

الفصل الأول

ملامح الممارسة الاعلامية

للقائم بالاتصال فى الصحافة المصرية

دراسة ميدانية على عينة من القيادات الصحفية

أولا مشكلة الدراسة وأهدافها :

منذ إنشاء ألسام الصحافة بالجامعات ومن خلال الإعداد العلمى والأكادىمى لطلاب الصحافة والإعلام ونحن ندرس لهم فى إطار مادة نظريات الإعلام ومن خلال نماذج الاتصال العوامل المختلفة التى تؤثر على فاعلية عملية الاتصال ومن بينها العوامل الخاصة بالقائم بالاتصال . كما تقوم ألسام الصحافة بالجامعات بتدريس ما يحدث داخل الصحيفة من حيث أسلوب العمل بها ، ورغم أهمية هذا الإعداد العلمى والأكادىمى إلا أنه ينطوى على بعض جوانب القصور ويمكن إجمال أهمها فيما يلى :

• إن الطالب يتعرف على الجوانب التى تؤثر على فاعلية القائم بالاتصال من واقع نتائج هذه البحوث وليس من واقع الممارسة الفعلية للقائم بالاتصال ، هذا فى الوقت الذى تعد فيه هذه النتائج حصيلة دراسات أجريت فى إطار ظروف بيئية مختلفة .

• إن العوامل التى تؤثر على فاعلية القائم بالاتصال فى الصحافة والتى يدرسها الطالب ليست سوى مجموعة أسس أو مبادئ ولكن من زاوية الممارسة الفعلية أى إلى مدى تؤثر هذه العوامل فعلا فى القائم بالاتصال فى حقل الصحافة وما مدى إدراكه لهذه العوامل أثناء الممارسة الصحفية ، ومدى إدراكه لأبعاد تأثيراتها المختلفة .

وعلى هذا فإن مشكلة هذه الدراسة تنحصر فى : " محاولة الربط بين الجوانب النظرية وجوانب الممارسة العملية للقائم بالاتصال فى الحقل الصحفى للتعرف من خلال سير أغوار القيادات الصحفية على العوامل التى ساعدت على زيادة فاعليتهم وتأثيرهم " .

وقد تم بلورة هذه المشكلة فى مجموعة من الأهداف تسعى الدراسة إلى تحقيقها وهى :

• مدى إدراك أفراد عينة الدراسة للمتغيرات البيئية وحدود تأثيرها على ممارستهم الصحفية للمهنة .

• مدى إدراك أفراد عينة الدراسة للجوانب الشخصية وحدود تأثيرها على ممارستهم الصحفية للمهنة .

• مدى إدراك أفراد عينة الدراسة للجوانب الخاصة بالممارسة الصحفية وحدود تأثيراتها على ممارساتهم الصحفية للمهنة .

ثانيا : أهمية الدراسة :

توكر جوانب الأهمية الخاصة لهذه الدراسة فيما يلي :

- أنها جعلت القائم بالاتصال هدفا أساسيا وحاولت من خلال الفوص داخل إدراكه الراعى التعرف على جوانب الممارسة العملية للمهنة .
- اعتمدت الدراسة على المسح الميدانى للتعرف على مدى وعى وإدراك القائمين بالاتصال للمتغيرات البيئية ولعناصر عملية الاتصال الأخرى لتحديد علاقات التفاعل المتبادل بينهما وتأثيرات هذا التفاعل على جوانب الممارسة نفسها .
- إن القائم بالاتصال بذلك أصبح هدفا أساسيا وليس وسيلة لغاية أخرى مرتبطة بموضوع محدد .

• إن الدراسة تسم بالآنية : فهي تدرس قيادات القائمين بالاتصال المعاصرين فى حقل الصحافة وتختلف بذلك عن الدراسات التاريخية التى ركزت على إبراز مواقف الشخصيات المؤرخ لها من قضايا عصرها والأدوار التى لعبتها فى الحياة الصحفية وذلك مثل الدراسات التى تناولت فن الدعاية والإعلام عند مصطفى كامل ، والدراسات التى أرخت لكل من محمد حسين هيكل ، عباس العقاد ، عبد الرحمن الكواكبي ، عبد الله النديم ، بزم التونسي ، محمود عزمى ، أمين الراهى ، فكرى أباطة ، على أمين ، وأنور السادات .

كما تختلف فى نفس الوقت عن الدراسات التى تناولت الأداء الحرفى للقائم بالاتصال للصحفى الذى أرخت له . وهو الاتجاه الذى عكسه الدكتور محمد منير حجاب فى دراسته للطهطاوى صحفيا وفى دراسته الخاصة بالعروة الوثقى - دراسة لقومات نجاح الصحافة الإسلامية . والنس حاول فيهما أن يلقى الضوء على أسباب نجاح الأداء الصحفى لكل من الطهطاوى ومحمد عبده من خلال تحليل كتاباتهما الصحفية فى نماذج تحليل عملية الاتصال - نموذج برلو .

ثالثاً : نوع الدراسة ومنهجها:

تعد هذه الدراسة من نوع الدراسات الوصفية وهي من حيث البعد الزمني دراسة آنية معاصرة وتستخدم منهج المسح الميداني باعتباره من أفضل المناهج التي تساعد على تحقيق أهداف الدراسة فيما يتعلق بجوانب الممارسة العملية للصحفيين.

رابعاً : أداة جمع البيانات :

اعتمدت الباحثة في جمع البيانات على أداة أساسية هي الاستبيان وتم جمع بياناته من خلال المقابلة الشخصية ونظراً للطابع الاستطلاعي للدراسة فقد صممت أغلب الأسئلة من النوع المفتوح لتعطي للمبحوث الفرصة الكاملة للإجابة على السؤال بحرية ومما يساعد على استخلاص جوانب الممارسة العلمية الخاصة دون أية قيود وقد اشتمل الاستبيان على الجوانب الآتية:

- البيانات الشخصية.
- بيانات خاصة بظروف النشأة.
- بيانات خاصة بجوانب شخصية تؤثر على أسلوب الممارسة الإعلامية .
- بيانات متعلقة بجوانب الممارسة الصحفية.

خامساً: عينة الدراسة:

نظراً لطبيعة هذه الدراسة والتي تستهدف تحديد جوانب الممارسة الإعلامية للصحفيين لثنتين هذه الجوانب وتأصيلها من ناحية ، ومن ناحية أخرى الربط بين قدر ما حققه الصحفي من نجاح وبين مدى إدراكه للعوامل التي تؤثر على فاعلية الاتصال . قامت الباحثة بتحديد مجتمع الدراسة في فئة القيادات الصحفية ممن يشغلون وظيفة رئيس قسم أو مدير تحرير أو رئيس تحرير أو رئيس مجلس إدارة وكذلك فيمن سبق أن شغل هذه الوظائف . وتحديد حجم العينة بتلاتين صحفياً تم اختيارهم بطريقة عشوائية ودروعي فيها أن تكون ممثلة لجميع المؤسسات الصحفية (الأهرام . الأخبار . الجمهورية روزاليوسف . دنر التعاون . الصحف الحزبية) .

وهذا العدد من وجهة نظر الباحثة يكفي لإلقاء الضوء على جوانب الممارسة الصحفية لقيادات الصحفيين من ناحية ويعطى الفرصة في الوقت نفسه مع طبيعة الأسئلة المفتوحة لاستخلاص الجوانب الذاتية الخاصة بالتعرف على مدى إدراك أفراد العينة للعوامل التي تؤثر على فاعلية الاتصال . وقد وجدت الباحثة صعوبة كبيرة في الحصول على هذه المعلومات نظراً لطبيعة مشاغل أفراد العينة ولعدم وجود وقت فراغ لديهم ، مما جعل الباحثة في أغلب الأحيان تلجأ للبدل العشوائي الثاني والثالث والرابع للحصول على البيانات المطلوبة حتى تمكنت من ملء البيانات . وأثناء المراجعة وجدت استمارة غير مستوفاة ومتناقضة فتم استبعادها . وبذلك تكون جملة الاستمارات الخاصة للدراسة (٢٩) استمارة .

سادساً : الدراسة الاستطلاعية :

تمت الدراسة الاستطلاعية لهذا البحث في إطار التدريب العملي على مادة مناهج البحث خلال العام الجامعي ٩٢-١٩٩٣م للفرقة الرابعة بقسم الصحافة والسنة التمهيدية للماجستير . وقد أفادت نتائج هذه الدراسة الاستطلاعية الباحثة في تعديل تصميم أداة البحث وإضافة أسئلة وحذف أخرى ، الأمر الذي أثمر في النهاية عن صحيفة الاستصاء التي طبقت في هذا البحث بعد تحكيمها بمعرفة عدد من أساتذة الصحافة والاجتماع والعلوم والسياسة وعدد من الممارسين الإعلاميين.

