

دولة رجال الأعمال

مصر في أحضان اليزنس

الفصل الرابع

رجال الأعمال  
في الصحف المصرية  
الشكل وعناصر الإبراز



obeikandi.com

شهدت قضايا رجال الأعمال اهتمام متزايد في الصحف المصرية ، وبدأت الصحف في زيادة المساحة المخصصة للاقتصاد ، وذلك ليتوافق مع توجه الدولة نحو رجال الأعمال إلى جانب زيادة المساحة الإعلانية لهم ، وتخصيص صفحات خاصة لتناول قضاياهم بالمخالفة لميثاق الشرف الصحفي حيث يتم تقديم المادة الإعلانية في شكل مادة تحريرية مما يضلل القارئ ويظهر ذلك واضحاً في جريدة الأهرام.

ورصدت دراسة تحليل مضمون<sup>(1)</sup> صحيفتي الوفد والأهرام<sup>(2)</sup> ، خلال الفترة

(11) دراسة قام بها المؤلف ضمن رسالة ماجستير عن صور رجل الأعمال في الصحف المصرية وتضمن ثلاثة محاور: المحور الأول: (تحليل عام) للتعرف علي ملامح وسمات الصورة النمطية لرجال الأعمال في الصحف المصرية محل الدراسة. والمحور الثاني: (تحليل زمني) للتعرف علي مدي تغير الصورة النمطية لرجال الأعمال خلال ثلاث فترات زمنية. والمحور الثالث: (تحليل مقارن) للتعرف علي مدي الاتفاق والاختلاف بين ملامح صورة رجل الأعمال في جريدتي الأهرام والوفد. وقد تم اختيار المحاور الثلاثة حتى يتمكن الباحث من الإجابة عن تساؤلات الدراسة واختبار العوامل التي تعوق العرض المتوازن للمضامين الصحفية كما في (نظرية بناء المعنى) وهي: سياسة الجريدة وتوجهاتها العامة وطبيعة النظام السياسي وأيديولوجية الدولة والأوضاع الاقتصادية والاجتماعية في المجتمع ، وذلك من خلال تحليل مضمون ٢٠ حدثاً وقضية تمس رجل الأعمال في جريدتي (الأهرام والوفد) ، وتم اختيار الأحداث والقضايا بمشاركة بعض من أساتذة الاقتصاد رجال الأعمال وخبراء المصارف ومحري الصحف في الأقسام الاقتصادية.

(2) جاء اختيار وسيلة الصحف كوسيلة إعلامية لتحليل المضمون لما اتفقت عليه الدراسات السابقة من أهميتها بالنسبة للقارئ وقادة الرأي وصناع السياسة لما تتمتع به من مميزات ، فقد احتلت الصحافة المركز الأول في تشكيل الصورة الذهنية لدي الشباب المصري عن دولة إسرائيل. (أحمد عبد المغيث، ١٩٩٣) وجاءت في مقدمة المصادر التي يعتمد عليها الشباب للحصول علي المعلومات والأخبار المتعلقة بالقضايا العربية. (مي إبراهيم حمزة ، ٢٠٠٦) ومن أهم الوسائل التي يتعرض لها الشباب المصري وقادة الرأي (أحمد عبد المغيث، ١٩٩٣) و(إسلام سعد، ٢٠٠٧) و(أماني ألبرت، ٢٠٠٤) بالإضافة إلى خبرة الباحث في مجال العمل الصحفي والتي تزيد علي عشر سنوات. وجاء اختيار جريدتي الأهرام والوفد لما اتفقت عليه أيضا الدراسات السابقة من أهميتها وقدرتها علي =

من (۱۹۹۱ إلى ۲۰۰۶) <sup>(۱)</sup> اهتمام كبير برجال الأعمال من حيث الشكل والمضمون

=التأثير، فقيادة الرأي يفضلون صحيفتي الأهرام والوفد. (أماني ألبرت، ۲۰۰۴) وجريدة الوفد في مقدمة الصحف لدي قادة الرأي وتتميز بصور إيجابية لديهم مثل: صادقة وشجاعة وكبيرة وعريقة ومعتدلة وسياستها التحريرية واضحة. (أماني ألبرت، ۲۰۰۴) وارتفاع نسبة قراءة الصحف المصرية من قبل المبحوثين، وتصدرت صحيفة الأهرام الصحف القومية وجريدة الوفد تصدرت الصحف الحزبية. (وليد محمد عبد الهادي، ۲۰۰۷) ووجدت دراسة (محمود خليل، ۱۹۹۸) وجود علاقة بين الإقبال علي قراءة جريدة الوفد وتبني اتجاهات سلبية عند تقييم الأداء الحكومي من جانب القراء.

(1) تم إجراء تحليل زمني للأحداث من خلال ثلاث فترات الأولى: (۱۹۹۱-۱۹۹۷) جدول رقم (۹۷) والثانية: (۲۰۰۰-۲۰۰۳) جدول رقم (۹۸) والثالثة: (۲۰۰۴-۲۰۰۶) جدول رقم (۹۹)، وقد تم اختيار الفترات الثلاث تمثل كل فترة سمات مشتركة، وتغيراً في هيكل الفرص لصالح رجال الأعمال، ففي الفترة الأولى شهدت بداية للإصلاح الاقتصادي وقانون قطاع الأعمال وتحرير سوق النقد، إلا أن النظام السياسي في تجاهل مشاركة رجل الأعمال في هذه الفترة، وفي الفترة الثانية تعامل النظام مع بعض رجال الأعمال بطرق بوليسية، فكانت ظاهرة التعثر في الجهاز المصرفي وظهور هروب بعض رجال الأعمال وظهور قضية نواب القروض والتي أحدثت ردود فعل كبيرة وكان لها تأثير سلبي كبير علي صورة رجل الأعمال والفترة الثالثة وهي دخول رجال الأعمال الوزارة والذي يعتبر تحولاً كبيراً في هيكل الفرص لرجال الأعمال، وبالتالي مشاركتهم في الحكم وصناعة القرار. وقسمت الفترات الزمنية كالتالي:

الفترة الزمنية الأولى للدراسة التحليلية (۱۹۹۱-۱۹۹۷)

تحرير سوق النقد الأجنبي ۲۶ فبراير ۱۹۹۱	11 فبراير إلى ۱۱ مارس
قانون قطاع الأعمال (۱۲ يونيو ۱۹۹۱)	6 يونيو إلى 6 يوليو
قانون سوق المال (وافق عليه مجلس الشعب ۲۱ يونيو ۱۹۹۲)	6 يونيو إلى 6 يوليو
سجن احمد الريان (۲۹ ابريل ۱۹۹۳) نموذج لتوظيف الأموال	14 ابريل إلى ۱۴ مايو
انتخابات مجلس الشعب (۲۹ نوفمبر ۱۹۹۵)	14 نوفمبر إلى ۱۴ ديسمبر
قانون ضمانات وحوافز الاستثمار ۶ مايو ۱۹۹۷	27 ابريل إلى ۲۱ مايو

الفترة الزمنية الثانية للدراسة التحليلية (۲۰۰۰-۲۰۰۳)

نواب القروض بالحكم بالسجن (۲۵ يونيو ۲۰۰۰)	14 يونيو إلى ۱۴ يوليو
التحفظ علي ممتلكات مصطفى البلدي وأسرتة (۳۰ يوليو ۲۰۰۰)	15 يوليو إلى ۱۵ اغسطس

## دولتہ رجال الأعمال

في نهاية عام ٢٠٠٦ علي الرغم من ندرة الأخبار التي تناولت رجال الأعمال في بداية ١٩٩١، ولم تقتصر قضايا رجال الأعمال علي الصفحة الاقتصادية فقط بل شملت معظم الصفحات الداخلية والخارجية.

### ١- رجال الأعمال محور الاهتمام:

جاء أصحاب الأعمال في المركز الأول كمصدر للمعلومات المنشورة بنسبة ٧٥، ١٩٪، كما في الجدول السابق رقم (١) ويليهم المسئولون الحاليون بنسبة ١٧٪، وأعضاء مجلس الشعب بنسبة ٣، ١٥٪، ويليهم خبراء وأساتذة الاقتصاد ٧، ٨٪، وجاء في المركز الخامس المصادر غير المحددة أو المجهولة بنسبة ٩، ٧٪، والسادس قيادات الأحزاب ٦، ٧٪، والسابع المصادر القضائية ٦، ٦٪، والثامن خبراء المصارف والتاسع المسئولون السابقون والعاشر خبراء وأساتذة القانون ٣، ٢٪،

٣ أغسطس إلى ١٣ سبتمبر	وامي لكح ٢٨ أغسطس ٢٠٠١
14 يناير : ١٤ فبراير	تحرير سعر الصرف ٢٩ يناير ٢٠٠٣
8 مارس إلى ٨ أبريل	قضية حسام أبو الفتوح ودينا (الحكم بالحبس في ٢٣ مارس ٢٠٠٣)
15 مايو إلى ١٥ يونيو	قانون البنوك (٣٠ مايو ٢٠٠٣)

الفترة الزمنية الثالثة للدراسة التحليلية (٢٠٠٦-٢٠٠٤)

(٢٤ يونيو إلى ٢٤ يوليو)	حكومة نظيف و دخول رجال الأعمال (٩ يوليو ٢٠٠٤)
(٢٤ أغسطس إلى ٢٤ سبتمبر)	خفض الجمارك ٩ سبتمبر ٢٠٠٤
(شهر ديسمبر)	اتفاقية الكوز (التوقيع في ١٤ ديسمبر ٢٠٠٤)
(٦ ديسمبر إلى ٦ يناير)	تعديل قانون البنك المركزي ٢١ ديسمبر ٢٠٠٤
(٢٢ مايو إلى ٢٢ يونيو)	قانون الضرائب ٧ يونيو ٢٠٠٥
(٢٤ أكتوبر إلى ٢٤ نوفمبر)	انتخابات مجلس الشعب (٩ نوفمبر ٢٠٠٥)
(١٣ يونيو إلى ١٣ يوليو)	براءة نواب القروض ٢٨ يونيو ٢٠٠٦
(١١ ديسمبر ٢٠٠٦ إلى ١١ يناير ٢٠٠٧)	تعديل الدستور ٢٦ ديسمبر ٢٠٠٦

