

الفصل الثالث

رسائل الدكتوراه في الصحافة والإعلام
المنوحة من قسم الإعلام بكلية الآداب بسوهاج
من ١٩٧٧ إلى مايو ٢٠٠٣م.

obeikandi.com

العوامل التي تؤثر على القائمين بالأخبار

دراسة تطبيقية على حراس البوابة

وانتقاء الأخبار في راديو القاهرة

اسم الباحث : يوسف يعقوب مرزوق .

الدرجة العلمية : دكتورة .

د.أ/ محمود حلمي مصطفى .

الإشراف : د.أ/ ابراهيم إمام .

سنة المنح : ١٩٨١ م .

مشكلة الدراسة وأهدافها :

مشكلة هذه الدراسة تتحدد في محاولة الإجابة على سؤال يمكن صياغته على النحو التالي: ما العوامل التي تؤثر على القائمين بالأخبار في الإذاعة مع التطبيق على القائمين بالعمل الإخباري في راديو القاهرة ٠٢ وتستهدف بهذا التعرف على العوامل التي تتحكم في عملهم وخاصة عند انتقاءهم للأخبار والهدف من هذه الدراسة هو التوصل إلى معرفة أى العوامل التي قد تؤدي إلى حجب بعض الأخبار وعدم إذاعتها أو تلونها والانحراف بها عن موضوعيتها .

وتبدو أهمية هذا الموضوع للدراسة من النظر إلى الراديو كوسيلة إعلامية ، وخصائص هذه الوسيلة فمنذ الأيام الأولى للراديو والأخبار تشكل جانبا له أهميته من

بين ما يقدمه من انتاج ، بل كانت لشرة الاخبار من المواد الأولى التى قلعت فى محطات الإذاعة بعد اكشافها .

نوع الدراسة ومنهجها وأداتها :

تعد هذه الدراسة وصفية دراسة وصفية ولقد استخدم الباحث منهج المسح الميدانى على القائمين بالاتصال فى راديو القاهرة من مندوبين ومراسلين ومرجعين للاخبار ومحررين للاستماع السياسى وكذلك المحررين ورؤساء التحرير المسئولين عن النشرات وإعدادها .

كما استخدم الباحث منهج المسح التحليلى لتحليل مضمون انتاج حراس البوابة وهو نشرات الأخبار الرئيسية التى تذاغ يوميا من خلال فترة زمنية محددة .

وكانت أداة جمع البيانات فى هذا البحث استمارة استقصاء للمسح الميدانى واستمارة تحليل مضمون للنشرات الإخبارية .

خطة الدراسة :

وتقسم الدراسة إلى جزئين جزء نظرى ويشمل الفصول الآتية :

الفصل الأول : ويتناول الخدعة الاخبارية فى الإذاعة الصوتية بصفة عامة .

الفصل الثانى : حراس البوابة .

الفصل الثالث : أهمية الإذاعات الصوتية إخباريا .

الفصل الرابع : مصادر الأخبار للإذاعة الصوتية.

الفصل الخامس : صالة التحرير فى الإذاعة الصوتية

أما الجزء الثانى فيشمل الدراسة التطبيقية على القائمين على الأخبار فى راديو القاهرة .

الفصل السادس : مضمون الإنتاج الإعلامى .

الفصل السابع : الدراسة الميدانية على القائمين بالأخبار فى راديو القاهرة .

الفصل الثامن : نتائج وتوصيات الدراسة .

أهم نتائج الدراسة :

أولاً : بالنسبة للدراسة الميدانية على حراس البوابة فى راديو القاهرة :

١- أن هناك عوامل تؤثر على القائمين بالأخبار فى راديو القاهرة يمكن تقسيمها إلى عوامل رئيسية ثلاثة هى :

أ - العوامل السياسية والاجتماعية التى بدأت بتدخل الحكومة من خلال جهاز الرقابة والتدخل بالتعليمات والتوجيهات فى حجرة الأخبار وكذلك مدى ارتباط الأخبار فى الإذاعة بالنظام الاجتماعى والأهداف الاجتماعية التى كثيرا ما تحرف بالعملية الإخبارية عن طريقها كإعلام إلى محاولة الحفاظ على القيم الاجتماعية التى ارتضاها المجتمع وهى فى النهاية مرتبطة بالنظام السياسى فى الدولة .

ب -العوامل التى تتعلق بالضغوط المهنية والقيم الشخصية للقائمين بالأخبار والتى اتضحت من الدراسة الميدانية فى شكل ضغوط حجرة الأخبار والقيم السائدة فيها وأسلوب العمل بداخلها والنمط الفكرى الواحد المتكرر الذى يجعل من القائمين بالأخبار أعضاء واقع بيروقراطى يسود العمل الإخبارى فى راديو القاهرة .

ج- العوامل المادية والفنية (الامكانيات) التى تؤثر فى العمل الإخبارى وقد اتضح مدى قصور هذه الإمكانيات وضعفها وتأثيرها على أسلوب العمل وقصوره فى أداء العملية الإخبارية .

- ٢- يتساوى الثواب والعقاب بين القائم بالأخبار وموظف الحكومة ، فالعلاوات دورية والترقيات بالأقدمية والحوافز لا مكان لها وإن وجدت فأساس الاختيار لها رئيس إدارى قد يجانبه الصواب كرئيس إدارى .
- ٣- يسود بين جميع القائمين بالأخبار شعور بالالتزام واحترام الرؤساء والزملاء القدامى .
- ٤- وضع القائمين بالأخبار بالنسبة لزملاهم العاملين بالإذاعة خاصة فى البرامج والنواتج يجعلهم يحترمون أنفسهم من الصفوة فى العمل الإذاعى من حيث كونهم مسئولين عن الشئون السياسية والعمل السياسى والإخبارى .
- ٥- تشكل الضغوط المهنية والاعتبارات الميكانيكية والزمنية نوعا من القلق والتوتر الناجم عن ملاحقة الأحداث والمنافسة فى الحصول على الأخبار ومتابعتها ، إلا أن الدراسة أثبتت أن الضغوط المهنية على القائم بالأخبار فى الإذاعة أقوى وأشد لارتباط هذه الضغوط باعتبارات ميكانيكية تتعلق بالإذاعة كوسيلة إعلامية لها خصائصها التى تتميز بها عن الصحافة .
- ٦- أجمع جميع القائمين بالأخبار على مدى تأثير النقص الفنى والمادى والامكانيات اللازمة على عملهم بحيث كثيرا ما تكون هذه الإمكانيات سببا فى القصور الذى يشوب إنتاجهم .

أهم التوصيات :

- ١- إعطاء الحرية للقائمين بالأخبار فى راديو القاهرة لتقدم جميع الأخبار دون خوف أو مسئولية إلا فى حالة ما يسمى الكيان الاجتماعى .
- ٢- إعطاء القائمين بالأخبار حق تقديم الأخبار مهما كانت وألا يسقطوا حدثا هاما من نشراتهم خوفا من الحساسيات والعقاب .
- ٣- منح القائمين بالأخبار حرية اتخاذ القرار فى إذاعة جميع الأحداث على الهواء مباشرة دون التقيد بمواعيد النشرات وذلك لإذاعة الحدث الهام فوراً .

- ٤- تحرير القائمين بالأخبار من جميع اللوائح الحكومية ومن البروقراطية فى الجهاز الإدارى فى الدولة من حيث التعيين والأجر والحوافز والترقيات .
- ٥- استعمال شبكة المراسلين المحليين بالمحافظات والموافقة على تعيين مراسلين فى العواصم المختلفة .

المادة الإخبارية

فى تليفزيون جمهورية مصر العربية

دراسة تحليلية لمضمون نشرات الأخبار

اسم الباحث : محمد معوض ابراهيم نصر .

الدرجة العلمية : الدكتوراة .

د/د محمود حلمى مصطفى .

اشراف : د/د ابراهيم امام .

د/ فوزيه فهم .

سنة المنسح : ١٩٨١ م .

مشكلة الدراسة :

تهتم هذه الدراسة فى المقام الأول بنشرات الأخبار فى التلفزيون المصرى باعتبارها من أهم أهداف السياسة الإعلامية للتلفزيون كجهاز إعلامى ، وذلك لوضع تصور واضح لأبعادها فى محاولة لملاج ما يشوبها من قصور يتضح فى إحجام نسبة كبيرة من المشاهدين عن مشاهدتها ورؤيتها ومتابعتها ، على الرغم من أن نشرات الأخبار تحير من أفضل البرامج وال فقرات التى يقبل عليها مشاهدوا التلفزيون فى الدول المقدمة ، حتى أنها تشكل جزءا عميقا من نسج بنيان الحياة اليومية لهؤلاء المشاهدين .

فروض الدراسة :

1. يقدم الباحث مجموعة من الفروض تقوم عليها دراسته المقارنة لتحليل المضمون هي:
 ١. كثرة الأخبار الأجنبية في نشرات أخبار التلفزيون المصري ، وتضالول التغطية الإخبارية المحلية المصورة بصورة عكسية مع ما يحدث في محطات التلفزيون العالمية مما قد يفقد النشرات الإخبارية أهميتها ، وكذلك تركيز التغطية الإخبارية المحلية بصورة واضحة على أخبار العاصمة .
 ٢. قلة المادة الإخبارية المصورة في نشرات أخبار التلفزيون المصري ، مما قد يتسبب في احجام المشاهدين عن مشاهدتها ومتابعتها .
 ٣. طغيان مصادر أخبار التلفزيون الأجنبية المستخدمة في نشرات أخبار التلفزيون المصري على مصادر الأخبار المحلية ، وقصور دور مندوبي أخبار التلفزيون المصري بصورة واضحة ، في الوقت الذي تعتبر فيه أخبار التلفزيون هي أخبار المندوب .
 ٤. لا يمحظى ببناء نشرات أخبار التلفزيون بالاهتمام الكافي بقدر ما لمجده من اهتمام في النظم التلفزيونية العالمية المتقدمة ، وغالبا ما تقدم الأخبار في نشرات أخبار التلفزيون حسب ترتيبها ، كما تبنى أهميتها على أهمية الأشخاص الذين تتاولهم النشرة .
 ٥. تكرار الأخبار المصورة في نشرات أخبار التلفزيون المصري دونما تغيير في شكلها أو مضمونها ، مما قد يتسبب في نفور المشاهدين منها ، في حين أن التكرار مع بعض التغيير سواء في الشكل أو المضمون يعتبر أكثر فاعلية .
 ٦. هبوط مستوى اعداد وتنفيد بعض الفقرات الإخبارية ، وقلة وسائل الايضاح بما لا يتناسب مع ما تتضمنه النشرات من بيانات ومعلومات ، وأيضا سوء استخدامها مما قد يؤثر على مضمون النشرات وبما يعوق قدرة المشاهدين على الفهم والاستيعاب .

منهج الدراسة ومادة البحث :

تستخدم هذه الدراسة منهج السح الميداني لتحليل مضمون الصوت والصورة في نشرات أخبار التلفزيون بالقناة الأولى المصرية والتلفزيون البريطاني (B. B. C)

والتلفزيون المتقل (I . T . N) على مدى عشرة أيام متصلة طوال الفترة من ١٥ أبريل وحتى ٢٤ أبريل ١٩٨١ للوقوف على صورة الخدمة الإخبارية المقدمة فى نشرات أخبار التلفزيون وللوصول إلى الاستنتاجات الخاصة بكل فرض من الفروض السابق ذكرها ، فتحليل المضمون هو النهج الذى يسمى للتوصل إلى استنتاجات للافتراضات عن طريق التعرف على خصائص الرسالة الإخبارية بطريقة منهجية وموضوعية .

فئات التحليل :

يحدد برنارد برلسون فئات تحليل المضمون فى نوعين رئيسيين ، تتلرج تحت كل منها بعض الموضوعات الفرعية ، ويتناول النوع الأول المادة التى يتضمنها مضمون الاتصال ، وتعرف بفئات مادة الاتصال .

أما الثانى فيتناول النواحي الشكلية لهذا المضمون ، وتعرف بفئات شكل الاتصال . وبالنسبة للنوع الأول الخاص بفئات مادة الاتصال يستخدم الباحث الفئات التالية والتى تخدم أهداف بحثه بصورة كبيرة وهى :

أولاً : فئات الدائرة التى تغطيها المادة الإخبارية :

وتهدف هذه الفئة التعرف على الدائرة التى تغطيها أخبار التلفزيون بمعنى هل هذه الأخبار عالمية أو وطنية ؟ وتقصد بالخبر الوطنى أو المحلى كل حدث أو نشاط يقع داخل حدود الدولة ، أما الخبر العالمى فهو كل حدث أو نشاط يقع خارج الدولة . وذلك بهدف التعرف على مضمون المادة الإخبارية الذى يغلب على نشرات أخبار التلفزيون .

ثانياً : فئات مكان الخبر :

وتهدف هذه الفئات إلى تحديد المكان الذى يرد منه الخبر هل هو عاصمة الدولة أم مدينة أو مكان آخر ، سواء أكان داخل الدولة أم خارجها وتفيد هذه الفئات فى التعرف على نوعية البيئة التى تم تغطية أخبارها ، وذلك بهدف تحديد نصيب المحليات باعتبارها الأساس فى تحقيق التسمية القومية الشاملة .

ثالثا : فئات مصادر أخبار التلفزيون :

وتعنى المصادر التى قامت بتغطية الخبر ، أى المصدر أو المرجع الذى تنسب إليه أخبار التلفزيون وهى :

- مندوب أخبار التلفزيون ، ونعنى به المندوب الذى يتواجد فى موقع الحدث ليقدمه للمشاهدين .
- مراسل أخبار التلفزيون .
- وكالات الأنباء العالمية المصورة .
- التبادل الإخبارى ونقصد به كل المواد الإخبارية التى تأتى عبر الأقمار الصناعية .
- وكالات الأنباء البرقية .
- أية مصادر أخرى .

رابعا : فئات موضوع المادة الإخبارية الذى يخدم التنمية

وتضم كل الأخبار والقصص الإخبارية التى لها صلة بعمليات التنمية .

خامسا : فئات نوعية موضوع المادة الإخبارية :

وهى فئات فرعية تتعلق بموضوعات القصص الإخبارية أو أخبار التلفزيون فى التلفزيون المصرى ، والتى حددها الباحث . كالتالى :

- ١ . القصص والأخبار السياسية .
- ٢ . القصص والأخبار الاقتصادية .
- ٣ . القصص والأخبار الاجتماعية .
- ٤ . القصص والأخبار العسكرية .
- ٥ . قصص وأخبار الشئون العلمية والثقافية .
- ٦ . القصص والأخبار الدينية .
- ٧ . أخبار الجريمة .

٨. القصص والأخبار الرياضية .

٩. أخبار الطقس والأحوال الجوية .

وحدة القياس المستخدمة في الدراسة :

اختر الباحث المفردة أو المادة ، وتعنى هنا الخبر أو القصة الخبرية ، ذلك لأنها تصلح لمضمون نشرات الأخبار ، كما أن استخدامها يعطينا نتائج صادقة ويحقق قدرًا كبيرًا من الثبات في التحليل ، بمعنى أن نحصل على نفس النتائج لنفس التحليل باختلاف المحلل أو الزمن الذي يتم فيه التحليل .

أهم النتائج والتوصيات :

١ - زيادة الاهتمام بالأخبار المحلية والتي لا تشغل إلا حيزًا متواضعًا في نشرات الأخبار عن طريق تغطية الأحداث المحلية والداخلية .

٢ - ضرورة أن تعبر عن البيئة المصرية ، وأن تساهم في خدمة قضايا التنمية في المجتمع ، مع ضرورة الاهتمام بالمناطق الريفية والنائية المتخلفة باعتبارها الأساس في تحقيق التنمية القومية الشاملة .

٣ - دعم نشاط منسوبي أخبار التلفزيون ، خاصة وأن أخبار التلفزيون تعتبر هي نفسها أخبار الندوب ، عن طريق تعيين المنسوين الجدد والمراسلين ، والاهتمام بتدريبهم وإتاحة الفرصة أمامهم لعيشة سير العمل الإخباري في محطات التلفزيون العالمية المتقدمة .

٤ - دعم نشاط أطقم التصوير وتزويدها بوسائل جمع الأخبار الالكترونية (كاميرات الفيديو كاست) ووسائل النداء الآلي ، وكل الامكانيات المادية والبشرية .

٥ - الاهتمام بتدريب العاملين في أخبار التلفزيون لتساير التقدم التكنولوجي السريع في تغطية الأخبار .

٦ - الاهتمام الكامل بارتداف أخبار التلفزيون ، وتزويده بأحدث وسائل الإيضاح ، واعداد ملفات خاصة بالصور الفوتوغرافية ، وأخرى خاصة بالصحف وأعلامات القومية

والعالية للاستفاده بها ، كذلك الاهتمام بالمراجع العلمية و اتاحة الفرص للعاملين للاطلاع ، وتشجيعهم على البحث العلمى .

٧ - إنشاء قسم خاص لإعداد وسائل الايضاح المتنوعة مع ضرورة استخدام الكروماكى Chroma Key فى النشرات والبرامج الإخبارية كى يتسنى الاستخدام الأمثل لوسائل الايضاح .

٨ - تقسيم العمل على أساس وحدة النشر ، بمعنى أن يختص بإعداد كل نشرة فريق من محررين والمترجمين والمخرجين والمعلقين .

٩ - الحرية الكاملة فى عرض جميع وجهات النظر المؤيدة والمعارضة والمشاركة فى الأحداث ، وفى مختلف القضايا ، وتخليص العمل الإخبارى من كل المعوقات .

١٠ - ضرورة الاهتمام بإعداد وتنفيذ نشرات الأخبار فى التلفزيون ، وتقديمها حسب أهميتها مع استخدام الموجز الصور الذى يجذب انتباه المشاهدين ، والاهتمام بنهاية النشرات الإخبارية ، والتويه باستمرار على أهم الأخبار والأحداث قبل موعد النشرة، على أن تذاع التفاصيل الكاملة داخل النشرات ، ومن جهة أخرى مراعاة عدم تكرار المادة الإخبارية دونما تغيير سواء فى الشكل أو المضمون .

١١ - الاهتمام بأبحاث المشاهدين ، وضرورة أن تركز أبحاث أخبار التلفزيون على اتجاهات المشاهدين واهتماماتهم وقيمهم وعاداتهم ، والحرص على استمرارها لمعرفة آراء الجماهير فيما يقدم من مادة إخبارية ، ومدى تحقيقها لأهدافها .

البرامج الإخبارية ودورها فى التنمية

دراسة تطبيقية على إذاعة (ج . م . ع)

اسم الباحث : عبد الصمد محمد دسوقى .

