تغطية الصحافة المتخصصة لتضخم الأسعار فى مصر

دراسة تحليلية "لمجلة البوصلة الإقتصادية"

د/ سحر عبد المنعم الخولى
مدرس بقسم التسويق والأعمال الدولية
بكلية الإدارة والتكنولوجيا
بالأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحرى

الملخص باللغة العربية:

موضوع البحث: تغطية الصحافة المتخصصة لتضخم الأسعار فى مصر "دراسة تحليلية "لمجلة البوصلة الإقتصادية"

مقدمة: ومنذ قيام ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١ بدأت الصحف تتناول القضايا المختلفة بأسلوب مختلف عما كان قبل الثورة، وإنتشرت الصحف المصرية التى عالجت بعض القضايا الإقتصادية، وأخذ الإهتمام بالشئون الإقتصادية يحتل مكاناً واسعاً فى الصحف المصرية، ويعتبر التضخم واحد من أهم المشاكل الإقتصادية التي تواجه الكثير من دول العالم المتقدمة منها والنامية على حد السواء، وذلك نظراً للآثار السلبية الكبيرة التي تخلفها هذه الظاهرة على الإقتصاد بشكل عام.

مشكلة البحث: تتجسد مشكلة الدراسة في محاولة التعرف علي معالجة الصحافة المصرية المتخصصة لمشكلة إرتفاع وتضخم الأسعار، ورصد هذه المشكلة من خلال تحليل مضمون الصحف المصرية المتخصصة فى الإقتصاد لمشكلة تضخم الأسعار ومساسها بحياة المواطن اليومية.

أهمية البحث: إن المصداقية في نشر البيانات الإقتصادية بطريقة صحيحة هو الأساس لمعرفة مدى تمتع الصحف بالديموقراطية وقدرتها علي تحقيق التفاعل بين المواطن المصري وحياته الإقتصادية، وهنا يأتي أهمية الدراسة في تحليل مضمون الصحف المصرية المتخصصة التى تناولت موضوع التضخم.

أهداف البحث: تهدف الدراسة إلى الكشف عن حجم ونوع التغطية الصحفية ومقدار المعالجة فى متابعة موضوع إرتفاع وتضخم الأسعار من خلال رصد التغطية الصحفية المتخصصة لأزمة إرتفاع وتضخم الأسعار في عام٢٠١٧/٢٠١٨، تحليل تغطية الصحف المتخصصة لأزمة إرتفاع وتضخم الأسعار ومدى مطابقتها للتقنيات الصحفية في الصياغة وقدرتها على إيصال المعلومات المعقدة في سياق يمكن فهمه، تحليل تغطية الصحف المتخصصة لأزمة إرتفاع وتضخم الأسعار ومعرفة مدى دقة المعلومات المذكورة وإعتمادها على مصادر متخصصة في الوصول للمعلومات الإقتصادية، رصد وتحليل أنواع المصادر المستخدمة

–أولية أو ثانوية– في تغطية الصحف المتخصصة لأزمة تضخم الأسعار.

تساؤلات البحث: تهدف الدراسة إلى الإجابة على التساؤلات التالية:

١– ما هو مضمون المادة الإعلامية التى تضمنتموضوع تضخم وإرتفاع الأسعار فى الصحف المتخصصة فى مصر؟

٢– ما هى الأهداف التى تتبعها الصحف المتخصصةالمصرية فى نشر موضوع تضخم الأسعار؟

٣– ما هو نوع المادة الإعلامية المعالجة لموضوع تضخم الأسعار فى الصحف المتخصصة المصرية؟

٤– ما هى مصادر المعلومات فى تغطية الصحف المتخصصة المصرية لموضوع تضخم الأسعار؟

النظريات الموجهة للبحث: تعتمد الدراسة على نظرية ترتيب الأولويات، وحارس البوابة الإعلامية، ذلك أن وسائل الإعلام تشكل مصدر رئيسى من مصادر المعلومات،حيث تختزن ذاكرة الإنسان القضايا والأحداث التى تمر بها وتتأثر هذه المعلومات بالشخص الذى رواها.

نوع البحث: ينتمى البحث إلى الأبحاث الوصفية التى تهدف إلى إكتشاف الوقائع ووصف الظواهر وصفاً دقيقاً وتحديد خصائصها كيفياً وكمياً والتنبؤ بما ستكون عليه مستقبلاً، وإعتمدت الدراسة أسلوب تحليل المضمون، الذى يهدف إلى الحصول على معلومات دقيقة عن الواقع المستهدف دراسته، وقد إستخدم تحليل المضمون للوصف الموضوعى المنظم الكمى للمحتوى الظاهر للإتصال.

منهج البحث وعينته: إستخدم البحث منهج المسح الذى يستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة بعد جمع البيانات عنها وذلك لتبرير الأوضاع أو الممارسات الراهنة، والإعتماد على أسلوب تحليل المضمون، والذى يفسر الكيفية التى تعاملت بها الصحف المتخصصة (مجلة البوصلة الإقتصادية) مع مشكلة تضخم الأسعار، وذلك بإختيار عينة من التغطية الصحفية للمجلة على مدى (١٢ شهر) تضمنت (١٢ عدد) من (مايو ٢٠١٧

وحتى إبريل ٢٠١٨) نظراً لأنها مجلة شهرية، وهى الفترة التى خصصت للبحث فيما يتعلق بمشكلة زيادة الأسعار فى مصر من خلال تحليل (إثنى عشر عدداً) من الصحيفة وهى عينة الدراسة.

الخلاصة: إن للصحافة المتخصصة دور هام لمتابعة كل فروع العلم عموماً والتطورات الإقتصادية خصوصاً، فالأزمات الإقتصادية لها من الأسباب والمؤشرات ما يستدعي الدراسة والفحص الدقيق، وذلك هو دور الصحافة المتخصصة، أن تقف على أسباب الظاهرة وتفسرها بشكل علمي وفي قالب صحفي يستطيع القارئ التفاعل معه وإدراكه، ولذلك يجب على الصحف المتخصصة أن تدرك كيفية صياغة المعلومات بطريقة جذابة وبسيطة تسهل على المتخصص الوصول إلى المعلومات التي يحتاجها بسرعة.

Abstract:

Research topic:

Specialized Press Coverage of Price Inflation in Egypt, "An Analytical Study" of the Economic Compass Magazine.

Introduction:

Since the revolution of January 25, 2011, the newspapers began to deal with different issues in a different way than before the revolution. The Egyptian newspapers, which dealt with some economic issues, were published. The interest in economic affairs occupied a large place in the Egyptian newspapers. Inflation is one of the most important economic problems facing many forms of the developed world and developing countries alike, in view of the significant negative effects that this phenomenon has on the economy in general.

The Problem of Research:

The problem of the study is reflected in the attempt to identify the treatment of the Egyptian specialized press to the problem of price increase and inflation, and to monitor this problem by analyzing the content of the Egyptian newspapers specialized in the economy to the problem of price inflation and its impact on the daily lives of citizens.

The importance of research:

The credibility in publishing the economic data correctly is the basis for the extent of the newspapers that enjoy democracy and its ability to achieve interaction between the Egyptian citizen and his economic life, and here comes the importance of study in analyzing the content of the Egyptian newspapers specialized in dealing with the subject of inflation.

The Research Targets:

The study aims to reveal the size and type of press coverage and the amount of treatment in the follow-up of the issue of price increase and inflation by monitoring the specialized press coverage of the crisis of price rise and inflation in 2017/2018, an analysis of specialized newspapers coverage of the crisis of price increase and inflation and their compatibility with drafting techniques and their ability to get accurate information mentioned and its reliance on specialized sources of access to economic information, also monitoring and analysis of the types of sources used whether primary or secondary - Specialized newspapers cover the crisis of price inflation.

Research Questions:

This study aims to answer the following questions:

1. What is the content of the media article which included the

subject of inflation and high prices in specialized newspapers in Egypt?

2. What are the objectives of the Egyptian specialized newspapers in publishing the issue of price inflation?

3. What is the type of media item dealing with inflation in Egyptian specialized newspapers?

4. What are the sources of information in the coverage of the Egyptian specialized newspapers on the topic of price inflation?

Research theories:

This study is based on the prioritization theory and the media gatekeeper. The media is a major source of information. It retains human memory, the issues and events in which the information is transmitted by the person that told them.

Type of Research:

This research belongs to descriptive research that aimed at finding facts and describing phenomena accurately and quantifying and predicting what will be in the future. The study adopted a method of content analysis, which aims to obtain accurate information about the target, The quantitative description of the content of the communication.

Research Methodology and its sample:

The research used a survey methodology that aimed at recording, analyzing and interpreting the phenomenon after collecting the data in order to justify the current conditions or practices and relying on the method of content analysis, which explains how the specialized newspapers dealt with the problem of price inflation. (12 months) from May 2017 to April 2018, as it is a monthly magazine, which is devoted to the research on the problem of price increase in Egypt through the analysis of (Twelve issues) Of the newspaper, a sample study.

In Brief:

The specialized press has an important role to follow all branches of science in general and economic developments in particular. Economic crises have reasons and indicators that require careful study and examination. This is the role of the specialized press. It is based on the causes of the phenomenon and its interpretation in a scientific way. And specialized newspapers must understand how to structure information in an attractive and simple way that makes it easier for a specialist to access the information he needs quickly.

