «الإعلام وتزييف الوعى » (القاهرة : دار الثقافة الجديدة ١٩٧٩) ص١٤٩ .

- المنصف الشنوانى : « دور الإعلام فى التنمية » المجلة التونسية لعلوم الاتصال ، ديسمبر ١٩٨٦ - ص١٢،١٣ .

- Gunter, Albert And Lasorsa, Dominic L., "Issue Importance And Trust In Mass Media", Jonrnalism Quarterly, Vol, 63, No, 3, 1986, PP 844 - 846 .

- James A. Anderson And Timothy P. Meyer "Functionalism and The Mass Media" Journah of Broadcasting, Vol, 19. No. 1, Winter 1975, 25 .

- ليلى عبد المجيد : « الصحافة الاقتصادية والتنمية » مرجع سابق ، ص١٩٨ .

١٨ - فاروق أبو زيد : « مدخل إلى علم الصحافة » (القاهرة : عالم الكتب ١٩٨٦) ص١٨٧ .

١٩ - شريف درويش اللبان : « فن الإخراج الصحفى » (القاهرة : العربى للنشر والتوزيع ١٩٩٥) ص٢٥٦ .

٢٠ - وفيق الطيبى : « دور سكرتير التحرير » المعهد القومى للصحفيين العرب ، الأمانة العامة ، الدورة الثامنة ، سكرتارية التحرير ، بيروت ١٥ - ١٨ مارس ١٩٨٠) ص١٤ ، ١٥ .

٢١ - وفيق الطيبى « المرجع السابق » ص١٦ .