الدرجة العلمية : الدكتوراة .

اشرف : د.أ/ محمود حلمى مصطفى .

د.أ/ ابراهيم امام محمود .

سنة المنح : ١٩٨٢ م .

مشكلة الدراسة وأهدافها :

ليس هناك أدنى شك فى أن وسائل الإعلام مقرؤه كانت أو مسموعة أو مرئية تلعب دورا هاما فى تشكيل حياة الفرد والمجتمع ، وبصفة خاصة فى المجتمعات النامية . وإذا كانت هذه الوسائل تكامل فى تادية خدماتها الإعلامية والثقافية فإن لكل منها تأثيرها الخاص فى هذه المجتمعات .

وهذه الدراسة ستنى بالدور الإعلامى الذى تضطلع به الإذاعة الصوتيه (الراديو) فهذه الوسيلة تعتبر من أخطر وسائل الاتصال الجماهيرى فى مجتمعاتنا النامية حيث تنتشر الأمية ويسود التخلف وتسير الحياه وفق تقاليد ومعتقدات باليه تقف حائلا دون النهوض بهذه المجتمعات وتطويرها .

والبرامج الإخبارية التي تبثها الخدمات الإذاعية المختلفة إذا ما أحسن أعدادها وتقديمها
تستطيع أن تساهم بدور فعال في تنمية الوعي لدى مستمعي هذه الخدمات وبالتالي يمكنهم
العمل على تطوير أساليب حياتهم نحو الأفضل والمساهمة في حل مشاكلهم .

والمقصود بالبرامج الإخبارية هو كل ما تبثه الإذاعة الصوتية من مواد إخبارية مختلفة وإن
كانت سياسية بالدرجة الأولى ، ويقصد بالتنمية هنا تنمية الوعي لدى المستمعين عن طريق
هذه البرامج . أو بعبارة أخرى الدور الإعلامي الذي تضطلع به هذه البرامج .

وتهدف هذه الدراسة إلى تقييم هذا الدور بالنسبة لإذاعات القاهرة العربية التي يفرض
أن تكون قد قطعت شوطا كبيرا في هذا المجال . وذلك من خلال الإجابة عن سؤال محدد
هو : (هل تسعى الخدمات الإخبارية لإذاعات القاهرة إلى تحقيق رسالة محددة مستخدمة في
ذلك أساليب ملائمة) والمقصود بالرسالة هنا الدور الإعلامي لهذه الخدمات في المجتمع
المصري .

منهج البحث :

يعتمد البحث على منهج المسح الميداني بظواهره التقليدية المعروفة والتي تبدأ بجمع
البيانات وتسجيلها ثم تصنيفها وتحليلها وعرضها . وقد استخدم الباحث في هذه الدراسة
أسلوب البحث الشامل دون العينة لأن مجال البحث كله لا يتعدى المسؤولين عن الخدمات
الإخبارية في الإذاعة ، وقد وضع من حصرهم أن عددهم الإجمالي لا يتعدى الثمانية
والثلاثين شخصا وهو عدد يستطيع الباحث بإمكاناته المحدودة دراسته كله .

أداه البحث :

استخدم الباحث هنا كأداه لجمع البيانات ، صحيفة الاستقصاء وقد صممت وتم
اختارها طبقا للأصول العلمية ، وقد عدلت بعض الأسئلة وغيّرت صياغة بعضها الآخر في
ضوء اختيار الصياغة ، كما أضيفت أسئلة أوضح الأخبار ضرورة توجيهها لأفراد البحث
وجمعت بيانات الاستمارة بطريقة المقابلة المباشرة بين الباحث وبين رجال الأخبار المسؤولين

أفراد مجتمع الدراسة بهدف استطلاع آرائهم وأفكارهم فى العمل الذى يقومون به ، وأسلوب تنفيذهم لهذا العمل وقد فصلت طريقة المقابلة عن الاستبيان لما فى المقابلة من مزايا تشجع فرد البحث على الإجابة ، واتاحة الفرصة لتفسير الأسئلة ، ولضمان استكمال بيانات الصحيفة .

المجال الزمنى :

بدأ الإعداد لهذا البحث فى بداية شهر مايو ١٩٨٠م وقد اقتضى الأمر اجراء دراسة استطلاعية قام الباحث خلالها باجراء مسح لأسلوب الممارسة ومقابلة ومعايشة أفراد مجتمع الدراسة أثناء عملهم فى فترات مختلفة .

ولا يستطيع الباحث انكار الصعوبات التى واجهته فى ميدان البحث سواء ما يتعلق بالتردد فى الإجابات لدى بعض المبحوثين أو الأنماط الجامدة التى تسيطر على جو العمل والطريقة التقليدية التى يمارس بها .

أهم نتائج الدراسة :

وكانت أهم النتائج التى انتهت إليها الدراسة كما يلى :

بالنسبة للخدمات الإخبارية المقدمة من البرنامج العام أو الشبكة الرئيسية :

من حيث الخدمات الإخبارية تحت المرتبة الثانية من حيث ساعات الأرسال بالنسبة للإذاعات العربية كما أنها لاتزال تقدم فى اشكاها الفنية المعهودة . . وعن مضمونها فهى لاتخرج عن النطاق الذى حدده الدولة لها محليا وعربيا ودوليا .

ولقد اثبتت الدراسة أن معيار اختيار الخبر يرجع إلى اعتبارات أخرى وليس لاهميته بالدرجة الأولى ، فأهمية الخبر تراعى فقط بالنسبة للأخبار التى لا تشكل إذاعاتها خطورة على النظام السياسى للدولة ولا على اهيكل الاجتماعى للشعب . . ودور المحرر فى هذا الشأن يستمد من سلسلة التعليمات والتوجيهات التى تحكم عمله ، وفيما عدا ذلك

فاختيار الأخبار يخضع لأنماط سائدة متعارف عليها وفي النهاية تأتي خلفية المحرر السياسية وخبرته .

وتراعى في تحرير الأخبار أصول تحرير الخبر الإذاعي بقدر الإمكان وتصل عملية توجيه الأخبار وتلويتها إلى الحد الذى يتفق والخط السياسى للدولة وعملا لا يتعارض مع أهدافها الداخلية والخارجية .

وبالنسبة لمصادر الأنباء : أثبتت الدراسة أن نشرة الأخبار تعتمد على المندوبين ووكالة أنباء الشرق الأوسط بالنسبة للأخبار المحلية - أما الأخبار العالمية فتحصل عليها الوكالات العالمية للأنباء ومن الاستماع السياسى .

أولا : احترام الوقت المحدد لنشرة الأخبار :

أثبتت الدراسة أنه فى أغلب الأحيان يراعى الوقت المحدد لنشرة الأخبار ولكن يحدث أحيانا أن تتجزز النشرة هذا الوقت خصوصا إذا كانت هناك أنباء ذات طبيعة خاصة مثل خطاب وأحاديث رئيس الجمهورية وأنباء مجلس الوزراء .

ثانيا : الخدمات الإخبارية المقدمة من صوت العرب (الشبكة العربية) .

يتلقى قسم الأخبار والشتون السياسية بصوت العرب الأخبار موجة وفى صياغتها النهائية من الأخبار المركزية بالإذاعة .

ويبدو واضحا من إجابات مجموعة الدراسة ومن خلال مراجعتنا لمضمون المادة الإخبارية وصوت العرب أن قضية الشرق الأوسط تأخذ النصب الأوفر من حيث التغطية الإخبارية ويعتب على ذلك اغفال العديد من القضايا العربية والعالمية الأخرى التى يفترض أن يقوم صوت العرب بدور أساسى فى مجال تعريف المواطن العربى بها ، والنتيجة هى أن المواطن المصرى العربى مثلا لا يعرف الكثير عما يدور فى بلدان عربية شقيقة مجاورة .

ثالثا : الخدمة الإخبارية المقدمة من الشرق الأوسط (الشبكة التجارية) :

تتمتع إذاعة الشرق الأوسط ببعض المزايا التي تفتقدها الخدمات الإذاعية الأخرى فهي من حيث الارسال تعتبر من أقوى المخططات الموجهة . . . وهي كإذاعة تجارية لا تتقيد بأساليب إذاعية تقليدية في تقديم موادها سواء من حيث الشكل أو المضمون .

وتتميز المادة الإخبارية في إذاعة الشرق الأوسط بالإيجاز شأنها في ذلك شأن بقية البرامج والمواد التي تقدمها والتي تجعلها ذات طابع خاص ، وهذا الطابع طابع السرعة ، ويؤخذ عليها التخصير في الخدمة الإخبارية ، فرغم أن إذاعة الشرق الأوسط تقدم موجزا للأنباء كل ساعة وهذه خدمة جيدة للمستمع إلا أن هذه الموجز من حيث المضمون تكاد تكون صورة طبق الأصل لمواجز البرنامج العام أو الخدمة الرئيسية . . . نفس الأخبار ونفس الترتيب ونفس الأخبار المكررة .

ويرجع محروروا الشرق الأوسط عملية التكرار هذه إلى عدم وجود الامكانيات البشرية والمادية والفنية اللازمة لعمل خدمة إخبارية مستقلة ووافيه .

رابعا : الخدمة الإخبارية بإذاعة الشعب (الشبكة المحلية)

أنشئت إذاعة الشعب سنة ١٩٥٩م وهدفها الأول محاولة الالتحام بال جماهير والوقوف على مشاكلها والعمل على حلها بقدر المستطاع ، ومعايشة طوائف الشعب أينما كانت . ومن أهدافها أيضا تبسيط القضايا السياسية والاقتصادية ومحاولة تكوين رأى عام محلى يدفع المواطن إلى المشاركة الايجابية في صنع حياته .

ولكن الدراسة اثبتت قصورا واضحا لمحو تحقيق هذه الأهداف . فالأخبار المقدمة هي نفس الأخبار المداعة عن طريق الخدمة الرئيسية (البرنامج العام) والامكانيات في المجال الإخبارى ضعيفة إلى حد كبير لا تتناسب مع المجال المحلى الذى يجب أن تقوم بتغطيته إذاعة الشعب .

وأوجه القصور هذه ترجع إلى ضعف الامكانيات المادية والبشرية والفنية في المجال الإخبارى وإلى ربط الخدمة الإخبارية بإذاعة الشعب بالخدمة الإخبارية المركزية بالإذاعة .

مناقشة النتائج والتوصيات :

وأخيرا وعلى ضوء نتائج البحث يمكن أن تلخص الفرض الرئيسى وهو " أن الخدمات الإخبارية بإذاعة القاهرة تنبع من تصور واضح لرسالة محددة وأنها تحقق هذه الرسالة بكفاءة " (وعبارة تحقيق الرسالة بكفاءة هنا مترادف ما سبق تحديده باستخدام الأساليب الملائمة لتقديم هذه الخدمات) .

وهنا يمكن القول على ضوء هذه الدراسة أن المسئولين عن الخدمات الإخبارية بإذاعات القاهرة يدركون أهمية وخطورة الدور الذى يمكن أن تلعبه الخدمات الإخبارية سواء على الصعيد المحلى أو القومى أو العالمى فالتصور واضح لرسالة هذه الخدمات ولكن هناك قصورا فى التنفيذ يرجع بالدرجة الأولى إلى ضعف الإمكانيات المادية والفنية من ناحية وإلى بيروقراطية اتخاذ القرار بالنسبة لإذاعة الأخبار الهامة الناتجة عن تقييد حرية العاملين فى الأخبار وربطهم بالرقب من ناحية أخرى .

كما أثبتت الدراسة أن هناك ميلا لاستخدام الأساليب المباشرة والتقليدية فى تقديم البرامج الإخبارية بصفة عامة وأن هناك تقصيرا فى الإفادة من امكانيات الإذاعة لخلق صيغ وأساليب فنية متميزة تجذب انتباه المستمع إلى هذه البرامج بحيث تفيد إلى أقصى حد من النسبة التى تحتلها ضمن ساعات الإرسال . وهذا التقصور لا يجعلنا نسلم بالفرض الأساسى الذى بدأت به الدراسة .

كذلك فإن الفرض الثالث وهو أنه (ليس هناك تصور واضح لرسالة محددة وأن هذا يعكس بالتالى فى شكل قصور فى التنفيذ) هذا الفرض لا يصدق كليه ، فرغم وجود التقصور فى التنفيذ إلا أن هناك وعيا برسالة البرامج الإخبارية .

وعلى ذلك يمكن القول بأن نتيجة البحث ترجح قبول الفرض الثانى وهو أن هناك قصورا واضحا للرسالة الإعلامية ولكن هناك قصورا فى التنفيذ ، ولكى تصبح النتيجة أقرب إلى الواقع فإن صفة الموضوع بالنسبة للتصور يجب الاستغناء عنها لنقول إن نتيجة

البحث ترجح فى النهاية : أن الخدمات الإخبارية فى إذاعات القاهرة تتبع من تصور لرسالة محددة ولكن هناك قصور فى التنفيذ .

وتستطيع إذاعات القاهرة وهى أجهزة لاتزال فعالة مؤثرة وخصوصا خارج العاصمة بعد سيطرة " الرانزستور " أن تحقق نتيجة إيجابية فى المجال الإعلامى بل يمكنها أن تساهم فى دفع خطط التنمية والوصول إلى نتائج أفضل عن طريق الدراسة والتخطيط العلمى السليم ، بل يجب أن نفعل ذلك لأننا أحوج ما نكون إلى التوعية السليمة والفهم الدقيق لمجريات الأمور فى هذه المرحلة الحرجة من تطورنا الحضارى .

وآمل أن تسهم هذه الدراسة وما وصلت إليه من نتائج واقتراحات فى تطوير الخدمات الإخبارية المقدمة من إذاعات القاهرة العربية حتى تستطيع هذه الخدمات أن تفيد من امكانات الإذاعة الصوتية التى لاتزال تعتبر من أخطر وسائل الاتصال فى المجتمعات النامية .

الإعلام الإسلامى

فى مجتمع الرسول صلى الله عليه وسلم فى المدينة

اسم الباحث : عبد الرهاب أحمد محمد كحيل .

الدرجة العلمية : دكتوراة .

٥٠١ / احسان سعد الدين عسكر

اشراف : ٥١ / محمود نجيب أبو الليل

سنة المنح : ١٩٨٣ م .

مشكلة الدراسة وأهدافها :

المشكلة الرئيسية هذه الدراسة تنحصر فى محاولة الإجابة عن سؤال هو كيف نقدم

المنهج الإسلامى بأسلوب فنى إعلامى راق ؟

وفى سبيل هذا فالبحث يقدم الممارسة الإعلامية المثلى للنسب وأصحابه ، بعد أن قدم

النظريات والأسس الإعلامية التى رسمها القرآن الكريم ورسمتها السنة النبوية الصحيحة

كنموذج . وعلى رجال الإعلام الإسلامى التأسى والاقتداء ، وتقديم ذلك المضمون

والتراث بما يناسب شعوب العصر الحديث من أساليب ووسائل ، وقد تضمنت الرسالة

أيضا أمثلة للأساليب ، ولم تحدث عن الوسائل لأن الوسائل التى كانت سائدة آنذاك لا

تناسب العصر الحديث .

منهج الدراسة :

اعتمدت هذه الدراسة لتحليل مادتها على المنهجين التاريخي والتحليلي ، وقد اسرشدنا بآيات القرآن الكريم وكتب السيرة النبوية ، وكتب الإعلام الحديث ، لاستباط تلك القيم الإعلامية الإسلامية وكيفية ممارستها ، فالإعلام الإسلامي كان يمارس بالفعل ولكنه لم يكن يسمى بسمات العصر الحديث .

خطة الدراسة :

تكون الدراسة من أربعة أبواب .

تعرض الباب الأول منها لمفهوم الإعلام الإسلامي مع المقارنة بين الإعلام الإسلامي في مجتمع الرسول صلى الله عليه وسلم في المدينة وبين ما يجب أن يكون عليه الإعلام في الدول الإسلامية ، كما فرق بين الإعلام الإسلامي والدعوة والأسس الفنية للدعوة وللخبر وللعلاقات العامة مع بيان الأسس الفنية لكل منها .

وفي الباب الثاني ركزت الرسالة على الخبر في القرآن الكريم من حيث أهميته وأنواعه وأساليبه ووظائفه ولدور الخبر في مجتمع الرسول صلى الله عليه وسلم ثم عرض للصحابة كرجال خبر .

وفي الباب الثالث موضوع العلاقات العامة في القرآن الكريم من حيث أهميتها وأساليبها ووسائلها وتنظيمها ثم لدعائم العلاقات العامة الإسلامية في مجتمع الرسول صلى الله عليه وسلم في المدينة وأسس تنظيمها ، ولدور الصحابة رضوان الله عليهم كرجال علاقات عامة وأساليب ممارستها لها .

أما الفصل الرابع ، فقد تعرض للدعوة وفقا لنفس الجوانب الخاصة بكل من الخبر والعلاقات العامة .

وفى كل هذه الجوانب مزجت الدراسة بين النظرية والتطبيق وحرص الباحث على أن يأخذ العرض أسلوب التابع المنطقي .

نتائج الدراسة :

١. إن الإعلام الإسلامي حفيظة قائمة ، مهما قال أعداء الإسلام غير ذلك فالإسلام دين انتشر من غير إكراه " لا إكراه فى الدين " (سورة البقرة ٢٥٦) ، بل كان الإسلام يحرم الأديان الاخرى ، ويدعو المسلمين إلى الإيمان بالأنبياء السابقين للنبي محمد صلى الله عليه وسلم " آمن الرسول بما أنزل إليه من ربه والمؤمنون كل آمن بالله وملائكته وكتبه ورسله ، لا نفرق بين أحد من رسله وقالوا سمعنا وأطعنا غفرانك ربنا وإليك المصير " (سورة البقرة ، ٢٨٥) . ولما شرع الجهاد كان النبي يرسل قاداته فيأمرهم بتأخير الناس بين الإسلام أو البقاء على دينهم مع دفع الجزية ، أو القتال ، والقتال بعد رفض الجزية والإسلام ، أى فى حالة الاعتداء فقط لردّه ، كما رأينا من قبل . . .

٢. إن القرآن الكريم قد وضع أسس الإعلام ورسم طريقته واهتم بفنونه وأن الرسول وأصحابه قد مارسوا تلك الفنون الاعلامية بمهارة فائقة ، ودقة بالغة ، ومثالية منقطعة النظر ، لم ولن تحدث بعد ذلك .