- مقدمـــــة:

يمثل الإعلام عبر مختلف وسائله وسيلة هامة وأساسية لا يمكن الإستغناء عنها وتهميش دور الإعلام فى المجتمعات المتقدمة والنامية، ومع التقدم الهائل لوسائل الإعلام ومنها المطبوعات والتى منها الصحف زادت الوسائل المختلفة لوسائل الإعلام والمطبوعات بوجه خاص وهذا لتلبية رغبات وإحتياجات مختلف أفراد المجتمع، وتعتبر الصحافة من أقدم وسائل الإعلام الجماهيرى حيث تسمح للقارىء الإطلاع عليها أكثر من مرة وفى أى وقت يتناسب معه، ومنذ قيام ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١ بدأت الصحف تتناول القضايا المختلفة بأسلوب مختلف عما كان قبل الثورة، وإنتشرت الصحف المصرية التى عالجت بعض القضايا الإقتصادية.

وقد أخذ الإهتمام بالشئون الإقتصادية يحتل مكاناً واسعاً فى الصحف المصرية، مع بداية نشأة الصحافة فى مصر وسرعان ما تطور هذا الإهتمام من معالجة الشئون الإقتصادية ضمن قسم المحليات إلى إنشاء أقسام إقتصادية، ومن ثم تخصيص صفحات قليلة للإقتصاد إلى إصدار ملاحق إقتصادية يومية وبشكل مستمر حول جميع الأحداث الإقتصادية التى يمر بها الإقتصاد المصرى.

ويعتبر التضخم واحد من أهم المشاكل الإقتصادية التي تواجه الكثير من دول العالم المتقدمة منها والنامية على حد السواء، وذلك نظراً للآثار السلبية الكبيرة التي تخلفها هذه الظاهرة على الإقتصاد بشكل عام، ومن ثم فإن علاج التضخم أو التخفيف من حدته يعتبر أحد الأهداف الرئيسية التي تسعى الدول إلى تحقيقها، بالرغم من أن للتضخم مؤشر واحد يعبر عن الإرتفاع المستمر للأسعار، إلا أن هناك جدلاً كبيراً بين الإقتصاديين حول أسباب هذه الظاهرة، وآثارها وأفضل السياسات التي يتعين إتباعها للقضاء عليها.

- مشكلة الدراسة:

تتجسد مشكلة الدراسة في محاولة التعرف علي معالجة الصحافة المصرية المتخصصة لمشكلة إرتفاع وتضخم الأسعار، ورصد هذه المشكلة من خلال تحليل مضمون الصحف المصرية المتخصصة فى الإقتصاد لمشكلة تضخم الأسعار ومساسها بحياة المواطن اليومية.

- أهمية البحث:

إن وجود صحافة ذات مصداقية عالية من شأنه زيادة وجذب عدد أكبر من القراء وزيادة إقبال المواطنين عليها وخاصة بعد زيادة درجة المنافسة بين الصحافة المحلية والأجنبية.

ويرجع سبب إهتمام الصحف بمشكلة تضخم الأسعار إلى ما حدث مؤخراً من إرتفاع سعر النفط علي مستوي العالم، وما صاحبه من إرتفاع حاد في أسعار السلع وبالتالي إرتفاع معدلات التضخم، وظهور صفحات إقتصادية متخصصة لمناقشة هذه المشكلة و نشر أسبابها والحلول المقترحة.

إن المصداقية في نشر البيانات الإقتصادية بطريقة صحيحة هو الأساس لمعرفة مدى تمتع الصحف بالديموقراطية وقدرتها علي تحقيق التفاعل بين المواطن المصري وحياته الإقتصادية، وهنا يأتي أهمية الدراسة في تحليل مضمون الصحف المصرية المتخصصة التى تناولت موضوع التضخم.

-أهداف البحث:

تهدف الدراسة إلى الكشف عن حجم ونوع التغطية الصحفية ومقدار المعالجة فى متابعة موضوع إرتفاع وتضخم الأسعار من خلال:

١- رصد التغطية الصحفية المتخصصة لأزمة إرتفاع وتضخم الأسعار في عام٢٠١٧/٢٠١٨.

٢- تحليل تغطية الصحف المتخصصة لأزمة إرتفاع وتضخم الأسعار ومدى مطابقتها للتقنيات الصحفية في الصياغة وقدرتها على إيصال المعلومات المعقدة في سياق يمكن فهمه.

٣- تحليل تغطية الصحف المتخصصة لأزمة إرتفاع وتضخم الأسعار ومعرفة مدى دقة المعلومات المذكورة وإعتمادها على مصادر متخصصة في الوصول للمعلومات الإقتصادية.

٤- رصد وتحليل أنواع المصادر المستخدمة –أولية أو ثانوية– في تغطية الصحف المتخصصة لأزمة تضخم الأسعار.

- تساؤلات البحث:

١- ما هو مضمون المادة الإعلامية التى تضمنتموضوع تضخم وإرتفاع الأسعار فى الصحف المتخصصة فى مصر؟

٢- ما هى الأهداف التى تتبعها الصحف المتخصصةالمصرية فى نشر موضوع تضخم الأسعار؟

٣- ما هو نوع المادة الإعلامية المعالجة لموضوع تضخم الأسعار فى الصحف المتخصصة المصرية؟

٤- ما هى مصادر المعلومات فى تغطية الصحف المتخصصة المصرية لموضوع تضخم الأسعار؟

- الإطار النظرى والمنهجى للدراسة:

- النظريات الموجهة للبحث:

تعتمد هذه الدراسة على نظرية ترتيب الأولويات، وحارس البوابة الإعلامية، ذلك أن وسائل الإعلام تشكل مصدر رئيسى من مصادر المعلومات،حيث تختزن ذاكرة الإنسان القضايا والأحداث التى تمر بها وتتأثر هذه المعلومات بالشخص الذى رواها.

وتركز وسائل الإعلام على قضايا وتتجاهل أخرى مختلفة، وبذلك تسهم وسائل الإعلام فى تحديد أولويات المجتمع ولهذا يمكن القول بأن أولويات الصحافة هى أولويات المجتمع، وتعتبر نظرية ترتيب الأجندة من النظريات الهامة التى يقوم بواسطتها حارس البوابة الإعلامية فى التأثير على أجندة الصحافة فى محاولة لتشكيل الرأى العام، ومن ذلك على سبيل المثال طريقة معالجة القصص الإخبارية .

إن التعريف البسيط للأجندة "أنها قائمة بأهم العناوين، أو قائمة بالعناوين الرئيسية التى تقرها جهة ما وتكون مرتبة حسب الأولويات وما هو خارج الأجندة لا يخضع للمناقشة"[١].

وهناك ثلاثة عوامل تؤثر على بعضها البعض[٢]:

* الأجنده الإعلامية.
* الأجنده العامة.
* أجندة السياسات العامة.

وتمثل أجندة السياسات العامة الأكثر تأثيراً فى الأجندتين، حيث أن ما يصلنا من معلومات ومن مصادر مختلفة عبر قنوات مختلفة كل منها يمارس نوعاً من التأثير على المعلومات قبل وصولها إلينا.

➢ نظرية حارس البوابة الإعلامية:

يعد مفهوم حراسة البوابة الإعلامية من أقدم الأفكار النظرية التى عمل الباحثون الإعلاميون على دراستها وتبين أهميتها بالنسبة للعملية الإعلامية، ولا يخضع حارس البوابة فى البنية الإعلامية العربية لقواعد عمل أو قواعد تنظيمية أو متطلبات مهنية كالفعالية ومتطلبات الزمان والمكان، وجودة الإنتاج، والمصداقية، والشفافية، وتنحصر مهمته فى عملية الفلترة والإشراف، كما أن المنتج الإعلامى المعلوماتى لا يحتاج إلى عمليات فلترة لأنه يهبط من قمم السلطة السياسية[٣].

وليس هناك إعلام حر أو مستقل بالمطلق، فكل أجهزة الإعلام فى العالم تخضع لنظم رقابية تمارس أشكالاً من التدقيق والإصطفاء والحجب على مضمون الرسائل، ويشير مصطلح حراس البوابة الاعلامية إلى كافة الإعلاميين الذين يعملون فى إختيار المعلومات والتحكم فى مرورها عبر سلسة الإعلام وإتخاذ القرارات المناسبة بشأنها قبل السماح بخروجها فى شكلها النهائى إلى الجمهور[٤].

ويتلخص دور حارس البوابة فى عملية إنسياب المعلومات إلى الجمهور بأمرين:

– الإعتبارات الشخصية لحارس البوابة فى منع أو ادخال ما يشاء من مواد إعلامية، ويقصد منها إحداث تغيير بالجمهور المستهدف.

– إن الحارس وبقراره السماح لمواد إعلامية بالمرور فإنه يكون بذلك قد حرم الجمهور من مواد أخرى.

– إن وسائل الاعلام قد تلجأ إلى حجب الحقيقة أو المواد الإعلامية لأسباب خاصة بالمجتمع وبنيانه وأسباب تتعلق بسياسة الوسيلة الإعلامية[٥].