سابعاً : خصائص عينة الدراسة :

أ- من حيث السن :

إن جملة عينة الدراسة المحصرت في الفئة العمرية من ٤٠ إلى ٦٠ عاماً وتبلغ ٧١,٥% من جملة أفراد العينة خص فيها المرحلة العمرية من ٥٠ : ٦٠ عاماً نسبة ٦٤,٣% والمرحلة من ٤٠ : ٥٠ عاماً جاءت بنسبة ٧,١٥% فقط.

أما المرحلة أقل من ٤٠ عاماً فلم تشغل سوى ٣,٥٨% من جملة العينة أي فرداً واحداً) وهو الصحفي مدحت أبو بكر رئيس صفحة الفن بالأحرار ويبلغ ٣٩ عاماً وهو الوحيد الذي وصل إلى منصب رئيس قسم في من أقل من ٤٠ سنة ويرجع ذلك لطبيعة عمله بصحيفة

الأحرار حيث أنها صحيفة ناشئة نسبياً لم هواياتها وموهبته واستعداده الفنى ولخصوله على الدكتوراة مما أهله لشغل هذه الوظيفة .

وبلاحظ أن العينة بهذا الشكل تطق مع أهداف الدراسة من حيث اقتصارها على القيادات الصحفية وهذه القيادات كما هو معروف لا تصل إلى شغل هذه المناصب إلا نتيجة ممارستها وخبراتها الطويلة فى مجال العمل الصحفى .

ب- أما من حيث الجنس:

- فقد بلغت نسبة الذكور فى عينة الدراسة ٨٩,٦٦% بينما نسبة الإناث لا تزيد عن ١١,٣٤% من جملة العينة على الرغم من أن نسبة الصحفيات العاملات فى المؤسسات الصحفية تزيد على ذلك فتصل فى مؤسسة دار الهلال إلى حوالى ٣٥% من جملة العاملين وفى روز اليوسف تصل إلى ٢٨,٥% وفى الأهرام تقل لتصل ١٥% من جملة الصحفيين بها .

- ولكن يلاحظ أن هذه النسبة للصحفيات تشمل جميع الأعمار ، أما بالنسبة لكبار السن فكانت النسبة منخفضة حيث لم يكن المجتمع قد اعتمد بعد عمل المرأة فى مجال الصحافة ولذلك فإن نسبة القيادات من النساء فى عينة الدراسة تعتبر معبرة عن نسبتها الفعلية فى الواقع.

ج- بالنسبة لتوزيع أفراد العينة وفقاً للمؤهل:

- جميع القيادات الصحفية لعينة الدراسة حاصلة على مؤهل عالى وتوجد نسبة ١٧% منهم حاصلة على درجى الماجستير والدكتوراة وذلك فى مجال الاجتماع والخدمة الاجتماعية والعلوم السياسية.

- بالنسبة للمؤهلات العليا بلغت نسبة خريجي الآداب ٥٨,٦٢% من جملة أفراد العينة ويشمل خريجوا أقسام الصحافة والإعلام ٤١,٤% من جملة عينة القيادات والباقي ونسبتهم ١٧,٢% من خريجي أقسام مختلفة مثل الفلسفة - اللغة الإنجليزية - التاريخ - الاجتماع.

- ثم بكالوريوس فنون جملة بنسبة ٦,٩% من جملة عينة الدراسة ثم مؤهلات أخرى مثل علوم سياسية - حقوق - فنون مسرحية وفلسفة وعقيدة من الأزهر بنسبة ٣,٤٥% من عينة الدراسة.

د- وبتوزيع أفراد العينة وفقاً لمسقط الرأس:

- لمجد أن مواليد القاهرة تبلغ نسبتهم ٣١٪ من جملة أفراد العينة .

- ومواليد الوجه البحري تبلغ ٤١,٤٪ من جملة أفراد العينة.

- أما مواليد الصعيد فتبلغ نسبتهم ٢٧,٦٪ من جملة عينة القيادات الصحفية .

- وهذا يعنى أن القيادات الصحفية بعينة الدراسة تكاد تمثل معظم محافظات الجمهورية وتتفق هذه النتيجة مع حقيقة معروفة وهى أن الصحافة كانت محل جذب للشباب من كل الجمهورية وخاصة الشباب الناهى والذى كان عادة يتلقى تعليمه فى جامعات العاصمة التى لم يكن يوجد غيرها باستثناء الإسكندرية ، وكانت الصحافة من بين مجالات العمل التى يتجه إليها هؤلاء بعد تخرجهم.

هـ - خصائص أفراد العينة من حيث حصولهم على دورات تدريبية:

- بلغت نسبة الحاصلين على دورات تدريبية فى مجالات الصحافة المختلفة ٣٧,٩٪ من جملة أفراد العينة . وحوالى ثلثى هؤلاء حصلوا على دورات تدريبية بالخارج وخاصة فى إنجلترا والولايات المتحدة والهند.

- بينما لم تلقى نسبة ٦٢,١٪ من جملة أفراد العينة أى دورات تدريبية .

و- بالنسبة للمستوى الوظيفى لأفراد العينة.:

بالنسبة لتوزيع أفراد العينة وفقاً للمستوى الوظيفى نلاحظ الآتى:

- جاءت وظيفة رئيس قسم فى المرتبة الأولى بنسبة ٥١,٧٣٪ من جملة العينة.

- يليها فى المرتبة الثانية وظيفة مدير تحرير بنسبة ١٧,٢٨٪ وفى المرتبة الثالثة وظيفة رئيس تحرير بنسبة ١٣,٧٩٪ فمساعد رئيس تحرير ١٣,٧٩٪.

- ثم وظيفة نائب رئيس تحرير بنسبة ٣,٤٥٪ من جملة أفراد العينة.

نتائج الدراسة:

أولاً - المعالم المميزة لعصر النشأة:

١- الظروف البيئية المحيطة:

تنوعت وجهات نظر أفراد العينة بالنسبة للملامح الظروف البيئية لعصر النشأة وحدود تأثيرهم بها ورغم اختلاف هذه الحدود إلا أنهم جميعاً ذكروا أبعاداً مختلفة لهذه التأثيرات يمكننا أن نعرضها على النحو التالي:

١ - ظروف المجتمع المصرى السياسية وتتضمن:

- الظروف السياسية لمصر قبل الثورة حيث المظاهرات التى كانت تطالب بالاستقلال ثم حرب فلسطين وتداعياتها.

- ظروف ثورة ٢٣ يوليو ١٩٥٢م حيث كانت بداية ملامح تشكيل المجتمع المصرى بعد الثورة ومسألة الصراع بين بقايا العهد القديم وبداية العهد الجديد ومحاولة تقديم خدمات اجتماعية وسحية واقتصادية للمصريين ثم مرحلة التطور السريع التى عاشتها مصر حتى منتصف الستينات.

- وفى ظل هذه الظروف عاش أفراد العينة ، حتى كانت نكسة ١٩٦٧م والتى تعتبر بكل المقاييس جرحاً عميقاً لهذا الجيل وقد استطاع البعض أن يفلت من تأثيرها ثم كانت الصدمة الثانية فى وفاة جمال عبدالناصر.

- وهذا الجيل كما غير أفراده من عينة الدراسة ارتبط بالوطن والاسم بالوطنية وبالانتماء للوطن وليس لمرحلة تاريخية ولذلك لسرعان ما تماسك وحقق نصر أكتوبر ١٩٧٣م .

- وهذا الجيل أيضاً حققت المرأة فى كنفه كيانها فى العمل السياسى والاجتماعى وسمح لها بالعمل والاختلاط على عكس الجيل الذى سبقه .

٢ - ظروف البيئة الثقافية :

- اتسم هذا الجيل بالعمالة الذين عاشوا فيه فى مجالات الأدب والفكر والصحافة والفن
أمثال: أحمد لطفى السيد - محمد حسين هيكل - العقاد - طه حسين - مصطفى وعلى أمين -
محمد حسين هيكل وغيرهم. ولهذا فقد ظل أفراد طويلا فى موقع التلميذ . وهو جيل محب
للقراءة ومتشف .

- ولقد انعكست ظروف هذه البيئة الثقافية على ظروف الحياة الأسرية فأولت التعليم والثقافة
جل عنايتها وأهتمت بغرس عادة القراءة لدى أبنائها أى توفير المناخ الثقافى فى داخل المنزل
كما تقول السيدة مناء اليبسى.