٣. إذا كان الإسلام قد اهتم بالإعلام ووضع أسسه ورسم طريقته ، واهتم بفنونه وإذا كان الرسول وأصحابه قد مارسوا هذه الفنون بمهارة ، فإن النظرية والتطبيق الخاصين بالإعلام الإسلامى موجودتان فى القرآن الكريم وفى سيرة الرسول العظيم ، وبالتالي فهما مائتان أمام المسلمين ، وما عليهم الا أن يفتحوا أعينهم وعمدوا أيديهم لأخذ هذه النظريات وأمثلتها التطبيقية وأن يعملوا فكرهم لإمكان تقديم هذا التراث فى الإعلام الإسلامى ، فى العصر الحديث ، فالإسلام دين صالح لكل زمان ومكان وقد وضع القرآن أن الدعوة يجب أن تكون على بصيرة ، بمعنى حسن عرضها وحسن تقديمها

بالأسلوب الملائم المناسب الجذاب " قل هذه سبيلي أدعوا إلى الله على بصيرة أنا ومن
البعنى " (سورة يوسف ، ١٠٨) .

وخلاصة ذلك أن الاعلام فى الدول الاسلامية ، يجب أن يستمد أصوله ومفاهيمه
ونظرياته ومحتواه من الإسلام وشريعته السمحاء ، ومن القرآن الذى حوى كل شئ "
ما فرطنا فى الكتاب من شئ " (سورة الانعام ، ٣٨) .

٤. إن الخبر فن من فنون الإعلام الإسلامى الأصيل ، له أسس وأصول إسلامية ظهرت فى
القرآن الكريم وفى سنة النبى صلى الله عليه وسلم ، وفى ممارسة الصحابة وتخطت
حواجز الزمان والمكان ، وعرفت طريقها إلى كل البشر وعلى ذلك فهى مادة هامة من
مواد الإعلام الإسلامى وفن من فنونه يجب أن تراعى فى تقديمها الأسس الفنية
الإسلامية .

٥. إن العلاقات العامة ظهرت أولاً فى الإسلام ، ووضع القرآن الكريم والسنة النبوية لها
أساساً متينة أصيلة، تجعل الفرد يمارسها بطريقة تلقائية لا تحتاج إلى تكلف ولا تصنع ،
حيث بدأت من المستوى الخاص ، فنظمت بناء الأسرة المسلمة ووجودها وكيانها ،
ووضعت احتياطات الأمان لها فى حالة انهيارها . كل ذلك حتى ينشأ الفرد المسلم فى
جو من المحبة . وذلك إلى جانب الآداب العامة التى تجعل الفرد المسلم ينشأ على قواعد
الذوق والآداب من تلقاء نفسه ، يجب الآخرين ويعمل على راحتهم وارضائهم ، ويجرم
مشاعرهم وذلك على العكس من العلاقات العامة الحديثة ، التى لا تبدأ مع بداية الطفل
والأسرة ، ولكن تبدأ من المؤسسة والنشأة ، ولكن ذلك غير ممكن التطبيق بصورة
مرضية لأن الأسس التى تبنى عليها الفرد منذ نشأته تغلب تلك التى يحاولون فرضها
عليه بعد أن صار فرداً فى المجتمع ، فالطبع يغلب الطبع .

٦. ولهذا يجب أن تسفيد إدارات العلاقات العامة من أسس ومبادئ العلاقات العامة
الإسلامية ، وأن يستفيد منها رجال التربية لشئة أطفالنا عليها .

٧. إن الدعوة يجب أن تمارس في إعلام الدول الإسلامية ، في كل ما يصدر عن أجهزتها
فصديق الخير في نشرة الأخبار دعوة ، وصدق الإعلان واحتواء رسالته الإعلانية على
الحقيقة لا على المبالغة والتوهيل من أجل - الكسب المادى - دعوة ، وارتفاع المستوى
فى البرامج الصحف إلى المضامين اللاتقة والناضعة وبعدها عن سفاسف الأمور ، أيضا
دعوة .

٨. إن ممارسة الإعلام الإسلامى لاتكون قاصرة على أجهزة إعلامية خاصة أو متخصصة
وإنما كل إعلام الدول الإسلامية يجب أن يكون إعلاما إسلاميا ، يحمل التراث الدينى
ويعبر عنه بأسلوب رفيع جذاب ، فيه الفنية الملائمة لذلك التراث العظيم والمتعالية عن
سفاسف الأمور وتوافه الافكار .

٩. إن ممارسة الإعلام الإسلامى تعنى إسلامية النهج والمحتوى ممزوجا بفنية الأسلوب
الإعلامى، المناسب لذلك المحتوى وذلك النهج ، فلا النهج الإسلامى يعنى أن تكون
المادة جافة ، والنبرة وعظية خطابية عالية ، تحمل التهديد ، وتهتم بالشكيات والتباكى
على ماضى المسلمين الزاهر وحضاراتهم الذاهبة ولا فنية الأسلوب تعنى الابتلال
والسقوط إلى حد الأفكار التافهة والتعبيرات الخليعة والعبارات الماجنة ، وإنما دور
رجال الإعلام الإسلامى يكمن فى تقديم النهج والمحتوى الإسلامى بأسلوب فى
إعلامى جذاب ومشوق . وهذا يتطلب من رجال الإعلام الإسلامى الإلمام بالإعلام
ومعرفة الإسلام والعمل به .

١٠. يجب أن يفهم رجال الإعلام الإسلامى جيدا الوسائل الحديثة والمتطورة والمناسبة ،
وأن يفهموها ويتمرسوا عليها ، ليواكبوا بالإعلام الإسلامى الحضارة والتقدم ،
مستعملين تلك الوسائل فى خدمة الإسلام والإعلام عنه ، فاستخدام الوسائل الحديثة
لايعنى تقديم المضامين التافهة الساقطة ، ولكنها وسائل توجه حسب ما يوجهها
القائمون على أمرها .

١١. إن رجال الإعلام الإسلامى ، يجب أن يدرسوا جمهورهم المستقبل لإعلامهم حتى يستطيعوا توجيه ما يناسب كل طائفة من طوائف الجمهور ، من المحتوى الإسلامى ، وبالوسائل والأساليب الملائمة أيضا ، فالمسلمون هم أسلوب وطريقة فى العرض والتقديم تختلف عن الطريقة والأسلوب الذى يخاطب به غير المسلمين . والإعلام الإسلامى جهوره كل البشر - مسلمون وغير مسلمين ، عرب وأعاجم ، فهو موجه إلى كل الناس كافة فى كل زمان وكل مكان .

١٢. على رجال الإعلام الإسلامى القيام بالأبحاث الخاصة بمعرفة رد الفعل أو رجوع الصدى الناجم عن توجيههم لرسائلهم الإعلامية ، لمعرفة مدى ملائمة أسلوبهم . والوقوف على ما يفضله الجمهور حتى يتسنى لإرضاء ميول الجماهير وتلبية رغباتها وحل مشكلاتها ، والارتفاع بمسواها وتقديم المحتوى المناسب لكل طبقة من الناس ولكل مجتمع من المجتمعات .

أهم التوصيات :

١- إن الإعلام فى الدول الإسلامية لا بد أن يعتمد أصوله ونظرياته من الإسلام فالدين الإسلامى ملئ بالتراث العظيم من قرآن وسنة نبوية . وقد حفظها الله سبحانه وتعالى ، فلم ولن تتغير ولا تبدل ، وبها كل أصول الإعلام وفنون ممارسته .

٢- يجب أن يترك رجال الإعلام فى الدول الإسلامية أن التراث الإسلامى صالح لأن يكون مادة إعلامية ، فهو صالح لكل زمان ومكان . ويجب ألا يتأثر رجال الإعلام بدعايات أعداء الإسلام القائلة بأن التراث الإسلامى غير صالح للتقديم كمحتوى إعلامى فى العصر الحديث .

٣- أن تقدم المواد الإسلامية فى أسلوب فنى جذاب ، بعيدا عن الرخص والابتذال والأساليب الساقطة وسفاسف الأمور ، بل يكون التراث الإسلامى جذابا ، فى أسلوب

فتى رفيع ، يجذب القارئ أو المستمع أو المشاهد ويرفع من ذوقه ويتشله من قمقم اللهب والعبث .

٤- أن تبعد المواد الإسلامية فى تقديمها فى الإعلام الإسلامى عن الجفاف والنبرة الغليظة وأساليب الوعيد والتهديد ، والتشهير والتباكى على حال المسلمين ، ونعى الحضارات القديمة أحيانا والاعتماد على التفاخر بها أحيانا أخرى .

٥- أن يكون التراث الإسلامى المقدم فى الإعلام الإسلامى متكاملًا فلا تناقض بينه وبين بعضه ، فما يذاع فى برنامج تكمله نشرة الأخبار أو حديث أو برنامج تمثيلى ، وكل ذلك من حيث المعانى والمضامين . لأنه مما يعيب تقديم التراث الإسلامى أحيانا الناقض بين كاتب وآخر ووجهة نظر وأخرى وبالتالي تبدو الصورة أمام غير المسلمين متناقضة باهته . وليست هذه صورة الاسلام ، وإنما هذا تشويه للإسلام .

٦- يجب أن يفهم رجال الإعلام الإسلامى دينهم فهما صحيحا ، وأن يلتزموا بتطبيق مبادئه على أنفسهم ، حتى لا يبدو هناك نوع من التناقض . لأن سلوك الإنسان فى حد ذاته دعوة . والإعلام الإسلامى مقدم إلى المسلمين وغير المسلمين فلا بد فيه من التوافق والتكامل بين المحتويات كلها وبين القول والفعل ، أو النظرية والتطبيق حتى يكون أكثر تأثيرا وحى يكون مؤثرا .

٧- يجب أن يفهم رجال الدين أيضا دور الإعلام وأهميته وخطورته .

٨- أن يفهم رجال الإعلام الإسلامى جيدا حدود وامكانيات وطاقت كل وسيلة إعلامية وأن يلاحقوا التطور العلمى أولا بأول ، حتى يسايروا ركب الحضارة ، ويعشوا عصرهم . وبذا يقدمون الإسلام ويدعون إليه خير دعوة فلكل مادة وسيلة تناسبها ، وتكون أكثر تأثيرا عن طريقها .

٩- أن يقرأ رجال الإعلام الإسلامى سيرة الرسول العظيم دائما ، وأن يلقبوا صفحات القرآن الكريم ، لمعرفة الممارسة الإعلامية الإسلامية الصحيحة والصحية ، ليستفيدوا منها ويفيدوا بها خير الامة .

إدارة العلاقات العامة في مصر

اسم الباحث: محمد عمر متولى العطار.

الدرجة العلمية: دكتوراه.

الإشراف: أ.د/ يحيى أحمد أبو بكر

أ.د/ إحسان سعد الدين عسكر

سنة البحث : ١٩٨٧ م .

مشكلة الدراسة وأهدافها:

يقوم هذا البحث بدراسة لإدارات العلاقات العامة في مصر دراسة وصفية تحليلية للتعرف على واقعها، وما ينبغى أن تكون عليه بهدف التقييم العلمى الموضوعى لواقع تلك الإدارات ، ومدى أهميتها ، وما ينبغى أن تكون عليه من الناحية الإدارية والتنظيمية، وأساليب الممارسة والتخطيط والتقييم، وما ينبغى أن تقوم به من واجبات ونشاطات ومسئوليات، وما ينبغى توافره من صفات فى العاملين بتلك الإدارات ، ومقارنة النتائج التى توصل إليها الباحث بنتائج الدراسات السابقة لمعرفة مدى التغيير الذى طرأ عليها، وأهم المشكلات التى ما زالت تعانى منها، واقتراح التوصيات التى من شأنها مواجهة تلك المشكلات ومعالجتها بما يتلائم مع ظروف بلادنا.

نوع الدراسة:

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التى تهدف إلى الحصول على وصف كامل ودقيق لموضوع البحث، وجمع كل البيانات الضرورية المتعلقة به، وتحليلها بأكبر قدر من الدقة والموضوعية، حتى تزداد درجة اعتمادية النتائج المستخلصة منها، ولذلك تطلب الأمر ضرورة الاهتمام بالتصميم الشكلى والهيكلى لتلك الدراسة.

مناهج الدراسة :

١ - منهج الدراسات المسحية :

ويعتبر هذا النهج من أهم المناهج التي استخدمها الباحث ، لأنه يعتبر جهدا علميا منظما للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف لكل ما يتعلق بموضوع البحث من المفردات المكونة لمجمعه ، فقد كان الهدف الأساسي من تلك الدراسة هو دراسة واقع ادارات العلاقات العامة في مصر في الوقت الحالى ، للتعرف على مدى التطور الذى لحق بها والأوضاع القائمة عليها ، ومسح أساليب تنظيم تلك الادارات ، ودراسة جوانبها الإدارية ، ومسح أساليب ممارستها ، وطرائق أدائها ، وتخطيط برامجها ونشاطاتها ، وطرق تقييمها ، والتعرف على مفهومها التطبيقي ، وجمع البيانات والمعلومات عن العاملين بتلك الإدارات من حيث المؤهلات والصفات ، ومسح طرق الاتصال التي تستخدمها والتعرف على أهم المشكلات التي تعوق أدائها لوظائفها على الوجه الأكمل ، وطرق معالجتها أو حلها ، وذلك من أجل تصوير الواقع التطبيقي الفعلي لتلك الادارات . وفضل المناهج التي تساعدنا على تحقيق هذه الأهداف منهج المسح الميداني .

٢ - منهج الدراسات التطورية :

ويركز هذا النوع من الدراسات على وصف التغييرات التي تحدث في الظاهرة أو في مجموعة الظواهر موضع الدراسة خلال فترة زمنية ونتيجة لمرور الزمن ، ومن ثم لا يقتصر الأمر على مجرد وصف الوضع الحالى للظواهر أو العلاقات بينها ، وخاصة إذا توافرت بيانات تاريخية كافية تسمح بعملية التحليل والاستنتاج والتعميم ، والقيام بدراسة تبعية تبين مدى تطور الظاهرة موضوع البحث والتغيرات التي لحقت بها ، ولهذا قام الباحث بجمع المعلومات والبيانات المتاحة عن موضوع دراسته ، وتنظيمها ، وإعادة تصنيفها ، وتفسير جوانبها المتعددة ، وتوصل إلى خلاصات جديدة ، ألقت الضوء على واقع إدارات

والعلاقات الصناعية ، وبينه وبين فنون الاتصال الاخرى كالاعلام والإعلان والدعاية ،
رغم أنها جميعا تعتبر جزءا من كل .

ثانيا : أهمية العلاقات العامة .

١- هناك حوالى ٩٠٪ من العاملين فى إدارات العلاقات العامة يؤمنون بأهميتها
للمؤسسات التى يعملون بها ويتركز معظم هؤلاء العاملين بشكل واضح فى إدارات
العلاقات العامة بالفنادق والبنوك والشركات ، بينما هناك حوالى ١٠٪ يرون الاستغناء
عنها ، ويتركز معظمهم فى إدارات العلاقات العامة بالمحافظات والمؤسسات الصحفية
والهيئات ، وقد لوحظ أنهم من العاملين فى إدارات العلاقات العامة ، ولكنهم لا ينجون
المهنة نظرا لأنها بعيدة عن تخصصاتهم أو لا تتلائم مع ميولهم واستعدادهم ، ومن ثم
ينبغى إقصاء هؤلاء عن العمل فى ميدان العلاقات العامة .

٢- اتجاه حوالى ٩٦,٩٪ من المؤسسات المصرية إلى تقريب إدارات العلاقات العامة
بالمؤسسة إلى مستوى الإدارة العليا كمسعى إشرافى ، إلا أن هناك بعض المؤشرات
تؤكد لنا أهمية هذه التبعة تبعية شكلية .

٣- عدم وجود اتجاه عام لتحديد عدد العاملين فى إدارات العلاقات العامة فى مصر ،
فهناك بعض المؤسسات لا يتلائم عدد العاملين فى إدارات العلاقات العامة بها مع حجم
تلك المؤسسة أو حجم الجماهير التى تتعامل معها .

٤- أكدت نتائج الدراسة أن هناك حوالى ٤٠,٥٪ من إدارات العلاقات العامة بالمؤسسات
المصرية لا تتبع أسلوبا معينا فى التنظيم وفقا للاتجاه الإدارى الحديث ، وليس معنى
ذلك انها لا تقوم اداء مهامها بكفاءة او تمارس نشاطاتها بنجاح ، بينما هناك حوالى
٢٩,٥٪ منها تاخذ بالاسلوب الاتصالى ، وحوالى ٢٠,٥٪ تاخذ بالاسلوب الاتصالى
الإعلامى ، وحوالى ٩,٥٪ تاخذ بالأسلوب الإعلامى .

٥- هناك حوالي ١,٥٪ من إدارات العلاقات العامة بالمؤسسات المصرية تستعين بمستشارين خارجيين للعلاقات العامة بصفة دائمة ، ويتركز معظم هذه الإدارات فى الشركات والمهنيات ، بينما هناك حوالي ٤,٤٪ من هذه الإدارات تستعين بهم أحيانا ، أما النسبة الباقية وهى حوالي ٩٤,١٪ من إدارات العلاقات العامة فى مصر ، فإنها لاتستعين بمستشارى العلاقات العامة الخارجيين فى تخطيط برامجها ونشاطاتها .

ثالثا :سائل الاتصال للعلاقات العامة :

• تحتل المقابلات الشخصية المرتبة الأولى كوسيلة من أهم وسائل اتصال إدارات العلاقات العامة بالجماهير الداخلية ، إذ بلغت نسبة الاتجاه العام لاستخدامها حوالي ١٣,٧٪ من بين وسائل اتصال إدارات العلاقات العامة بالجماهير الداخلية ، وتركز هذا الاستخدام بشكل واضح فى إدارات العلاقات العامة بالبنوك والبنوك والفنادق والمؤسسات الصحفية ، بينما تحتل المطبوعات على اختلاف أنواعها وأشكالها المرتبة الأولى كوسيلة من أهم وسائل اتصال إدارات العلاقات العامة بالجماهير الخارجية ، إذ بلغت نسبة الاتجاه العام لاستخدامها حوالي ١٦,٨٪ ويتركز هذا الاستخدام بشكل واضح فى إدارات العلاقات العامة بالمهنيات والوزارات والشركات

• تعتمد معظم عمليات الاتصال بالجماهير الداخلية للمؤسسات على وسائل الاتصال الشخصى أكثر من اعتمادها على وسائل الاتصال غير الشخصى (وسائل الاتصال العامة) ويرجع ذلك إلى الأسباب الآتية:

- ١- أن وسائل الاتصال الشخصى أكثر تأثيرا وفاعلية من وسائل الاتصال العامة .
- ٢- قلة المخصصات المالية لبعض إدارات العلاقات العامة ، مما يجعلها غير قادرة على استخدام وسائل الاتصال العامة .