➢ نظرية ترتيب الأجندة:

هناك علاقة بين نظرية حارس البوابة ونظرية ترتيب الأجندة، بإعتبار أن حارس البوابة هو الذى يمرر المعلومات للمتلقين ويحدد أحياناً أجندتهم، وهى تهتم بدراسة العلاقات التبادلية بين وسائل الإعلام والجماهير التى تتعرض لتلك الوسائل فى تحديد أولويات القضايا السياسية والإقتصادية والإجتماعية التى تهم المجتمع، وتفترض هذه النظرية أن

وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات والقضايا التى تقع فى المجتمع، وإنما يختار القائمون على هذه الوسائل (حراس البوابه) بعض المعلومات التى يتم التركيز عليها بشدة والتحكم فى طبيعتها ومحتواها(٦).

- نوع الدراسة:

ينتمى البحث إلى الأبحاث الوصفية التى تهدف إلى إكتشاف الوقائع ووصف الظواهر وصفاً دقيقاً وتحديد خصائصها كيفياً وكمياً والتنبؤ بما ستكون عليه مستقبلاً، وإعتمدت الدراسة أسلوب تحليل المضمون، الذى يهدف إلى الحصول على معلومات دقيقة عن الواقع المستهدف دراسته، وقد إستخدم تحليل المضمون للوصف الموضوعى المنظم الكمى للمحتوى الظاهر للإتصال، ويعتبر من أكثر الأدوات إسنخداماً فى الدراسات الإعلامية.

- منهج الدراسة:

إستخدم البحث منهج المسح الذى يستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة بعد جمع البيانات عنها وذلك لتبرير الأوضاع أو الممارسات الراهنة، والإعتماد على أسلوب تحليل المضمون، والذى يفسر الكيفية التى تعاملت بها الصحف المتخصصة (مجلة البوصلة الإقتصادية) مع مشكلة تضخم الأسعار، وذلك بإختيار عينة من التغطية الصحفية للمجلة على مدى (١٢ شهر) تضمنت (١٢ عدد) من (مايو ٢٠١٧ وحتى إبريل ٢٠١٨) نظراً لأنها مجلة شهرية، وهى الفترة التى خصصت للبحث فيما يتعلق بمشكلة زيادة الأسعار فى مصر من خلال تحليل (إثنى عشر عدداً) من الصحيفة وهى عينة الدراسة.

- مجتمع الدراسة وعينته:

يتمثل مجتمع الدراسة فى (١٢ عدد) من مجلة البوصلة الإقتصادية (الشهرية)، أى تحليل عدد المجلة الصادر شهرياً على مدى عام، وهو ما يوازى ١٠٠% من إجمالى أعداد المجلة الصادرة لمدة عام، وإعتمدت الدراسة على أسلوب المسح بالعينة لعناصر مجتمع الدراسة، وقد صممت العينة المأخوذة من مجلة البوصلة المصرية والتى تمثلت فى الفترة (من مايو ٢٠١٧ إلى إبريل ٢٠١٨) .

وتم إختيار عينة قصدية من أعداد الصحف وكان الأسلوب المتبع (١٢ شهر)، نظراً لصدور عدد واحد كل شهر بحيث يصبح المجموع (١٢ عدد) على مدى سنة.

- أداة الدراسة:

من أجل تحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلات البحث، تم إستخدام أداة تحليل المضمون بشقيها الكمى والكيفى من خلال إستمارة تحليل تم تصميمها للإجابة على أسئلة البحث، من خلال تحديد درجة تكرار فئات التحليل كمياً، وذلك لتحليل تناول المجلة لموضوع الدراسة، وتصنيف الخصائص الأساسية لمعالجة موضوع تضخم الأسعار فى الصحف المتخصصة فى مصر، والتعرف على نوعية المصادر التى تم الإعتماد عليها والتى تتناول موضوع تضخم الأسعار.

وحدة التحليل:

تم الإعتماد على وحدة تحليل (الوحدة الطبيعية **Item**) للمادة الإعلامية، والتى تعرف على أنها "الوحدة التى يستخدمها منتج المادة الإعلامية لتقديمها لجمهور القراء أو المستميعين أو المشاهدين[٧].

فئات التحليل:

تعرف بأنها: "مجموعة من التصنيفات التى يقوم البحث بإعدادها طبقاً لنوعية المضمون ومحتواه، وهدف التحليل لكى يستخدمها فى وصف هذا المضمون وتصنيفه بأعلى نسبة ممكنة من الموضوعية والشمول، بما يتيح إمكانية التحليل وإستخراج النتائج بأسلوب سهل وميسور[٨].

وتمثلت هذه الفئات فى مجال البحث فى:

أولاً: المضامين الإعلامية المتعلقة بتضخم الأسعار:

والتى تناولت إرتفاع أسعار المواد الأولية الضرورية والتى تمس حياة المواطن المصرى، وخاصة المواطن المنتمى للطبقة المتوسطة من المواطنين ذوى الدخل المحدود.

ثانياً: الأهداف التى تتبعها الصحيفة فى النشر:

١- إخبارى: إعلام المواطنين بالزيادة فى أسعار المواد الأولية، من خلال تناول الصحيفة لأخبار زيادة المواد الأولية.

٢- تحليلى: تحليل أسباب زيادة المواد الأولية من خلال دراسات تحليلية علمية تستند إلى متخصصين فى الإقتصاد لتبرير هذه الزيادات فى الأسعار.

٣- إرشادى: تقديم النصح للمواطنين حول كيفية التعامل مع حالة زيادة الأسعار وفق إرشادات تقدمها الصحيفة للحفاظ على مستوى معيشى مناسب للمواطن.

ثالثاً: نوع المادة الإعلامية:

الخبر الصحفى: ويعرف بأنه: "تقرير يصف فى دقة وموضوعية حادثة أو واقعة أو فكرة صحيحة تمس مصالح أكبر عدد من القراء وتثير إهتمامهم بقدر ما تساهم فى تنمية المجتمع وترقيته"(٩).

التقرير الإخبارى: ويعرف بأنه: " الفن التحريرى الذى يقدم فى شكل موضوعى ومتوازن مجموعة من الوقائع والمعلومات حول حدث أو قضية أو شخصية من الشخصيات أو أكثر من عنصر من هذه العناصر مع وجود واقع إخبارى"(١٠).

القصة الإخبارية: وتعرف على أنها: "تقارير آنية للأحداث المهمة، تحتوى على تفاصيل الخبر وجوانبه وتجيب على التساؤلات الرئيسية، وذلك فى أكثر من فقرتين، وهى قالب فنى لصياغة الخبر مثل قالب السرد أو قالب الحديث المنقول متبعاً شكل الهرم المقلوب، بأن تأتى الفكرة الرئيسية فى المقدمة ثم تأتى التفاصيل فى الجسم"(١١).

الحديث الصحفى: يعرف بأنه: "فن التحاور أو الإكتفاء بمصدر من المصادر بهدف الحصول على معلومات جديدة وواقعية، أو بهدف معرفة وجهات النظر أو الآراء حول هذه الواقعة، أو بهدف إلقاء الضوء على شخصية معينة"(١٢).

المقال: يعرف على أنه: "قطعة من النثر يتحدث بها الكاتب بنفسه ويحكى بها تجربة مارسها أو حادثة وقعت له أو خاطراً خطر له فى موضوع من الموضوعات"(١٣).

رابعاً: مصدر المعلومة:

وهم الفئة التى تنسب إليها الأقوال والتصريحات فى مادة المضمون، ويكونوا على قدر من الثقة فيما يسوقونه من معلومات أو تصريحات أو بيانات.

ومصادر المادة الإعلامية فى البحث تمثلت فى:

مندوب الصحيفة: وهو الشخص الذى توفده الصحيفة ليمثلها فى تغطية الأخبار.

وكالات الأنباء: وهى التى تقوم بجمع الأخبار ونقلها، وتشترك بها معظم وسائل الإعلام، نظراً لما تمتلكه من إمكانيات فنية لجمع الأخبار بسرعة فائقة.

جهات حكومية: ويقصد بها الوزارات أو الهيئات الحكومية التابعة للحكومة المصرية.

قطاع خاص: وهى جميع المؤسسات والشركات المملوكة لجهات غير حكومية.

دراسات وأبحاث علمية: وهى مواد إعلامية تنشرها الصحف تكون مقتبسة عن بحوث ودراسات علمية.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

تم الإعتماد على التكرارات والنسب المئوية للبيانات ومعالجتها إحصائياً، وذلك لمعرفة توزيع التغطية الإعلامية لمختلف فئات ووحدات التحليل.

- الدراسات السابقة:

– دراسة محمد علي عبدالله أجبتى(٢٠٠٩)[١٤]: بعنوان:"التغطية الصحفية لقضية تضخم الأسعار في صحافة الإمارات العربية المتحدة – دراسة تحليلية لصحيفتي الخليج والبيان"، هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل التغطية الصحفية لقضية التضخم فى الأسعار فى الصفحات الإقتصادية لجريدتى الخليج والبيان فى دولة الإمارات العربية المتحدة، وتقييم أدائها وتأثيرها على المواطن من خلال تحليل وتفسير الفنون التحريرية المستخدمة فى معالجتها موضوع التضخم كونه يمس غالبية السكان، وقد إستخدمت الدراسة المنهج الوصفى وأسلوب تحليل المضمون، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن الخبر حصل على المرتبة الأولى، وأشارت النتائج المتعلقة بمصادر المعلومات للمواد الإعلامية،أن المصدر المعتمد من مندوب الصحيفة جاء في الترتيب الأول.