- ويلاحظ أن تأثير البيئة الثقافية لدى بعض أفراد العينة أربط بظروف العمل الصحفى نفسه
فكثيراً ممن أثروا الحياة الثقافية هم أنفسهم ممن عمل بالصحافة ولذلك فقد أثروا فى تلاميذهم
من خلال مواقعهم الصحفية فأنعكس تأثير بيئة العمل على تكوينهم الثقافى والصحفى . يقول
سامى خشبة مساعد رئيس تحرير الأهرام : (تعلمت على يد أساتذة كثيرين كان فى تأثير
كبير على) ولهذا فهو يشهد بالمناخ الصحفى للأهرام لتمييزه بحسن العمل والوضوح والأمانة.
وتؤكد السيدة آمال بكير على تميز الأهرام بالخبرة الصادقة والالتزام وعدم الإثارة.

٣- ظروف البيئة الاجتماعية :

وتمثل فى ظروف التشبث الاجتماعية والمناخ الاجتماعى الذى نشأ فيه الصحفى وتوثر هذه
البيئة على اهتمامات الصحفى وتوجهاته فى العمل وأساليب ممارسته للعمل الصحفى .

- فىقول سيد أبو دومة رئيس القسم الدينى فى صحيفة الأهرام : " نشأت فى أسرة ريفية
بصعيد مصر فى وسط عائلة متدينة محافظة ضمت عددا من علماء الدين ، وفى هذا الجو
العلمى الملتزم ووسط أمهات الكتب تعلمت منذ الصغر * .

- أما محمد فوده رئيس تحرير عقيدتى فقد تأثر بنشأته فى القرية وحفظه للقرآن الكريم مما
وجهه للدراسة بالأزهر ثم للكاتب الدينية بعد ذلك.

- ويقول محمود مهدى عن ظروف نشأته الأولى : " نشأت فى جو دينى فالأب والجد من
خريجي الأزهر الشريف "

- وكذلك تآثر الاتجاهاات بظروف النشأة فتقول بهيرة مختار رئيسة قسم التحقيقات بالأهرام أنها نشأت فى أسرة كبيرة العدد مما جعلها تؤمن بتنظيم الأسرة وتدعو إليه فى كتاباتها كما تأثرت بالحرية الاستقلالية وتشجيع الأسرة للمواهب لوجود مكتبة كبيرة بالمنزل .

- ويشير عبدالفتاح البارودى إلى نشأته بحى السيدة زيب كحى شعى مما جعله يلغى بالشىخ أحمد ندا والشىخ محمد رفعت ويزامل كبار الأدباء والموسيقين مما دفعه إلى دراسة الفنون المسرحية وحصر اهتماماته فى مجال النقد الفنى بجرىدة الأخبار.

وكان للظروف الاجتماعية التى أحاطت بحياة جيل القيادات الصحفية تأثيرات على القيم

التى سادت بينهم ومن أهمها:

- الجدية وتقديس العمل.
- البساطة والهدوء.
- قوة العزيمة والطموح والصبر.
- التآنى وعدم التسرع.
- الصداقة والحب والوفاء.

٤- الشخصيات التى أثرت فى عينة القيادات الصحفية فى فترة النشأة:

بتحليل إجابات عينة الدراسة نلاحظ الآتى:

- ارتباط تآثر القيادات الصحفية فى طور النشأة بالشخصيات المعاصرة لها وخاصة الشخصيات المتصلة بجوانب الحياة الثقافية والعملية.
- لم يتأثر فى نشأته بالشخصيات غير المعاصرة سوى عدد محدود جداً وذلك لظروف خاصة بطبيعة النشأة مثل السيد أبودومة (رئيس القسم الدينى بالأهرام) الذى تأثر بالرسول عليه الصلا والسلام وكذلك محمود مهدي الذى تأثر بشخصية الدكتور عبدالحليم محمود من الشخصيات الدينية المعاصرة والسيد عبدالرؤف مدير تحرير عقيدتى ومساعد رئيس تحرير الجمهورية الذى تأثر بالشىخ الشرباص والدكتور محمد رجب اليومى أستاذ اللغة العربية . كما كان للشخصيات صاحبة العطاء المتوع مثل العقاد - طه حسين - تآثر كبير على أفراد هذا الجيل وشمل الجانبين الفكرى والعملى.

- ثم جاء بعد ذلك شخصيات أثرت فكرياً فقط أو عملياً بحكم التدريب أو الممارسة العملية ومن هؤلاء الذين تعلمت على أيديهم عينة القيادة الصحفية في فترة الشباب جلال الحماصي ، مصطفى وعلى أمين ، محمد حسين هيكل ، أحمد بهاء الدين ، عبدالرحمن الشرفاوى ، د. عبداللطيف حمزة. ونجيب محفوظ ، توفيق الحكيم ، عبدالرحمن الشرفاوى .
- وكما تأثر البعض بشخصية الوالد في فترة النشأة وخاصة الآباء أصحاب الثقافة والفكر ومنهم الصحفيين سامي خشبه ، سناء البسي ، محمد طنطاوى ، مدحت أبو بكر .

٥- إبعاد التأثيرات المختلفة لظروف النشأة لعينة الدراسة :

بدراسة بيانات جدول (٨) نلاحظ أن :

- تأثير النشأة على الاتجاهات الصحفية لعينة الدراسة جاء في المرتبة الأولى بنسبة ٣٩,٣٪ .
- يليها التأثير على الإنتاج الفكرى بنسبة ٢٧,٣٪ من جملة التكرارات.
- لاحظ أن هناك علاقة وثيقة بين ظروف النشأة والاتجاهات الصحفية للشخصيات بعينة القيادات الصحفية . ومن الذين تأثرت اتجاهاتهم الصحفية بظروف النشأة نجد منهم سيد أبودومة الذى تأثر بقرائه لأمهات الكتب الدينية وكتب التراث وكذلك سامي خشبه ومكرم حنين فقد وجهتا ظروف النشأة الاجتماعية والصحفية للنقد الفنى.
- وكذلك عبدالفضيل طه رئيس القسم الرياضى بالمساء حيث تعلم خلال فترة طفولته حب الرياضة ، وكذلك عبدالفتاح البارودى حيث انعكست نشأته وارتياحه للصالونات الفكرية لكبار الأدباء والفنانين على اتجاهاته الفنية وتخصصه فى النقد الفنى.
- أما السيد عبدالرؤف فقد تأثر بظروف نشأته التى ركزت على تنمية المواهب الأدبية لديه وروح الجدية والالتزام وكذلك احساكاه بأعلام الحركة الأدبية والنقد جعله يميل إلى الاستقلال.
- وبخصوص أثر ظروف النشأة على الإنتاج الفنى والأدبى فقد جاءت فى المرتبة الثانية وانعكست على الكتابات الصحفية بصورة عامة .

- أما عن تأثير النشأة على جوانب الممارسة الصحفية فجاءت في المرتبة الثالثة بنسبة ١٥,٢٪ من جملة التكرارات .
- وتبلغ نسبة من أثرت عليهم ظروف النشأة بشكل عام ٩,١٪ من جملة تكرارات العينة ولم يجب عن هذا السؤال نسبة ٩,١٪ منهم.

٦- الصفات التي ساعدت أفراد العينة على النجاح من وجهة نظرهم :

- بالنسبة للصفات التي اكتسبها أفراد العينة خلال فترة النشأة وكان لها الفضل الكبير فيما حققوه من نجاح نلاحظ ما يأتي :-
- جاءت صفتا المثابرة والصبر في مقدمة الصفات التي ساعدت أفراد العينة على النجاح وذلك بنسبة ١٩,١٪ من جملة التكرارات .
- يليها من حيث الأهمية حب العمل والإيمان به بنسبة ١٣,٢٪ من جملة التكرارات ثم القراءة الواسعة المتنوعة ١١,٨٪ من جملة التكرارات .
- وجاء في المرتبة الرابعة الاتقان والإجادة بنسبة ١٠,٣٪ من جملة التكرارات .
- ثم صفة الحرص على النجاح والإخلاص في العمل بنسبة ٧,٤٪ من جملة التكرارات لكل منهما .
- يليها الثقة بالنفس والإيمان والأمانة والصدق بنسبة ٥,٨٪ لكل منهما .
- في المرتبة الثامنة جاءت صفات : عمق النظر للأمور والإلتزام والقدرة على الإبداع والقدرة على إقامة علاقات إجتماعية والقدرة على الاستفادة من الآخرين وذلك بنسبة ٢,٩٪ لكل منهم من جملة تكرارات عينة القيادات الصحفية .
- وفي المرتبة الأخيرة جاءت مجموعة من الصفات ساعدت على النجاح الصحفي في رأى عينة الدراسة وهي القناعة والشخصيات الاستقلالية والقدرة على قيادة الأفراد بنسبة ١,٥٪ لكل صفة من هذه الصفات .