وكان المواطنون المصدر الأخير بنسبة ٥ و ١٪. ويشير إلى هذا إلى أن أصحاب الأعمال كانوا المصدر الأول للمضامين مما يعطي مؤشراً على أهمية أصحاب الأعمال كمصدر للمعلومات، وحرص الصحف محل الدراسة على تناول آرائهم في القضايا والأحداث المتعلقة بهم، إلا أنه يلاحظ أن آراء رجال الأعمال تكون فيما يتعلق بالقضايا والأحداث الإيجابية أو الخاصة بصدور قانون أو قرار، ويتم تجاهل آرائهم في الأحداث السلبية مثل حبس الريان أو مصطفى البليدي أو نواب القروض حيث يتم الاكتفاء بما يتم في المحاكمة دون سماع أقوال رجال الأعمال. فمثلاً يتم اتخاذ آراء رجال الأعمال فيما يخص دخولهم الوزارة، فرئيس جمعية الأعمال الزراعيين (الدكتور سمير النجار) يرى أنه إتجاه واضح وصريح لدعم الحكومة للقطاع الخاص واعتباره شريكاً أساسياً في التنمية، ويرى الدكتور عبد المنعم سعودي رئيس اتحاد الصناعات المصرية أن القطاع الخاص سيخرج العمل الحكومي من دهايز المكاتب والبيروقراطية للعمل بفكر القطاع الخاص.<sup>(١)</sup> وأعلن المستثمر السعودي الوليد بن طلال أن رجال الأعمال أن تحرير سعر الصرف يعد خطوة جريئة ومهمة ويعكس الثقة الكبيرة في الاقتصاد المصري.<sup>(٢)</sup> وقد يرجع التركيز على رجال الأعمال كمصدر في القضايا والأحداث الإيجابية فقط إلى عدم اهتمام الصحفي بالحصول على مزيد من المعلومات، خاصة أن محرري الحوادث هم الذين يحررون مثل هذه القضايا، أو إلى رجال الأعمال الذين يفضلون الصمت في مثل هذه الأحداث.

وتفوق الجانب الإخباري على المضامين الصحفية المقدمة عن رجال الأعمال، إن كان لم يعكس انخفاض التدخل الذاتي في المضامين المقدمة عن رجال الأعمال، حيث بلغت القوالب الصحفية التي يتدخل القوائم بالاتصال بذاتها فيها بنحو ٤٥٪.

(١) جريدة الوفد، ٢٥ يوليو ٢٠٠٤.

(٢) جريدة الأهرام، ٢٩ يناير ٢٠٠٣.

واحتل الخبر كما في الجدول (١) المركز الأول في القوالب الصحفية التي قدمت من خلالها المضمون الصحفي لرجال الأعمال بنسبة ٢٦,٥٪ بعدد تكرارات ١٤٠، ويليه التقرير الصحفي ٢٢٪، والتحقيق ٢٠٪، والعمود ١١,٩٪، والرأي ١١٪، وفي المركز السادس جاء الحديث ٢,٦٪، ويليه الكاريكاتير ٢٪، والافتتاحية ٩,٠٪، والمركز الأخير بريد القراء ٠,٦٪. وارتفع إجمالي المضامين التي تناولت رجال الأعمال من ٢٠٪ خلال الفترة الأولى (١٩٩١ - ١٩٩٧) إلى ٣٥,٥٪ خلال الفترة الثانية (٢٠٠٠ - ٢٠٠٣) إلى ٤٤,٥٪ خلال الفترة الثالثة (٢٠٠٤ - ٢٠٠٦) وشغل الخبر المركز الأول في القوالب الصحفية التي قدم من خلالها المضمون الصحفي خلال الفترتين الأولى والثانية بنسبة ٦,٧٪ بعدد تكرارات ٣٥ تكراراً و ٧,١٠٪ بعدد تكرارات ٥٧ تكراراً علي التوالي، في حين جاء التقرير في المركز الأول في الفترة الثالثة بنسبة ٧,١٠٪ بعدد تكرارات ٥٧ تكرار، في الوقت الذي جاء التقرير في المركز الثاني بنسبة ٢٥,٤٪ بعدد تكرارات ٣٤ تكرار في الفترة الأولى بعدد تكرارات ٢٥ تكراراً وجاء التحقيق في المركز الثاني في الفترتين الثانية والثالثة بنسبة ٢,٨٪ وبعده تكرارات ٤٣ تكراراً وبنسبة ٨,٩٪ بعدد تكرارات ٥٢٪.

ويلاحظ ندرة الأخبار الاقتصادية المتعلقة برجال الأعمال في بداية التسعينيات نتيجة لأزمة الخليج واحتلال الكويت، فقد بدأت الحرب علي العراق لتحرير الكويت في ١٨ يناير ١٩٩١ وهو ما عرف بعاصفة الصحراء وسيطرت أخبار هذه الحرب علي معظم صفحات الأهرام والوفد. وهو ما أثر علي طبيعة الأخبار المنشورة، وشهدت الفترة الأولى عدداً من الأحداث التي أثرت علي الاقتصاد المصري منها أزمة الخليج والتي أدت إلي خسائر تصل إلي ٢٧ مليار جنيه نتيجة لتخفيض تحويلات العاملين بالخارج وتدهور السياحة، ودفعت مصر إلي توقيع إتفاقية مع الصندوق والبنك الدولي للإصلاح الاقتصادي، كما تم إسقاط ٣,١٣

مليار دولار ديونا خارجية عن مصر منها ١, ٧ مليار دولار ديوناً عسكرية لأمريكا و٢, ٦ مليار دولار إجمالي الديون المستحقة لدول الخليج نتيجة لمشاركتها في تحرير الكويت، وحدث ارتفاع كبير في سعر الدولار ليصل إلى ٥, ٣ جنيه في السوق السوداء و٢٢٨ قرشا.<sup>(١)</sup> في الوقت الذي شهدت تزايد للمضامين الصحفية المتعلقة برجال الأعمال خلال الفترتين التاليتين، مما يشير إلى اهتمام الصحف برجال الأعمال، وتحول في هيكل الفرص لصالح رجال الأعمال.

ويوضح التحليل المقارن أن التقرير الصحفي يحتل المرتبة الأولى في الأهرام بنسبة ٦٧, ٢٥٪ وبتكرارات بلغت ٦٧ خلال أحداث الدراسة، ويليهما التحقيق الصحفي بنسبة ٩٨, ٢٢٪، والخبر بنسبة ٣٠, ٢٠٪ والرأي بنسبة ٤٠, ١٣٪، وجاء في ذيل القائمة الكاريكاتير بنسبة ٧٦, ٠٪. في حين يحتل الخبر الصحفي المرتبة الأولى في الوفد بنسبة ٤٦, ٣٢٪ من القوالب الصحفية كلها بتكرارات بلغت ٨٧ خلال أحداث الدراسة، ويليهما التقرير بنسبة ٢٨, ١٨٪ والتحقيق بنسبة ٥٣, ١٧٪ والعمود بنسبة ١٧, ١٤٪ في حين لم تنشر الوفد إلا مقالاً افتتاحياً حول الأحداث محل الدراسة وجاء في ذيل الفنون الصحفية الحديث الصحفي بنسبة ٧٤, ٠٪. وهو ما يعكس تركيز جريدة الوفد على الجانب الخبري، مما يعطها نوعاً من الموضوعية، حيث ينخفض التدخل الذاتي في المادة الخبرية، في الوقت الذي نجد الأهرام تركز على التقرير الذي يكثُر فيه التدخل الذاتي للقائم بالاتصال أو السياسة التحريرية للجريدة. واستخدمت الأهرام جميع القوالب الصحفية في عرض المضمون الخاص برجل الأعمال، في حين أن جريدة الوفد أغفلت المقال الافتتاحي. وكان للسياسة التحريرية ونمط الملكية تأثير على اختيار القوالب الصحفية، فالوفد لم يهتم بالمقال الافتتاحي إلا في الأحداث المتعلقة بالحياة

(١) جريدة الأهرام وجريدة الوفد يناير وفبراير ١٩٩١.

السياسية (التعديلات الدستورية) أو الخارجية علي سبيل المثال الحرب علي العراق ورفض التدخل العسكري ونشر صفحة كاملة في الأول ( لا لضرب العراق ) ، والأهم استخدام المقال الافتتاحي في عرض توجهات الدولة ، والحزب الحاكم .، عدم استخدام الكاريكاتير في الأحداث السلبية الخاصة برجال الأعمال ، وفي مقابلة مع عمرو عكاشة رسام الكاريكاتير بالوفد ( ٥ فبراير ٢٠٠٨ ) حول أسباب هذه الظاهرة قال إن رسام الكاريكاتير يرسم في العموم حتى لا يقع تحت طائلة القوانين المتعددة ، والتي تنتهي إلي سجن الصحفيين ، مشيراً إلي أن الأحداث السلبية الخاصة برجال الأعمال يمكن أن تؤدي إلي الوقوع تحت طائلة القانون .

وقلة اعتماد الوفد علي الأحاديث الصحفية ، قد يرجع إلي أنها جريده معارضة ويخشى المسئولون من إجراء الحوارات الصحفية داخلها ، لهذا ندرت الحوارات الصحفية مع المسئولين (دراسة أماني ألبرت ، ٢٠٠٤) . وهذا ما أكد رئيس مجلس إدارة بنك في لقاء معه ، موضحاً أن الحديث للصحف المعارضة يأخذ عليهم .