– دراسة بتول رشيد وفاتن مراد (٢٠١١)[١٥]: بعنوان: "المعالجة الصحفية لقضايا التنمية الإقتصادية فى الصحافة العراقية"،

وقد هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الصحافة الإقتصادية ووظائفها فى تحقيق الأهداف التنموية، والتعرف على المضمون الذى يقدم فى الصفحات الإقتصادية المتخصصة، من خلال تفسير خصائص المعالجة الصحفية فى جريدة المدى لقضايا التنمية الإقتصادية فى العراق خلال عام ٢٠١١ عبر إستمارة تحليل محتوى، وكشفت الدراسة عن أن الصحافة العراقية تمتلك القدرة على تناول قضايا التنمية الإقتصادية ونقلها بواقعية وشفافية ونشر التوعية لدى مختلف شرائح المجتمع، وتتفوق معالجة قطاع الوساطة المالية فى التقارير الإخبارية، بهدف دراسة الظاهرة الإقتصادية من كل جوانبها، وهو ما أضفى عليها طابع الجدية، وأن الصحيفة محل الدراسة ليست صحافة خبر تقتصر على نقل المعلومة الإقتصادية فقط، بل تتعداه إلى التفسير، فضلاً عن تفوقها فى إستخدام الجداول التوضيحية المدعمة بالصور، كما رصدت الدراسة الصعوبات التى تواجه الصحافة اليومية فى القيام بدورها المطلوب، وإقترحت حلولاً لها، وأوصت بضرورة إعادة ترتيب أجندة الصحف بما يتفق وحاجات القارىء من المواد الإقتصادية.

– دراسة مروان حمى (٢٠١٦)[١٦]: بعنوان: "معالجة الصحافة اليومية السورية لمشكلة التضخم الإقتصادى – دراسة تحليلية فى الصحف اليومية"، هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل التغطية الصحفية لقضية التضخم فى الأسعار بالصفحات الإقتصادية فى الصحف السورية اليومية (الثورة، البعث، الوطن)، وتقييم أدائها وتأثيرها على المواطن من خلال تحليل وتفسير الفنون التحريرية المستخدمة فى معالجة موضوع التضخم كونه يهم شرائح واسعة من المواطنين، وبغية تحقيق هذه الإهداف تم إستخدام المنهج الوصفى وأسلوب تحليل المضمون، وقد كشفت الدراسة عن أن معالجة الصحافة السورية اليومية لمشكلة إرتفاع الأسعار يغلب عليها نوع المعالجة الإخبارية التى ترتكز على التقارير والقصص الخبرية على حساب المعالجة التفسيرية الإستقصائية، كذلك بين البحث أن العناوين العريضة تصدرت المرتبة الأولى بين وسائل الإبراز المستخدمة بالصحف محل الدراسة فى معالجة مشكلة التضخم الإقتصادى، وأن كل الصور المنشورة تخلو من التعليقات والشروح والنسب إلى المصدر، وأن مصادر المادة المنشورة عن مشكلة التضخم الإقتصادى بالدرجة الأولى هى المندوبون والمراسلون

المسئولون فعلياً عن مواد التفسير والرأى فى الصحف محل الدراسة، ثم الوزارات والدوائر الرسمية، وأن النطاق الجغرافى لمعالجة الصحف لمشكلة التضخم الإقتصادى إقتصرت على مدينة دمشق وريفها على حساب المدن الأخرى والريف السورى.

- التعقيب على الدراسات السابقة:

تطرقت الدراسات السابقة إلى بيان دور الصحافة الإقتصادية فى تحقيق الأهداف التنموية، والتعرف على مضمون ما يقدم من مادة صحفية فى الصفحات الإقتصادية بالصحف اليومية، ومدى ملائمة المضمون الإعلامى مع إحتياجات القارىء للخروج بتحليل أسلوب المعالجة الصحفية لمشكلة تضخم الأسعار، وبالرغم من الإستفادة من الدراسات السابقة إلا أنها مرتبطة بالمجتمعات التى أجريت فيها، وما يسودها من علاقات إجتماعية وسياسية وإقتصادية، وخصائص جمهورها الذى يختلف عن أوضاع وجمهور المجتمع المصرى، وقد إختلفت هذه الدراسة عن الدراسات السابقة فى أنها تناولت تغطية الصحافة المتخصصة فى المجال الإقتصادى لإرتفاع وتضخم الأسعار فى مصر، ومدى إرتباط المادة التحريرية التى تهتم بنشرها بإحتياجات المواطن المصرى اليومية.

- مفاهيم الدراسة:

- الصحافة المتخصصة:

التعريف النظرى:

"هى الصحافة التى تعنى بجانب واحد من إهتمامات القراء فى التطلع نحو المعرفة والإستزاده منها، وهى ليست صحيفة للعامة أو المجتمع كله، وإنما هى قاصرة على قطاع معين من القراء"(١٧).

التعريف الإجرائى:

يقصد بالصحافة المتخصصة فى الدراسة "مجلة البوصلة الإقتصادية" الشهرية التى تصدر عن شركة الرأى للصحافة والنشر بترخيص من المجلس الأعلى للصحافة وكان أول عدد لها فى ديسمبر ٢٠١٢، وهى المختصة بالشئون الإقتصادية.

- تضخم الأسعار:

التعريف النظرى:

هو إرتفاع فى المستوى العام لأسعار السلع والخدمات فى بلد ما[١٨]، وينتج عن فائض الطلب على العرض، وضعف الطاقات الإنتاجية فى الإقتصاد[١٩].

التعريف الإجرائى:

يقصد بتضخم الأسعار فى موضوع البحث الإرتفاع المتزايد فى أسعار السلع والخدمات فى الفترة موضوع البحث والذى أثر على حياة المواطن المصرى.

"معالجة الصحافة المتخصصة للشئون الإقتصادية وتضخم الأسعار"

- مقدمة:

تعددت فى السنوات الأخيرة الصحف والدوريات المتخصصة مع تطور الحياة وزيادة نسبة التعليم والتقدم التكنولوجى، فظهرت التخصصات الدقيقة فى مختلف مجالات الحياة، ولأن الصحافة تعتبر علماً من العلوم الإنسانية فقد واكبت العصر وظهر فيها التخصصات المتعددة ونشأ عنها شكل جديد وهو الصحافة المتخصصة والتى تخصصت فى شئون الحياة المتعددة والمختلفة، فمنها الصحف المتخصصة فى الشئون الخارجية، والصحف المتخصصة فى المرأة، والمتخصصة فى الرياضة، والجريمة، والفن، والإقتصاد، والطب، والزراعة، والسياسة، وتقديم الخدمات وغيرها الكثير والتى إنتشرت على مستوى العالم، حيث أن الصحافة المتخصصة تعتبر أحد مصادر المعرفة، فعلى الصحيفة المتخصصة أن تلبى إحتياجات القارىء فى المعرفة العامة والخاصة، ومن هذا المنطلق ظهر دور الصحافة المتخصصة فى المجتمع.

- تعريف الصحافة المتخصصة:

لقد ظهرت الصحافة المتخصصة لتلبي الإحتياجات الذاتية لدى القارئ، ويمكن تعريف الصحافة المتخصصة بأنها الصحيفة أو المجلة التى تعطي أكبر قدر من لإهتمام لفرع من الفروع التي يهتم بها فئة معينة من القراء[٢٠].

وتعرف أيضاً الصحافة المتخصصة بأنها الصحيفة أو المجلة الدورية التى تعطى أكبرقدر من إهتمامها لفرع واحد من فروع التخصصات التى يهتم بها نوع معين من القراء، بحيث يكون معظم نشاطها فى جميع الأخبار والتحليلات وكتابة المقالات والتحقيقات التى تدور حول هذا الفرع وقد يعطى هذا النوع من الصحف نسبة قليلة من إهتمامها على موضوع غير الموضوع التى تخصصت فيه[٢١].

وقد توارت الصحافة المتخصصة بعض الوقت لتفسح المجال أمام الصحافة الشعبية التى حرصت على أن تخصص فى صفحاتها أبواباً ثابتة حول شئون الحياة المختلفة من علوم وآداب، وما يخص إهتمامات الناشر فى عصر معين ومجتمع بذاته، ثم عادت الصحافة المتخصصة مرة أخرى إلى الساحة من جديد مع التطور الإنسانى والتطور العلمى منذ أواخر القرن الماضي وبداية القرن العشرين حتى أصبح للصحافة المتخصصة جمهورها الذي يختلف عن جمهور الصحافة العام فهو أكثر إهتماماً وتنوعاً، ونتج عن هذا زيادة حجم الإعلانات في هذه الصحف حيث جذبت الصحف المتخصصة إعلانات لا تتوافر للصحافة العامة، كما أضافت فنوناً جديدة في الإخراج والتحرير الصحفى كى يتلائم مع نوعيات التخصص وجمهوره[٢٢].