ثانياً : جوانب شخصية تتصل بطبيعة العمل الصحفي :

- أهمية معرفة الصحفي لنفسه (جدول رقم ١٠) :

- يلاحظ إجماع حوالى ٩٥٪ من جملة عينة الدراسة على أهمية معرفة الصحفي لنفسه فقد بلغت جملة من ذكروا بأهميتها فقط دون تحديد نسبة ٤٤,٣٪ من جملة التكرارات أما من ذكروا أسباباً لأهميتها فقد الأسباب وفقاً للترتيب التالى :
- تساعد على النجاح ١٩,٧٪ من جملة التكرارات .
- تؤثر على الممارسة الصحفية ١١,٥٪ من جملة التكرارات .
- تؤثر على سلوكيات الممارسة ٩,٨٪ من جملة التكرارات .
- تساعد على التكيف مع الواقع ٦,٥٪ من جملة التكرارات .
- هناك نسبة ٤,٩٪ لم تحدد سبباً لأهمية معرفة الصحفي لنفسه .

٢- أهمية إلمام الصحفي بالموضوع :

أفاد تحليل نتائج إجابات عينة الدراسة أن الإحاطة الكاملة بمختلف جوانب الموضوع جاءت فى المرتبة الأولى بنسبة ٢٤,١٣٪ من جملة عينة الدراسة - يليها الإحساس بضرورتها فى المرتبة الثانية بنسبة ٢٠,٦٩٪ وفى المرتبة الثالثة جاء أنها من عوامل نجاح الموضوع الصحفى بنسبة ١٧,٢٤٪ وفى المرتبة الرابعة جاء الرجوع إلى المصادر المختلفة للموضوع الصحفى بنسبة ١٣,٧٩٪. يلى ذلك أهمية الإحاطة بالموضوع كشرط ضرورى للكتابة الصحفية بنسبة ٦,٩٪ من جملة أفراد العينة (جدول رقم ١)

٣- أهمية معرفة الصحفي لجمهوره (جدول رقم ١٢) :-

- نسبة كبيرة ترى أن معرفة الصحفي لجمهوره تساعد على اختيار الموضوع وأسلوب التعبير المناسب وتبلغ نحو ٣١٪ من جملة عينة القيادات الصحفية .
- جاء فى المرتبة الثانية الذين ذكروا أن معرفة الصحفي لجمهوره ينعى أن تكون معرفة عميقة جداً وكاملة جداً بنسبة ٢٤,١٣٪ من جملة عينة القيادات .
- وجاء أسلوب التعرف على الجمهور فى المرتبة الثالثة فذكرت نسبة ١٠,٢٤٪ أن التعرف على الجمهور يتم من خلال الدراسات والبحوث وأشكال الاتصال الأخرى .

- جاء في المرتبة الرابعة أسباب عديدة لأهمية التعرف التعرف على الجمهور منها : أن الجمهور هو الهدف الأساسي للكتابة وأن معرفة الجمهور مهمة لضمان التقدير الذاتى للصحفى وأن هذه المعرفة مهمة لتوصيل المعلومات ومهمة لزيادة مقبلة الصحفى على إقناع جمهوره وذلك بنسبة ٦,٩٪ لكل سبب من هذه الأسباب.
- وفى المرتبة الأخيرة جاء أن معرفة الصحفى لجمهوره تجعله مقبولاً ومفهوماً وأنها مهمة أيضاً لنجاح الحوار مع الجمهور وذلك لدى ٣,٤٥٪ من جملة عينة القيادات الصحفية .

٤- أهمية الإلمام بالجوانب الإدارية للعمل الصحفى :

- بتحليل بيانات (جدول رقم ١٣) نلاحظ أن حوالى ٨٢,٧٦٪ من جملة عينة الدراسة ترى أهمية معرفة الصحفى للجوانب الإدارية للصحيفة بينما ذكر ١٠,٣٤٪ أنها غير ضرورية وهناك نسبة ٦,٩٪ لم تجب عن هذا السؤال .
- وبالنسبة لجوانب أهمية هذه المعرفة ذكر ٤١,٣٨٪ من جملة أفراد العينة أنها ضرورية ويجب أن تكون شاملة للجوانب المختلفة المتعلقة بالصحيفة .
- بلى ذلك من حيث الترتيب أهمية هذه المعرفة فى تحسين الأداء الصحفى بنسبة ٢٠,٦٩٪ من جملة أفراد العينة .
- ومن ناحية أخرى فهى لازمة لدى ١٠,٣٤٪ من جملة أفراد العينة لعدم تجاوز الصحفى لحدود اللوائح والتنظيمات والسياسات التحريرية المحددة .
- أما بالنسبة لأهمية معرفة الجوانب الإدارية للصحيفة بالنسبة للصحفين الطامعين فى المناصب القيادية فقد جاء فى المرتبة الرابعة ، أما أهميتها للقيادات الإدارية الناجحة فجاءت بنسبة ٣,٤٥٪ وذلك لظروف اختيار القيادات الصحفية نفسها والذي يتم بقرار بغض النظر عن المهارات أو الخبرات الإدارية (جدول رقم ١٣) .

ثالثاً : الجوانب الخاصة بالممارسة الصحفية :

١- هدف الصحفي من الاتصال بالجمهور :

- بتحليل إجابات عينة الصحفيين على هذا السؤال نلاحظ أن التوعية والتوير تأتي فى المرتبة الأولى بنسبة ٣٤,٤٨٪ من بين الأهداف التى يسمي أفراد عينة الدراسة لتحقيقها من خلال الكتابة الصحفية يليها السعى لحياه أفضل بنسبة ١٧,٢٤٪ من جملة أفراد العينة .
- وجاء فى المرتبة الثالثة المساهمة فى حل مشكلات القارئ ونقل الأفكار والآراء والوقائع كهدف للكتابة وذلك بنسبة ١٣,٧٩٪ لكل منهما .
- أما إثارة الرأى العام حول قضية ما والتعبير عن الذات كهدفين للكتابة الصحفية فقد جاء فى المرتبة الرابعة والأخيرة بنسبة ١٠,٣٤٪ من جملة أفراد العينة (جدول رقم ١٤) .

٢- أهمية التعرف على أهداف الجمهور :

وبالنسبة لمدى أهمية التعرف على أهداف الجمهور من الاتصال نلاحظ من خلال تحليل الإجابات إجماع عينة القيادات الصحفية على ضرورة معرفة أهداف الجمهور ووضعها فى الإعتبار عند الكتابة فقد ذكر ٦٥,٥٢٪ من جملة العينة أنه من الضرورى التعرف على هذه الأهداف ووضعها فى الاعتبار عند الكتابة الصحفية وإضافة إلى ذلك نسبة ٢٤,١٤٪ ترى أن التعرف ينبغى أن يتم من خلال الاتصال والاحتكاك المباشر بالجمهور من خلال أشكال الاتصال المختلفة لمعرفة هذه الأهداف وهذه الجهود للتعرف على أهداف الجمهور مهمة لاكتساب ثقة كما ذكر ١٠,٣٤٪ من جملة عينة القيادات الصحفية (جدول رقم ١٥) .

٣- أسباب تفضيل القراء لصحفى على آخر فى القراءة:

- ترى نسبة ٢٤,١٤٪ من جملة العينة أن الصدق والأمانة والحصول على معلومات وتفسيرات للأحداث ومعالجة قضاياهم والرد على استفساراتهم والتعبير عن مشاعرهم من أهم أسباب تفضيل القراء للقراءة لصحفى معين دون آخر.

- وجاء في المرتبة التالية إشباع الاهتمامات الخاصة للقراء كالاتهامات الدينية أو الرياضية أو العلمية أو الفنية وذلك لدى نسبة ١٣,٧٩٪ من مجلة عينة الدراسة .
- وامتنع فرد واحد من أفراد العينة عن الإجابة وطالب بسؤال الجمهور عن ذلك للتعرف على هذه الأهداف . (جدول رقم ١٦) .

٤- مدى اهتمام الممارسين الإعلاميين بمصالح القراء :

- بملصوم حرص الصحفيين على إشعار القراء بمبهم فهم وحرصهم عليهم ذكرت نسبة ٨٢,٧٦٪ من مجلة عينة الصحفيين أنهم بالتأكد يحاولون إشعار القراء بذلك وبطريقة واضحة .
- وذكرت نسبة ١٠,٣٤٪ من مجلة عينة الدراسة أنهم لا يحرصون ذلك ، أما من لم يشغلهم ذلك لصحفي واحد وعلل ذلك برغبته في أن يكون صادقاً مع الفكرة أو المعلومة . وهو الصحفي (جدول رقم ١٧) .

٥- اختبار موضوعات مفيدة للجمهور : (جدول رقم ١٨)

- يؤكد جميع أفراد عينة القيادات الصحفية بنسبة ١٠٠٪ حرصهم الشديد على اختيار موضوعات مفيدة للجمهور .