تحليل مقارن		تحليل زمني						تحليل عام		القوالب			
الوفد	الأهرام	٢٠٠٦ - ٢٠٠٤		٢٠٠٣ - ٢٠٠٠		١٩٩٧ - ١٩٩١		تكرار	%	القوالب			
		تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%						
٣٢,٤٦	٨٧	٢٠,٣	٥٣	٩,٠٧	٤٨	١٠,٧٧	٥٧	٦,٦٩	٣٥	٢٦,٤٦	١٤٠	تكرار	
١٧,٥٣	٤٧	٢٢,٩٨	٦٠	٩,٨٢	٥٢	٨,١٢	٤٣	٢,٢٦	١٢	٢٠,٢٢	١٠٧	الخبر	
٠,٧٤	٢	٤,٥٩	١٢	٠,٩	٥	٠,١٨	١	١,٥٥	٨	٢,٦٤	١٤	التحقيق	
١٨,٢٨	٤٩	٢٥,٦٧	٦٧	١٠,٧٧	٥٧	٦,٤	٣٤	٤,٧٢	٢٥	٢١,٩٢	١١٦	حديث	
٠	٠	١,٩١	٥	٠,٣٧	٢	٠,١٨	١	٠,٣٧	٢	٠,٩٤	٥	تقرير	
٨,٩٥	٢٤	١٣,٤	٣٥	٥,٤٨	٢٩	٣,٥٩	١٩	٢,٠٧	١١	١١,١٥	٥٩	افتتاحية	
١٤,١٧	٣٨	٩,٥٧	٢٥	٦,٢٣	٣٣	٣,٤	١٨	٢,٢٦	١٢	١١,٩	٦٣	رأى	
٣,٣٥	٩	٠,٧٦	٢	٠,٩	٥	١,١٣	٦	٠	٠	٢,٠٧	١١	عمود	
٤,٤٧	١٢	٠,٧٦	٢	٠,٧٥	٤	١,٧	٩	٠,١٨	١	٠,٥٦	٣	كاريكاتور	
١٠٠	٢٦٨	١٠٠	٢٦١	٤٤,٤٢	٢٣٥	٣٥,٥٣	١٨٨	٢٠,٠٣	١٠٦	٢,٠٧	١١	بريد قراء	
												أخرى	
													الإجمالي
													١٠٠
													٥٢٩

جدول (١) القوالب الصحفية التي قدمت من خلالها المضمون

## ٢- موقع المضمون في الصحيفة

وتفوقت المضامين المنشورة في الصفحات الأخرى عن المتخصصة، بما يعني أن قضايا وأحداث رجال الأعمال لا تقتصر على الصفحة الاقتصادية، وإنما تتوزع على معظم الصفحات الداخلية والخارجية والأخيرة، وهو ما يعكس اهتمام الصحف برجال الأعمال، ووردت المضامين المنشورة عن رجال الأعمال في الصفحات الداخلية بنسبة ٥, ٣٦٪، يليها الصفحات المتخصصة ٣, ٣٦٪، والصفحة الأولى ٦, ٢٠٪، والأخيرة ٧, ٥٪، في الملاحق ٩, ٠٪ والذي اقتصر على صحيفة (الأهرام) فقط، حيث لم تنشر (الوفد) ملاحق صحفية وفقاً للتحليل العام.

ويلاحظ تطور في الصفحات المتخصصة (الاقتصاد) الخاصة برجال الأعمال، حيث كانت مقصورة على ثلثي صفحة في الأهرام، والثلث الآخر مخصص لمؤشرات البورصة وفي أيام محددة عام ١٩٩١، وأصبحت تحتل صفحتين يوميتين في الأسبوع، بالإضافة إلى مؤشر البورصة في عام ٢٠٠٥، مع وجود صفحات متخصصة.<sup>(١)</sup>

شهد موقع القوالب في الصحيفة تزايداً مستمراً خلال المراحل الزمنية الثلاث، حيث ارتفع من ١٠٦ تكرارات بنسبة ٢٠٪، خلال الفترة الزمنية الأولى إلى ١٨٨ تكرار بنسبة ٣, ٣٥٪ خلال الفترة الزمنية الثانية إلى ٢٣٥ تكراراً بنسبة ٤, ٤٤٪ خلال الفترة الزمنية الثلاثة. واحتلت الصفحات المتخصصة المركز الأول في الفترتين الأولى والثانية بنسبة ٣, ٨٪ وبعدها تكرارات ٤٤ تكرار، بنسبة ٣, ١٣٪ وبعدها تكرارات ٧٠ تكرار، في حين جاءت الصفحات الداخلية في المركز الأول في الفترة الثالثة بنسبة ٦, ١٨٪ وعدد تكرارات ٩٩ تكراراً. كما في التحليل الزمني في

(1) هي صفحات تترك للمحرر ينشر فيها ما يريد بعيد عن (حارس البوابة) وتكون مدفوعة الأجر أو إعلانية في شكل تحريري، وقد تم استبعاد هذه الصفحات من تحليل المضمون لأنها تعتبر صفحات إعلانية ولم تشمل الدراسة المادة الإعلانية، ويقصد بالصفحات المتخصصة (صفحات الاقتصاد أو الحوادث أو السياسة الخ).

الجدول (٢) ويرجع ذلك إلى صغر المساحات المخصصة للأقسام الاقتصادية (ثلث صفحة يومية في الأهرام وثلث صفحة للوفد أسبوعية في الفترة الأولى)، وانعكس أوضاع المجتمع الداخلية والخارجية في الفترة الأولى والثانية والثالثة مثل (حرب الكويت وحوادث الإرهاب والأزمات الاقتصادية)، فكان لها الأولوية علي صفحات الأهرام والوفد، فمثلاً تحرير سوق النقد الأجنبي (١٩٩١) وقانون قطاع الأعمال (١٩٩١) وقانون سوق المال (١٩٩٢) وقانون ضمانات حوافز الاستثمار (١٩٩٧) وتحرير سعر الصرف (٢٠٠٣) وقانون البنوك (٢٠٠٣) قضايا تمت مناقشتها في صفحة الاقتصاد وسجن الريان (١٩٩٣) ونواب القروض (٢٠٠٠) والتحفظ علي ممتلكات مصطفى البلدي (٢٠٠٠) وقضية حسام أبو الفتوح (٢٠٠٣) تم مناقشتها علي صفحات الحوادث ويتبقى قضيتان فقط هما انتخابات مجلس الشعب (١٩٩٥) ورامي لكح (٢٠٠١) فتم مناقشتها علي الصفحات الداخلية وأحيانا المتخصصة. في حين أن حكومة نظيف (٢٠٠٤) وتعديل قانون البنك المركزي (٢٠٠٤) واتفاقية الكويت (٢٠٠٤) وانتخابات مجلس الشعب (٢٠٠٥) وتعديل الدستور (٢٠٠٦) تم مناقشتها أكثر في الصفحات الداخلية، في حين أن قانون الضرائب (٢٠٠٤) وبراءة نواب القروض فكان في الصفحات المتخصصة.

إحتلت الصفحات المتخصصة في جريدة الأهرام المرتبة الأولى بنسبة ٧٣, ٥١٪ بنسبة تكرار ١٣٥ من أحداث الدراسة، وتليها الصفحات الداخلية بنسبة ٣١, ٠٣٪، والصفحات الأولى بنسبة ٤٠, ١٣٪، وفي حين جاء في ذيل القائمة الصفحات الأخيرة والملاحق بنسبة ٩١, ١٪. أما جريدة الوفد، فالصفحات الداخلية احتلت المرتبة الأولى بنسبة ٧٩, ٤١٪، وتليها الأولى بنسبة ٦١, ٢٧٪، والداخلية المتخصصة بنسبة ٣٢, ٩٪، وفي ذيل القائمة الصفحات الأخيرة بنسبة ٣٢, ٩٪. كما في التحليل المقارن في الجدول (٢)

إختلفت الصحيفتان في أن الوفد أعطت للأحداث المتعلقة برجال الأعمال أهمية أكبر من خلال نشرها في الصفحة الأولى والتي بلغت نسبتها ٦, ٢٧٪ من إجمالي ما نشر في الوفد بعدد تكرارات ٧٤ خبراً، في حين أن جريدة الأهرام بلغت نسبة ما نشر في الصفحة الأولى ٤٠, ١٣٪ بعدد تكرارات ٣٥ خبراً.

إختلاف الاهتمامات بين الصحيفتين، ففي الوقت الذي تفتح فيه الأهرام الصفحات الأولى للأخبار الرسمية والخارجية ورئاسة الجمهورية ومجلس الوزراء حتى العادية والمستهلكة منها، نجد أن الوفد يخصص الصفحات الأولى للأخبار التي تكشف عن القضايا السياسية وقضايا الفساد وحقوق الإنسان، والمشاكل الاقتصادية أو الاجتماعية، والتركيز علي الجوانب السلبية أكثر من الإيجابية، وتتفق الصحيفتان (الأهرام والوفد) في مراحل تطور الصفحات الاقتصادية، وإن كانت الأهرام تعطي مساحة أكبر للصفحات الاقتصادية لما تتمتع بها من إمكانيات مادية، ففي الوقت الذي كانت تمثل ثلث صفحة يومية في الأهرام منذ بداية التسعينيات، ثم تحولت إلي صفحة في نهاية التسعينيات، وإلي صفحتين منذ عام ٢٠٠٣ تقريباً إلي جانب نشر مؤشرات سوق المال طوال هذه الفترة. وهو ما يعبر عن اهتمام كبير من قبل جريدة الأهرام بالأحداث الاقتصادية، ودعم دور القطاع الخاص، نجد أن الصفحات الاقتصادية في جريدة الوفد تطورت من ثلث صفحة أسبوعية في بداية التسعينيات، إلي نصف صفحة يومية ما عدا العدد الأسبوعي (الخميس)، في نهاية التسعينيات، إلي صفحة يومية بها مؤشرات سوق المال ما عدا العدد الأسبوعي (الخميس)، وهو تحول يصاحب تنامي دور القطاع الخاص ورجال الأعمال في الدولة، وقدمت الوفد في عام ١٩٩٧ صفحة كاملة لحركة تداول الأوراق المالية في البورصة كتب عليها خدمة لرجال المال والأعمال، وهو ما يعطي دلالة إلي أن الصحف زادت المساحة للقطاع الخاص بما يتفق مع أيديولوجية الدولة، وفتح

قنوات اتصال مع رجال الأعمال.