ونظراً لأهمية الصحافة المتخصصة فقد طرأ في السنوات الأخيرة تطوراً هاماً فى الصحافة العامة واليومية والأسبوعية، حيث بدأت الجرائد والمجلات في تقديم أبواب وصفحات متخصصة، وتزايدت هذه الصفحات المتخصصة يوماً بعد يوم في الصحافة العامة حتى صارت تحتل النسبة الغالبة من صفحاتها، كذلك بالنسبة للصفحات المتخصصة في الصحف والمجلات الأسبوعية حيث ظهرت في الآونة الأخيرة بعض المقالات المتخصصة في مجالات مختلفة[٢٣].

- مستويات الصحافة المتخصصة:

إتسمت الصحافة المتخصصة بالكثير من الخصائص والمستويات المختلفة ففى هذه الصحافة هناك أقسام تناسب فئة عمرية وفئة إجتماعية وفئات أخرى، وهذا ما ساعد على تقسيم هذة الصحافة إلى المستويات الثلاثة التالية[٢٤]:

المستوى الأول:

يوجد فى الصحافة المتخصصة فى الجرائد اليومية العامة والمجلات الأسبوعية العامة، وهذه الصحفات موجهة للقارئ العادى الذى غالباً ما يحصل على ثقافته من خلال ما تنشره الصحف اليومية والأسبوعية من معلومات حول مجالات النشاط الإنسانى المتعددة كالسياسة والإقتصاد والإجتماع والأدب والعلم والفكر والدين، وقد صارت هذه المعلومات التى تنشرها الصحفات المتخصصة تشكل جوهر الثقافة العامة التى يحصل عليها القارئ العادى للصحف.

المستوى الثانى:

يوجد فى الصحافة المتخصصة الأسبوعية أو الشهرية، وهذه تقدم مادتها للقارئ متوسط الثقافة الذى لا يكتفى بما تنشر الصحف العامة اليومية أو الأسبوعية.

المستوى الثالث:

يوجد فى الصحف والمجلات العلمية المتخصصة، وقد تكون شهرية أو فصلية أو نصف سنوية وهى صحف تتابع نشر أحدث الأبحاث والدراسات الجديدة التى وصل إليها التطور فى كل تخصص، وهذه الصحف موجهة إلى القارئ المثقف ثقافة عالية، وتكاد تكون بديلاً عن الكتاب، وقد أخذت هذه الصحف فى الإنتشار بحيث صارت تغطى معظم الأنشطة الإنسانية المعاصرة، فهناك صحف متخصصة فى الطب والهنسة والقانون والشئون الإقتصادية والرياضة.

- وظائف الصحافة المتخصصة:

تتعدد وظائف الصحافة المتخصصة، وقد تبع هذا التعدد فى الوظائف زيادة إنتشار الصحف المتخصصة نتيجة وجود إهتمامات خاصة للقراء، ونتيجة التطورات التى واكبت العالم فى مختلف المجالات، ومنها ما يتعلق بمجال الصحافة وفنونها الطباعية.

ويمكن تحديد وظائف الصحافة المتخصصة فى[٢٥]:

- تقديم الأخبار والمعلومات النادرة والدقيقة والتفصيلية حول موضوعات محددة تهم فئة معينة من القراء سواء أكانوا متخصصين أم لهم إهتمامات حول هذة الموضوعات بما يحقق لهم الفائدة العلمية، ويدخل فى هذا النوع من الأخبار والمعلومات ما تنشره الصحف والمجلات المتخصصة فى مجال العلوم والتكنولوجيا والرياضة والنقد والأدب، وهكذا يمكن

أن تقوم الصحيفة أو المجلة المتخصصة بدور الكتاب أو المحاضرة.

- المساعدة على التربية والتثقيف وشغل الوقت بطريقة مفيدة تنمى القدرات الذهنية، وبخاصة بالنسبة لصحافة الأطفال والشباب، وذلك عن طريق تقديم أفكار مبتكرة وجديدة وتوسع المدركات وتشجيع الرغبة فى الإبتكار.
- إحاطة القراء بتطورات العصر الذى يعيشونه ودوافعه فى مختلف أنحاء العالم بنشر أحد الأبحاث والمبتكرات فى مجال التخصص، سواء كانت أمور تهم المرأة مثل الأزياء والموديلات وفنون الديكور أو ما يستجد من نشاطات فى مجال الرياضة.
- إعطاء الفرصة للمتخصصين والخبراء للإقتراب من القراء وتقديم ما لديهم من معلومات وخبرة وبما يحقق فائدة أكبر، وعدم الإقتصار على الصحفيين الذين يلمون إلماماً عاماً بالموضوع الذى يتناولونه، وهذا لا يلغى دور المحررين بل يصنع صحفيين متخصصين وفقاً لنوع الصحافة التى يعمل فيها وتخصصها.

تحديد فنون الإخراج الصحفى وأساليبه، إذ أن كل تخصص يحتاج إلى أسلوب إخراج يلائم نوع التخصص، فإخراج مجلة نسائية يختلف عن إخراج مجلة للأطفال أو مجلة رياضية، أو أدبية أو علمية، ولكل نوع منها أسلوبه وفنونه الخاصة سواء من ناحية إستخدام الألوان والصور وعدد الأعمدة، وغير ذلك من أساليب الإخراج الصحفى.

- الصحافة الإقتصادية:

هي أحد فروع الصحافة التي تهتم بتتبع التغيرات الإقتصادية التي تحدث في أي مجتمع ودولة وتسجيلها وتحليلها وتفسيرها وتحريرها بشكل مفهوم ومبسط للقارىء المتخصص والقارىء العادي "المواطن البسيط"، وبيان مدى أثر تلك القرارات والأحداث والتغيرات الإقتصادية والسياسية على إقتصاد الدولة والمواطنين من حيث الأسعار وقيمة السلع والعملات والضرائب وغيرها.

وترجع أهمية الصحافة الإقتصادية وتغطية شئونها إلى أهمية هذا الشئون الإقتصادية لأي دولة وأي مستثمر سواء على المستوى المحلي أوالعالمي، حيث يعد الإقتصاد هو المحرك والدافع للكثير من القرارات السياسية، وإستراتيجيات المستثمرين بالإستثمار في دولة معينة عن

غيرها.

ولقد شهدت الفترة التى أعقبت الحرب العالمية الثانية، إنتعاشة فى إصدار العديد من الصحف المتخصصة، وكان من بينها الصحف الإقتصادية مثل "مجلة الإقتصاد الزراعى" عام ١٩٥٠، ومجلة "الإقتصاد والمحاسبة" عام ١٩٥١، ومجلة "الأهرام الإقتصادى" عام ١٩٥٠ مجلة شهرية والتى تحولت إلى أسبوعية فى يونيو ١٩٨٠.

غير أن الصحافة المصرية لم تشهد ظهور أبواب وصفحات إقتصادية بشكل ثابت إلا عقب قيام ثورة يوليو ١٩٥٢، حيث بدأ التركيز على المشكلة الإقتصادية خاصة عندما أنشئت حكومة الثورة المجلس الدائم للإنتاج القومى، فبدأت الصحف العامة تهتم بالتحرير الإقتصادى، ومنها صحف الأهرام وروزاليوسف، أما أول باب إقتصادى فى الصحافة المصرية خلال هذه الفترة فكان فى مجلة "التحرير"، والذى كان يشرف عليه " سامى داوود " ثم توالت الصفحات والأقسام الإقتصادية فى الصحف المصرية خلال فترة السبعينيات، وذلك مع تبنى البلاد لسياسة الإنفتاح الإقتصادى[٢٦].

- مستويات الصحافة الإقتصادية:

قسمت مستويات الصحافة الإقتصادية تبعاً لتقسيم الصحافة المتخصصة إلى المستويات التالية[٢٧]:

١. الأبواب والصفحات الإقتصادية فى الصحف العامة، مثل الجرائد اليومية والأسبوعية والمجلات العامة.

٢. الصحف الإقتصادية العامة، وهى الجرائد المجلات التى تركز بشكل أساسى على المادة الإقتصادية وتتوجه إلى جمهور عام من القراء العاديين المتنوعين فى خصائصهم، وغالباً تصدر أسبوعية أو نصف شهرية، ومن أمثلتها مجلة (الأهرام الإقتصادى)، وجريدة (العالم اليوم).

٣. الصحف الإقتصادية المتخصصة وتتوجه إلى جمهور متخصص من الدارسين والأكاديميين فى مجال الإقتصاد، ومعظم ما ينشر بها عبارة عن دراسات علمية أكاديمية، ويندر فيها إستخدام الأشكال الصحفية كالخبر أو التحقيق أو الحديث, وهى غالباً شهرية

أو فصلية، ومن أمثلتها مجلة (إدارة الأعمال).

- وظائف الصحافة الإقتصادية:

وظيفة الصحافة المتخصصة هى ذاتها وظيفة الصحافة بشكل عام، و لكنها تكون أكثر عمقاً فى مجال تخصصها, وقد حددتعدة مهام للصحافة الإقتصادية تتمثل فى[٢٨]:

١- تغطية الأحداث الإقتصادية بشكل دقيق وصحيح وشامل.

٢- تقديم الخلفيات والتفسيرات التى توضح الأحداث الإقتصادية وتضعها فى سياقها السليم.

٣- طرح كافة الآراء حول القضايا الإقتصادية المختلفة ومساعدة القراء على تكوين رأى وفهم سليم حولها.