• تضوق وسائل الاتصال العامة (الجماهيرى) على وسائل الاتصال الشخصى فى عمليات اتصال إدارات العلاقات العامة بالجماهير الخارجية ، ويرجع ذلك إلى عدة أسباب أهمها :-

١. كبر حجم فئات الجماهير الخارجية التى تتعامل مع بعض المؤسسات ، وانتشارها فى أماكن جغرافية متفرقة ، فضلا عن اختلاف أعمارها وأجناسها وثقافتها وقيمها وتقاليدها . .

الخ

٢. طبيعة وسائل الاتصال العامة وخصائصها وامكانياتها وقدراتها فى الوصول إلى أكبر عدد ممكن بأقصى سرعة ممكنة .

رابعاً : تخطيط برامج العلاقات العامة :

• هناك حوالى ٦٥,٦ ٪ من العاملين فى إدارات العلاقات العامة فى المؤسسات المصرية يؤمنون بفائدة تخطيط برامج إدارات العلاقات العامة ، ويتركز معظمهم بشكل واضح فى إدارات العلاقات العامة بالشركات والوزارات والهيئات ، أما النسبة الباقية وهى حوالى ٣٤,٤ ٪ من العاملين فى إدارات العلاقات العامة فى مصر ، فإنهم لا يؤمنون بفائدة تخطيط برامج العلاقات العامة ، ويتركز معظم هؤلاء العاملين فى إدارات العلاقات العامة بالمحافظات والجامعات والمؤسسات الصحفية بشكل واضح . .

• بلغت نسبة الاتجاه العام لإدارات العلاقات العامة التى تقوم بتخطيط برامجها ونشاطاتها حوالى ٥٦,٩ ٪ من إدارات العلاقات العامة فى مصر ، وتتركز معظم هذه الإدارات بشكل واضح فى الشركات والبنوك والوزارات ، بينما بلغت نسبة الاتجاه العام لإدارات العلاقات العامة التى لا تقوم بتخطيط برامجها ونشاطاتها حوالى ٤,٩ ٪ من إدارات العلاقات العامة فى مصر ، وتتركز معظم هذه الإدارات بشكل واضح فى الجامعات والمحافظات والهيئات ، ولاشك أن هذا من شأنه أن يؤدي - إلى جانب بعض

العوامل والتغيرات السلبية الأخرى - الى تعويق الدور الهام الذى يمكن أن تقوم به ادارات العلاقات العامة فى مجتمعنا ، وتقليل فعاليته بلدرجة كبيرة .

• هناك حوالى ٤,٤ ٪ من ادارات العلاقات العامة التى تقوم بالتخطيط تقوم بوضع خطط طويلة الأجل ، وحوالى ٥٩,١ ٪ منها تقوم بالتخطيط متوسط الأجل ، بينما بلغت نسبة الاتجاه العام لادارات العلاقات العامة التى تقوم بالتخطيط قصير الأجل حوالى ٣٦,٥ ٪ من ادارات العلاقات العامة التى تقوم بتخطيط برامجها ونشاطاتها ، وهذا يؤكد لنا عدم خضوع برامج العلاقات العامة فى معظم ادارات العلاقات العامة فى مصر لمقتضيات التخطيط العلمى السليم ، كما يعكس لنا النظرة غير الصحيحة الى ادارات العلاقات العامة فى بعض المؤسسات المصرية باعتبارها تزدى وظيفة غير رئيسية من وظائف الإدارة .

• هناك أسباب رئيسية تعتبر من أهم الاسباب التى أدت الى عدم وضع خطة لبرامج ونشاطات العلاقات العامة فى ادارات العلاقات العامة التى لا تقوم بتخطيط برامجها والتي بلغت نسبتها حوالى ٤٣,٩ ٪ من ادارات العلاقات العامة فى مصر سندكرها طبقا لاهميتها النسبية على النحو التالى :

- ١ - عدم كفاية المخصصات المالية .
- ٢ - قلة كفاءة بعض مديري ادارات العلاقات العامة .
- ٣ - عدم تفهم الادارات العليا أو العاملين فى ادارات العلاقات العامة ببعض المؤسسات المصرية لاهمية العلاقات العامة .
- ٤ - سوء تنظيم بعض ادارات العلاقات العامة .
- ٥ - التغير المستمر للمشرفين أو العاملين فى بعض ادارات العلاقات العامة .

• دلت بعض النتائج على أن هناك وعيا لدى بعض العاملين بادارات العلاقات العامة التى تقوم بتخطيط برامجها ونشاطاتها ، وقد يرجع ذلك الى زيادة الاهتمام بعقد دورات تدريبية للعاملين فى بعض ادارات العلاقات العامة فى مصر ، أو حضور مديري ادارات

العلاقات العامة ببعض المؤسسات المصرية بعض الدورات التي تعقدتها المعاهد العلمية أو المراكز المتخصصة .

أهم توصيات الدراسة :

- يجب العمل على ضمان استقرار العاملين الاكفاء فى ادارات العلاقات العامة للاستفادة من خبراتهم .
- العمل على ازالة قيود الروتين التى تفرضها بعض المؤسسات على ادارات العلاقات العامة بها ، وخاصة ما يتعلق باجراءات تسديد السلفيات او الفواتير أو اجراءات استمارات بدل السفر أو اجراءات اذونات تشغيل السيارات . . . او ما شاكل ذلك .
- ضرورة تعاون الادارات المختلفة لى أية مؤسسة مع ادارات العلاقات العامة بها ، حتى يتسنى لها أن تقوم بأداء واجباتها على أكمل وجه .
- ضرورة توفير الامكانيات اللازمة لادارات العلاقات العامة ، وزيادة المخصصات المالية بحيث تتكافأ مع المسئوليات التى تقع على عاتقها ، حتى يتسنى لها تأدية رسالتها على اكمل وجه
- ليهى ألا يشكو مديروا ادارات العلاقات العامة من ضعف الامكانيات المادية أو الفنية أو غيرها تعليلا لوجه الضعف او القصور فى ممارسة نشاطاتهم ، وذلك لان العمل فى ميدان العلاقات العامة يتطلب حسن الصرف والحركة الذاتية والانجازات السريعة .
- ينبغي أن يكون البحث العلمى والتخطيط السليم المدروس والتقييم الموضوعى هو أساس العمل فى ادارات العلاقات العامة فى مصر .
- ضرورة اشتراك العاملين فى ادارات العلاقات العامة فى وضع وتخطيط برامج ونشاطات اداراتهم ، ضمانا لافتعاهم واثباتهم بالعمل الذى يكلف به كل فرد منهم .

- ينبغي على العاملين في ادارات العلاقات العامة عدم وضع خطط غير قابلة للتنفيذ .
- ينبغي تدريب جميع الموظفين بأية مؤسسة من المؤسسات على فن العلاقات العامة أو التعامل الانساني، وخاصة هؤلاء الذين يتصلون بالجمهور بحكم عملهم .
- عقد مؤتمر سنوي للسادة مديري ادارات العلاقات العامة في مصر لتبادل الآراء والخبرات ولبحث المشاكل التي تقابلهم أثناء ادايتهم لعملهم أو ممارستهم لمهنتهم ، ودراسة أهم المقترحات من أجل تحقيق الوحدة الفكرية للعاملين في هذا الميدان ، والتسيق بين نشاطهم في صوره المتعددة وألوانه المتجددة .
- دعم جمعية العلاقات العامة العربية وتوطيد الصلة بينها وبين المعاهد والكلية المصرية العربية المهتمة بتدريس مادة العلاقات العامة لتسيق الجهود البحثية التي ترمى الى تطوير مهنة العلاقات العامة وتطبيقاتها في مختلف المؤسسات المصرية والعربية .
- ضرورة الاهتمام بتدريس مادة العلاقات العامة لجميع طلاب المعاهد العليا والجامعات نظرا لأهميتها الكبرى في حياتهم العملية ، وخاصة كل من يتم عليه عمله الاتصال بالجمهور والتعامل معها كالأطباء والمهندسين والمحامين وجميع أرباب المهن الحيه . . . وغيرهم .
- ينبغي على جميع ادارات العلاقات العامة في مصر أن تقوى الشعور بالانتماء والولاء لدى العاملين في المؤسسات المصرية لبلدهم مصر ، ذلك لان الشعور بالانتماء والولاء قد يؤدي في كثير من الاحيان الى التضحية والفداء .
- ينبغي على العاملين في ادارات العلاقات العامة في مصر والدارسين لها والباحثين في ميدانها أن يستمدوا أهم أسس ومبادئ العلاقات العامة من القرآن الكريم فهو خير مرجع ، وأخصب منهل .

تطور أساليب إخراج التحقيق الصحفي

اسم الباحث : فوزى عبد الغنى خلاف .
الدرجة العلمية : الدكتوراة .

إشراف : د/ عبد الوهاب كحيل / ا/ يحيى أبو بكر / ا/ سعيد اسماعيل
سنة المنح : ١٩٨٨ .

مشكلة الدراسة وأهدافها :

تهدف هذه الدراسة الى التعرف على أشكال التعبير التى حدثت فى أساليب اخراج التحقيق الصحفى وأفضلها مناسبة له ومعرفة العوامل المؤثرة فى ذلك فى كل من الجريدة والمجلة ، خلال الفترتين التاليتين :

الفترة الاولى من ١٩٦٢ حتى ١٩٦٣

الفترة الثانية من ١٩٨٥ حتى ١٩٨٧

نوع الدراسة :

- وصفية ، وذلك للحصول على وصف كامل ودقيق للمشكلة .

منهج الدراسة :

- المنهج التاريخى والمنهج التطورى والمنهج المسحى والمقارن .

أدوات جمع البيانات ومادة الدراسة :

١. تحليل المضمون .

٢. استقصاء غير مقنن .

٣. الملاحظة .

وقد تم بلورة مشكلة الدراسة فى مجموعة من التساؤلات تهدف الدراسة للاجابة عليها
هى:

• هل استفاد المخرج الصحفى من امكانيات الجمع التصويرى والطباعة الملاء فى اخراج
التحقيق الصحفى ؟

• ما هو تأثير اساليب اخراج الاعلانات المجاورة للتحقيق الصحفى على اخراجه ؟

• ما هو تأثير العناصر التبيوغرافية والاشكال التحريرية المجاورة للتحقيق الصحفى على
درجة وضوحه ؟

• ما هى العلاقة بين مساحة الصور وبين اخراج التحقيق ؟

• ما مدى اهتمام الصحف بالتحقيق الصحفى من حيث النوع ، والموقع والمساحة ودرجة
النشر ، وما هى دلالة الموقع والمساحة على اخراج التحقيق الصحفى ؟

• هل هناك علاقة بين نقص مساحة الصور وزيادة استخدام الاطارات والارضيات داخل
التحقيق أم لا ؟

خطة البحث :

وتشمل الدراسة الفصول الاتية :

الفصل الأول : الاتجاه نحو التحقيق الصحفى

المبحث الأول : أهمية التحقيق الصحفى وماهيته .

المبحث الثانى : ظهور فن التحقيق الصحفى .

المبحث الثالث : مصادر التحقيق الصحفى وأنواعه .

المبحث الرابع : كتابة التحقيق الصحفى .

المبحث الخامس: الحاجة الى التفسير .

المبحث السادس: المحقق الصحفى .

الفصل الثانى: العوامل المؤثرة فى اخراج التحقيق الصحفى

المبحث الأول : مفهوم الاخراج وأهميته .

المبحث الثانى: وجوب الاهتمام باخراج التحقيق الصحفى .

المبحث الثالث : العوامل المؤثرة فى اخراج التحقيق الصحفى ويشمل

المؤثر الأول : عامل الوسيلة . ويشمل ما يلى :

أولا : تأثير الاعلان .

ثانيا : تأثير الورق .

ثالثا : تأثير الوقت .

رابعا : تأثير المساحة .

خامسا: سياسة التحرير .

الفصل الثالث : أسس اخراج التحقيق الصحفى فى الجريدة والمجلة ، ويشمل:

المبحث الأول : اخراج التحقيق الصحفى فى الجريدة ويشمل جانبين

هما:

اخراج الاعلانات المجاورة للتحقيق .

اخراج التحقيق الصحفى فى الجريدة ويشمل :

أولا : السلوك البصرى للقارئ .

ثانيا : ضوابط اخراج التحقيق فى الجريدة .

ثالثا : أساليب اخراج التحقيق فى الجريدة .

اخراج التحقيق فى المجلة .

المبحث الثانى :

أولا : ضوابط اخراج التحقيق فى المجلة .

ثانيا : أساليب اخراج التحقيق فى المجلة .

الفصل الرابع : تباين تأثير الوحدات التيبوغرافية فى اخراج التحقيق .

المبحث الأول : تأثير الصور والرسوم فى اخراج التحقيق الصحفى .

المبحث الثانى : تأثير العناوين فى اخراج التحقيق الصحفى

المبحث الثالث : تأثير الالوان فى اخراج التحقيق الصحفى

المبحث الرابع : تأثير الاطارات والجداول والفواصل فى اخراج

التحقيق الصحفى

الفصل الخامس: تأثير التقدم الطباعى فى اخراج التحقيق الصحفى

المبحث الأول : الطباعة والمفهوم التكنولوجى

المبحث الثانى : تأثير الطباعة التقليدية فى اخراج التحقيق الصحفى

المبحث الثالث تأثير الطباعة الحديثة والكمبيوتر فى اخراج التحقيق

الصحفى

الفصل السادس: خطوات اجراءات الدراسة التحليلية .

الفصل السابع: جدولة وعرض الدراسة التحليلية فى الجريدة وتفسير النتائج .

الفصل الثامن : جدولة وعرض الدراسة التحليلية فى المجلة وتفسير النتائج .

الخاتمة: النتائج والتوصيات .

ثبت المراجع والملاحق .

أهم نتائج الدراسة :

١ - أدى استخدام الجمع التصويرى والطباعة الملاء الى المساعدة على تنفيذ أسلوب

اخراج التحقيق المناسب بواسطة تنوع أحجام واتساعات العناوين وتنوع الفواصل

والاطارات والجداول والرموز الفنية والاشكال الكثيرة التى تتيحها اجهزة الجمع

التصويرى كما ادى ذلك المتغير الطباعى الى كثرة الشبكات المختلفة وتدرجات

اللون الاسود والالوان غير السوداء .

٢ - ان القوة الثانية أقل تأثيرا بالاعلانات المجاورة والعناصر التيبوغرافية .

- ٣ - كلما زادت أو نقصت مساحة الصور تغير معها اخراج التحقيق .
- ٤ - أكد المتغير الزمني اهتمام الصحف بموقع ومساحة التحقيق ودرجة نشره فى الفترة الثانية أكثر من الفترة الأولى .

اهم التوصيات :

- ١ - نوصى بالاهتمام بزيادة تحقيقات الصفحات المتخصصة .
- ٢ - نوصى بالاستفادة باللون المستخدم فى الاعلانات المجاورة للتحقيق ، وذلك باستخدامها فى اخراج التحقيق المجاور .
- ٣ - نوصى بتدريب مخرجى الصحف بصفة عامة على امكانيات الميكنة الحديثة من أجهزة الجمع التصويرى والطباعة الملء ، لاستغلال طاقتها بالكامل عند قيامه بعملية الاخراج .
- ٤ - نوصى بمراعاة السلوك البصرى لعين القارئ عند توزيع العناصر التبيوغرافية المعبرة عن مضمون التحقيق .
- ٥ - نوصى بمخرج التحقيق الصحفى أن يتعرف على أساليب اخراج الاعلانات والاشكال التحريرية والعناصر التبيوغرافية المجاورة للتحقيق ، حتى يتلافى تأثيرها السلبى أثناء رسمه للتحقيق الصحفى .

الصحافة المصرية والإعلام السياسي في مصر من سنة ١٩٥٢ م حتى سنة ١٩٦٢ م

اسم الباحث : فرج حلمى الشاوى .

الدرجة العلمية : الدكتوراة .

الإشراف : أ.د/ مختار التهامى . أ.د/ منير حجاب .

سنة النسخ : ١٩٨٨ م .

مشكلة الدراسة :

تسعى هذه الدراسة إلى رصد وتحليل ونقد ما طرحه ثورة يوليو من شعارات ومبادئ وأهداف ورموز سياسية واجتماعية واقتصادية تواكب مراحل تطورها المختلفة فى الفترة من ٢٣ يوليو ١٩٥٢ وحتى نهاية ديسمبر ١٩٦٢ باستخدام وتوظيف أدوات وفنون الإعلام السياسى لما لها من أهمية فى تهينة الرأى العام المصرى وتحريك دوافعه وسلوكياته للالتفاف حول الثورة وخلق الإدراك وتماسك المجتمع والتشئنة السياسية للأفراد .

أهداف الدراسة :

- ١- التعرف على أثر غيبة أيديولوجية سياسية واجتماعية وثقافية واقتصادية لثورة يوليو فى بدايتها فى تحديد توجهات ومعالم السياسة الإعلامية للإعلام السياسى فى الصحافة المصرية (الأهرام - أخبار اليوم - الجمهورية) وأثر ذلك على الدور المنوط بهذا الإعلام فى خدمة قضايا الثورة ومعاركها وأهدافها وإجراءاتها .
- ٢- التعرف على درجة الاتساق والاختلاف فى بنى ما يسمى بـصحافة الثورة والمثثلة فى جريدة الجمهورية والصحافة المملوكة لأفراد ممثلة فى الأهرام كجريدة يومية وأخبار اليوم كجريدة أسبوعية لمواقف القيادة السياسية والمعارك التى كانت تخوضها داخليا وخارجيا وكيفية معالجتها لتلك الأحداث والمعارك والإجراءات .
- ٣- التوصل إلى رصد ممارسات ثورة يوليو لفنون وأساليب الدعاية السياسية والإعلام السياسى ومدى تطور الفنون فى الصحافة المصرية لمواكبة الأحداث والمعارك والمواقف التى اتخذتها الثورة فى المجالات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والعسكرية والثقافية الهامة من يوليو ١٩٥٢ حتى ديسمبر ١٩٦٢م .
- ٤- تحديد إلى أى مدى نجحت فنون وأساليب ومضمون هذا الإعلام السياسى فى الصحافة المصرية فى بلورة وصقل أدوات وأسلحة كان لها فاعلية كبيرة مكنت الثورة من الانتصار فى معاركها وأكسبت الرأى العام المصرى قنرة على المواءمة والتكيف والتجاوب مع فكر الثورة ومنجزاتها .
- ٥- الكشف عن الدور الذى لعبه هذا الإعلام السياسى وتلك الدعاية السياسية من خلال الصحافة المصرية فى تغير بناء المجتمع المصرى .
- ٦- التعرف على الوظائف السياسية للأعمال الصحفية المنشورة فى صحف الدراسة فى تفسير الأحداث والمواقف التى اتخذتها الثورة وإلى أى مدى أسهمت هذه للوظائف فى إعادة بناء التشنه السياسية للمواطن المصرى .
- ٧- الكشف عن وجود ما يمكن أن يطلق عليه إعلام سياسى مضاد لفكر ومبادئ الثورة وتوجهاتها السياسية والاجتماعية .