ظهور الصفحات الإعلانية في شكل تحرير سواء في قطاعات العقارات أو البنوك أو غيرها، وهي تعتبر صفحات إعلانية في شكل تحرير، وتعتبر مظهراً من مظاهر الخلل في الصحافة حالياً، حيث يتم الخلط بين التحرير والإعلان، كما أنه مخالف لميثاق الشرف الصحفي. وهذا الخلل يظهر بوضوح في الأهرام، ونادراً ما يكون موجوداً في جريدة الوفد. وإذا كان مقبولاً مهنياً ومالياً وسياسياً، أن يدخل هذا المال عبر مسالكه الشرعية، -الإعلانات الصريحة-، فمن غير المقبول مهنياً وأخلاقياً، أن يتسرب هذا المال عبر مسالك أخرى غير شرعية، مثل خلط الإعلان بالتحرير، لخداع القارئ والتدليس عليه، فلا يعرف إن كان ما يقرأ مقالاً للرأي أو خبراً أو معلومة، أو هو إعلان غير صريح، والنهاذج لا تعد ولا تحصى.<sup>(1)</sup>

كان للتوجهات السياسية للصحيفتين انعكاس علي إبراز المضامين الصحفية، فتوجهات السياسة التحريرية للأهرام لها تأثير كبير علي إبراز المضامين التي تتبناها الدولة فقد استخدمت الأهرام جميع عناصر الإبراز من أجل اتفاقية (الكوزير) التي اعتبرها الكثيرون أنها ذات أبعاد سياسية وليست اقتصادية، فقد تم تناول القضية علي صفحات كاملة واحتلت نصف الصفحة الأولى بالأهرام بعد توقيع الاتفاقية (١٥ ديسمبر ٢٠٠٤) وخصصت الصفحات المتخصصة (الاقتصاد) صفحات كاملة لتناول آراء رجال الأعمال الذين شاركوا أو تشملهم مميزات الاتفاقية، وبالتالي كانت إيجابية بالنسبة للاتفاقية، في حين أهملت الآراء الأخرى التي كانت أشد معارضة للاتفاقية، ونشرت علي سبيل المثال: تفاؤل رجال الأعمال باتفاقية

(1) صلاح الدين حافظ، اختراق الصحافة... إفساد السياسة، الأهرام، ١٤ ديسمبر ٢٠٠٥.

الكويز. <sup>(١)</sup> وزيادة حجم الاستثمارات الأمريكية في مصر بنسبه ٣٠٪ بعد تطبيق بروتوكول الكويز. <sup>(٢)</sup> في الوقت الذي أثرت توجهات حزب الوفد علي الصحيفه فلم تنشر غير خبر في الصفحه الأولى وقامت بنقد الاتفاقية قبل توقيعها، وكشف تضارب التصريحات الحكومية، مثل الحكومة المصرية تقول أن الكويز مازالت تحت الدراسة أيهود أولمرت وزير التجارة الإسرائيلي يقول التوقيع يوم ١٤ ديسمبر القادم أمام مؤتمر لرجال الأعمال. <sup>(٣)</sup> جلال الزوربا رئيس اتحاد الصناعات يشارك في اتفاقية الكويز لمصالحه الشخصية و(شلتته) وأصحاب المصانع بالإسماعية يهددون باللجوء للسفير الأمريكي. <sup>(٤)</sup> في حين أن كليهما استخدام عناوين أكثر في إبراز تشكيل حكومة نظيف الجديدة. <sup>(٥)</sup>

(١) جريدة الأهرام- ١٨ ديسمبر ٢٠٠٤.

(٢) جريدة الأهرام- محمد منصور رئيس مجلس الأعمال المصري الأمريكي، ٢٩ ديسمبر ٢٠٠٤.

(٣) جريدة الوفد- ١٣ ديسمبر ٢٠٠٤.

(٤) صلاح السعدني، صحفي، جريدة الوفد، ٧ ديسمبر ٢٠٠٤.

(٥) جريدة الأهرام والوفد ١٠ يوليو ٢٠٠٤.

قارن		زميني						عام		موقع القوالب في الصحيفة
الوفد	الأهرام	٢٠٠٦-٢٠٠٤		٢٠٠٣-٢٠٠٠		١٩٩٧-١٩٩١		تكرار	%	موقع القوالب في الصحيفة
		تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%			
٢٧,٦١	١٣,٤	٣٥	٧,١٨	٣٨	٨,٣١	٤٤	٥,١٥	٢٧	٢٠,٦	أولي
٤١,٧٩	٣١,٠٣	٨١	١٨,٧	٩٩	١١,٧٢	٦٢	٦,٠٤	٣٢	٣٦,٤٨	داخلية
٢١,٢٦	٥١,٧٢	١٣٥	١٤,٨	٧٨	١٣,٢٣	٧٠	٨,٣١	٤٤	٣٦,٢٩	داخلية
٩,٣٢	١,٩١	٥	٣,٥٩	١٩	١,٨٩	١٠	٠,١٨	١	٥,٦٧	أخيرة
٠	١,٩١	٥	٠,١٩	١	٠,٣٧	٢	٠,٣٧	٢	٠,٩٤	ملحق
١٠٠	١٠٠	٢٦١	٤٤,٤	٢٣٥	٣٥,٥٣	١٨٨	٢٠,٠٣	١٠٦	١٠٠	الإجمالي

جدول رقم (٢) موقع القوالب في الصحيفة

## ۳۔ موقع المضمون على الصفحة

جاءت المضامين الصحفية الخاصة بقضايا رجال الأعمال جدول (۳) وسط الصفحة بنسبة ۹، ۲۸٪، ويليه أعلي يسار الصفحة بنسبة ۲۷٪، والمركز الثالث أعلي يمين ۲۵٪، أما أسفل يسار فجاء في المركز الرابع ۲، ۱۰٪، وأعلي يمين في المركز الأخير ۷، ۸٪. وهو ما يشير إلي أن المضامين المنشورة عن الأحداث والقضايا الخاصة برجال الأعمال تحتل الصدارة في الصفحات التي تنشر فيها مما يدل علي أهميتها واتجاه الصحف إلي إبراز هذه القضايا والأحداث، كما يعكس الدور المهم لرجال الأعمال وحرص الصحف علي نقل أخبارهم إلي المجتمع.

وعكست الفترات الثلاث الاهتمام بإبراز المضامين الخاصة برجال الأعمال، إلا أن كان النصيب الأكبر للاهتمام بإبراز هذه المضامين في الفترة الأولى حيث جاء أعلي يسار في المركز الأول بنسبة ۵، ۷٪ وبعده تكرارات ۴۰ تكراراً، في حين جاء وسطها في الفترة الثانية بنسبة ۷، ۱۰٪ وبعده تكرارات ۵۷ تكراراً، وجاء أعلي يمين بنسبة ۹، ۱۲٪ وبعده تكرارات ۹، ۱۲٪، ويرجع ذلك إلي صغر مساحة الصفحات المتخصصة في الفترة الأولى في كل من الأهرام والوفد وبداية عملي الإصلاح الاقتصادي ورغبة الصحف محل الدراسة في إبراز المضامين المتعلقة بهذ الإصلاح في أماكن بارزه من الصفحة، خاصة عملية خصخصة القطاع العام والتي قوبلت باعتراض شديد، مما دفع الرئيس خلال اجتماعه بالنادي السياسي للحزب الوطني إلي التأكيد علي أن قانون قطاع الأعمال لا يهدف إلي تصفية القطاع العام، وأن لدينا قلاعاً صناعية وقطاعاً عاماً يقوم بدوره الاقتصادي والاجتماعي، وأن الهدف من القانون هو تحرير الإدارة وفصلها عن سلطة المالك وأبعادها تمام عن الهيمنة أو التدخل في شئونها حتى تستطيع أن تتخذ القرار وأن تدير المال العام

وأن تستثمر أفضل لصالح المجتمع.<sup>(١)</sup> ولا تصفية للقطاع العام ولا خصخصة ما يتم تطوير فقط.<sup>(٢)</sup> وهو ما ثبت عكسه بعد ذلك.

وإحتل أعلى يسار المرتبة الأولى بنسبة ٠٣, ٣١٪ بعدد تكرارات بلغت ٨١ تكراراً، في جريدة الأهرام ويليها وسط الصفحة بنسبة ٢٠, ٢٧٪ وأعلى يمين بنسبة ٦٧, ٢٥٪، وفي المؤخرة أسفل يسار وأسفل يمين بنسب ٨١, ٨٪ و ٢٧, ٧٪ علي التوالي. في حين شغل المرتبة الأولى في جريدة الوفد وسط الصفحة بنسبة ٥٩, ٣٠٪ بتكرارات بلغت ٨٢، ويليها أعلى يمين وأعلى يسار بنسب ٦٢, ٢٤٪ و ١٣, ٢٣٪ علي التوالي، وجاء في المؤخرة أسفل يسار وأسفل يمين بنسب ٥٦, ١١٪ و ١٠, ٠٧٪. وهو ما يعكس اهتمام الصحيفتين بإبراز المضامين الخاصة برجال الأعمال، إلا أن صحيفة الأهرام تعكس بدرجة أكبر لإبراز هذه المضامين، وبذلك تعكس توجه الدولة نحو أبراز القضايا والأحداث الخاصة برجال الأعمال. ففي الوقت الذي لم يشهد قانون قطاع الأعمال (١٩٩١) وقانون سوق المال (١٩٩٢) إبرازاً أكبر علي صفحات الأهرام نجد أن قانون الضرائب وتخفيض الجمارك والتعديلات الدستورية وغيرها من القرارات والقوانين بعد عام ٢٠٠٤ كانت تشغل مساحة كبيرة علي صفحات الأهرام.

(١) جريدة الأهرام، ٧ يونيو ١٩٩١.