٤- تقديم المادة التى تساعد القراء فى التعرف على كيفية الحصول على خدمات المتاحة فى المجتمع من إستهلاكية، وصحية، وتعليمية،وصيانة، والحصول على القروض.

٥- حث الجماهير على المشاركة فى إدارة مجتمعها والمساهمة فى النشاط الإقتصادى.

٦- الإسهام فى دعم قضايا التنمية الشاملة للمجتمع فى كافة المجالات، من خلال تقديم جميع المعلومات الصحيحة التى تكفل مشاركة المواطنين فى إتخاذ القرارات التنموية والمشاركة فى وضع الخطط التنموية، والإعتماد على الموارد الذاتية، وتقليل الإعتماد على الموارد الخارجية، إضافة إلى النقد الموضوعى الجاد لتطبيق خطط التنمية دون التشهير، والتأثير على المدى الطويل على إتجاهات الناس، والكشف عن الفساد والمعوقات التى تعترض طريق الإنتاج.

هذه الوظائف ينظم عملها أربعة محاور[٢٩]:

١- السياسة العامة لمالك الوسيلة الإعلامية وأهدافه والمصالح التى يسعى لخدمتها.

٢- خصائص الوسيلة الإعلامية المستخدمة لتقديم الرسالة الإعلامية الإقتصادية.

٣- الواقع الموضوعى التى تعمل فيه الوسيلة الإعلامية.

٤- طبيعة الجمهور المستهدف ودرجة ثقافتهوإهتماماته وحاجاته الإعلامية ومواقفه من القضايا والسياسات المطروحة.

وتحديد هذه المحاور يساعد القائمين على الصحيفة من تحديد السياسة العامة التى تكفل تحقيق أهدافها، وتحديد البنية الهيكلية للصفحة ونوعية الموضوعات وأساليب المعالجة والشكل الذى سيصدر من خلاله المضمون، والكادر الصحفى الذى يعمل على تحقيق هذا كله.

أما بالنسبةللسياسة العامة، فعادة ما تكون مزيج من المصالح يتصدرها الربح وهذا بدوره يعنى مصلحة المعلن، ومن ثم مصلحة المالك، أو تحقيق التنمية أو ثقافة عامة أو ترسيخ مذهب معين أو فكر معين كل ذلك يتوقف على أهداف مالك الصحيفة.

وبالنسبة لخصائص الوسيلة، فمن أهم خصائص الصحافة المطبوعة هى المساحة الكافية نسبياً،وفنون الكتابة التى تخدم تحقيق أهداف ووظائف الصحافة الإقتصادية.

وعن الواقع الموضوعى، فإن الصحافة الإقتصادية لا تضع سياسات ولا تتخذ قرارات إقتصادية إنما تساهم وتساعد فى تنفيذ وتطبيق هذه القرارات التى إتخذتها القوى السياسية والإقتصادية والإجتماعية، وهذا يتطلب فهم وتحديد أهداف ومتطلبات كل مرحلة تمر بها الدولة.

ـ المادة التحريرية الإقتصادية(٣٠):

لا يوجد هناك حد فاصل لإعتبار المادة التحريرية إقتصادية ومتخصصة، ولكن هناك نشاطات الأسواق المالية والتجارية والصناعية والسياحية والزراعية والعقارية والإستثمار، وما يتصل بها من شركات وبنوك ومؤسسات تمويل ودراسات وإستشارات وما يتصل بها من أنشطة فرعية.

وهناك أنشطة إقتصادية ذات العلاقة بقطاعات معينة وتعالج ضمن المواد التحريرية الإقتصادية، مثل التطورات المالية والإقتصادية فى القطاع الطبى، مثل بناء مستشفى، أو توسعة مبانى، أو إستيراد أجهزة، أو مشاكل أجور العمالة، فالبناء يعتبر نشاط إقتصادى يتصل بمقاول وعمالة وتكلفة وإستيراد أجهزة، وهذا يعد مادة إقتصادية، وأيضاً المنح والمساعدات الداخلية والخارجية للجهات الخيرية أو المنظمات والمؤسسات الإنسانية وتعتمد على التمويل.

ـ أشكال المعالجة الصحفية للشئون الإقتصادية[٣١]:

➢ أشكال إخبارية:

تركز على التقارير الإخبارية التي تقوم بعرض الوقائع والأحداث الإقتصادية، مع خليفاتها التاريخية والوثائق والقيام بتقييم موضوعي لهذه البيانات والمعلومات ووضعها في إطارها العلمي والوصول إلي إستخلاصات وإستنتاجات للحدث، والإستعانة بالقصة الخبرية الشاملة التي تقوم بتغطية شاملة للأحداث.

➢ الأشكال التفسيرية والإستقصائية:

وتشمل التحقيقات المدروسة التي تتناول ظواهر أو مشكلات معينة، والإهتمام بالحملات المخططة والتي توظف التحقيق والمقال والحوار لتحقيق أهدافها المحددة مسبقاً وتقييمها، وهذه الأشكال التفسيرية تساعد المحرر الإقتصادي فى مهمته الرقابية.

➢ أشكال مادة الرأي:

تركز علىإستخدام المقال التحليلي الذي يحلل الظواهر تحليلاً دقيقاً بإستخدام البيانات والإحصائيات ذات العلاقة، وتخصيص مساحات لتعليقات القراء و إنطباعاتهم وردود أفعالهم حول المشكلات الإقتصادية.

➢ أشكال مواد الخدمات:

تشمل القصص الإخبارية التي تقدم نماذج إقتصادية ناجحة، بالإضافة الى خدمات القوائم مثل أسعار العملات والمعادن وحركة تداول الأوراق المالية وأسعار السلع الأساسية.

ـ مصادر المادة الصحفية الإقتصادية[٣٢]:

تمثل بعض المجالات مصادر هامة أكثر من غيرها كمادة تحريرية للمحرر الإقتصادى ومنها:

- المعاملات والمبيعات العقارية.
- النشاط المصرفي والتمويل، وخاصة بما يتعلق بسياسات القروض وأسعار الفائدة وإنشاء مصارف جديدة.
- المتغيرات في سوق العمل وما يتعلق بالتوظيف والأجور والتشريعات.

- **الإبتكارات التكنولوجية في مختلف القطاعات الصناعية والزراعية والعقارية والخدمات الترفيهية والتجزئة.**
- **قطاع التجزئة شامل متاجر الملابس وبيوت التجميل ومتاجر اللعب وخدمات التنظيف ومنافذ الڤيديو والموسيقى ومتاجر الأثاث وغيرها من المنتجات الإستهلاكية.**
- **السياحة والفندقة وكل ما يتعلق بتحسينات البنية التحتية وعوامل جذب السياحة.**
- **قطاع الزراعة والتصنيع الغذائي.**

وهناك المصادر الحية والتي تفصح عن الأحداث في هذه المجالات، والتي يحب على الصحفي أن يرتبط معها بعلاقة طيبة ولكن ألا يتمادى في هذه العلاقة بما يؤثر على مصداقيته، ومن هذه المصادر:

– الوزراء وكبار المسئولين في المجموعة الإقتصادية، وهذه الوزارات هي وزارة التخطيط والإقتصاد والمالية والتموين والتجارة والصناعة والبترول والسياحة.

– المدراء المسئولون عن المؤسسات المالية والإقتصادية والشركات الصناعية والإنتاجية.

– أفراد البعثات الإقتصادية والصناعية والفنية المتصلة بشئون الإنتاج والصناعة المرسلة خارج البلاد.

– المراكز والأقسام الإقتصادية التابعة للجهات المختلفة.

– الخبراء الإقتصاديين والمحاسبين التجاريين والقانونيين وأساتذة الجامعات ورجال الجمارك والضرائب.

– المؤتمرات الصناعية والإقتصادية والإنتاجية والمعارض في الداخل والخارج.

– النقابات والتجمعات المهنية وإتحادات العمال.

– رجال المصارف والبنوك والأسواق المالية.

– جماهير المستهلكين والمتعاملين في مختلف الدوائر الإقتصادية.

– إجتماعات مجلس إدارات الشركات والمصارف.

- تعريف التضخم[٣٣]:

لا يوجد تعريف واحد للتضخم يلقى قبولاً عاماً من علماء الإقتصاد، ومعظم تعريفات التضخم وأكثرها شيوعاً قد بنيت على أساس النظرية الكمية للنقود، وهى تعتبر من أقدم النظريات فى تفسير التضخم وزيادته إلى تزايد كمية النقود.

ويعرف التضخم وفقاً لهذه النظرية بأنه " الزيادة المحسوسة فى كمية النقود "، أو أنه " الزيادة فى كمية النقود التى تؤدى الى إرتفاع الأسعار ".