٦- أهمية إقتناع الصحفي بما يقدمه من موضوعات (جدول ١٩)

- يرى أغلب أفراد العينة أنه من المهم جداً اقتناع الصحفي بكل ما يكتبه ويقدمه من موضوعات إلى قراءه وذلك بنسبة ٩٦,٥٪ من مجلة أفراد العينة لأنه إذا اتسع هو أولاً بالفكرة أو الموضوع فسوف يجيب بالتالي الصبر عنها ومحاوله إقناع الجمهور بقبولها . بينما ترى نسبة ٣,٤٥٪ أنها مهمة إلى حد ما ولا نجد بين أفراد العينة من يرى أنها غير مهمة على الإطلاق .

٧- رأى الصحفيين فى مشاعر الجمهور نحوهم (جدول رقم ٢٠)

بتحليل بيانات هذا الجدول الذى يوضح آراء الصحفيين تجاه ما يمكنه جمهورهم نحوهم من مشاعر نلاحظ الآتى :

- أن نسبة ٣٧,٩٣% من جملة أفراد العينة ترى أن الحب والتقدير متبادل بينهم وبين جمهورهم .
- بينما تصلها نسبة ١٧,٢٤% منهم بأنها مشاعر طيبة مشتركة بينهم وبين جمهورهم .
- وتطالب نسبة ١٣,٧٩% من جملة أفراد العينة أن تتوجه بهذا السؤال إلى الجمهور حتى تعرف على مشاعره تجاههم .
- وترى نسبة ١٠,٣٤% أن الجمهور يثق بها بينما ترى نسبة ٦,٩% من جملة العينة أن الجمهور يحترم كتاباتهم ويتقبل نقدهم.
- ولم تجب على هذا السؤال نسبة ١٠,٣٤% .

٨- اتجاه الصحفيين نحو الجمهور (جدول رقم ٢١)

أما عن اتجاهات أفراد العينة نحو الجمهور فقد اختلفت وتنوعت على النحو التالى :

- ترى نسبة ١٧,٢٤% أن الجمهور وع والتعامل معه بموضوعية ودقة .
- بينما ترى نسبة ١٣,٧٩% بالتساوى على أنه :
- جمهور يحرص على التزود بالثقافة والمعرفة - جمهور يستحق الاحترام والتقدير - جمهور أشعر نحوه بالحب والالتزام - جمهور أحرص على التعرف عليه من خلال الاتصال المباشر والخطابات والتليفون .
- ترى نسبة ١٠,٣٤% أنه جمهور يمتاز بالذكاء والتجاوب .
- بينما ترى نسبة ٣,٤٥% أنه جمهور عريق ومتنوع . وكذلك جمهور أشعر بالاستياء من أجله لضعف اهتمامه بالقضايا الثقافية بنسبة ٣,٤٥% ولم يجب على هذا السؤال نسبة ٣,٤٥% من جملة أفراد العينة .

٩ - مدى أهمية التخصص للصحفي والباب (جدول رقم ٢٢، ٢٣).

• ترى نسبة ٦٢٪ من جملة أفراد العينة موافقتها على ضرورة تخصص الصحفي في فرع من الفروع .

• بينما تساوى نسبة من يعارض التخصص ونسبة من يرى أن التخصص أحياناً يكون مهم وذلك لدى ١٧,٢٤٪ لكل منهما .

ولم يجب على هذا السؤال نسبة ٣,٤٥٪ من جملة أفراد العينة .

وتوجد أسباب للموافقة أو لعدم الموافقة وهي :

أولاً أسباب الموافقة على التخصص :

١- ضروري لنجاح الصحفي وذلك بنسبة ٣٣,٣٣٪ من جملة أفراد العينة .

٢- التخصص يجعلنا أكثر قدرة على الكتابة بعمق ويجنبنا السطحية وذلك لدى ٢٧,٧٨٪ من جملة أفراد العينة الذين يوافقون على التخصص الصحفي .

٣- لأننا نعيش في عصر التخصص الدقيق ٢٢,٢٢٪ .

٤- ضروري في الكتابة في مجالات معينة كالأدب والسياسة والاقتصاد والفن لدى ١١,١١٪

٥- موافق ولم يحدد سبباً للموافقة ٥,٥٥٪ .

ثانياً : أسباب عدم الموافقة على التخصص الصحفي :

١- الثقافة العامة واسعة الانتشار هي الأهم للكتابات العامة وذلك لدى ٦٠٪ من جملة أفراد العينة الذين لا يوافقون على التخصص .

٢- لأن الصحفي يكتب في كافة الموضوعات ولأن التخصص مطلوب فقط في الصفحات والصحف المتخصصة وذلك بنسبة ٢٠٪ لكل منهما من جملة من يرفضون التخصص من أفراد العينة .

ثالثاً : أسباب الموافقة على التخصص أحياناً :

١. لأن الصحف تحتاج إلى الكتاب المتخصص والكتاب العام ٦٠٪ من جملة الذين يرون أحياناً يفيد التخصص .

٢. لأن التخصص سلاح ذو حدين لدى ٤٠٪ من جملة الذين يؤيدون أحياناً التخصص الصحفى .

١٠ - حدود التخصص المطلوبة للصحفى :

- ترى نسبة ٣٤,٧٨٪ من جملة أفراد العينة الذين يوافق ويوافق أحياناً على التخصص الصحفى أن حدود التخصص تنحصر فى درجة العلم بمجانب الموضوع الذى يتاوله الصحفى
- بينما ترى نسبة ٢١,٧٤٪ منهم أن الحدود الكافية للنظرة الشاملة للموضوع المراد تناوله.
- وترى نسبة ١٧,٣٩٪ منهم أنها درجة التخصص العلمى بالدراسة والتابعة .
- ولم تحدد نسبة ١٣,٠٤٪ حدود معينة بينما ترى نسبة ٨,٧٠٪ منهم أن حدود التخصص هى الوصول إلى درجة تعين الصحفى على فهم الموضوع الذى يتاوله . (جدول ٢٤)

١١ - مدى أهمية معرفة الجمهور بالموضوع المطروح للمناقشة وأسباب ذلك :

تؤكد نسبة ٤٤,٨٣٪ من جملة العينة أن معرفة الجمهور بالموضوع الذى يطرحه الصحفى للحوار مع قراءه يعد مسألة ضرورية بينما ترى نسبة ٣١,٠٣٪ منهم أنها غير ضرورية بالمرّة . وترى نسبة ١٣,٧٩٪ أنها ضرورية إلى حدما ولم يحدد أجابة على هذا السؤال نسبة ١٠,٣٥٪ من جملة أفراد العينة (جدول ٢٥) .

أما عن أسباب ذلك فهى كما يلى :

من يرى أنها ضرورية يرجع ذلك إلى :

١- لأن الجمهور إذا كان على علم كان اهتمامه به أكثر من ذلك لدى ٤٦,١٥٪ من جملة أفراد العينة الذين يؤيدون ذلك .

٢- حتى يترك الجمهور اننى كصحفى أشعر به ٢٣,٠٨٪ .

٣- لأنه من حقه أن يكون على علم بكل شئ - لأنه يحكم علينا ويقيم عملنا على ضوء معرفته للموضوع وذلك بنسبة ١٥,٣٨% لكل منهما .

أما من يرى أنها غير ضرورية فيرجع ذلك إلى :

١- لأننا نقدم له كل ما هو جديد ٤٤,٤٤% من جملة أفراد العينة الذين لا يرون ضرورة معرفة الجمهور بالموضوع .

٢- لأن مهمتنا أرشاد الجمهور وتوجيهه ٣٣,٣٣% .

٣- حتى لا يكون الصحفي تابع لرغبات الجمهور ٢٢,٢٢% .

أما من يرى أنها ضرورة إلى حد ما لأسباب ذلك هي :

١ . يكفي قدر معقول من المعرفة والباقي مسئولية الصحفي أو الكاتب .

٢ . لاختلاف مستويات الجمهور فلا يفرض في كل الجمهور الأمام بالموضوع وذلك لدى

نسبة ٥٠% لكل منهما من جملة أفراد العينة الذين يرون أنها ضرورة إلى حد ما .

١٢- المجالات المفضلة للكتابة لدى الصحفي :

هناك عدة موضوعات يفضلها أفراد العينة في الكتابة وهي كالتالي :

١ . تفضل نسبة ١٧,٢٤% من جملة أفراد العينة الكتابة في الموضوعات السياسية يليها في

المرتبة الثانية من حيث التفضيل بنسبة متساوية لكل من الشباب والرياضة والموضوعات

الخاصة بمشاكل الجماهير وذلك بنسبة ١٣,٧٩% لكل منهما .

٢ . ويأتي في المرتبة الثالثة من حيث تفضيل الممارس الاعلامي كل من الموضوعات الآتية :

٣ . العلمية - الدينية - الاجتماعية - الفنية - الثقافية بنسبة ١٠,٣٤% لكل منهم .