(٢) عاطف صدقي رئيس مجلس الوزراء، الوفد-١٣ يونيو ١٩٩١.

مقارن		زميني				عام		موقع المضمون
الوفد	الأهرام	٢٠٠٦-٢٠٠٤	٢٠٠٣-٢٠٠٠	١٩٩٧-١٩٩١	عام	موقع		
%	%	%	%	%	%	%	تكرار	
٢٣,١٣	٣١,٠٣	١١,٥	٧,٩	٧,٦	٢٧,٠٣	١٤٣	أعلى يسار	
٢٤,٦٢	٢٥,٦٧	١٢,٩	٨,٧	٣,٦	٢٥,١٤	١٣٣	أعلى يمين	
٣٠,٥٩	٢٧,٢	١١,٣	١٠,٧	٦,٨	٢٨,٩٢	١٥٣	وسطها	
١١,٥٦	٨,٨١	٤,٩	٤,٢	١,٢	١٠,٢	٥٤	أسفل يسار	
١٠,٠٧	٧,٢٧	٣,٨	٣,٩	٠,٩	٨,٦٩	٤٦	أسفل يمين	
١٠٠	١٠٠	٤٤,٤	٣٥,٥	٢٠,١	١٠٠	٥٢٩	الإجمالي	
		٢٦١	٢٣٥	١٠٦				
		٢٦١	١٨٨	١٠٦				
		٢٦١	١٨٨	١٠٦				

جدول (٣) موقع المضمون علي الصفحة

## ٤ عناصر الإبراز:

تلعب عناصر الإبراز دوراً مهماً في جذب انتباه القارئ ودفعه إلى قراءة المادة الصحفية ولذلك فإنها تعد أحد المعايير المهمة في تحديد مدى حرص الصحيفة علي إبراز المادة، وجذب القارئ لقراءتها، وقد تكون عناصر الإبراز أداة تشويه أو تحسين للصورة الذهنية وفقاً لنوع السمات التي تبرزها المادة التي ظهرت فيها. ويشير الجدول (٤) إلى أن الصورة الشخصية احتلت المركز الأول بنسبة ٧,٣٥٪ وعدد تكرارات ٤٢٣، وجاءت العناوين الرئيسية الممتدة في المركز الثاني بنسبة. والرسوم التعبيرية والبيانية والصور الموضوعية نسبة ٥,٢٩٪.

وهو ما يشير إلى اهتمام الصحف محل الدراسة بإبراز المضمين المقدمة عن رجال الأعمال من خلال الاعتماد علي العناوين الرئيسية الممتدة التي تجذب انتباه القارئ بالإضافة إلى الصور الشخصية.

وتجاوز استخدام الصورة إجمالي المضمين الصحفية المنشورة، بما يقترب من ١,١ صورة في الموضوع، حيث بلغت نسبتها ٤٥,١٦٠ من إجمالي العينة ٥٢٩ موضوعاً، جاء استخدام الصورة الشخصية في المرتبة الأولى بنسبة ٨٠٪، يليها الصورة الموضوعية ٢٧٪، والرسوم التعبيرية ٣٪. مما يدل علي محاولة الصحيفتين إبراز القضايا والأحداث الخاصة برجال الأعمال من خلال استخدام الصور.

إحتل العنوان الرئيسي المبتد والصورة الشخصية المرتبة الأولى والثانية خلال الفترات الزمنية الثلاثة، مما يشير إلى أن المضمين الخاصة برجال الأعمال ظلت مهمة خلال المراحل الزمنية الثلاثة، وأن هذا الاهتمام في تزايد مستمر، وتحرص جريدتنا الأهرام والوفد علي استخدام عناصر الإبراز لأهمية هذه المضمين، كما أن عناصر الإبراز ارتفعت من ٤,١٦٪ وبعدهد تكرار ١٩٤ في الفترة الأولى إلى ٧,٤٩٪ وبعدهد تكرارات ٥٨٨ تكراراً في الفترة الثالثة. كانت صحيفة الأهرام كانت أكثر

إبرازاً للمضامين الخاصة برجال الأعمال، حيث بلغت عدد التكرارات ٦٤٨ تكراراً بنسبة ٧، ٥٤٪، مقابل ٥٣٥ تكرار في صحيفة الوفد بنسبة ٣، ٤٥٪. واستخدمت الأهرام الصور الشخصية بعدد تكرارات ٢٤٠ تكراراً بنسبة ٢، ٢٠٪ وتليها العناوين الرئيسية بنسبة ٣، ١٨٪ والصور الموضوعية بنسبة ٣، ٦٪. وجاءت العناوين الرئيسية في مقدمة عناصر الإبراز في جريدة الوفد بنسبة ٥، ١٦٪ وعدد تكرارات ١٩٦ تكراراً، وتليه الصور الشخصية بنسبة ٥، ١٥٪ بعدد تكرارات ١٨٣ تكراراً، والصور الموضوعية بنسبة ٨، ٥٪ بعدد تكرارات ٦٩ تكراراً. ويلاحظ عدم استخدام الأهرام والوفد للرسوم التعبيرية والبيانية في الصحيفتين طوال فترة الدراسة، ورغم تخصيص مساحات أكبر فيما بعد للصفحات الاقتصادية.

تأثير العامل الحزبي علي الصحيفتين، ففي الأهرام يسيطر الحزب الوطني علي الصحيفة ويظهر هذا واضحا في مؤتمرات الحزب وخطب الرئيس ولقاءات الحزب الوطني في تحيز واضح للحزب علي حساب الأحزاب الأخرى وإن كان هذا التحيز مقبولاً من جريدة الوفد علي اعتبار أنها لسان الحزب، فغير مقبول من جريدة الأهرام لأنها جريدة قومية ولسان كل التيارات والاتجاهات في المجتمع، وليس لسان الحزب الوطني. ويسيطر حزب الوفد علي الصحيفة بشكل يحولها في بعض الأيام إلي مجرد نشرة للحزب، وهذا يظهر واضحا خلال فترة رئاسة الدكتور نعمان جمعة للحزب، حيث ظهرت الرسائل القصيرة ذات العناوين الكبيرة في الصفحة الأولى سواء لموقف داخلي أو خارجي وهو لا يرتبط بفنون العمل الصحفي ويفقد ثقة القراء في الصحيفة (تعليقات مستمرة من القراء والقائمين بالاتصال حول هذه الظاهرة من خلال الاتصال الشخصي بهم) وقد تخضع للانطباعات الشخصية لرئيس الحزب وليس لسياسة الحزب، حيث كانت تنشر كلمات بسيطة في الصفحة الأولى علي هيئة مانشتات وعناوين كبيرة علي سبيل المثال ١٧٠ كلمة في الصفحة

الأولى مثل: أصوليات .. مصر بلدنا ولسنا ضيوفا فيها بقلم نعمان جمعة. (١)

وتبني قضية رجل الأعمال إيهاب طلعت، الذي سيطر على الصفحات الأولى والداخلية في أثناء الانتخابات، مما يشير إلى شخصنة القضية، خاصة أن المتحكم في الجريدة هو نعمان جمعة وزوج ابنته يعمل في نفسه المجال الذي يعمل به طلعت مصطفى، كما أن استخدام جميع عناصر الإبراز وصور كبيرة لإيهاب طلعت في الصفحة الأولى وعلى حساب الانتخابات التي يخوضها مرشحو الوفد في مجلس الشعب، وتقديم قضيته على نصف الصفحة الأولى ومانشيتات متقدماً على أخبار الانتخابات وصفحات داخلية، وصفحة كاملة في الأولى يوم ٦ نوفمبر ٢٠٠٥ ونصف صفحة يوميا في الأولى يثير كثيراً من الشبهات. ويؤكد سيطرة رئيس مجلس الإدارة على سياسة الصحيفة، وليس التوجهات الحزبية فقط. واستمرار الحملة يوميا إلى أن تم منعه وزوجته المطربة شرين وجدي من السفر لإهدار المال العام. (٢)

بالإضافة إلى أنه يظهر واضحا خلال الاحتفال بذكرى وفدية مثل عيد الجهاد حيث تصبح الصفحات كلها مجرد خطب لرئيس الحزب وأعضائه في الوقت الذي تخاطب فيه صحيفة الوفد جموع الشعب المصري وليس الوفديين فقط. (٣) ونقترح عمل ملحق في الجريدة خاص بمثل هذه المناسبات.

(1) جريدة الوفد-٢٣ يوليو ٢٠٠٤.

(2) جريدة الوفد، ١٠ ديسمبر ٢٠٠٥.

(3) جريدة الوفد- ٧ يوليو ٢٠٠٤.

مقارن		زمني						عناصر الإبراز
		٢٠٠٦-٢٠٠٤		٢٠٠٣-٢٠٠٠		١٩٩٧-١٩٩١		
الأهرام	الوفد	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	تكرار
١٨,٢٥	١٦,٥٦	١٩٦	١٥,٥	١٨٤	١٢,٤	١٤٦	٦,٩	٨٢
٤,٣٩	٥,٤٩	٦٥	٤,٣	٥١	٣,٥	٤٢	٢	٢٤
٥,٠٧	٠,٨٤	١٠	٣,٢	٣٨	١,٧	٢١	٠,٩	١١
٠,٣٣	١,٠١	١٢	٠,٢	٢	٠,٧	٨	٠,٥	٦
٠,٠٨٤	٠	٠	٠,١	١	٠	٠	٠	٠
٦,٣٣	٥,٨٣	٦٩	٥,٦	٦٦	٤,٦	٥٤	٢	٢٤
٢٠,٢٨	١٥,٤٦	١٨٣	٢٠,٨	٢٤٦	١٠,٩	١٣٠	٣,٩	٤٧
٥٤,٧٧	٤٥,٢٢	٥٣٥	٤٩,٧	٥٨٨	٣٣,٩	٤٠١	١٦,٤	١٩٤
١١٨٣	١١٨٣	١١٨٣	١١٨٣	١١٨٣	١١٨٣	١١٨٣	١١٨٣	١١٨٣

جدول (٤) عناصر الإبراز للمضمون الصحفي

## ٥۔ الصورة الفوتوغرافية

ظهر الدراسة اهتمام الصحف برجال الأعمال عن طريق استخدام الصور الفوتوغرافية الخاصة بهم مقارنة باستخدام الصور الفوتوغرافية بالمستولين، فقد جاء استخدام صور رجل الأعمال الشخصية كما في الجدول (٥) في المركز الأول بنسبة ٨، ٣١٪، وتليها صور المسئول الحالي ٦، ٢١٪، وصور الخبير الاقتصادي وأساتذة الاقتصاد ١٢٪، وصور أعضاء مجلس الشعب ٧٪، وصور المسئول السابق ٨، ٦٪، وصور الخبير المصرفي ٦٪، وصور الخبير القانوني وأساتذة القانون ٥٪، وصور المواطنين ٣٪، وصور القيادات في الأحزاب ٤، ١٪، وصور المصادر القضائية ٧، ٠٪. ويدل ذلك على الاهتمام بإبراز الصور الشخصية لرجال الأعمال في المضامين المتعلقة بهم بشكل يتفوق على صور المسئولين، مما يشير إلى حجم الاهتمام التي يلغاها رجال الأعمال في الصحف محل الدراسة.