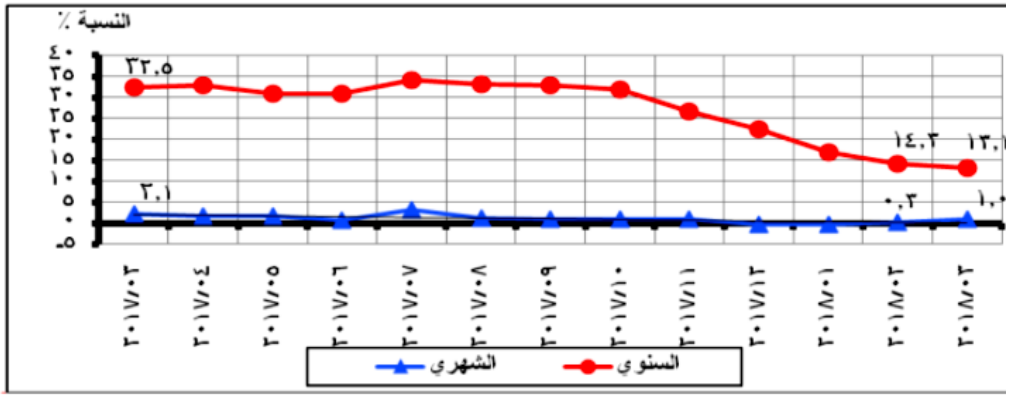
إن التضخم هو الإرتفاع فى المستوى العام للأسعار الذى ينتج عن وجود فجوة بين حجم الدخول المتاحة للأفراد وحجم السلع والخدمات المتاحة فى الأسواق، وهناك إتجاه يعرف التضخم بأنه الزيادة فى الطلب التقدى على السلع بالنسبة للمعروض منها مما يؤدى فى النهاية إلى إرتفاع الأسعار إرتفاعاً فجائياً، فإرتفاع الأسعار قد ينشأ لعدة أسباب منها: زيادة الطلب الإجمالى عن العرض الإجمالى الثابت، أو نقص العرض الإجمالى عن الطلب الإجمالى الثابت أو زيادة الطلب بمعدلات تفوق معدلات زيادة العرض، أو نقص العرض بمعدل يزيد عن معدل نقص الطلب.

ولكن الإتجاهات الحديثة فى تعريف التضخم تركز على إرتفاع مستوى الأسعار، حيث أن حالة إرتفاع الأسعار توصف بأنها تضخم، وهذا يدل على أن العرض الفعال للنقود يتزايد بسرعة وبنسبة أكبر من سرعة عرض السلع المشتراه بهذه النقود.

- معدل التضخم فى مصر فى فترة الدراسة:

يعلن الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء يوم ١٠ من كل شهر أهم الأرقام الإقتصادية التى ينتظرها المواطن المصرى، وهو الرقم الخاص بمعدل التضخم، الذى يرصد حجم التغير فى أسعار السلع الإستهلاكية، سواء على أساس سنوى أو شهرى، حيث أعلن فى ١٠إبريل ٢٠١٨، عن تراجع التضخم لشهر مارس والذى سجل تراجعاً جديداً مواصلاً لحالة الإنخفاض التى يشهدها على الأساس السنوى منذ شهر نوفمبر ٢٠١٧، حيث بلغ معدل التضخم ١٣.١% فى مارس ٢٠١٨، مقابل ٣٢.٥% فى مارس ٢٠١٧.

: نسبة التغير الشهرية والسنوية للرقم العام لاجمالى الجمهورية من شهر مارس٢٠١٧ إلى شهر مارس ٢٠١٨:



"إنفوجراف يوضح معدل التضخم فى الأسعار فى مصر"

- مجلة البوصلة الإقتصادية:

البوصلة الإقتصادية مجلة شهرية تصدر بترخيص من الهيئة الوطنية للصحافة من خلال شركة الرأي للصحافة والنشر، كما يتضمن الإصدار موقع إلكتروني إقتصادي متخصص في تغطية الأحداث الإقتصادية المصرية والعربية بشتي أنواعها من أخبار البورصة والأسهم والبنوك المصرية وشركات التأمين والعقارات والسياحة وأسعار العملات والأخبار العامة التي تهم المواطن المصري والعربي، وأسعار السلع والخدمات وتكنولوجيا المعلومات والإتصالات، بالإضافة الي متابعة أهم الأخبار السياسية والمنوعات من فن وأدب وثقافة ورياضة.

وتعمل الإدارة التحريرية بالمجلة والبوابة الإلكترونيةوفقاً للقواعد الأصلية لمهنة الصحافة والتي تعطي الأولية لصناعة الأخبار والمعلومات بمصداقية مطلقة وعمق في التحليل وشفافية في المعلومات[٣٤].

"نتائج الدراسة وتحليلها"

- نتائج الدراسة:

أولاً: مضامين المواد الإعلامية المتعلقة بتضخم الأسعار:

جدول رقم (١)

المضمون	التكرارات	النسب المئوية
المواد الإعلامية التى تناولت إرتفاع أسعار المواد الأولية الضرورية	٥	%٤٢
المواد الإعلامية التى تناولت إرتفاع أسعار المواد الثانوية	٧	%٥٨
الإجمالى	١٢	%١٠٠

يشير الجدول السابق إلى أن نسبة ٥٨% من المواد الإعلامية تضمنت إرتفاع أسعار المواد الثانوية (الشقق، السيارات، الملابس)، بينما نسبة ٤٢% من عينة البحث تناولت مواد إعلامية متضمنة لإرتفاع أسعار المواد الأولية الضرورية لحياة المواطن المصرى اليومية (المواد الغذائية والسلع)، مما يشير إلى أن مجلة البوصلة الإقتصادية لم تتعرض لقضية تضخم أسعار المواد الأولية بقدر تركيزها على المواد الثانوية.

ثانياً: الأهداف التى تتبعها الصحيفة فى نشر موضوع تضخم الأسعار:

جدول رقم (٢)

المضمون	التكرارات	النسب المئوية
إخبارى	١٠	%٨٣
تحليلى	٢	%١٧
إرشادى	٠	%٠
الإجمالى	١٢	%١٠٠

تشير الجدول السابق إلى أن المجلة إعتمدت على الخبر كهدف لنشر موضوع تضخم الأسعار بنسبة ٨٣%، بينما إعتمدت على التحليل كهدف للنشر بنسبة ١٧%، ولم تتعرض للهدف الإرشادى فى نشر الموضوع، مما يشير إلى أن الهدف

الإخبارى لا يرتبط بصحيفة دون غيرها وإنما يعمل قسم التحرير بالمجلة على التركيز على الخبر الإقتصادى بحيث يخدم الرسالة التى يريد توصيلها للمواطن.

ثالثاً: نوع المادة الإعلامية المعالجة لموضوع تضخم الأسعار:

جدول رقم (٣)

المضمون	التكرارات	النسب المئوية
خبر صحفى	٤	%٣٣
تقرير إخبارى	٦	%٥٠
قصة إخبارية	٠	%٠
حديث صحفى	٢	%١٧
مقال	٠	%٠
الإجمالى	١٢	%١٠٠

جاء التقرير الإخبارى الصحفى فى المرتبة الأولى من حيث نوع المادة الإعلامية التى قدم بها الموضوع فى المجلة بنسبة ٥٠%، تلاها الخبر فى المرتبة الثانية بنسبة ٣٣%، ثم الحديث الصحفى فى المرتبة الثالثة بنسبة ١٧%، مما يشير إلى إعتماد المجلة على التقرير الإخبارى عند معالجة مو ضوع تضخم الأسعار.

رابعاً: مصدر المعلومة فى تغطية موضوع تضخم الأسعار:

جدول رقم (٤)

المضمون	التكرارات	النسب المئوية
مندوب الصحيفة	٤	%٣٣
وكالات الأنباء	٠	%٠
جهات حكومية	٨	%٦٧
قطاع خاص	٠	%٠
دراسات وأبحاث علمية	٠	%٠
الإجمالى	١٢	%١٠٠

جاءت نسبة الإعتماد على الجهات الحكومية كمصدر للمعلومات بنسبة ٦٧%، بينما جاءت نسبة الإعتماد على المندوبين الصحفيين بنسبة ٣٣%، مما يدل إلى أن مجلة

البوصلة الإقتصادية تعتمد على الجهات الحكومية كمصادر للمعلومات فى تغطية موضوع التضخم فى الأسعار.

- تحليل النتائج:

لقد توصل البحث إلى عدد من النتائج:

١- أن المواد الإعلامية المتعلقة بإرتفاع الأسعار لم تحظى بإهتمام ملحوظ فى معالجات الصحف المصرية المتخصصة.

٢- إهتمت مجلة البوصلة الإقتصادية كصحيفة متخصصة فى الإقتصاد بالتعرض لمضمون المواد الثانوية بنسبة أكبر من التعرض للمواد الأولية التى تمس حياة المواطنين اليومية.

٣- إعتمدت المجلة على الخبر كهدف لنشر موضوع تضخم الأسعار، وبذلك أصبح دوها منحصر فى نقل المعلومة.

٤- إعتمدت المجلة على التقرير الصحفى فى تقديم المادة المتضمنة لإرتفاع الأسعار والذى يهتم بسرد الوقائع والمعلومات دون تحليلها، وبهذا فإن معالجة الصحافة المصرية المتخصصة لمشكلة إرتفاع الأسعار يغلب عليها نوع المعالجة الإخبارية التى ترتكز على التقارير على حساب المعالجة التفسيرية الإستقصائية.

٥- إعتمدت المجلة على الجهات الحكومية كمصدر للحصول على المعلومات الخاصة بإرتفاع الأسعار.