٤ . هناك نسبة ٦,٩% من جملة أفراد العينة تفضل الكتابة في كل الموضوعات .

١٣- أساليب الإقناع :

وبخصوص أساليب الإقناع التي يستخدمها الصحفيون في عينة الدراسة نلاحظ ما يلي :

١- جاء فى المرتبة الأولى بين الأساليب الإقناعية التى يستخدمها أفراد العينة كل من أسلوب ذكر الأهداف بوضوح وعرض الأفكار المؤيدة وذلك بنسبة ١٢,١٨٪ من جملة تكرارات الأساليب المستخدمة فى الإقناع .

٢- جاء فى المرتبة الثانية أسلوب عرض الأفكار المعارضة بنسبة ١١,٦٨٪ من جملة التكرارات
٣- وجاء فى المرتبة الثالثة الأسلوب المنطقى بنسبة ١٠,٦٦٪ من جملة التكرارات .

٤- يلى ذلك كل من أسلوبى العرض المتوازن وألواح الحلول بنسبة ٩,٦٤٪ لكل منهما من جملة التكرارات .

٥- أما أسلوب الترغيب فجاء فى المرتبة الخامسة بنسبة ٨,٦٣٪ يليه أسلوب ذكر الأهداف ضمناً بنسبة ٦,٦٪ ثم أسلوب التكرار بنسبة ٦,٠٩٪ من جملة التكرارات .

٦- وجاء فى المرتبة الثامنة أسلوب ترك القارئ يستخلص الحلول بنسبة ٤,٠٦٪ ثم أساليب التعميم والخطاب والأسلوب العطفى بنسبة ٢,٠٣٪ لكل منهم من جملة التكرارات .

٧- هناك أساليب لم تحظى سوى بتكرار واحد فقط مما يعنى ندرة استخدامها كأساليب للإقناع بين أفراد العينة وهى أسلوب التهيب والتخويف والحوار والتلخيص والسؤال الضمنى وذلك بنسبة ٠,٥١٪ لكل منهم.

لم يستخدم أى فرد من أفراد العينة أسلوب الأمر كأسلوب للإقناع . (جدول رقم ٢٨)

التوصيات

على ضوء ما انتهت إليه الدراسة من نتائج يمكننا أن نتقدم بالنتائج التالية :

- الإهتمام بتنظيم دورات تدريبية لشباب الصحفيين للتعرف على مقومات فاعلية الاتصال الصحفى باعتبار أن إدراك هذه العوامل كما أثبتت الدراسة من العوامل المهمة التى تساعد على زيادة فرص النجاح والتأثير للصحفى .
- إنشاء مراكز بحوث للدراسات القائمة بالاتصال بالصحف المصرية للدراسة جوانب السلوك العملى وتقنين الخبرة العملية لكبار الصحفيين وتأصيلها بما يساعد على الربط الدراسات الأكاديمية والخبرة العملية والخروج بنتائج تعكس واقع الممارسة فى الصحافة المصرية .
- الأخذ بنظام التلمذة فى مجال العمل الصحفى بما يساعد على نقل الخبرة العملية من جيل الكبار إلى جيل شباب الصحفيين .

ملحق (١) جداول الدراسة

جدول رقم (١) بين توزيع أفراد العينة وفقاً للسن

الفتات العمرية	العدد	النسبة
أقل من ٤٠ سنة	١	%٣,٤٥
من ٤٠ : أقل من ٥٠ سنة	٢	%٦,٩٠
من ٥٠ : أقل من ٦٠ سنة	١٨	%٦٢,٠٦
٦٠ فأكثر	٨	%٢٧,٥٩
الجملة	٢٩	%١٠٠

جدول رقم (٢) بين توزيع العينة وفقاً للجنس

الجنس	العدد	النسبة
ذكور	٢٦	٨٩,٦٦
إناث	٣	١٠,٣٤
الجملة	٢٩	%١٠٠

جدول رقم (٣) بين توزيع المراد المينة وفقاً للمؤهل

النسبة	العدد	المؤهل
٤٩,٣٧	١٢	لهانس آداب صحافة
%	٥	لهانس آداب " أقسام أخرى "
%١٧,٢٤	١	لهانس حقوق
%٣,٤٥	٢	بكالوريوس فنون جميلة
%٦,٩٠	١	علوم سياسية
%٣,٤٥	١	خدمة إجتماعية
%٣,٤٥	١	الاجازة العالية فى الفلسفة والمقيدة
%٣,٤٥	١	معهد فنون مسرحية
%٣,٤٥	٥	مؤهلات عليا ماجستير ودكتوراة
%١٧,٢٤		
%٩٩,٩٩	٢٩	الجملة

جدول رقم (٤) بين توزيع أفراد العينة وفقاً لمحل الميلاد

محل الميلاد	العدد	النسبة
القاهرة	٩	%٣١
الدقهلية	٣	%١٠,٣٤
الشرقية	٣	%١٠,٣٤
الإسكندرية	٢	%٦,٩٠
المنيا	٢	%٦,٩٠
أسيوط	٢	%٦,٩٠
قنا	٢	%٣,٤٥
أسوان	١	%٣,٤٥
الجزيرة	١	%٣,٤٥
كفر الشيخ	١	%٣,٤٥
البحيرة	١	%٣,٤٥
الغربية	١	%٣,٤٥
القليوبية	١	%٣,٤٥
الجملة	٢٩	%٩٩,٩٨

جدول رقم (٥) بين توزيع العينة وفقاً لحصولهم على دورات تدريبية

الدورات التدريبية	العدد	النسبة
حصل على دورات تدريبية	١٨	%٦٢,١
لم يحصل على دورات	١١	%٣٧,٩
الجملة	٢٩	%١٠٠

جدول رقم (٦) بين توزيع العينة وفقاً للمسمى الوظيفي

الوظيفة	العدد	النسبة
رئيس تحرير	٤	%١٣,٧٩
نائب رئيس تحرير	١	%٣,٤٥
مساعد رئيس تحرير	٤	%١٣,٧٩
مدير تحرير	٥	%١٧,٢٤
رئيس قسم	١٥	%٥١,٧٢
الجملة	٢٩	%١٠٠

جدول رقم (٧) يوضح
الشخصيات التي تأثر بها أفراد العينة خلال فترة النشأة

النسبة	العدد	الشخصية
٪٢٠	١٠	عباس العقاد
٪١٠	٥	طه حسين
٪٨	٤	الحمادى
٪٨	٤	الوالد
٪٦	٣	مصطفى وعلى أمين
٪٦	٣	نجيب محفوظ
٪٦	٣	محمد حسين هيكل
٪٦	٣	توفيق الحكيم
٪٤	٢	أحمد بهاء الدين
٪٤	٢	عبداللطيف حمزة
٪٤	٢	عبدالرحمن الشرقاوى
٪٢	١	الرسول (صلى الله عليه وسلم)
٪٢	١	د. عبدالخليم محمود
٪٢	١	أ. د. محمد رجب بيومى
٪٦	٣	عدد كبير من الشخصيات
٪١٠٠	٥٠	جملة التكرارات

جدول رقم (٨) بين
أثر النشأه على عينة القيادات الصحفية

النسبة	العدد	الأثر
% ٣٩,٤	١٣	أثرت على اتجاهاتى الصحفية
% ٢٧,٣	٩	أثرت على إنتاجى الفكرى
% ١٥,٣	٥	أثرت على جوانب الممارسة العملية
% ٩	٣	أثرت على بشكل عام
% ٩	٣	لم يحدد
% ١٠٠	٣٣	جملة التكرارات

جدول رقم (٩) يبين

الصفات التي ساعدت أفراد العينة على إحراز النجاح

النسبة	العدد	الصفات
١٩,١	١٣	المثابرة والصبر
١١,٨	٨	القراءة الواسعة والمتنوعة
١٣,٢	٩	حب العمل والإيمان به
١٠,٣	٧	الإتقان والإجادة
٧,٤	٥	الحرص على النجاح
٧,٤	٥	الإخلاص
٥,٩	٤	الثقة بالنفس
٥,٩	٤	الأمانة والصدق
٢,٩	٢	عمق النظرة للأمور
٢,٩	٢	الالتزام
٢,٩	٢	القدرة على الإبداع
١,٥	٢	القدرة على إقامة علاقات اجتماعية
١,٥	٢	الاستفادة من الأخطاء
١,٥	١	القناعة
١,٥	١	الشخصية الاستقلالية
١,٥	١	القدرة على قيادة الأفراد
٪١٠٠	٦٨	جملة التكرارات