٨- رصد التغيير الحادث فى مواقف صحف الدراسة خلال فزة البحث من خلال الأعمال الصحفية المنشورة بها .

٩- التعرف على التغيير الحادث فى أساليب ومضمون الأعمال الصحفية المنشورة فى صحف الدراسة .

١٠- الكشف عن الدور الذى مارسته صحف الدراسة فى تأكيد مستويات القيم والمعتقدات وبأى أشكال التحرير الصحفى .

نوع الدراسة :

دراسة وصفية تستهدف إجراء دراسة تحليلية للأعمال الصحفية المنشورة بصحف الدراسة (الأهرام - أخبار اليوم - الجمهورية) والتي تغطى مختلف أحداث الثورة وتفسيرها وتحليلها تحليلًا شاملًا بغرض استخلاص نتائج ودلالات تحقق أهداف البحث .

منهج الدراسة :

- أ- النهج التاريخى .
- ب- النهج التحليلى .
- ج- النهج المقارن .

أدوات جمع البيانات :

- مصادر ومراجع تاريخية وصحفية .
- المقابلة البورية .
- المقابلات العميقة .

مجتمع الدراسة :

حصر شامل لجميع الأعداد التى صدرت من :

- أ- جريدة الأهرام اليومية الصادره فى الفترة من ٢٣ يوليو عام ١٩٥٢ حتى ٣١ ديسمبر ١٩٦٢ م
- ب- جريدة الجمهورية اليومية الصادرة فى الفترة من ٧ ديسمبر عام ١٩٥٢ حتى ٣١ ديسمبر عام ١٩٦٢ م.
- ج- جريدة أخبار اليوم الأسبوعية الصادرة فى الفترة من ٢٣ يوليو سنة ١٩٥٢ حتى ٣١ ديسمبر ١٩٦٢ م.

نتائج الدراسة :

١- اتضح للباحث أن الثورة قد تخطت فيما طرحه وطبقته فى مجالات التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستقلة فى الخمسينات والستينات أقصى ما كانت تطالب به أو تطرحه الجماهير والحركة الوطنية المصرية والعربية معا من مطالب اجتماعية واقتصادية وسياسية قبل قيام الثورة ، وحتى ما طرح منها على سبيل الشعارات أو المزايدة السياسية وهو ما نجحت صحف الدراسة فى تجسيده بلرجات متفاوتة فى الأعمال الصحفية المنشورة فيها خلال المدى الزمنى للبحث بمختلف الأشكال والفنون الصحفية ، كما نجحت هذه الصحف فى أن تهاكب وتعكس الظروف السياسية والعسكرية والاقتصادية والاجتماعية للمجتمع المصرى وذلك من خلال توظيف الأعمال الصحفية لخدمة القضايا والمعارك التى عكستها هذه الظروف .

٢- اتضح للباحث أن الكتاب والمفكرين والصحفيين الذين شاركوا بكتاباتهم الصحفية فى مختلف القضايا والمعارك التى واجهتها ثورة يوليو - خاصة القضايا التى تصدى لرصدها ومسحها وتحليلها اعتمدوا فى كتاباتهم على خلفياتهم الثقافية وبنائهم العلمى والفكرى فى التصدى بالتفسير والشرح والتحليل والتأصيل لمختلف قضايا الثورة ومعاركها .

٣- اتضح للباحث أن الأهمية الكبرى للدور الذى لعبه قائد الثورة جمال عبد الناصر فى مجال الإعلام السياسى للثورة . إنما يرجع بالإضافة إلى قدراته الشخصية فى

المجال الإعلامى إلى التزامه طوال حياته بمبدأين لم يحد عنهما هما: (الوطنية بمعنى النضال الدؤوب ضد الاستعمار فى كل أشكاله وصوره، والانحياز بمعنى الوقوف إلى جانب الجماهير الشعبية فى كل منعطف حاسم فى حياة الثورة) وهذا يعكس استيعابه لحركة المجتمع وفهمه لتجارب الشعوب ودروس التاريخ ووعيه بتحديات العصر وهو وما جعله يربط الفكر بالانجاز . وهذا جمع بين أهم عنصرين فى الدعاية السياسية وكسب المصداقية لدعوته.

٤- اتضح للباحث من خلال الرصد والمسح الكامل لكافة الأعمال الصحفية المنشورة بصحف الدراسة خلال فترة البحث وتحليلها أنه رغم عدم وجود أيديولوجية كاملة لثورة يوليو توجه مسارات اجراءاتها ومعاركها ومواقفها تجاه مختلف الموضوعات الداخلية والخارجية إلا أنه كان هناك ما يمكن أن نسميه سياسات توجه الإعلام المصرى عامة والصحافة المصرية خاصة والتي يقصد بها (مجموعة من المبادئ والقواعد والأسس والتوجهات والشروح والأساليب التى تحكم توجيهات العمل الإعلامى فى مختلف المجالات) ، وهى لم تكن مكتوبة أو موثقة فى قرارات بل اتضحت من خلال الشروح التى كانت القيادة السياسية تقدمها فى مختلف المناسبات .

٥- تبين للباحث من خلال رصد ومسح وتحليل كافة الأعمال الصحفية المنشورة وصحف الدراسة خلال المدى الزمنى للبحث قيام النموذج الاتمالي على التبعة .

٦- قدمت الأعمال الصحفية المنشورة بصحف الدراسة خلال المدى الزمنى للبحث صورة إجمالية و كلية للإلتجازات والمواقف والاجراءات والمعارك التى واجهتها ثورة يوليو ١٩٥٢ سواء على المستوى المحلى أو الإقليمى أو العالمى وذلك بالشرح والتفسير والتحليل .

٧- اتضح للباحث وجود فروق هامه فى مضمون الأعمال الصحفية المنشورة بصحف الدراسة خلال المدى الزمنى للبحث من زاوية التوجهات الفكرية الحاكمة والموجهه لهذه الكتابات فى مرحلتى ما قبل صدور ميثاق العمل الوطنى وما بعدها

حيث اتخذت هذه الكتابات شكل الاجتهادات الشخصية لكاتبها والتي تعتمد على تكوينه العقائدى والسياسى والفكرى فى خدمة مواقف الثورة واجراءاتها ومعاركها وذلك من المرحلة الأولى الممتدة من ٢٣ يوليو ١٩٥٢ وحتى ٢١ مايو سنة ١٩٦٢ وساعد على بروز هذه الفروق التناول الفكرى والنظرى لقضايا الثورة وشرحها فى ضوء الشروح التى كانت تقدمها القيادة السياسية فى مختلف المناسبات .

٨ - اتضح للباحث من رصد وتحليل لقاءات الرئيس جمال عبد الناصر مع القيادات الصحفية المسئولة عن إدارة وتوجيه الصحافة خلال المدى الزمنى للبحث والمناقشات التى أجراها الباحث مع بعض هذه القيادات " محمد حسين هيكل إحسان عبد القدوس ، مصطفى أمين ، أحمد حمروش ، أحمد ابو الفتوح ، مصطفى بهجت بدوى ، لطفى الخولى ، خالد محيى الدين ، أحمد بهاء الدين ، د. محمد عبد القادر حاتم " اتفاق معظمهم على أن ممارسات الصحافة المصرية فى ظل الملكية الخاصة لأصحابها دفعته إلى التفكير فى تنظيم الصحافة بحيث تصبح أداة فعالة من أدوات الإعلام السياسى للثورة لإيمانه بالدور الهام الذى تضطلع به الصحافة فى تشكيل وتوجيه الرأى العام ، كما جعلته بعض هذه الممارسات الحاطئة فى الصحافة المصرية يصدر صحفا ناطقة بلسان الثورة وحشد كبار الصحفيين والمفكرين والكتاب للكتابة بها والتعبير عن فكر الثورة ونسقاها القيمى الجديد ، وقد أكدت دراسة الباحث وتمليله للأعمال الصحفية المنشورة فى صحف الدراسة خلال الفترة من ١٩٥٢ وحتى آخر سنة ١٩٦٢ المحراف بعض هذه الممارسات الصحفية وصحة التوجيهات التى دفعت بالرئيس عبد الناصر للأخذ بهذه الاجراءات .

التوصيات :

وفي ضوء نتائج الدراسة ، يمكن الباحث أن يقرر حقيقة هامة هي : أنه كما كان للصحافة المصرية دور رئيسي وهام في التمهيد والتشجيع بقيام ثورة يوليو ١٩٥٢ ، كان لها الدور نفسه في دعم مجتمع الثورة ومواكبة مسيرته السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية ، وغرس الانتماء والولاء لأهداف ومبادئ وقيم المجتمع الجديد ، فلقد كان موقف صحف الدراسة متسقا في اجماله مع موقف قيادة الثورة خاصة بعد أزمة مارس ١٩٥٤ التي تحققت بعدها سيطرة مجلس قيادة الثورة على مقاليد الأمور في مصر ، أما عن التفاوض في مواقف المواكبة والتأييد لإجراءات ومواقف الثورة ومعاركها في الصحف الثلاث ، فإن هذا التفاوض يعود من واقع الأمر الى مدى إيمان الكتاب والمفكرين بتوجهات الثورة أو عدم إيمانهم مع الوضع في الاعتبار التكوين الفكري والأيدولوجي الخاص بكل منهم .

دور بحوث الإعلام

فى تنمية المجتمع المصرى

دراسة تحليلية ميدانية

اسم الباحثة : سحر محمد وهبى عبد الموجود .

الدرجة العلمية : الدكتوراة .

اشراف : أ.د/ عبد الهادى الجوهرى .

دكتور/ عبد الوهاب كحيل .

سنة المنح : ١٩٩٠ .

مشكلة الدراسة وأهدافها :

تنحصر المشكلة الرئيسية لهذه الدراسة فى محاولة (تحديد دور بحوث الاعلام فى تنمية

المجتمع المصرى) ، وقد تم بلورة هذه المشكلة فى مجموعة من الأهداف أو التساؤلات هى :

أولاً : بالنسبة للدراسة التحليلية كما يلى :

١- ما الموضوعات التى اهتمت بها بحوث الإعلام التموى ؟

٢- ما الناهج الإعلامية المستخدمة والى أى مدى ساعدت هذه الناهج على تحقيق أهداف

هذه البحوث ؟

٣- ما المعوقات المنهجية المختلفة التى شابت هذه البحوث وقللت من امكانيات الاستفادة

منها ؟

٤- ما النتائج التي توصلت إليها تلك البحوث ؟

ثانيا : بالنسبة للدراسة الميدانية :

١- هل لبحوث الإعلام دور فى التنمية ؟

٢- هل تستفيد المؤسسات الإعلامية من هذا الدور ؟

٣- ما هى العوائق التى تحول دون الاستفادة من هذه البحوث وأى هذه العوائق يعوق أكثر من غيره ؟

نوع الدراسة ومناهجها :

هذه الدراسة من الدراسات الوصفية ، واعتمدت فى الشق التحليلى على استخدام منهج المسح التحليلى وذلك لتحليل المعوقات النهجية لبحوث الإعلام التتموى تحليلا كميًا يمكننا من تحديد الإجراءات النهجية لهذه البحوث ومعوقاتها .

ولمساعدة منهج تحليل المضمون على تحقيق الهدف الأساسى للدراسة فلا بد أن تتم إجراءاته فى إطار منهج دراسة الحالة ويقصد به اختيار عدد محدود من المفردات الممثلة ودراستها دراسة شاملة معمقة بهدف الوصف والفهم الكاملين لكل حالة على حدة ، ولجميع العوامل المتشابكة والقوى الداخلة فى كل منها ، والعلاقات بينها ومدى الروابط بين هذه العوامل ، وكذلك بهدف التعرف على كل الخصائص العامة لجميع الحالات أو المفردات تحت البحث واكتشاف نوع الخصائص المشتركة بين هذه الحالات .

وبالنسبة للدراسة الميدانية فقد اعتمدت على منهج المسح الميدانى ، وهو أحد مناهج الدراسات الوصفية التى تستهدف أساسا تصوير وتحليل وتقويم خصائص ظاهرة أو مجموعة من الظواهر ، ويساعد فى هذا البحث فى التعرف على الآراء والأفكار للممارسين الإعلاميين والأكاديميين واتجاهاتهم نحو الاستفادة من البحوث الإعلامية فى مجال التنمية

ومشكلاتها وتصوراتهم لمستقبلها وكذلك الآراء والأفكار الخاصة بالأساتذة المشرفين على البحوث الإعلامية والباحثين الإعلاميين نحو نفس هذه المجالات .

أدوات جمع البيانات :

أولا : بالنسبة للدراسة التحليلية :

كانت أداة جمع البيانات هي استمارة تحليل المضمون ، وتم في إطارها دراسة المعوقات المنهجية لنماذج تم اختيارها عشوائيا من البحوث الإعلامية التتموية التي أجازتها كلية الإعلام وقسم الصحافة بآداب سوهاج خلال هذه الفترة .

ثانيا : بالنسبة للدراسة الميدانية :

فقد استخدم الاستقصاء كأداة لاستيفاء المعلومات التي تتضمنها استمارة البحث وذلك على مرحلتين :

المرحلة الأولى : وخصصت فيها استمارة للباحثين والأساتذة المشرفين على البحوث الإعلامية .

المرحلة الثانية : وخصصت استمارة أخرى للممارسين الإعلاميين فى وسائل الإعلام المختلفة .

نتائج الدراسة :

أولا : نتائج العرض التحليلى لعينة بحوث الإعلام التتموى :

١- بلغ عدد البحوث الإعلامية التي أجازتها كلية الإعلام فى مرحلتى الماجستير والدكتوراة من ١٩٧٧ حتى ١٩٨٨ (٢٥٥) بحثا وعدد البحوث التي أجازها قسم الصحافة بآداب سوهاج منذ ببدء الدراسة به ١٩٧٧ حتى ١٩٨٨ (٢١) بحثا) ما بين درجتى الماجستير والدكتوراه .

وبلغت عدد البحوث الإعلامية الخاصة بتتمية المجتمع المصرى (٣١) بحثا وبذلك تكون نسبة بحوث الإعلام التتموى ١١,٢٥٪ من جملة البحوث الإعلامية .

- ٢- تأتي التنمية الاجتماعية فى مقدمة اهتمام بحوث الإعلام التتموى لتبلغ نسبتها ٣٥,٤٨٪ من جملة هذه البحوث .
- ٣- تأتي فى المرتبة الثانية البحوث الإعلامية التى تعالج التنمية بصورة عامة دون التركيز على مجال معين وتبلغ نسبتها ٣٢,٢٥٪ من جملة بحوث الإعلام التتموى .
- ٤- أهملت البحوث فنوات الاتصال التقليدية مثل الخطبة والندوة وقادة الرأى .
- ٥- عدم وجود دراسات للوظائف التتموىة لوسائل الإعلام وأهدافها .
- ٦- نقص دراسات تأثير مضمون الوسائل الإعلامية مع الجمهور وكذلك التى تحدد الأسباب المختلفة لقصور التأثير الإعلامى ودراسات رجع الصدى .
- ٧- إن هناك وسائل إعلامية لم تتعرض لها بحوث الإعلام التتموى رغم أهميتها فى مجال التتموى وهى السينما والفيديو .
- ٨- تأتي الصحافة فى المرتبة الأولى من حيث اهتمام البحوث الإعلامية التتموىة بها وذلك بنسبة ٢,٥٨٪ يليها الإذاعة ثم التلفزيون فالإتصال الشخصى وأخيرا العلاقات العامة والإعلان .
- ٩- اعتمدت عينة للدراسة على منهج المسح الميدانى والتحليلى دون سائر المناهج الأخرى واكتفت هذه الدراسات بتحديد الأهداف سواء فى شكل تساؤلات أو حمل تهريرية . واستغنت عن فرض الفروض .
- ١٠- يمثل أسلوب العينة وخاصة العينة العشوائية المنتظمة أو الطبقة أكثر الأنواع استخداما فى بحوث الإعلام التتموى ويرجع ذلك لصعوبة إجراء الحصر الشامل .

ثانيا : نتائج الدراسة الميدانية للممارسين الإعلاميين والباحثين الأكاديميين :

- ١- أظهرت الدراسة أن عينة الممارسين الإعلاميين يعتقدون بأهمية التعاون مع الباحثين الأكاديميين وذلك فى رأى ٨٨٪ من عينة الممارسين .
- أما عن عينة الأكاديميين الإعلاميين فقد أثبتت الدراسة أن التعاون ضعيف وبكاد يكون متعلما بين المؤسسات الإعلامية والمؤسسات الأكاديمية وذلك فى رأى ٥٣٪ من عينة الأكاديميين .

٢- أظهرت الدراسة أن هناك أربعة أوجه للتعاون في مجالات البحوث الإعلامية هي :

أ - تعاون في مجال تحديد المشكلات البحثية .

ب- تعاون في مجال توفير تسيرات لتفيل هذه البحوث .

ج- تعاون في مجال إجراء هذه البحوث والإشراف عليها .

د - تعاون في مجال تحديد كيفية الاستفادة والتطبيق .

٣- أظهرت الدراسة أنه في مجال تحديد الإطار العام للسياسة الإعلامية أكد ٥١٪ من

جملة عينة الممارسين أن بحوث الإعلام تساعد بشدة في تطويرها بينما نسبة ١٣٪

منهم ترى أنها تساعد بصورة متوسطة ويؤكد ٣٦٪ منهم أنها لا تساعد على

الأطلاق في تحديد الأطر العامة للسياسة الإعلامية .

٤- أثبتت الدراسة أن قطاع التنمية الاجتماعية من أكثر قطاعات التنمية التي حظيت

باهتمام أكبر من قبل الباحثين الإعلاميين والدراسات الإعلامية التمولية وذلك في

رأى كل من الممارسين والباحثين على السواء .