ونلاحظ أنه على الرغم من اهتمام بمضامين رجال الأعمال، إلا أن الصحف لم تحرص على نشر صورهم الشخصية في الفترة الزمنية الأولى (١٩٩١-١٩٩٧) حيث جاءت صور رجال الأعمال الشخصية في المرتبة الثانية متساوية مع عضو البرلمان بنسبة ٤، ١٪. وتكرر ٦ تكرارات في حين جاء في المركز الأولي صور المسئولين بنسبة ٥، ٤٪. ويعدد تكرارات ١٩٪، في حين احتلت صور رجال الأعمال الشخصية المركز الأول خلال الفترة الزمنية الثانية بنسبة ٥، ١٠٪. ويعدد تكرارات ٤٤ تكراراً، وخلال الفترة الزمنية الثالثة بنسبة ٥، ١٩٪. بعدد تكرارات ٨٢ تكراراً، وتراجع نصيب المسئول الحالي إلى المركز الثالث في الفترة الزمنية الثانية بنسبة ٣، ٤٪. ويعدد تكرارات ١٨ تكراراً وتقدم عليه صور الخبير المصرفي بنسبة ٧، ٤٪. ويعدد تكرارات ٢٠ تكراراً.

ويرجع ذلك إلى قضية نواب القروض وأزمة التعثر في الجهاز المصرفي وقضايا

تلاحق رجال الأعمال من قبل البنوك مثل رامى لكح وحسام أبو الفتوح ومصطفى البليدي وغيرهم. مما جعل الصحف تركز علي صور خبراء المصارف.

وجاءت صور المسئول الحالي في المرتبة الثانية في الفترة الزمنية الأخيرة بنسبة ٨, ١٢٪ وبعدهد تكرارات ٥٤ تكراراً، يليه خبراء الاقتصاد بنسبة ٩٪ وبعدهد تكرارات ٣٨ تكراراً ويرجع ذلك وجود طفرة في التشريعات التي تخدم رجال الأعمال، مما جعل الصحف محل الدراسة تركز أكثر علي صورة رجال الأعمال والمسئولين وخبراء الاقتصاد، فقد صدرت أهم قوانين وقرارات تخدم رجال الأعمال لدخولهم في حكومة نظيف (٩ يوليو ٢٠٠٤) وتعديل قانون البنك المركزي (٢١ ديسمبر ٢٠٠٤) وقانون الضرائب (٧ يونيو ٢٠٠٥) وبراءة نواب القروض (٢٨ يونيو ٢٠٠٦) وانتهاء عهد الاشتراكية بشكل رسمي تعديل الدستور (٢٦ ديسمبر ٢٠٠٦) واتفاقية الكويز (التوقيع في ١٤ ديسمبر ٢٠٠٤) وما تركته من جدل حول قدرة رجال الأعمال علي صناعة القرار وانتخابات مجلس الشعب (٩ نوفمبر ٢٠٠٥) ودخول رجال الأعمال بكثافة وثقل مالي.

ويلاحظ عدم الاهتمام بصور المواطن المصري في الفترة الأولى إلا أنه بدأ الاهتمام به بشكل محدود في الفترة الثانية بنسبة ٢٣, ٠٪ وعدد تكرار واحد فقط، والفترة الثالثة بنسبة ٨, ٢٪ وبعدهد تكرارات ١٢ تكراراً. وقد شهدت الدراسة تطوراً في استخدام الصور الشخصية من ٤٧ تكرار بنسبة ١١٪ في الفترة الأولى إلي ١٢٩ تكراراً بنسبة ٦, ٣٠٪ في الفترة الزمنية الثانية، إلي ٢٤٣ تكراراً بنسبة ٧, ٥٧٪ في الفترة الزمنية الثالثة، وهو ما يعكس اهتمام الصحف محل الدراسة بالاهتمام المتدرج ببعض الصور الشخصية لأصحاب المضامين الصحفية.

وجاء رجال الأعمال في المرتبة الأولى من فئة الصورة الشخصية المنشورة في جريدتي الأهرام والوفد بنسب ٩٨, ٤٠٪ و ٥٨, ٢٤٪ علي التوالي، وفي المرتبة

الثانية صور المسئولين الحاليين بنسب ٧, ٢٠٪ و ٢٢٪ في (الأهرام) و (الوفد) علي التوالي، وفي المرتبة الثالثة خبراء وأساتذة الاقتصاد بنسب ٨, ٩٪ و ٧, ١٣٪ في الأهرام والوفد علي التوالي، واختلفت الجريدتان في المركز الرابع حيث جاء في الأهرام المسئول السابق بنسبة ٢٨, ٩٪ ثم يليه الخبير المصري بنسبة ١٩, ٨٪ والبرلماني بنسبة ٣٧٥, ٤٪ والقانوني بنسبة ٢٧, ٣٪ والحزبي بنسبة ٦, ١٪، في حين لم تنشر صور للمصادر القضائية أو المواطنين وجاءت أخرى بنسبة ٣٪. أما في الوفد فقد جاء في المرتبة الرابعة صور عضو مجلس الشعب (البرلماني) بنسبة ١٦, ٩٪ و يليه الخبير القانوني أو أساتذة القانون بنسبة ٢٥, ٦٪، و يليه صور لمواطنين بنسبة ٤١, ٥٪، وخبير مصرفي بنسبة ٥٨, ٤٪، وحزبي بنسبة ٢٪ وقضائي بنسبة ٢٥, ١٪، وأخرى بنسبة ٨, ٥٪.

اتفقت الأهرام والوفد علي إبراز الصور الشخصية لرجال الأعمال، حيث جاءت صورهم الشخصية في المرتبة الأولى وكذلك صور المسئولين الحاليين وخبراء وأساتذة، وهو ما يشير إلي محاولتهما، تقديم تفسيرات وتحليل من خلال الخبراء حول المضامين الصحفية محل الدراسة. وجريدة الوفد كانت الأكثر في استخدام صور أعضاء مجلس الشعب، خاصة من حزب الوفد، وبدرجة أقل أعضاء الأحزاب الأخرى، والمستقلون، وبدرجة نادرة الحزب الوطني، وعلي العكس كانت الأهرام، أكثر نشرًا لصور أعضاء الحزب الوطني، وبصورة نادرة الأحزاب الأخرى، وإن كان هذا التحيز مقبولاً من جريدة الوفد علي اعتبار أنها لسان الحزب، فغير مقبول من جريدة الأهرام لأنها جريدة قومية ولسان كل التيارات والاتجاهات في المجتمع، وليس لسان الحزب الوطني. واهتمت جريدة الوفد بمشاركة المواطنين، ونشر صورهم في حين أن جريدة، لأهرام لم تهتم ولم تنشر صورهم.

مقارن		زمني						عام		مضامين الصور الصحفية	
الوفد	الأهرام	٢٠٠٦-٢٠٠٤	٢٠٠٣-٢٠٠٠	١٩٩٧-١٩٩١	عام						
%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار		
٢٤,٥٨	٥٩	٤٠,٩٨	٧٥	١٩,٥	٨٢	١٠,٥	٤٤	١,٤	٦	٣١,٨٢	١٣٤
٢٢,٠٨	٥٣	٢٠,٧٦	٣٨	٤,٣	٥٤	٤,٣	١٨	٤,٥	١٩	٢١,٦١	٩١
٥	١٢	٩,٢٨	١٧	٤,١	١٢	٤,١	١٧	٠	٠	٦,٨٨	٢٩
٤,٥٨	١١	٨,١٩	١٥	٠,٩	٤	٤,٧	٢٠	٠,٥	٢	٦,١٧	٢٦
١٣,٧٥	٣٣	٩,٨٣	١٨	١,٩	٣٨	١,٩	٨	١,٢	٥	١٢,١١	٥١
٦,٢٥	١٥	٣,٢٧	٦	٣,٦	١٥	٠,٧	٣	٠,٧	٣	٤,٩٨	٢١
٢,٠٨٣	٥	١,٦٣	٣	٠,٧	٣	٠	٠	١,٢	٥	١,٤٢	٦
٥,٤١	١٣	٠	٠	٢,٨	١٢	٠,٣	١	٠	٠	٣,٠٨	١٣
٩,١٦	٢٢	٤,٣٧	٨	٢,٦	١١	٢,٦	١١	١,٤	٦	٧,١٢	٣٠
١,٢٥	٣	٠	٠	٠,٣	١	٠,٥	٢	٠	٠	٠,٧١	٣
٥,٨٣	١٤	١,٦٣	٣	٢,٦	١١	١,٢	٥	٠,٣	١	٤,٠٣	١٧
١٠٠	٢٤٠	١٠٠	١٨٣	٥٧,٧	٢٤٣	٣٠,٦	١٢٩	١١,٢	٤٧	١٠٠	٤٢١

جدول (٥) مضامين الصور الصحفية للمتن

## ٦- المساحة

عرضت المضامين التي تم تحليلها علي ١٠٩, ٧٧ صفحة ، من خلال عرض ٥٢٩ موضوعاً استخدم خلالها غالبية فنون العمل الصحفي كما في الجدول (٦). وهذه المساحة تشير إلي حجم الاهتمام بمجتمع رجال الأعمال، خاصة أنه تم إعطاء مساحة أكبر للموضوعات الإيجابية علي حساب السلبية، والتركز علي مطالب رجال الأعمال، دون النظر إلي الدور الذي يمكن أن يقدمه رجال الأعمال للمجتمع، فجميع القوانين التي صدرت كانت مطلباً لرجال الأعمال (قوانين حوافز الاستثمار، والبنوك، والضرائب)، والقرارات (تحرير سعر الصرف، وتخفيض الجمارك).