جدول رقم (١٠) بين

أثر معرفة الصحفي لنفسه على فاعلية عملية الاتصال الصحفي

النسبة	العدد	الجواب الخاصة بمعرفة الصحفي لنفسه
%٤٤,٣	٢٧	مهمة
%١٩,٧	١٢	تساعد على النجاح
%١١,٥	٧	تؤثر على الممارسة الصحفية
%٩,٨	٦	تؤثر على سلوكيات الممارسة
%٦,٥	٤	تساعد على التكيف مع الواقع
%٣,٣	٢	تفيد في معرفة الآخرين
%٤,٩	٣	لم يحدد
%١٠٠	٦١	جملة التكرارات

جدول رقم (١١) يبين
اتجاهات العينة نحو أهمية الالمام بالموضوع

النسبة	العدد	الاتجاه نحو الالمام بالموضوع
%٢٠,٦٩	٦	ضرورة ولا غنى عنها
%١٧,٢٤	٥	من عوامل نجاح الموضوع الصحفى
%٢٤,١٣	٧	تعنى الاجاطة الكاملة بمختلف جوانب الموضوع
%٣,٤٥	١	ترتبط بالتكوين الفكرى للصحفى
%٦,٩٠	٢	شرط ضرورى للكاتب الصحفية
%٣,٤٥	١	ترتبط بخبرة الصحفى فى الكتابة
%١٣,٧٩	٤	ترتبط بالرجوع إلى المصادر المختلفة
%٣,٤٥	١	مهمة فى الجوانب العملية والمتخصصة
%٣,٤٥	١	لفيد فى اكتساب ثقة القارئ
%٣,٤٥	١	لفيد فى تبسيط المعلومات للقارئ
%١٠٠	٢٩	الجملة

جدول رقم (١٢) يبين مدى أهمية معرفة الصحفي لجمهوره

النسبة	العدد	أهمية معرفة الصحفي لجمهوره
٢٤,١٣%	٧	معرفة عميقة وكاملة مهمة جداً
٦,٩٠%	٢	لأنه الهدف الأساسى من الكتابة
١٠,٢٤%	٣	لأن التعرف على الجمهور يتم من خلال الدراسة والبحوث
٦,٩٠%	٢	
٣,٤٥%	١	أن معرفة الجمهور مهمة لضمان التقدير الذاتى للصحفى
٦,٩٠%	٢	تجعل الصحفى مفهوماً ومقبولاً من الجمهور
٣١,٠٣%	٩	تزيد من فئرة الصحفى على أقتاع جمهوره
٦,٩٠%	٢	تساعد على اختيار الموضوعات وأسلوب التعبير
٣,٤٥%	١	مهمة لتوصيل المعلومة للجمهور مهمة لنجاح الحوار مع الجمهور
١٠٠%	٢٩	جملة التكرارات

جدول رقم (١٣) يبين

أهمية معرفة الجوانب الإدارية للصحيفة فى رأى أفراد العينة

النسبة	العدد	أهمية معرفة الجوانب الإدارية للصحيفة
٤١,٣٨%	١٢	ضرورية ويجب أن تكون شاملة
٢٠,٦٩%	٦	مهمة لتحسين الأداء الصحفى
١٠,٣٤%	٣	مهمة لعدم تجاوز الصحفى الحدود
١٠,٣٤%	٣	غير مهمة فليس لدينا سوى معلومات قليلة عنها
٦,٩٠%	٢	مهمة للراغبين فى المناصب القيادية
٣,٤٥%	١	المعرفة الشمولية لازمة للقيادة الأدارية الناجحة
٦,٩٠%	٢	لم يجب
١٠٠%	٢٩	جملة التكرارات

جدول رقم (١٤) يوضح

الأهداف من الكتابة للجمهور لدى عينة الدراسة

النسبة	العدد	الهدف من الكتابة
%٣٤,٤٨	١٠	التوير والتوعية
%١٧,٢٤	٥	السعى لخواه أفضل
%١٣,٧٩	٤	المساهمة فى حل مشكلات القارئ
%١٣,٧٩	٤	نقل الأفكار والوقائع والآراء
%١٠,٣٤	٣	إثارة الراى العام حول قضية ما
%١٠,٣٤	٣	التصبر عن الذات
%١٠٠	٢٩	جملة التكرارات

جدول رقم (١٥) يبين

إنجاءات عينة الدراسة نحو التعرف على أهداف الجمهور

النسبة	العدد	التعرف على أهداف الجمهور
%٦٥,٥٢	١٩	مهمة لوضعها فى الاعتبار عند الكتابة للجمهور
%٢٤,١٤	٧	مقابلة أفراد الجمهور والاتصال بهم لمعرفة أهدافهم
%١٠,٣٤	٣	التعرف على أهداف الجمهور مهمة لإكتساب ثقته
%١٠٠	٢٩	الجملة

جدول رقم (١٦) يبين
الأسباب التي تجعل الجمهور يقبل على القراءة للصحفي

أسباب القراءة	العدد	النسبة
معالجة قضاياهم والرد على استفساراتهم والتعبير عن مشاعرهم	٧	%٢٤,١٤
الحصول على معلومات وتفسيرات للأحداث	٧	%٢٤,١٤
الصدق والأمانة	٧	%٢٤,١٤
اشباع الاهتمامات الخاصة	٤	%١٣,٧٩
الارتقاء بثقافة القارئ	٣	%١٠,٣٤
اسألوا الجمهور	١	%٣,٤٥
الجملة	٢٩	%١٠٠

جدول رقم (١٧) يبين

مدى اهتمام الصحفي بأشعار الجمهور بحرصه على مصالحهم

شعور الجمهور بحرصه على مصالحه	العدد	النسبة
أكد أحرص على ذلك	٢٤	%٨٢,٧٦
لا أعتد بذلك	٣	%١٠,٣٤
لم يجب	٢	%٦,٩٠
الجملة	٢٩	%١٠٠

جدول رقم (١٨) يبين

مدى حرص الصحفي على اختيار الموضوعات المفيدة للجمهور

مدى الحرص على اختيار الموضوعات المفيدة	العدد	النسبة
أحرص بشدة	٢٩	%١٠٠
أحرص إلى حد ما	-	-
لا أحرص	-	-
الجملة	٢٩	%١٠٠

جدول رقم (١٩) بين

مدى أهمية إنتاج الصحفي بما يقدمه من موضوعات في رأى أفراد لعينة

النسبة	العدد	مدى أهمية إنتاج الصحفي بما يقدمه
%٩٦,٥٥	٢٨	مهم جداً
%٣,٤٥	١	مهم إلى حد ما
-	-	غير مهم على الإطلاق
%١٠٠	٢٩	الجملة

جدول رقم (٢٠) بين

رأى الصحفيين عينة الدراسة في مشاعر الجمهور نحوهم

النسبة	العدد	رأى الصحفي في مشاعر الجمهور نحوه
%١٧,٢٤	٥	مشاعر طيبة
%٣٧,٩٣	١١	حب وتقدير
%٦,٩٠	٢	يعدم كتاباتي ويقتل نقدي
%١٠,٣٤	٣	يقتل بي
%١٣,٧٩	٤	أسألو الجمهور
%٣,٤٥	١	لا أعرف بالضبط
%١٠,٣٤	٣	لم يجب
%١٠٠	٢٩	الجملة

جدول رقم (٢١) يبين
رأى عينة الدراسة في الجمهور

النسبة	العدد	رأى الصحفيين في الجمهور
٪١٠,٣٤	٣	جمهور يمتاز بالدكاء والتجارب
٪١٣,٧٩	٤	جمهور يحرص على التزود بالثقافة والمعرفة
٪٣,٤٥	١	جمهور عريض ومتنوع
٪١٣,٧٩	٤	جمهور يستحق الاحترام والتقدير
٪١٣,٧٩	٤	جمهور أشعر نحوه بالحب والانتماء
٪٦,٩٠	٢	جمهور من الضروري أن أتفاعل معه لأنه بدونه لا قيمة لما كتبت
٪١٧,٢٤	٥	جمهور واعى أتعامل معه بموضوعية
٪١٣,٧٩	٤	جمهور أحرص على التعرف عليه من خلال الاتصال المباشر
٪٣,٤٥	١	أشعر بالاستياء من أجله لضعف اهتماماته بالقضايا الثقافية
٪٣,٤٥	١	لم يجب
٪١٠٠	٢٩	الجملة

جدول رقم (٢٢) يبين
مدى أهمية التخصص للصحفي

النسبة	العدد	أهمية التخصص للصحفي
٪٦٢,٠٧	١٨	أوافق على ضرورة التخصص
٪١٧,٢٤	٥	لا أوافق
٪١٧,٢٤	٥	أحياناً التخصص مطلوب
٪٣,٤٥	١	لم يجب
٪١٠٠	٢٩	الجملة