٥- أثبتت الدراسة أن نسبة الاستفادة من البحوث الإعلامية قليلة وتحتاج الى اهتمام

ودراسات للكشف عن عوائق الاستفادة ووضع الحلول لها .

٦- هناك فجوة كبيرة بين ما يمكن أن تسهم به البحوث الإعلامية في تطوير الممارسات

الإعلامية وبين ما قامت به فعلا .

التوصيات :

١- ضرورة وجود خطة قومية لبحوث الإعلام لتحديد مجالاتها وأنواعها وأولوياتها في

إطار استراتيجية بحثية أو تصور نظري لبحوث الإعلام .

٢- ضرورة وجود خطة للتعاون في مجال البحوث بين كليات وأقسام ومراكز الإعلام

والصحافة وبين المؤسسات الإعلامية المختلفة على المستوى المحلي والعربي لتحقيق

التقارب بينها من خلال المؤتمرات والندوات والاتفاق على الأساسيات والمصطلحات

الإعلامية .

٣- انشاء مراكز دراسات خاصة بهحوث الإعلام فى المؤسسات الإعلامية لإجراء البحوث ومتابعة الاستفادة من نتائج البحوث بالمؤسسات الأخرى ، وتوفير الإحصاءات ومصادر المعلومات والأجهزة والمتطلبات الأساسية للبحث الإعلامى .

٤- أن تعكس البحوث مشكلات المؤسسات الإعلامية والاحتياجات الإعلامية والتموية للمجتمع .

٥- زيادة ادراك ووعى المستولين بالمؤسسات الإعلامية لأهمية البحوث الإعلامية .

٦- ضرورة التخطيط لإعداد الكوادر البحثية وإعطاء الفرصة للناهين منهم .

٧- ضرورة تخصيص نسبة ٥% من ميزانيات المؤسسات الإعلامية لدعم البحوث الإعلامية وتوفير المتطلبات المادية للباحثين .

٨- ضرورة التوع فى استخدام المناهج العلمية المختلفة والتسيق بين البحوث التى تهدف تطوير جوانب نظرية والبحوث التى تستهدف معالجة مشكلات تطبيقية ، مع ضرورة الالتزام بالدقة فى مختلف خطوات البحوث الإعلامية .

٩- نشر نتائج البحوث الإعلامية وإحاطة العاملين بالمؤسسات الإعلامية بأهم نتائجها ، وذلك من خلال مجلة علمية دولية ربع سنوية تحت عنوان " الرسائل الإعلامية الجامعية " تقوم بمصر رسائل الماجستير والدكتوراة التى يتم مناقشتها فى كليات وأقسام الإعلام على مستوى الوطن العربى وأهم ما ورد بها من نتائج وتوصيات ، كما تقوم فى نفس الوقت بطرح المشكلات التى تحتاج إلى بحث ودراسة .

المصقات الإعلانية

وأهميتها في تنمية الريف المصرى

اسم الباحث: محمد أحمد إسماعيل أبو فرحة.

الدرجة العلمية: دكتوراه.

الإشراف: أ.د/ عبدالحمد هجيب فايد

أ.د/ إحسان سعد الدين عسكر

د/ عبدالوهاب كحيل.

سنة البحث : ١٩٩٠ م.

مشكلة الدراسة:

تحاول هذه الدراسة التصدى لموضوع المصقات كأحد وسائل الاتصال الجماهيرى الإقناعية، وأهميتها على وجه الخصوص في التنمية الريفية، فهذه الدراسة هي إحدى المحاولات العلمية التي تريد أن تسهم في إلقاء الضوء على أهمية المصق في تنمية المجتمع الريفى، حيث تبين للباحث أن هذا الموضوع لم يحظ باهتمام الباحثين في ميدان الدراسات الإعلامية والاجتماعية.

وبمعنى أكثر تحديدا تكمن مشكلة هذه الدراسة في التعرف على الأهمية النسبية التي يحتلها المصق بين وسائل الاتصال الأخرى في التنمية الريفية على وجه التحديد، ثم التعرف على دور الأسس الفنية للمصقات ومكوناتها الأساسية التي تؤثر على كفاءتها الاتصالية والإقناعية، وفي إثارة الوعي بالتنمية.

أهداف البحث:

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق هدفين أساسيين:

الهدف الأول: هدف تطبيقي، وهو يتضمن تزويد العاملين في المجالات الإعلامية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية والتعليمية، بمعلومات حقيقة عن الوضع الراهن لدور الملصقات وأهميتها كأحد وسائل الاتصال الإقناعية في إثارة الوعي بالتنمية الريفية، حيث أن هذه المعلومات تعد ذات قيمة عملية، قد تؤيد وتدعم ممارسات قائمة، أو ترشد إلى سبل تغييرها نحو ما ينبغي أن يكون.

الهدف الثاني: هدف علمي، حيث تقدم هذه الدراسة الحقائق والتعميمات بما يضيف إلى رصيدنا من المعارف، مما يساعد على فهم الظواهر في المجالات الاجتماعية والإعلامية والاقتصادية والثقافية للتنمية والتنبؤ بحدوثها.

ويمكن بلورة هذه الأهداف في مجموعة من التساؤلات هي:

- هل للملصقات أهمية في إثارة الوعي بالتنمية لدى أبناء المجتمع الريفي؟
- ما مدى هذه الأهمية بالنسبة لوسائل الإعلام الجماهيرية الأخرى؟
- أين موقع الملصقات بالنسبة لوسائل الإعلام الجماهيرية الأخرى من القرية المصرية؟
- هل تستطيع الملصقات أن تساعد وتدعم جهود وسائل الاتصال الجماهيرية الأخرى في إثارة الوعي بالتنمية الريفية؟
- هل للأسس الفنية لتصميم الملصقات أهمية في الإسهام في جذب انتباه الأفراد في الريف إلى التعرف على مكوناتها، وفهم مضمون الرسالة التي تحملها الملصقات وفهم فكرتها؟

فروض الدراسة:

- ١- ليس هناك ارتباط بين الباحثين المتعلمين وغير المتعلمين في تربيتهم للمشكلات التي تعانى منها قرى البحث.

- ٢- ليس هناك ارتباط بين المبحوثين بالقرى القريبة والمبحوثين بالقرى البعيدة فى تربيتهم للمشكلات التى تعانى منها قرى البحث .
- ٣- ليس هناك فروق جوهرية واختلاف فى النسب المتوية بين المبحوثين المعلمين وغير المعلمين أو بين المبحوثين بقرى البحث القريبة والمبحوثين بقرى البحث البعيدة عند تحديد أهمية الملصقات فى إثارة الوعى بالتنمية الريفية .
- ٤- ليس هناك فروق جوهرية بين وسائل الاتصال الجماهيرية المختلفة - الصحف والاذاعة والتلفزيون والملصقات - فى تناولها لبعض المشكلات الريفية .

منهج الدراسة :

تستخدم هذه الدراسة المناهج الآتية :

١. منهج المسح الميدانى : جمع البيانات ذات الصفة الوصفية التى تفيد فى تخطيط النشاط الإعلامى عامة ، والتخطيط لكيفية الاستفادة من الملصقات كوسيلة من وسائل الاتصال الجماهيرى خاصة فى إثارة الوعى بالتنمية الريفية ، تحليل وتفسير هذه البيانات واستخلاص تبويبها إذ أن مجرد وصف ما هو كائن لا يشكل جوهر عملية البحث الوصفى ، والاستنتاجات ذات الدلالة والمغزى بالنسبة للمشكلة المطروحة .
٢. النهج المقارن ، للمقارنة بين وسائل الاتصال الجماهيرية ، الصحف والاذاعة والتلفزيون والملصقات ، لتحديد الموقع الذى تحتله الملصقات بين وسائل الاتصال الجماهيرية فى تناولها للمشكلات الريفية ، والإسهام فى إثارة الوعى بالتنمية لدى الأفراد فى المجتمع الريفى .

أداة جمع البيانات :

قام الباحث بإعداد قائمة استقصاء والإستعانة بالمقابلة الشخصية باعتبارها أداة لاستيفاء المعلومات التى تتضمنها القائمة ، وذلك لأن هذه الأداة تتيح للباحث الفرصة لمناقشة أفراد عينة البحث وإيضاح المقصود من الأسئلة والبيانات الواردة بها ، والتحقق من صحة وصدق البيانات التى أدلى بها المبحوثون .

كما اعتمد الباحث على المقابلات الشخصية لهم فى الحصول على العديد من الآراء حول أهمية استخدام الملصقات فى التمية الريفية بصفة عامه ، وفى مجالاتهم بصفة خاصة والمعوقات التى تحول دون الاستفادة من الملصقات بوصفها وسيلة إعلامية القاعية .

عينة البحث :

تم اختيار عينة البحث الأساسية من ريف محافظة سوهاج بطريقة المعاينة المساحية ، واختيار العينة بهذه الطريقة لا يمكن وصفها بأنها عينة عشوائية أو عينة مقيدة ذلك لأن هذه الطريقة تجمع بين الناحيتين فهى مقيدة بأوصاف المجتمع الاصلى ، وعشوائية فى حدود هذه الأوصاف . وقد تم اختيار أفراد عينة البحث الأساسية الذين بلغ عددهم ٥٠٠ من أرباب الأسر من الذكور ، بالاستعانة بكشوف الحيازه الزراعية بالجمعيات من فرى مجتمع البحث .

نتائج الدراسة :

- ١- توصل الباحث إلى أن هناك فروقا جوهرية لمشاهدة الملصقات بين البحوثىن المعلمين وغير المعلمين بالقرى الواقعة فى إطار البحث عند مستوى معنوية (٠,٥) لصالح فئة المعلمين وأنه ليس للبعد الجغرافى أثر فى مشاهدة الملصقات بقرى البحث .
- ٢- أن الوحدة الصحية جاءت فى الترتيب الأول من حيث مشاهدة البحوثىن بقرى البحث للملصقات بها وجاءت الجمعية الزراعية فى الترتيب الثانى .
- ٣- بالنسبة لأثر البعد الجغرافى لقرى البحث فقد أثبتت النتائج أنه ليس للمستوى العلمى للبحوثىن أو البعد الجغرافى لقرى البحث أثر على قدرة الأماكن التى توجد بها الملصقات لجذب الانتباه إليها .
- ٤- كشفت نتائج دراسة اتجاه المفحوصين المعلمين وغير المعلمين نحو أثر المكونات الفنية للملصقات على لفت النظر إليها ، عن اتفاق المفحوصين المعلمين وغير المعلمين فى ترتيب المكونات الفنية من حيث قدرتها على لفت النظر إليها .
- ٥- أكدت نتائج الدراسة على وجود اتفاق بين المفحوصين على أن الملصقات مفيدة فى التعريف بالمشكلات الريفية ، بدرجات مختلفة ، وكشفت الدراسة عن وجود اختلاف

- ٢- ليس هناك ارتباط بين المبحوثين بالقري القرية والمبحوثين بالقري البعيدة في ترتيبهم للمشكلات التي تعاني منها قري البحث .
- ٣- ليس هناك فروق جوهرية واختلاف في النسب المئوية بين المبحوثين المعلمين وغير المعلمين أو بين المبحوثين بقري البحث القرية والمبحوثين بقري البحث البعيدة عند تحديد أهمية الملصقات في إثارة الوعي بالتمية الريفية .
- ٤- ليس هناك فروق جوهرية بين وسائل الاتصال الجماهيرية المختلفة - الصحف والاذاعة والتلفزيون والملصقات - في تناولها لبعض المشكلات الريفية .

منهج الدراسة :

تستخدم هذه الدراسة المناهج الآتية :

١. منهج المسح الميداني : جمع البيانات ذات الصلة الوصفية التي تفيد في تخطيط النشاط الإعلامي عامة ، والتخطيط لكيفية الاستفادة من الملصقات كوسيلة من وسائل الاتصال الجماهيرى خاصة في إثارة الوعي بالتمية الريفية ، تحليل وتفسير هذه البيانات واستخلاص توبئها إذ أن مجرد وصف ما هو كائن لا يشكل جوهر عملية البحث الوصفى ، والاستنتاجات ذات الدلالة والمغزى بالنسبة للمشكلة المطروحة .
٢. النهج المقارن ، للمقارنة بين وسائل الاتصال الجماهيرية ، الصحف والاذاعة والتلفزيون والملصقات ، لتحديد الموقع الذى تحتله الملصقات بين وسائل الاتصال الجماهيرية في تناولها للمشكلات الريفية ، والإسهام في إثارة الوعي بالتمية لدى الأفراد فى المجتمع الريفى .

أداة جمع البيانات :

قام الباحث بإعداد قائمة استقصاء والإستعانة بالمقابلة الشخصية باعتبارها أداة لاستيفاء المعلومات التى تتضمنها القائمة ، وذلك لأن هذه الأداة تتيح للباحث الفرصة لمناقشة أفراد عينة البحث وابطاح المقصود من الأسئلة والبيانات الواردة بها ، والتحقق من صحة وصدق البيانات التى أدلى بها المبحوثون .

كما اعتمد الباحث على المقابلات الشخصية لهم في الحصول على العديد من الآراء حول أهمية استخدام الملصقات في التنمية الريفية بصفة عام، وفي مجالاتهم بصفة خاصة والعلاقات التي تحول دون الاستفادة من الملصقات بوصفها وسيلة إعلامية اقناعية .

عينة البحث :

تم اختيار عينة البحث الأساسية من ريف محافظة سوهاج بطريقة المعاينة المساحية ، واختيار العينة بهذه الطريقة لا يمكن وصفها بأنها عينة عشوائية أو عينة مقيدة ذلك لأن هذه الطريقة تجمع بين الناحيتين فهي مقيدة بأوصاف المجتمع الاصلى ، وعشوائية في حدود هذه الأوصاف . وقد تم اختيار أفراد عينة البحث الأساسية الذين بلغ عددهم ٥٠٠ من أرباب الأسر من المذكور ، بالاستعانة بكشوف الحيازة الزراعية بالجمعيات من قرى مجتمع البحث .

نتائج الدراسة :

- ١- توصل الباحث إلى أن هناك فروقا جوهرية لشاهدة الملصقات بين المبحوثين المعلمين وغير المعلمين بالقرى الواقعة في إطار البحث عند مستوى معنوية (٠,٥) لصالح فئة المعلمين وأنه ليس للبعد الجغرافي أثر في مشاهدة الملصقات بقرى البحث .
- ٢- أن الوحدة الصحية جاءت في الترتيب الأول من حيث مشاهدة المبحوثين بقرى البحث للملصقات بها وجاءت الجمعية الزراعية في الترتيب الثاني .
- ٣- بالنسبة لأثر البعد الجغرافي لقرى البحث فقد أثبتت النتائج أنه ليس للمستوى التعليمي للمبحوثين أو البعد الجغرافي لقرى البحث أثر على قدرة الأماكن التي توجد بها الملصقات لجذب الانتباه إليها .
- ٤- كشفت نتائج دراسة اتجاه المبحوثين المعلمين وغير المعلمين نحو أثر المكونات الفنية للملصقات على لفت النظر إليها ، عن اتفاق المبحوثين المعلمين وغير المعلمين في ترتيب المكونات الفنية من حيث قدرتها على لفت النظر إليها .
- ٥- أكدت نتائج الدراسة على وجود اتفاق بين المبحوثين على أن الملصقات مفيدة في التعريف بالمشكلات الريفية ، بدرجات مختلفة ، وكشفت الدراسة عن وجود اختلاف

معنوى فى التوزيع النسبى لمدى فائدة الملصقات فى التعريف بالمشكلات الريفية لدى
المبشرين المعلمين وغير المعلمين عند مستوى معنوية (٠,٠١) .

٦- أوضحت النتائج إلى وجود ارتباط قوى ايجابى بين رتب التعريف على مضمون الملصقات
التي عرضت على المبشرين المعلمين وغير المعلمين بمعامل ارتباط (٠,٨٢) بدلالة
جوهرية عند مستوى معنوية (٠,٠١) .

٧- أسفرت النتائج التي كشفت عنها الدراسة عند المقارنة بين تعرض المبشرين لوسائل
الاتصال الجماهيرية فى تناولها للمشكلات الريفية على أن التلفزيون احتل الترتيب
الأول، وجاءت الملصقات فى الترتيب الثانى ، ثم الراديو وأخيرا الصحف بنسبة قدرها
(٨٢٪ ، ٦٢٪ ، ٥٧٪ ، ٥٤٪) على التوالي .

٨- جاء ترتيب الوسائل ونسبها المتوية لدى المبشرين المعلمين (٨٤٪) للتلفزيون ، (٧٩٪)
للصحف ، (٦٧٪) للراديو ، (٦٦٪) للملصقات ، بينما جاء الترتيب والنسب المتوية
لدى غير المعلمين (٨٠٪) للتلفزيون (٥٩٪) للملصقات ، (٤٩٪) للراديو ، (٣٦٪)
للصحف .

التوصيات :

- ١- يجب أن يوضع الإعلام المصرى بكافة أجهزته ومؤسساته العاملة حطة شاملة تضع الإطار
العام والمبادئ الرئيسية والأهداف التتموية فى المقام الأول .
- ٢- ضرورة وضع فلسفة إعلامية تحدد أهداف العملية التتموية فى مصر - تقوم أجهزة
الاتصال المختلفة بالاهتداء بها - عند التخطيط الإعلامى وفى التوجيه والمتابعة .
- ٣- استغلال طاقات الشباب المعطلة بتنظيم نوادى الاستماع والمشاركة والمطالعة الجماعية -
وتجميع الشباب حول بعض البرامج التتموية والتعليمية تحت اشراف رائد يستطيع أن
يوجه بالتعليق على مضمون تلك البرامج ويقود الحوار بين الجماعة مع ارسال نتائج ذلك
الى الأجهزة المعنية للاستفادة منها فى التطوير .