٢٠٠٦-٢٠٠٤		٢٠٠٣-٢٠٠٠		١٩٩٧-١٩٩١		الفترة
العدد	%	العدد	%	العدد	%	عدد الصفحات
٤٩,٣	٤٥,٢٢	٣٤,٧٧	٣٧,٩	٢١,٨	٢٠	الإجمالي
١٠٩		١٠٩		١٠٩		العينة

جدول (٦) فئة المساحة وفقاً للتحليل الزمني

شغلت مضامين الفترة الأولى نحو ٢١, ٨ صفحة والفترة الثانية ٣٧, ٩ صفحة والفترة الثالثة ٤٩, ٣ صفحة، وهو ما يعكس اتساع دائرة الاهتمام برجال الأعمال، وهذا الاتساع جاء نتيجة لرغبة النظام في توسيع هذه الدائرة وإعطاء دور أكبر لرجال الأعمال في الفترات الزمنية المتتالية، ففي الفترة الأولى كان فكر الحكومة متذبذباً بين مع أو ضد قيام رجال الأعمال بدور في الاقتصاد المصري، وانتهى هذا التذبذب في الفترة الزمنية الثانية بصدام وفتح ملفات رجال الأعمال أمام البنوك، وهو ما أدى إلي سجن بعضهم وهروب بعضهم وتعثر بعضهم ووصف بأنها حملة

شرسة ضد رجال الأعمال. وفي الفترة الثالثة انتهى الصدام بتزاوج بين السلطة ورجال الأعمال ومشاركتهم في صناعة القرار الاقتصادي من خلال دخولهم في الحكومة أو مجلس الشعب أو منظمات الأعمال أو غيرها من الأدوات التي تم عرضها في الباب الثاني؛ الفصل الثالث.

ففي بداية التسعينيات (الفترة الأولى) ضغطت الحكومة علي هيئة الاستثمار للحد من نشاط القطاع الخاص، ووضع قائمة سوداء تمنع القطاع الخاص من الدخول فيها ورفع المكون المحلي في بعض المنتجات ما بين ٦٠٪ إلى ٨٠٪.<sup>(١)</sup> ويحذر الدكتور عاطف عبيد وزير الدولة للشئون الإدارية من التحول السريع نحو الاقتصاد الحر (يشير إلي عدم وضوح رؤية الحكومة نحو التوجه لاقتصاديات السوق).<sup>(٢)</sup> وفي الوقت نفسه يقول: إن القطاع الخاص ليس بدعة، وأن قانون قطاع الأعمال جاء متأخراً ٢٦ عاماً، حيث صدرت التوصيات عن مؤتمر الإنتاج الأول عام ١٩٦٥، يطالب بتحرير القطاع العام.<sup>(٣)</sup> ورفض الوزراء المسئولون في قطاع العام التنازل عن سلطاتهم ونفوذهم علي الشركات والهيئات التابعة لوزاراتهم ومنهم المهندس محمد عبد الوهاب ووزير الصناعة والدكتور راغب دويدار وزير الصحة والمهندس سليمان متولي وزير النقل طبقاً للقانون الجديد.<sup>(٤)</sup>

وتحول عدم وضوح الرؤية نحو القطاع الخاص ورجال الأعمال إلي صدام مع رجال الأعمال خلال الفترة الثانية وقدم عدد كبير للمحاكمة، وكانت قضية نواب القروض هي أكبر قضية تشهدها مصر من حيث عدد المتهمين وطول فترة التقاضي، مما دفع بعض الكتاب إلي المطالبة بدور أكبر للدولة لوقف نزيف الأموال

(1) جريدة الوفد، ١٩ يوليو ١٩٩١ .

(2) جريدة الوفد، ٢١ يوليو ١٩٩١ .

(3) جريدة الأهرام، ١٢ يونيو ١٩٩١ .

(4) جريدة الوفد، ٢٨ يوليو ١٩٩١ .

## دولتہ رجال الأعمال

كما في أوروبا وأمريكا، دون تجاهل آليات السوق.<sup>(١)</sup> وهو ما دفع إلي ظهور اتجاه يطالب بوقف الحملة الشرسة المنظمة ضد رجال الأعمال والجهاز المصرفي.<sup>(٢)</sup> وقال بعضهم متي تنتهي الهجمة الشرسة علي رجال الأعمال من ملاحقات قانونية إلي تشهير بحياتهم الشخصية.<sup>(٣)</sup>

وانتهت في الفترة الثالثة بعد تعديل قانون البنوك وسن تشريعات في صالح رجال الأعمال ودخولهم الوزارة وبأعداد كبيرة في مجلس الشعب والحزب الوطني، واستخدام أموالهم في التبرع لانتخابات الحزب الوطني، وما ينظمه من مؤتمرات، ووصفت هذه المرحلة بأنها مؤشر علي نهاية للهجمة الشرسة التي واجهها القطاع الخاص خلال الأعوام الماضية منذ حكومة الجنزوري حتى نهاية حكومة عبيد، خاصة أن القطاع الخاص ظل فترة طويلة محبطاً بسبب تجاهل الحكومة للتقارير التي تصدر عن منظمات الأعمال.<sup>(٤)</sup> وهو مؤشر جيد ونوع من رد الاعتبار لأسوأ حقبة مرت علي رجال الأعمال خلال السنوات القليلة الماضية.<sup>(٥)</sup>

المساحة	عدد	%
الوفد	٥٢,٧٩	٤٨,٠٩
الأهرام	٥٦,٩٨	٥١,٩١
الإجمالي	١٠٩,٧٧	100

جدول (٧) فئة المساحة وفقاً للتحليل المقارن

- (١) محمود المراغي، قليل من الخيال يصلح الاقتصاد وشؤون المجتمع، جريدة الأهرام، ٤ يوليو ٢٠٠٢.
- (٢) وحيد عبد المجيد، جريدة الوفد، ٨ أغسطس ٢٠٠٠.
- (٣) الدكتور عبد المجيد العبد، جريدة الوفد، ٢٧ مايو ٢٠٠٣.
- (٤) المهندس حسن الشافعي عضو مجلس إدارة جمعية رجال الأعمال، جريدة الوفد، ٢٥ يوليو ٢٠٠٤.
- (٥) محمد الجندي رئيس المجلس السلعي للصناعات الهندسية، جريدة الوفد، ٢٥ يوليو ٢٠٠٤.

بلغ إجمالي المادة التي تم تحليلها في جريدة الوفد ما يقرب من ٥٣ صفحة، وفي الأهرام بلغ ما يقرب من ٥٧ صفحة كما يظهر في الجدول رقم (٧)، مما يشير إلى أن الأهرام أعطت مساحة أكبر للمضامين الصحفية الخاصة برجال الأعمال. أعطت الأهرام مساحة أكبر للمضامين الايجابية أو التي تتبناها الدولة، فمثلا نجد صفحات كاملة ومستمرة للترويج والإشادة باتفاقية (الكوزير) أو قانون الضرائب أو تخفيض الجمارك أو حكومة د.نظيف ودخول رجال الأعمال أو تعديل الدستور، في حين تعطي مساحات محدودة لحبس حسام أبو الفتوح أو التحفظ علي أموال مصطفى البلدي ولم تنشر شيئاً عن هروب رامي لكح أو مصطفى البلدي، في الوقت التي أعطت مساحة لحبس أحمد الريان ونواب القروض، وذلك لأنه يتفق مع توجهات الدولة، أما الوفد فقد أعطت مساحات أكبر للمضامين السلبية، وانتقد القرارات والقوانين التي تصدر عن الدولة بما يتفق مع سياسة حزب الوفد. ولكن مقارنة بعدد صفحات كل جريدة نجد أن جريدة الوفد هي التي أعطت مساحة أكبر لقضايا وأحداث رجال الأعمال ففي الوقت الذي يصل متوسط عدد صفحات جريدة الأهرام خلال فترة الدراسة ٣٤ صفحة نجد أن جريدة الوفد ١٦ صفحة فقط .

### استخلاصات

أولاً: التحليل العام للصورة النمطية لرجال الأعمال

\* اهتمام كبير برجال الأعمال من أحداث وقضايا اقتصادية، بل وزيادة المساحة المخصصة لهم (الصفحات الاقتصادية)، وهو ما يتماشى مع التوجه العام للدولة التي تتبني قضايا رجال الأعمال وتساندهم وتبني لهم الظروف لزيادة ثروتهم سواء عن طريق سن القوانين أو صدور القرارات. ويظهر ذلك واضحاً من خلال الفئات الشكلىة كالتالي:

\* احتل الخبر المركز الأول بنسبة ٢٦,٥٪ في حين أن التقرير والرأي والعمود ٤٥٪ مما يشير إلى التدخل الذاتي للقائم بالاتصال في المضامين المقدمة عن رجال الأعمال.

\* لم تقتصر المضامين علي الصفحات المتخصصة فقط بل نشرت في مختلف الصفحات ، وتركزت في وسط وأعلي يسار وأعلي يمين الصفحة بنسبة ٨١٪ ، ما يعكس اهتمام الصحف محل الدراسة برجال الأعمال، وهو ما دفعهم إلي زيادة المساحة المخصصة للصفحات الاقتصادية بحيث ارتفعت من نصف صفحة في الأهرام في بداية التسعينيات إلي صفحتين نهاية فترة الدراسة، والوفد من نصف صفحة أسبوعية إلي صفحة يومية. بما يتماشى مع الإصلاحات الاقتصادية التي تبنتها الدولة .