- التوصيات:

١- ضرورة زيادة تركيز الصحف المتخصصة على الموضوعات الإقتصادية التى تتناول الإرتفاعات المتتالية فى الأسعار (التضخم) لما له من أهمية لدى المجتمع المصرى.

٢- ضرورة إهتمام الصحف المتخصصة بنشر مواد إعلامية تهدف إلى تحليل موضوع إرتفاع الأسعار المتتالى (التضخم)، ولما له من أهمية لدى القراء، نظراً لتفاقم المشكلة فى السنوات الأخيرة.

٣- ضرورة التخلى عن الأسلوب الخبرى عند معالجة الصحافة المتخصصة لموضوع إرتفاع الأسعار (التضخم) نظراً لأهمية التحليلات والتحقيقات والمقالات، والتى تضفى أبعاداً أخرى لهذه الظاهرة.

٤- التركيز على نقل المعلومات الدقيقة حول موضوع إرتفاع الأسعار ومناقشة الأسباب التى أدت إليه وكيفية معالجته.

٥- ضرورة الربط بين تناول الصحف المتخصصة لموضوع تضخم الأسعار فى مصر وبين تضخم الأسعار على مستوى العالم.

٦- ضرورة إعادة ترتيب أجندة الصحف بما يتفق وحاجات القارىء من المواد الإقتصادية.

- الخاتمة:

إن للصحافة المتخصصة دور هام لمتابعة كل فروع العلم عموماً والتطورات الإقتصادية خصوصاً، فالأزمات الإقتصادية لها من الأسباب والمؤشرات ما يستدعي الدراسة والفحص الدقيق.

وذلك هو دور الصحافة المتخصصة، أن تقف على أسباب الظاهرة وتفسرها بشكل علمي وفي قالب صحفي يستطيع القارئ التفاعل معه وإدراكه، ولذلك يجب على الصحف المتخصصة أن تدرك كيفية صياغة المعلومات بطريقة جذابة وبسيطة تسهل على المتخصص الوصول إلى المعلومات التي يحتاجها بسرعة، وتساعد غير المتخصص في الإستزادة من العلم بدون تكلف لغوي أو مصطلحات علمية معقدة.

كما يجدر بالصحف المتخصصة الإهتمام بالعنصر البصري، فنحن في عصر الصورة والإنفوجرافيكس، فلا يصح أبداً وضع المحتوى مكتوباً فقط بدون أي عنصر جذب بصري يزيد من إهتمام القارئ ويدفعه إلى متابعة الصحافة المتخصصة.

ويجب على الصحف المتخصصة الإهتمام بعناصر الجذب البصري والتقنيات الصحفية بدون الإخلال بالقواعد العلمية للصحافة المتخصصة، مما سيدفع القارئ بالضرورة إلى شراء الصحف والمجلات المتخصصة والإقبال عليها لما توفره له منمعلومة موضوعية ومحتوى مشوق لا يتسم بالملل.

ولابد للصحف المتخصصة في مصر من التطور حتى يتسنى للجمهور الإستفادة منها كمصدر موثوق للمعلومات يزيد من وعي المواطن المصري.

- المراجع:

(١) James W.Dearing & Everett M. Rogers: Agenda setting, international educational and professional publisher, thousand oaks, London, 1996, p. 2

(٢) Ibid, p. 22

(٣) عصام الموسى، الصورة العربية في الصحافة الأمريكية، (ترجمة: محمد راتب البطاينة)، اربد: مكتبة حمادة، ٢٠٠٥، ص٩٠

(٤) حسن مكاوى وليلى السيد، الإتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية البنانية، ١٩٩٨، ص١٧٧

(٥) مجد الهاشمي، الإعلام المعاصر وتقنياته الحديثة، عمان، دار المناهج، ٢٠٠٦، ص١٩

(٦) حسن مكاوى وليلى السيد، مرجع سابق، ص ٢٢٨

(٧) سمير حسين، دراسات فى مناهج البحث العلمى: بحوث الإعلام، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٦، ص٣٠

(٨) نفس المرجع، ص٣٢

(٩) فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفى، القاهرة، دار الشروق، ط٢، ١٩٨٤، ص٥٣

(١٠) عبد الجواد ربيع، فن الخبر الصحفى، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥، ص٧٣

(١١) نفس المرجع، ص٧٥

(١٢) إسماعيل إبراهيم، فن التحرير الصحفى بين النظرية والتطبيق، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٠، ص٨٠

(١٣) نبيل حداد، فن الكتابة الصحفية، أربد: دار الكندى، ٢٠٠٢، ص٤٥

(١٤) محمد على علد الله أجبتى، التغطية الصحفية لقضية تضخم الأسعار بصحافة الإمارات العربية المتحدة– دراسة تحليلية لصحيفتى الخليج والبيان، رسالة ماجستير، عمان، كلية الآداب قسم الإعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، ٢٠٠٩

(١٥) بتول رشيد وفاتن مراد، المعالجة الصحفية لقضايا التنمية افقتصادية فى الصحافة العراقية، مجلة الاداب، جامعة بغداد، العدد (٩٩)، ٢٠١١

(١٦) مروان حمى، معالجة الصحافة اليومية السورية لمشكلة التضخم الإقتصادى (دراسة تحليلية فى الصحف اليومية)، دشق، جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية – سلسلة الآداب والعلوم الإنسانية، المجلد (٣٨) العدد (٦)، ٢٠١٦

(١٧) صلاح عبد اللطيف، الصحافة المتخصصة، الإسكندرية، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، ط١،

٢٠٠٢، ص١٢
(١٨) عبد الرحمن يسرى أحمد، قضايا إقتصادية معاصرة، الإسكندري، الدار الجامعية، ط١، ٢٠٠٠، ص١٦٦
(١٩) رمزى ذكى، مشكلة التضخم فى مصر: أسبابها ونتائجها مع برنامج مقترح لمكافحة الغلاء، القاهرة، الهيئة المصرية للكتاب، ط١، ١٩٨٠، ص١٢
(٢٠) حسنين شفيق، الصحافة المتخصصة المطبوعة والإلكترونية، القاهرة، رحمة برس للطباعة والنشر، ٢٠٠٦، ص١٨
(٢١) أحمد عمر، الإعلام المتخصص، دراسة وتطبيق، ليبيا، جامعة قار يونس، ١٩٩٧، ص ٢٨
(٢٢) حسنين شفيق، مرجع سابق، ص٦
(٢٣) أديب خضور، الإعلام المتخصص، دمشق المكتبة الإعلامية، ط٢، ٢٠٠٥، ص٢٢
(٢٤) فاروق أبو زيد، الصحافة المتخصصة، القاهرة، عالم الكتب، ١٩٨٦، ص٧
(٢٥) حسنين شفيق، مرجع سابق، ص٢٢
(٢٦) ماجدة عبد المرضى، الصحافة المتخصصة – إشكاليات الواقع وآفاق المستقبل، القاهرة، دار العالم العربى، ط١، ٢٠١٠، ص٥٢
(٢٧)منى أبو جامع، معالجة الصحافة الأردنية للشأن الإقتصادي– دراسة تحليلية، رسالة ماجيستير، جامعة الشرق الأوسط، الأردن ٢٠٠٩، ص٣٦
(٢٨) إسماعيل إبراهيم، الصحفى المتخصص، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠١، ص٢٧٦
(٢٩) أديب خضور، مرجع سابق، ص٩٧
(٣٠) منى أبو جامع، ص٤٠
(٣١) إسماعيل إبراهيم، فن التحرير الصحفى بين النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص٢٨٨
(٣٢) منى أبو جامع، ص٥٤
(٣٣) عون خير الله عون، مبادىء الإقتصاد، القاهرة، مكتبة بستان المعرفة، ط٢، ٢٠١٤، ص١٦٦
(٣٤)http://www.alboslanews.com

- الملاحق:

ملحق رقم (١) ، أعداد الصحيفة:

مجلة البوصلة الإقتصادية [الأعداد: من العدد (٣٢) شهر مايو ٢٠١٧ ، إلى العدد (٤٣) شهر إبريل ٢٠١٨].

أ- مضامين المواد الإعلامية المتعلقة بتضخم الأسعار:

١- المواد الإعلامية التى تناولت إرتفاع أسعار المواد الأولية الضرورية□

٢- المواد الإعلامية التى تناولت إرتفاع أسعار المواد الثانوية□

ب- الأهداف التى تتبعها الصحيفة فى النشر:

١- إخبارى □

٢- تحليلى □

٣- إرشادى □

ج- نوع المادة الإعلامية فى الصحيفة:

١- خبر صحفى □

٢- تقرير إخبارى □

٣- قصة إخبارية □

٤- حديث صحفى □

٥- مقال □

د- مصدر المعلومات للصحيفة:

١- مندوب صحفى □

٢- وكالات أنباء □

٣- جهات حكومية □

٤- قطاع خاص □

٥- دراسات وأبحاث علمية □

ملحق رقم (٢) ، إستمارة التحليل:

الموضوع	المضامين الإعلامية المتعلقة بتضخم الأسعار		الأهداف التى تتبعها الصحيفة فى النشر			نوع المادة الإعلامية فى الصحيفة					مصدر المعلومات للصحيفة				
	١	٢	١	٢	٣	١	٢	٣	٤	٥	١	٢	٣	٤	٥
التكرارات															