- ٤- تدعيم البحوث الاعلامية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية فى مجال التنمية لتحديد نوعية القطاعات المستهدفة للوسائل الاتصالية المختلفة للوقوف على طبيعة المشكلات التى تعانيها هذه القطاعات وظروفها الاجتماعية والثقافية والاقتصادية حتى يمكن لكل وسيلة أن تحدد الموضوعات التى تناولها وطريقة معالجتها ، فضلا عن ذلك فإن هذه البحوث تفيد فى قياس ردود الفعل من جماهير هذه الوسائل .
- ٥ - الاستفادة من الدراسات الميدانية والاستطلاعية للدراسة أثر الرسالة الإعلامية التنموية التى تحملها وسائل الاتصال قبل نشرها وتعميمها .
- ٦- زيادة الاهتمام بالقطاع الريفي بامداده بالملصقات التى تتناول أبعاد التنمية المختلفة .
- ٧- التخطيط المتكامل فى استخدام الملصقات التنموية من أجل تكامل الاهداف الاتصالية للوسائل الاخرى فى زيادة الوعي بالتنمية .
- ٨- العناية بالجوانب الفنية التصميمية واختيار النصوص التحريرية المبسطة والمختصرة السهلة فى لغتها حتى تتشعب مع لغة الجمهور المستهدف . مع مراعاة الفروق الثقافية والتعليمية للجمهور والثقافات الفرعية لقطاعات المجتمع - ريف حضر - بنى - قبلى وبحرى .
- ٩- يجب عند تصميم الملصقات مراعاة الإطار الدلالي للرموز والصور والكلمات والألوان لدى الجمهور المستهدف .
- ١٠- التوزيع فى أشكال الملصقات التى تعالج الفكرة الواحدة أو التى تتناول الموضوع الواحد نجما للملل لدى المشاهدين وحتى تتشعب مع الفروق الثقافية والتعليمية لهم .
- ١١- العناية باختيار مواقع الملصقات فى القرى والأماكن العامة التى يتردد عليها عدد كبير من الجمهور .

دور الصحافة المصرية
في تنمية المجتمع المحلى
دراسة تحليلية للصحف اليومية المصرية
فى الفترة من ١٩٨٢/١/١ حتى ١٩٨٦/١٢/٣١
مع دراسة ميدانية على عينة من شباب محافظة سوهاج

اسم الباحث : محمود أحمد عبد الغنى .

الدرجة العلمية : الدكتوراة .

د.أ / محمد سيد محمد .

الإشراف : د.أ / منير حجاب .

سنة المنح : ١٩٩٠ .

مشكلة الدراسة وأهدافها :

تبع أهمية هذه الدراسة فى محاولة لتحديد الدور الحقيقى الذى تقوم به الصحافة المصرية فى تنمية المجتمع المحلى .

ويقوم هذا البحث فى جوهره على أساسين . هما :

أولا : دراسة تحليلية لعينة من صحف الأهرام والأخبار والجمهورية فى الفترة من ١٩٨٢/١/١ حتى ١٩٨٦/١٢/٣١ ، وقد سعت هذه الدراسة الى الاجابة على التساؤلات الآتية :

١- ما هي نسبة المساحة التي خصصتها الصحف الثلاث للموضوعات المتعلقة بتنمية المجتمع المحلي خلال فترة الدراسة ؟

٢- الى أي مدى استخدمت الصحف الأشكال التحريرية المختلفة لتغطية موضوعات تنمية المجتمع المحلي؟

٣- ما هي موضوعات وقضايا تنمية المجتمع المحلي التي اهتمت بها الصحف خلال فترة الدراسة وما هي التغيرات التي طرأت على درجات هذا الاهتمام ؟

٤- هل حاولت أن تقدم حلولاً لبعض المشكلات التي تواجه تنمية المجتمع المحلي؟

ثانياً : دراسة ميدانية على شكل استبيان قام به الباحث ، بهدف الاجابة عن التساؤلات الآتية :

١- ما أهم الأسباب التي تدفع الشباب الى قراءة الصحف القومية أو عدم قراءتها؟

٢- ما الصحيفة القومية اليومية المفضلة لدى جمهور الشباب .

٣- هل اهتمت الصحف القومية بالموضوعات والقضايا التي تساعد على احداث التنمية في المجتمع المحلي وأدى هذه الصحف أكثر اهتماماً بها .

٤- ما أهم الأشكال التحريرية التي استخدمتها الصحف من وجهة نظر عينة الدراسة؟

٥- هل اكتفت الصحف بالثارة وجهات النظر حول قضايا التنمية أم حثت على المشاركة فيها وقدمت حلولاً لمعالجتها .

٦- هل متابعة القضايا الترموية في الصحف القومية ساعدت على الاسهام في المشروعات المقامة بالجهود الذاتية .

٧- ما مدى اهتمام الصحف بقضايا محافظة سوهاج في رأى العينة .

نوع الدراسة ومناهجها :

دراسة وصفية ، استخدم الباحث منهج المسح الميداني ومنهج المسح التحليلي .

عينة الدراسة :

- عينة عشوائية بالنسبة للدراسة الميدانية .
- وعينة عشوائية منتظمة من صحف الأهرام والأخبار والجمهورية .

نتائج الدراسة :

أولا : نتائج الدراسة التحليلية :

- ١- جاءت صحيفة الأهرام فى مقدمة الصحف القومية من حيث المساحة التى تم تخصيصها للموضوعات والقضايا التتموية من اجمالى المساحة التحريرية وان كانت نسبة المساحة التى خصصتها الصحف الثلاثة للموضوعات والقضايا التتموية لاتتناسب مع أهمية التتمية بالنسبة للمجتمع .
- ٢- يعتبر المقال من أهم أشكال التحرير الصحفى التى استخدمت فى تناول موضوعات التتمية فى الصحف الثلاثة .
- ويرجع ذلك الى اهتمام كتاب المقالات فى الصحف القومية الثلاثة بموضوعات التتمية .
- ٣- لم تهتم الصحف بإبراز اخبار التتمية فى صفحاتها الاولى .
- ٤- لم تهتم وكالات الانباء بتزويد الصحف بالاخبار التتموية ، كما أن هناك اهمالا من الصحف فى نسبة اخبار التتمية الى مصادرها .
- ٥- جاءت الموضوعات الاقتصادية فى المرتبة الاولى من بين الموضوعات التتموية فى الصحف الثلاث يليها الموضوعات الاجتماعية ثم السياسية .

ثانيا : أهم نتائج الدراسة الميدانية :

- ١- ان صحيفة الأخبار جاءت فى مقدمة الصحف القومية التى يفضلها أفراد العينة بليها الأهرام ثم الجمهورية .
- ٢- ان اهتمام الصحف القومية الثلاث باخبار محافظة سوهاج ضئيل .
- ٣- يعتبر موضوعات المشكلة السكانية - المهجرة من الريف للمدينة من أهم موضوعات التتمية التى تهتم بها الصحف من وجهة نظر أفراد العينة .

٤- ان متابعة القضايا التنموية فى الصحف القومية تساعد على زيادة درجة المساهمة فى المشروعات القائمة بالجهود الذاتية .

اهم التوصيات :

- ١- يوصى الباحث بزيادة المساحة المخصصة لموضوعات وقضايا التنمية فى الصحف القومية اليومية (الأهرام -الأخبار - الجمهورية) .
- ٢- ان يكون هناك تخطيط بين الصحف القومية اليومية (الأهرام - الأخبار - الجمهورية) عند تناولها للموضوعات والقضايا التنموية .
- ٣- زيادة اهتمام الصحف القومية اليومية بالأخبار المتعلقة بتنمية المجتمع .
- ٤- ان تهتم وكالات الأنباء المحلية والعالية بتزويد الصحف القومية اليومية بالأخبار المتعلقة بالتنمية .
- ٥- التركيز على صحيفة الأخبار عند الرغبة فى توجيه الشباب نحو برامج التنمية المحلية باعتبارها اكثر الصحف القومية اليومية التى يفضل قراءتها جمهور الشباب .
- ٦- ان توجه الصحف القومية اليومية العناية والاهتمام الى قضايا المجتمعات المحلية .
- ٧- ان تهتم الصحف القومية بموضوع التأمين باعتباره أحد الموضوعات الاقتصادية الهامة التى يمكن أن يكون لها تأثير فعال على الاقتصاد المصرى ، وعلى خطط وبرامج التنمية فى المجتمعات المحلية .
- ٨- ان يكون هناك استمرارية من جانب الصحف القومية اليومية فى تناولها للموضوعات والقضايا التنموية حتى يتمكن الجمهور فى المجتمعات المحلية من أن يتعرف عليها وحتى يساعد ذلك على تنفيذ خطط وبرامج التنمية الموضوعية .
- ٩- ضرورة أن تقوم الصحف القومية بدور أكثر فاعلية فى الحث على المشاركة فى المشروعات التنموية .
- ١٠- ضرورة انشاء مركز علمى لمعرفة الايقاع الذى تقوم به الصحف القومية اليومية المصرية فى تنمية المجتمعات المحلية .

العوامل البيئية

المؤثرة على إدارة الصحف الحزبية

دراسة تطبيقية على صحف الوفد والشعب

والأحرار والأهالي والأمة

فى الفترة من ١٩٨٠ الى ١٩٨٧م

اسم الباحث : أحمد حسين محمدلين حسان .

الدرجة العلمية : دكتوراة .

اشراف : أ.د/ محمد منير حجاب د / سهام عبد الرازق عشرى

سنة النسخ : ١٩٩٢م .

مشكلة الدراسة :

بالرغم من الدور الكبير الذى يمكن أن تضطلع به المؤسسات الصحفية الحزبية ،
سواء على المستوى السياسى أو على المستوى الصحفى ، وبالرغم من أن النظام
السياسى الحالى القائم على الديمقراطية وتعدد الأحزاب وما يكفله القانون من حرية

لصحافة الحزبية وتدعيم الحكومات لها ، إلا أن هناك ظواهر تنجم عن انخفاض كفاءة
ولهالية المؤسسات الصحفية الحزبية فى مصر وعدم قدرتها على تحقيق أهدافها المرجوة .

أهداف الدراسة

١. التعرف على أهم الأساليب والنظم الإدارية المتبعة فى إدارة الصحف الحزبية - محل
الدراسة - وذلك لتحديد أهم أوجه القوة ومواطن الضعف بها .

٢. الوقوف على أهم الخصائص المميزة للبيئة المصرية المحيطة بالمؤسسات الصحفية
الحزبية ، وتحديد أهم إيجابياتها وسلبياتها .

٣. التعرف على مدى ادراك المديرين القائمين بإدارة الصحف الحزبية - محل الدراسة
للخصائص المميزة للبيئة المصرية المحيطة بالمؤسسات الصحفية الحزبية .

٤. دراسة أثر الخصائص المميزة للبيئة المصرية المحيطة بالمؤسسات الصحفية الحزبية على
الأساليب والنظم الادارية المتبعة فى إدارة هذه المؤسسات .

نوع الدراسة ومناهجها :

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التى تستهدف تصوير وتقييم وتحليل
خصائص ظاهرة معينة أو موقف معين تغلب عليه صفة التحديد .

وتستخدم هذه الدراسة مجموعة مناهج لتحقيق أهدافها هى :

• منهج مسح أساليب الممارسة للتعرف على الجوانب الادارية والتنظيمية
لارتباطها بنجاح الجهود الإعلامية .

• منهج دراسة العلاقات المتبادلة : للتعرف على حدود وأسباب وجوانب الاتفاق
والاختلاف المتعلقة بظواهر الدراسة .

• المنهج التاريخي : لتتبع نشأة الصحف الحزبية موضع الدراسة وأسباب صدور
والتطورات التى مرت بها .

مصادر الدراسة ومجتمع البحث :

اعتمدت هذه الدراسة فى الحصول على البيانات اللازمة على أسلوب الدراسة المكتبية ، والدراسة الميدانية على النحو التالى :

١ - الدراسة المكتبية :

وقد تم الاعتماد على الدراسة المكتبية فى الحصول على البيانات الثانوية اللازمة لصياغة الخلفية النظرية لموضوع الدراسة والمتمثلة فى :

- تحديد مفهوم الصحافة الحزبية وأهميتها ووظائفها وتطورها .
 - تحديد مفهوم الإدارة الصحفية وأهميتها ووظائفها .
 - تحديد مفهوم البيئة المحيطة ومكوناتها وعناصرها والسمات التى تتميز بها
- وقد تم الحصول على تلك البيانات من المصادر التالية :
- الدراسات العلمية المنشورة وغير المنشورة .
 - الكتب والمراجع العلمية العربية والأجنبية .
 - المؤتمرات والدوريات .
 - السجلات والتقارير والاحصائيات المنشورة .

٢ - الدراسة الميدانية :

وقد تم الاعتماد على الدراسة الميدانية فى الحصول على البيانات الأولية اللازمة لتحديد أهم الاساليب الادارية فى الصحف الحزبية - محل الدراسة - واهم المشكلات التى تعرض لها ، وكذلك دور العوامل والمتغيرات البيئية المحيطة فى وجود مثل هذه المشكلات . وقد استخدم الباحث فى جمع البيانات الأولية اللازمة أسلوب الاستقصاء بالمقابلة . حيث قام الباحث بمقابلات شخصية مع مفردات

العينة استخدم خلالها قائمة استقصاء أعدت خصيصا لجمع البيانات ومقابلات غير مقننة حيث قام الباحث بإجراء بعض المقابلات مع بعض المسؤولين في الصحف الحزبية والكتاب والصحفيين الذين لهم صلة بهذه الصحف ، وكذا الكتاب والصحفيين في المؤسسات الإعلامية ، وأساتذة الجامعات والباحثين . . وما شابه ذلك ، وقد استهدف استكمال جمع البيانات التي لم تتضمنها قائمة الاستقصاء .

خطة البحث :

وقد تم تقسيم هذه الدراسة إلى ثلاثة أبواب ، اشتمل الباب الأول على أربعة تناول الأول منها عرضا لمفهوم الصحافة الحزبية وأهميتها ووظائفها . وتناول الثاني نشأة الصحافة الحزبية في الفترة من ١٩٠٧ - ١٩٧٥ م . أما الثالث فموضوعه الاحزاب السياسية المعاصرة وصحافتها . وتتضمن الرابع عرضا لعملية إدارة المؤسسات الصحفية الحزبية من حيب مفهوما وأهميتها ووظائفها والمداخل الرئيسية لدراستها .

واشتمل الباب الثاني على ثلاثة فصول ، تناول الأول أهم الملامح المميزة للنظم والأساليب الإدارية السائدة في إدارة الموارد البشرية في الصحف الحزبية ، وتناول الفصل الثاني عرضا لأهم الملامح المميزة للنظم والأساليب الإدارية المتبعة في إدارة الموارد المالية في الصحف الحزبية ، أما الفصل الثالث فقد خصص لدراسة أهم الملامح المميزة للنظم والأساليب الإدارية المتبعة في إدارة النواحي الفنية في الصحف الحزبية .

وبالنسبة للباب الثالث وموضوعه : بيئة المؤسسات الصحفية الحزبية في مصر فقد تم تقسيمه إلى ثلاثة فصول ، تناول الأول دراسة لخصائص البيئة المصرية المحيطة بالمؤسسات الصحفية الحزبية ، ثم تحليلا للعوامل البيئية المؤثرة على إدارة الصحف الحزبية ، وتحديد اتجاهات تأثيرها على الإدارة في الصحف الحزبية وتناول الثاني دراسة لمدى فهم وإدراك مديري الصحف الحزبية لخصائص البيئة المحيطة ، أما الفصل الثالث فإنه يتضمن دراسة لأثر الخصائص البيئية على النظم والأساليب الإدارية في الصحف الحزبية ، وعلاقة هذه الخصائص بالقصور الذي تواجهه والأساليب الإدارية المتبعة في هذه الصحف .

نتائج الدراسة :

وقد أسفرت هذه الدراسة عن مجموعة من النتائج أهمها :

١- أن البيئة المصرية المحيطة بالمؤسسات الصحفية الحزبية تسم بمجموعة من الخصال المعوقة تتمثل فى :

أ - وجود بعض المشاكل والمعوقات السياسية والقانونية ، وتشمل :

- عدم ملاءمة النظام السائد للعمل الصحفى الحزبى .
- عدم استقرار الاوضاع أو الاحوال السياسية فى المجتمع .
- جمود التشريعات والسياسات المنظمة للعمل الصحفى .
- تعمد الجهات الرسمية حجب المعلومات عن الصحف الحزبية .
- سيطرة الحكومة على بعض العوامل المادية والمالية الخاصة بالصحف .

ب- وجود بعض المشاكل والمعوقات الاقتصادية ، وتشمل :

- سوء الأحوال الاقتصادية فى المجتمع .
- الندرة النسبية فى عوامل الانتاج المادية والبشرية .
- عدم استقرار النظام الاقتصادى فى المجتمع .

ج- وجود بعض المشاكل والمعوقات الاجتماعية والثقافية ، وتشمل :

- التمسك الشديد بالقيم الدينية والعادات الاجتماعية .
- ارتفاع نسبة الأمية فى المجتمع .
- ارتفاع حدة المنافسة بين المؤسسات الإعلامية .

٢- أن النظم والأساليب الإدارية السائدة فى الصحف الحزبية تواجه العديد من المشكلات ، تمثلت فى :

أ - وجود بعض المشكلات التى تواجه إدارة الموارد البشرية وتشمل :

- نقص عدد العاملين اللازمين لإنجاز المهام المطلوبة .
- عدم استقرار العاملين فى العمل داخل الصحف الحزبية .
- نقص المهارات فى قوة العمل .
- عدم وجود التدريب .
- ضعف الأجور والحوافز التى يحصل عليها العاملون .

ب- وجود بعض المشكلات التى تواجه ادارة الموارد المالية ، وتشمل

- عدم كفاية الموارد المالية المتاحة فى تغطية أوجه الانفاق اللازمة .
- ارتفاع تكلفة الطباعة .
- اختلال العائد عن مصادر التمويل .
- عدم توافر رؤوس الأموال لدى المالك .

ج- وجود مشكلات تواجه ادارة النواحي الفنية ، وتشمل :

- صعوبة الحصول على المعلومات .
- عدم وجود مطابع .
- عدم وجود إدارة وأجهزة توزيع .

٣- اثبتت الدراسة أن هناك قصورا فى ادراك مديرى الصحف الحزبية لبعض خصائص البيئة المحيطة .

٤- اثبتت الدراسة أن معظم المشكلات أو المتغيرات البيئية المحيطة بالمؤسسات الصحفية الحزبية - محل الدراسة - تؤثر سلباً على أداء الإدارة لمهامها ووظائفها في هذه المؤسسات .

٥- اثبتت الدراسة أن العوامل البيئية السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية في وجود القصور في النظم والأساليب الإدارية - البشرية والمالية والفنية - في المؤسسات الصحفية الحزبية . تؤثر على فاعلية الأداء بالصحف الحزبية .

أهم التوصيات :

١- ضرورة إعادة النظر في الهيكل الإداري والتنظيمي للمؤسسات الصحفية ، حتى يمكن رفع كفاءة الجهاز الإداري في هذه المؤسسات ، وتدعيماً لذلك ، يوصى الباحث بالاستفادة بنظام العضو المتعدد التخصصات مالياً وإدارياً ، والذي كان سائداً في الفترات السابقة ، أو الاستعانة بخبراء الإدارة والاستاذة في هذا المجال .