جدول رقم (٢٣) بين

الأسباب المختلفة لموقف أفراد العينة من التخصص

النسبة	العدد	السبب	لرأى
%٢٢,٢٢	٤	- لأننا نعيش في عصر التخصص الدقيق	أوافق
%٣٣,٣٣	٦	- ضروري لنجاح الصحفي	
%٢٧,٧٨	٥	- يجعلنا أكثر قدرة على الكتابة بعمل ويجنبنا السطحية	
%١١,١١	٢	- ضروري للكتابة في مجالات الأدب والسياسة والاقتصاد والفن	
%٥,٥٥	١	- لم يذكر سبباً محدداً	
%٢٠	١	- لأن الصحفي يكتب في كافة الموضوعات	لا أوافق
%٢٠	١	- لأن التخصص مطلوب فقط للصحف والصفحات المتخصصة	
%٦٠	٣	- الثقافة العامة وسعة الاطلاع هي الأهم في الكتابات الصحفية	
%٦٠	٣	- لأن الصحف تحتاج إلى الصحفي المتخصص والصحفي العام	أوافق أحياناً
%٤٠	٢	- لأن التخصص سلاح ذو حدين	
%١٠٠	٢٩		الجملة

جدول رقم (٢٤) بين حدود التخصص المطلوب للصحفي

النسبة	العدد	حدود التخصص
%١٧,٣٩	٤	تخصص علمي بالدراسة والمتابعة
%٣٤,٧٨	٨	درجة العلم بجوانب الموضوع المتبادل
%٢٦,٠٩	٦	الحدود الكافية للنظرة الشاملة
%٢١,٧٤	٢	درجة تعين الصحفي على فهم الموضوعات
%١٠٠	٢٣	الجملة

جدول رقم (٢٥) بين رأى عينة الدراسة
فى مدى أهمية معرفة الجمهور للموضوعات المطروحة للمناقشة

النسبة	العدد	أهمية معرفة الجمهور بالموضوعات المطروحة
%٤٤,٨٣	١٣	ضرورية
%٣١,٠٣	٩	غير ضرورية
%٢٠,٦٩	٦	ضرورية إلى حد ما
%٣,٤٥	١	لم يحدد
%١٠٠	٢٩	الجملة

جدول رقم (٢٦) بين
أسباب الأهمية وعدم الأهمية لمعرفة الجمهور للمعلومات
المطروحة للمناقشة

النسبة	العدد	الأسباب	الرأى
%٤٦,١٥	٦٠	- لأن إذا كان على علم بالموضوع كان اهتمامه به أكثر	ضرورية
%٣٣,٤٦	٣	- حتى يترك أئى أخطر به	
%١٥,٣٨	٢	- لأن الجمهور من حقه أن يكون على علم بكل شئ	
%١٠٠	١٣	-الجملة	
%٤٤,٤٤	٤	- لأننا نقدم له كل ما هو جديد	غير ضرورى
%٣٣,٣٣	٣	- لأن مهمتنا إرشاد الجمهور وتوجيهه	
%٢٢,٢٢	٢	- حتى لا يكون الصحلى لها أضراب الجمهور	
%٩٩,٩٩	٩	-الجملة	
%٥٠	٢	- يكفى لغير مطول من المعرفة والباقى مستوية الصحلى	حسورى لئى حد ما
%٥٠	٢	- لا اختلاف مسويات الجمهور	
%١٠٠	٦		الجملة

جدول رقم (٢٧) يبين المجال الفضل للكتابة لدى أفراد العينة

النسبة	العدد	الموضوعات المفضلة
١٣,٧٩%	٤	الموضوعات الخاصة بمشاكل الجماهير
٢٧,٥٨	٨	الموضوعات السياسية
%	٣	الموضوعات الدينية
١٠,٣٤%	٣	الموضوعات الاجتماعية
١٠,٣٤%	٣	الموضوعات الفنية
١٠,٣٤%	٢	الموضوعات الثقافية
٦,٩١%	٤	الشباب والرياضة
١٣,٧٩٥	٢	كل الموضوعات دون تحديد
٦,٩١		
١٠٠%	٢٩	الجملة

جدول رقم (٢٨) بين الأساليب الاتباعية التي يفضلها افراد عينة الدراسة

النسبة	العدد	الأسلوب
٪٨,٦٣	١٧	أسلوب الرغبة
٪٠,٠٥١	١	أسلوب التهيب
٪٢,٠٣	٤	أسلوب التعميم
٪٢,٠٣	٤	الأسلوب العاطفي
٪١٠,٦٦	٢١	الأسلوب المنطقي
٪٦,٠٩	١٢	أسلوب التكرار
-	-	أسلوب الأمر
٪٢,٠٣	٤	أسلوب الخطاب
٪٠,٥١	١	أسلوب التخويف
٪١٢,١٨	٢٤	أسلوب ذكر الأهداف بوضوح
٪٦,٦٠	١٣	أسلوب ذكر الأهداف ضمناً
٪١٢,١٨	٢٤	أسلوب عرض الأفكار المزيّدة
٪١١,٦٨	٢٣	أسلوب عرض الأفكار المعارضة
٪٩,٦٤	١٩	أسلوب العرض المتوازن
٪٩,٦٤	١٩	أسلوب اقترح الحلول
٪٤,٠٦	٨	أسلوب ترك القارئ يستخلص الحلول بنفسه
٪٠,٥١	١	أسلوب الحوار
٪٠,٥١	١	أسلوب التلخيص
٪٠,٥١	١	أسلوب السؤال الضمني
٪١٠٠	١٩٧	الجملة

ملحق رقم (٢)

استمارة الاستقصاء

أولاً : بيانات شخصية

- ١- الأسم :
- ٢- السن :
- ٣- محل الميلاد :
- ٤- الموهل :
- ٥- تاريخ الحصول عليه :
- ٦- الوظيفة الحالية :
- ٧- الدورات التدريبية :

ثانياً : بيانات عامة :

٨- أهم المعالم المميزة لفترة النشأة في حياة سيادتكم؟

-

-

٩- ما أثر هذه النشأة على الانتاج الفكرى ؟

-

-

١٠- شخصيات تأثرت بها سيادتكم ؟

-

-

١١- أهم الصفات التي توافرت لساداتكم وتعقدون أن لها فضلاً كبيراً فيما حققتوه من نجاح؟

-

ثالثاً : فيما يلي جوانب شخصية وتتصل بطبيعة العمل الصحفى برجاء تحديد رأيكم فيما يختص بما يلي :

١٢- معرفة الصحفى لنفسه :

-

-

١٣ قلر المعرفة عن الموضوعات الذى تكتب فيه :

-

-

١٤- قلر المعرفة عن الجمهور :

-

-

١٥- قلر المعرفة عن الصحيفة والجوانب الإدارية بها :

-

-

رابعاً : أسئلة خاصة بجوانب الممارسة المهنية :

١٦- أهدافك من الكتابة للقراء:

-

-

١٧- الأهداف الخاصة بمجهورك والتي تجعلهم فى رأيك يقرأون لك ؟

-

١٨- مدى اهتمامك بالتعرف على أهداف الجمهور ووضعها في الاعتبار:

-

-

١٩- هل تحرص على أن تشعر القارئ أنك حريص على مصالحه؟

-

-

٢٠- مدى الحرص على اختيار موضوعات مفيدة للجمهور؟

-

-

٢١- عند اختيارك لموضوع ما هل تكتب فيما أنت مقتنع به تماماً؟

-

-

٢٢- ما مشاعر الجمهور الخاصة بحوك من وجهة نظرك؟

-

-

٢٣- رأيك الخاص في جمهورك ومشاعرك نحوه؟

-

-

٢٤- هل التخصص ضروري في الموضوعات المختارة للكتابة؟ ولماذا؟

-

-

٢٥- ما حدود ذلك في رأي سياتكم؟

-

-

٢٦- هل من الضروري إحاطة الجمهور علماً عن الموضوعات التي تكتب فيها ؟

-

-

٢٧- حدود معرفة الجمهور من وجهة نظر سيادتكم ؟

-

-

٢٨- موضوعات تفضلون تناولها :

-

-

٢٩- فيما يلي بعض الأساليب الاتباعية ضع علامة (✓) أمام الأساليب

التي تفضل استعمالها مع جمهورك :

()

أسلوب الترغيب

()

أسلوب الرهيب

()

أسلوب التصميم

()

الأسلوب العاطفي

()

الأسلوب المنطقي

()

أسلوب التكرار

()

أسلوب الأمر

()

أسلوب الخطاب

()

أسلوب التخويف

()

أسلوب ذكر الأهداف بوضوح

()

أسلوب ذكر الأهداف ضمناً

()

أسلوب عرض الأفكار المؤيدة

()

أسلوب عرض الأفكار المعارضة