\* استخدمت عناصر الإبراز المختلفة لزيادة الاهتمام بالمضامين المنشورة سواء خاصة العناوين الرئيسية بنسبة ١٩,٥٪ التي تجذب انتباه القارئ والصورة الشخصية بنسبة ٣٥,٧٪ والتي تجذب اهتمام رجال الأعمال إما لشراء مزيد من الصحيفة، وإما للإعلان فيها. خاصة أن استخدام الصور بلغ نحو ١,١ صورة في الموضوع، حيث بلغت نسبتها ٤٥,١١٠ من إجمالي العينة ٥٢٩ موضوعاً، جاء استخدام الصورة الشخصية في المرتبة الأولى بنسبة ٨٠٪، ويليهما الصورة الموضوعية ٢٧٪. ويدعم هذه النتيجة هو أن استخدام صور رجل الأعمال الشخصية جاء في المركز الأول بنسبة ٣١,٨٪، وتليها صور المسئول الحالي ٢١,٦٪، وصور الخبر الاقتصادي وأساتذة الاقتصاد ١٢٪، مما يشير إلي أن الصحف تهتم بنشر صور رجال الأعمال بشكل يتفوق علي صور المسئولين، مما يشير إلي حجم الاهتمام التي يلقاها رجال الأعمال من الصحف.

\* عرضت المضامين التي تم تحليلها علي ١٠٩,٧٧ صفحة ، من خلال عرض

٥٢٩ موضوعاً استخدم خلالها غالبية فنون العمل الصحفي . وقد تم إعطاء مساحة أكبر للموضوعات الإيجابية علي حساب السلبية، والتركز علي مطالب رجال الأعمال، دون النظر إلي الدور الذي يمكن أن يقدمه رجال الأعمال للمجتمع، فجميع القوانين التي صدرت كانت مطلباً لرجال الأعمال (قوانين حوافز الاستثمار، والبنوك، والضرائب)، والقرارات (تحرير سعر الصرف، وتخفيض الجمارك).

ثانياً: التحليل الزمني لصورة رجال الأعمال

\* - تزايد الاهتمام بالمضامين الصحفية الخاصة برجل الأعمال، وعناصر إبرازها، وانعكاس أيديولوجية الدولة وتطور اهتمامها برجال الأعمال علي الفئات الشكلية لصورة رجال الأعمال كالتالي:

\* فقد ارتفع إجمالي المضامين التي تناولت رجال الأعمال من ٢٠٪ خلال الفترة الأولى (١٩٩١ - ١٩٩٧) إلي ٣٥,٥٪ خلال الفترة الثانية (٢٠٠٠ - ٢٠٠٣) إلي ٤٤,٥٪ خلال الفترة الثالثة (٢٠٠٤ - ٢٠٠٦) وشغل الخبر المركز الأول في القوالب الصحفية التي قدم من خلالها المضمون الصحفي خلال الفترتين الأولى والثانية بنسبة ٦,٧٪ بعدد تكرارات ٣٥ تكراراً و ٧,١٠٪ بعدد تكرارات ٥٧ تكراراً علي التوالي، في حين جاء التقرير في المركز الأول في الفترة الثالثة بنسبة ٧,١٠٪ بعدد تكرارات ٥٧ تكراراً، وهو ما يشير إلي التدخل الذاتي من قبل القائم بالاتصال في المضامين الخاصة برجال الأعمال في الفترة الزمنية الثالثة.

\* يلاحظ ندرة المضامين الصحفية المتعلقة برجال الأعمال في بداية التسعينيات (الفترة الأولى) نتيجة لاهتمام الصحف بالأوضاع الخارجية (أزمة الخليج واحتلال الكويت)، في حين شهدت تزايداً للمضامين الصحفية المتعلقة برجال الأعمال خلال الفترتين التاليتين، بما يتماشى مع أيديولوجية الدولة التي تركت الفكر

الاشتراكي وتبنت الفكر الرأسمالي، اهتمامها برجال الأعمال باعتبارهم أداة لهذه الأيديولوجية. ويظهر ذلك واضحاً في تزايد مواقع القوالب علي الصحفية المستخدمة ، حيث ارتفع من ١٠٦ تكرارات بنسبة ٢٠٪، خلال الفترة الزمنية الأولى إلي ١٨٨ تكراراً بنسبة ٣٥٪، خلال الفترة الزمنية الثانية إلي ٢٣٥ تكراراً بنسبة ٤٤٪، خلال الفترات الزمنية الثلاث.

ويؤكد هذه النتيجة هو عدم اهتمام الصحف محل الدراسة بنشر صورة رجل الأعمال الشخصية في الفترة الزمنية الأولى (١٩٩١-١٩٩٧) حيث جاءت صور رجل الأعمال الشخصية في المرتبة الثانية متساوية مع عضو البرلمان بنسبة ٤، ١٪. ويتكرر ٦ تكرارات في حين جاءت في المركز الأول صور المسئولين بنسبة ٥، ٤٪. وبعدها تكرارات ١٩٪، في حين احتلت صور رجال الأعمال الشخصية المركز الأول خلال الفترة الزمنية الثانية بنسبة ٥، ١٠٪. وبعدها تكرارات ٤٤ تكراراً، وخلال الفترة الزمنية الثالثة بنسبة ٥، ١٩٪. بعدد تكرارات ٨٢ تكراراً، وتراجع نصيب المسئول الحالي إلي المركز الثالث في الفترة الزمنية الثانية بنسبة ٣، ٤٪. وبعدها تكرارات ١٨ تكراراً.

\* هناك تزايد في الاهتمام برجال الأعمال من خلال فئة المساحة، حيث شغلت المضامين في الفترة الأولى نحو ٨، ٢١ صفحة والفترة الثانية ٩، ٣٧ صفحة والفترة الثالثة ٣، ٤٩ صفحة، وهو ما يعكس اتساع دائرة الاهتمام برجال الأعمال.

### ثالثاً: التحليل المقارن لصورة رجال الأعمال

\* يعد القائم بالاتصال في جريدة الوفد أقل تدخلاً في المضامين، حيث جاء الخبر الصحفي في المرتبة الأولى من القوالب الصحفية بنسبة ٥، ٣٢٪، في حين أن التقرير جاء في المرتبة الأولى بنسبة ٧، ٢٥٪.

\* استخدمت الأهرام جميع القوالب ونمط الملكية علي الصحيفتين ، حيث نجد

الأهرام تركز علي القضايا التي تخدم توجهات الحزب الحاكم والدولة وتبرز هذه القضايا بمختلف القوالب الصحفية وعناصر الإبراز، ونجد جريدة الوفد تهتم بإبراز القضايا التي تخدم توجهات الحزب، وتتقد كل توجهات الحزب الوطني.

\* عدم استخدام الكاريكاتير في الأحداث السلبية الخاصة برجال الأعمال

\* قلة اعتماد الوفد علي الأحاديث الصحفية، وقد يرجع ذلك إلي أنها جريدة معارضة ويخشى المسئولون من إجراء الحوارات الصحفية داخلها، لهذا ندرت الحوارات الصحفية مع المسئولين.

\* تأثير سياسة التحرير وتوجهاتها ونمط الملكية علي القوالب الصحفية في اختيار القوالب الصحفية في الصحيفتين فالوفد لم تهتم بالمقال الافتتاحي إلا في الأحداث المتعلقة بالحياة السياسية أو الخارجية ، والأهرام استخدمت المقال الافتتاحي في عرض توجهات الدولة ، والحزب الحاكم. وظهر هذا اختيار الموضوعات التي تنشر في الصفحة الأولى، حيث اهتمت الأهرام بالأخبار الرسمية والخارجية ورتاسة الجمهورية ومجلس الوزراء حتى العادية والمستهلكة منها، واهتمت الوفد بالقضايا السياسية وقضايا الفساد والتركيز علي الجوانب السلبية أكثر من الإيجابية. كما كان للسياسة التحريرية انعكاس علي إبراز المضامين الصحفية ، فتوجهات السياسية التحريرية للأهرام لها تأثير كبير علي إبراز المضامين التي تتبناها الدولة فقد استخدمت الأهرام جميع عناصر الإبراز من أجل اتفاقية(الكويز) وخصصت صفحات كاملة تتناول آراء مؤيدة للاتفاقية وأهملت الآراء في الوقت الذي أثرت توجهات حزب الوفد علي الصحيفة فلم تنشر غير خبر في الصفحة الأولى وقامت بنقد الاتفاقية قبل توقيعها، وعرضت الآراء المعارضة للاتفاقية.

\* - ظهور الصفحات الإعلانية في شكل تحرير سواء في قطاعات العقارات أو البنوك أو غيرها، وهي تعتبر صفحات إعلانية في شكل تحرير، وتعتبر مظهراً من

مظاهر الخلل في الصحافة حالياً، حيث يتم الخلط بين التحرير والإعلان، كما أنه مخالف لميثاق الشرف الصحفي. وهذا الخلل يظهر بوضوح في الأهرام، ونادراً ما يكون موجوداً في جريدة الوفد. مما يعكس عاملاً آخر يؤثر على العرض المتوازن المضامين الصحفية وهو الإعلان.

\* يعكس هذا التحليل مدى اهتمام الصحف برجال الأعمال من حيث عناصر الإبراز في الصحيفة، واستخدام الصور الشخصية، والأماكن البارزة في الصفحة. وزيادة المساحات التي تغطي قضايا رجال الأعمال ودفع الاتجاه الرسمي «الحكومي» بالاهتمام برجال الأعمال إلى ظهور صحف متخصصة في الاقتصاد مثل: عالم اليوم والمال، وعالم المال والاقتصادية، والبورصة، وغيرها من الصحف التي تهتم برجال الأعمال.