٢- إعادة النظر في إدارة المؤسسات الصحفية الحزبية وأدائها وفقاً للمبادئ التالية:

- الفصل بين ملكية الحزب للصحيفة وإدارتها .
- تدعيم فكرة الإدارة الديمقراطية أو الإدارة بالمشاركة وفي هذا الإطار توضع الصيغة الملائمة لمشاركة المحررين والإداريين في اتخاذ بعض القرارات الهامة والمصيرية في تلك المؤسسات .
- تشكيل مجلس إدارة بالانتخاب ، ومجلس تحرير له صلاحيات وقدرة على اتخاذ القرارات .

٣- أن تسعى الإدارة على إيجاد كوادر متخصصة ولديها انتماء للمؤسسة الصحفية التي تعمل فيها .

٤- تنظيم دورات تدريبية لتقوية العمل الحالية بالصحيفة ، حتى يكتسبوا المهارات التي تمكنهم من أداء مهامهم المطلوبة ، ويعوضوا النقص في العمالة وعدم استقرارها .

- ٥- ان يتحمل المجلس الأعلى للصحافة كل العلاوات التى تقررها الدولة للعاملين بالصحف الحزبية لسد العجز فى موارد تلك الصحف .
- ٦- أن يتولى المجلس الأعلى للصحافة وضع نظام عادل لتوزيع اعلانات الحكومة والقطاع العام على الصحف القومية والحزبية ، وعدم استخدام هذه الاعلانات لتطويق الصحف الحزبية .
- ٧- أن يقوم المجلس الأعلى للصحافة بوضع نظام عادل لتوزيع الدعم الحكومى على الصحف القومية والحزبية ، وعدم استغلاله أيضا فى تطويق الصحف الحزبية .
- ٨- السماح للصحف الحزبية باستيراد مستلزمات انتاج الصحف ، وتخفيض الرسوم الجمركية عليها ودعمها بالورق .
- ٩- أن تهتم الصحف القومية والحزبية على السواء بتوعية الجماهير .
- ١٠- ضمان حق صحف الاحزاب ومخبريها فى الحصول على المعلومات والمساواة بينهم ، وبين العاملين فى الصحف القومية .
- ١١- أن تتعاون الصحف الحزبية - المعارضة - مع بعضها البعض من اجل اقامة دار للطبع والنشر والتوزيع ، تتولى طبع وتوزيع الصحف الناطقة بلسانهم ، وفى نفس الوقت يتم الاستفادة منها فى الطباعة والتوزيع للغير .
- ١٢- إعادة النظر فى كل نصوص قانون العقوبات ، لاسيما الخاصة بجرائم النشر ، وتعديل نص مادة عقوبة نشر الاخبار الكاذبة بحيث يقع على من يكذب خيرا منشورا فى صحيفة عبء اثبات عدم صحة الخبر .
- ١٣- اطلاق حرية اصدار الصحف للاشخاص الاعتبارية العامة والخاصة والاشخاص الطبيعيين المصريين ، الغاء كل القوانين الواردة فى القوانين المختلفة خاصة تلك الواردة فى القانون ١٤٨ لسنة ١٩٨٠ م .
- ١٤- ضمان الحق القانونى والسياسى ، لكل القوى السياسية والاجتماعية التى تقبل الشرعية ، وتعمل فى ظلها لاصدار صحفها والتعبير الحر عن رأيها ، تعميما للديمقراطية السلمية . . والغاء كل القيود المفروضة على حقها فى اصدار

صحفها ونشراتها اتساقاً مع الدستور المصرى ، ومع حقوق الانسان وثورة
الديمقراطية .

المقال التحليلي

دراسة تطبيقية على صحيفتى الأهرام والوفد

من ١٩٨٨/١/١ الى ١٩٩٠/١٢/٣١

اسم الباحث : عماد الدين عثمان ابو زيد .

الدرجة العلمية : دكورة .

د. / محمد عمر المطار

الاشراف : د. / محمد منير حجاب

سنة النج : ١٩٩٢ م .

مشكلة الدراسة :

تبلور مشكلة هذه الدراسة فى هدف رئيسى هو " تحديد حجم الخدمة الإعلامية التى تقدمها كل من الأهرام والوفد من خلال المقال التحليلي " .
وقد تم بلورة هذا الهدف فى مجموعة تساؤلات تستهدف الدراسة الإجابة عليها
وهى :

- ١- ما درجة الاهتمام التى توليها كل من صحيفتى الأهرام و الوفد للمقال التحليلي؟
- ٢- ما الأسس الفنية للمقال التحليلي بصفة عامة ، وفى صحيفتى الأهرام والوفد بصفة خاصة ؟
- ٣- ما السمات المميزة لكتاب المقال التحليلي فى صحيفتى الدراسة ؟
- ٤- ما العوامل التى تؤدى إلى زيادة فاعلية المقال التحليلي؟
- ٥- ما الموضوعات التى تلقى اهتمام المقال التحليلي فى صحيفتى الدراسة ؟

نوع الدراسة :

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف تقرير خصائص ظاهرة معينة أو موقف تطلب عليه صفة التحديد . . . وتعتمد على جمع الحقائق وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص دلالاتها ، وتصل عن طريق ذلك إلى إصدار تعميمات بشأن الموقف أو الظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها .

المنهج المستخدم :

١- المنهج التاريخي : وذلك لصلاحته لرصد نشأة المقال التحليلي وتطوره ولتابعة المفاهيم المتعددة للمقال التحليلي وارتباط ذلك باختلاف الظروف التاريخية من ناحية وباختلاف الواقع الاجتماعي والاقتصادي والسياسي والثقافي من ناحية ثانية .

٢- منهج تحليل المضمون : وهذا المنهج يمكننا من وضع خطة منظمة للدراسة المقال التحليلي تبدأ بمجموعة من التساؤلات واختيار عينة من صحفتي الدراسة وتصنيفهما وتحليلهما كميًا وكيفيًا - الأمر الذي يتيح إجراء المقارنة بين أسلوب ومعالجات المقال التحليلي لأهم القضايا المثارة في لصحفتين .

٣- المنهج المقارن : ويستخدم هذا المنهج للمقارنة بين فن المقال التحليلي في صحفتي الأهرام والوفد ، وكذلك أساليب الممارسة والخصائص المميزة لكتاب المقال التحليلي في الصحفتين .

مجتمع وأداة الدراسة :

حدد الباحث مجتمع دراسته التطبيقية والمقارنة على صحفتي الأهرام والوفد . واستخدم لجمع مادته الأدوات الآتية :

١- استمارة تحليل المضمون .

٢- المقابلات العلمية مع بعض كتاب المقال التحليلى فى الصحف المصرية ، وبعض كتاب المقال الصحفى بوجه عام .

أهم نتائج الدراسة :

أولا : فيما يتعلق بالخصائص العامة للمقال الصحفى:

(١) بالنسبة للمساحة :

أ- جاءت صحيفة الأهرام فى الترتيب الاول من حيث عدد المقالات التحليلية المنشورة خلال فترة الدراسة (١٥٦) مقالا تحليليا ، وفى الترتيب الثانى صحيفة الوفد (١٣٣) مقالا تحليليا .

ب- بلغ المتوسط اليومى لنشر المقال التحليلى فى الأهرام (١,٤٤) مقال تقريبا ، يليها بعد ذلك الوفد (١,٢٣) مقال تقريبا .

ج- بلغ متوسط مساحة المقال التحليلى الواحد فى صحيفة الأهرام ٧٩٥سم^٢ يليها بعد ذلك مساحة المقال التحليلى فى صحيفة الوفد ٥١٩,٧ سم^٢

د- بالنسبة لمساحة المقال التحليلى إلى المساحة التحريرية بلغت فى الأهرام ٥,٦% أما فى الوفد فبلغت ٣,٣% من إجمالي المساحة التحريرية فيهما .

٢- فيما يتعلق بترتيب أنواع المقال التحليلى فى صحيفتى الدراسة :

أ - جاء ترتيب أنواع المقال التحليلى فى صحيفة الأهرام كالتالى :

فى الترتيب الأول المقال التحليلى السياسى - فى الترتيب الثانى المقال التحليلى الاقتصادى - فى الترتيب الثالث المقال التحليلى الاجتماعى - فى الترتيب الرابع المقال التحليلى الدينى - فى الترتيب الخامس المقال التحليلى الثقافى - فى الترتيب السادس المقال التحليلى العسكرى - فى الترتيب السابع المقال التحليلى الرياضى .

ب- جاء ترتيب أنواع المقال التحليلى فى صحيفة الوفد كالتالى :

فى الرتيب الأول المقال التحليلى السياسى - فى الرتيب الثانى المقال التحليلى
الاقتصادى - فى الرتيب الثالث المقال التحليلى الدينى - فى الرتيب الرابع
المقال التحليلى الاجتماعى - فى الرتيب الخامس المقال التحليلى العسكرى -
فى الرتيب السادس المقال التحليلى الثقافى - فى الرتيب السابع المقال التحليلى
الرياضى .

ثانيا : الأسلوب البنائى لعرض المقال التحليلى فى صحيفتى الأهرام والوفد:

(أ) الأسلوب البنائى لعرض مقدمة المقال التحليلى :

١- الأسلوب البنائى لعرض مقدمة المقال التحليلى فى الأهرام :

جاء فى الرتيب الأول طرح قضية من القضايا التى تربط بالرأى العام بنسبة
٧٧٪ وفى الرتيب الثانى جاء إبراز حدث هام من الأحداث بنسبة ٥١٪ وفى
الرتيب الثالث والأخير جاء تقديم القراح جديد بهم القراء بنسبة ٨٪ .

٢- الأسلوب البنائى لعرض مقدمة المقال التحليلى فى الوفد:

جاء فى الرتيب الأول طرح قضية من القضايا التى تربط بالرأى العام بنسبة
٧٦٪ وفى الرتيب الثانى إبراز حدث هام بنسبة ٣٩٪ وفى الرتيب الثالث
تقديم اقراح جديد بهم القراء بنسبة ١٢٪ .

(ب) الأسلوب البنائى لعرض جسم المقال التحليلى :

١- الأسلوب البنائى لعرض جسم المقال التحليلى فى صحيفة الأهرام :

جاء أسلوب تقديم المعلومات الخلفية للموضوع فى الرتيب الأول بنسبة
١٠٠٪- وفى الرتيب الثانى جاء أسلوب كشف أبعاد الموضوع ودلالته بنسبة
٨٩,٧٪ ، يلى ذلك تقديم الأدلة والبراهين والشواهد بنسبة ٦٦,٧٪ وفى
الرتيب الأخير جاء تقديم البيانات والإحصائيات بنسبة ١٥,٤٪ .

٢- الأسلوب البنائى لعرض جسم المقال التحليلى فى صحيفة الوفد :

جاء أسلوب تقديم المعلومات الخلفية للموضوع بنسبة ١٠٠٪ يلى ذلك كشف أبعاد الموضوع ودلالاته بنسبة ٩٧٪ يلى ذلك تقديم أدلة وبراهين وشواهد بنسبة ٤٨٪ يلى ذلك فى الترتيب الأخير تقديم البيانات والإحصائيات بنسبة ١٨,٢٪.

(ج) الأسلوب البنائى لعرض خاتمة المقال التحليلى:

١- فى الأهرام :

جاءت خلاصة وجهة نظر الكاتب فى الموضوع فى الترتيب الأول بنسبة ١٠٠٪، وفى الترتيب الثانى جاءت استتارة ذهن القارئ ودفعه للاهتمام بالموضوع بنسبة ٢٨٪، بينما لم يستخدم أسلوب فتح الحوار بين الكاتب والقراء وغيره من الكتاب .

٢- فى الوفد :

جاءت خلاصة وجهة نظر الكاتب فى الترتيب الأول بنسبة ١٠٠٪ يلى ذلك فى الترتيب الثانى استتارة ذهن القارئ ودفعه للاهتمام بالموضوع بنسبة ١٤٪ يلى ذلك فى الترتيب الأخير فتح حوار بين الكاتب والقراء وغيره من الكتاب بنسبة ٣٪.

ثالثا : فيما يتعلق بالهدف من نشر المقال التحليلى فى الأهرام والوفد :

(١) فى صحيفة الأهرام :

شملت أهداف نشر المقال التحليلى فى الأهرام أربعة أهداف جاءت على الترتيب الآتى : الترتيب الأول التعليق على الأحداث الحارية بنسبة ٧٢٪ ، وبعد ذلك فى الترتيب الثانى بنسب متساوية كل من الإعلام ٢٣٪ ، وعرض موقف واتجاه معين ٢٣٪ ، أيضا وفى الترتيب الرابع والأخير جاء هدف الشرح والتفسير بنسبة ١٨٪.

(٢) فى صحيفة الوفد :

شملت أهداف نشر المقال التحليلي في صحيفة الوفد ، أيضا عرض مواقف أو اتجاه معين بنسبة ٧٩٪ ، وفي الترتيب الثاني التعليق على الأحداث الجارية بنسبة ٦١٪ وفي الترتيب الثالث الشرح والتفسير بنسبة ١٢٪ وفي الترتيب الرابع الإعلام بنسبة ٩٪ .

رابعاً : أسلوب عرض المقال التحليلي في صحيفتي الأهرام والوفد :

(١) في صحيفة الأهرام :

انحصر أسلوب العرض المستخدم في الأهرام على أسلوبين هما الأسلوب المنطقي بنسبة ٨٧٪ وبعد ذلك الأسلوب الذي يمزج بين المنطق والعاطفة بنسبة ١٣٪ .

(٢) في صحيفة الوفد :

انحصر الأسلوب المستخدم أيضا على أسلوبين ، الأسلوب المنطقي في الترتيب الأول بنسبة ٧٠٪ ثم بعد ذلك الأسلوب الذي يمزج بين المنطق والعاطفة في الترتيب الثاني بنسبة ٣٠٪ .

خامساً : ارتباط المقال التحليلي بالأحداث والقضايا :

(١) في صحيفة الأهرام :

جاء ارتباط المقال التحليلي في الأهرام مع القضايا الجارية ، في الترتيب الأول مناقشة القضايا الجارية بنسبة ٦٦٪ وفي الترتيب الثاني يناقش قضايا غير جارية بنسبة ٢٨٪ ، وفي الترتيب الثالث جاء كل من يربط بين قضية جارية وأخرى سابقة بنسبة ٨٪ وتبقى بأحداث مستقبلية بنسبة ٨٪ أيضا .

(٢) وفي صحيفة الوفد :

جاء ارتباط المقال التحليلي في الوفد مع القضايا الجارية كالآتي :

في الترتيب الأول مناقشة القضايا الجارية بنسبة ٥٨٪ وفي الترتيب الثاني مناقشة القضايا غير الجارية بنسبة ٤٢٪ وفي الترتيب الثالث يربط بين قضية جارية وأخرى

سابقة بنسبة ٦٪ وفي الترتيب الرابع والأخير يتبنى بأحداث مستقبلية بنسبة ٣٪.

التوصيات :

- ١- زيادة مساحة المقال التحليلي بما يتفق وأهميته .
- ٢- ضرورة الأخذ بكافة الأساليب التي تساعد على زيادة الثقة في الصحيفة باعتبارها الأساس في الإقناع والتأثير - فالمقال التحليلي - ما هو إلا جزء من الصحيفة والصحيفة المقنعة لا تؤثر بجزء دون الآخر . . . ولذلك تعد الثقة في الصحيفة من أهم مقومات الإقناع والتأثير .
- ٣- ضرورة الاهتمام بتوفير الخصائص الفنية لتحرير المقال التحليلي من حيث فكرته ومادته وبنائه الفني وأسس كتابته حيث أنها من العوامل الأساسية في زيادة فعالية المقال التحليلي .
- ٤- الاهتمام بالمعالجة الإقناعية المزودة بالأدلة والإحصائيات والشواهد المختلفة التي تساعد المقال التحليلي على تحقيق الإقناع المطلوب .
- ٥- أن تخصص الصحف صفحات يومية للمقالات التحليلية إلى جانب الصفحات المتخصصة وأن تنشر العديد من المقالات تحت عناوين إشارية ثابتة .
- ٦- أن تهتم الصحف بمختلف موضوعات المقال التحليلي إلى جانب اهتمامها بالمقال التحليلي السياسي .
- ٧- الاستعانة بعناصر الاستكمال - لمصاحبة المقال التحليلي حيث أنها تلعب دورا هاما في توضيح الفكرة ، وفي اشراكها مع العنوان على تثبيت عين القارئ لمرور من الزمن على المقال التحليلي .
- ٨- العناية بإخراج المقال التحليلي الإخراج المناسب بما يتفق وأهمته .
- ٩- الاعتماد أكثر على الكتاب من الصحفيين في كتابة المقال التحليلي ذلك أنهم أكثر من غيرهم في ممارسة فن الكتابة الصحفية

- ١٠- من الأهمية أن يفتح الكاتب الحوار مع القراء ومع غيره من الكتاب فى خاتمة بعض المقالات بما يثرى الحياة العملية بالمزيد من الآراء والاتجاهات .
- ١١- الاعتماد أكثر على الأسلوب المنطقى فى عرض المقال التحليلى نظرا لطبيعته الجادة .
- ١٢- الاهتمام بالربط بين القضايا والأحداث والظواهر الجارية بتلك السابقة فى سبيل استنتاج أحداث مستقبلية .
- ١٣ أهمية استحداث مركز للدراسات داخل الهيكل التنظيمى لكل مؤسسة صحفية
- ١٤- يحدد الباحث الدعوة للمؤسسات الصحفية وللمجلس الاعلى للصحافة ولقابة الصحفيين للاستفادة من الدراسات والبحوث التى تجرى فى مجال الإعلام ، وعقد اللقاءات والندوات لمناقشتها والاستفادة مما جاء فيها .

المقال العمودى فى الصحافة المصرية دراسة فنية تحليلية فى الفترة من (١٩٨٥ - ١٩٨٩)

اسم الباحث : صابر حارص محمد.
الدرجة العلمية : الدكتوراة .
الإشراف : د.أ / محمد منير حجاب .
دكتوراه / سهام نصار
سنة المنح : ١٩٩٤ .

مشكلة الدراسة وأهميتها :

يمكن صياغة المشكلة البحثية فى السؤال الآتى :

ما الخصائص العامة والفنية لتحرير المقال العمودى فى الصحافة المصرية خلال
الفترة من ١٩٨٥ ، ١٩٨٩ ؟ وما مدى التزامه بهذه الخصائص وفقا للأسس العلمية
التي ينبغى أن يلتزم بها ؟ .

أهداف الدراسة :

تهدف الدراسة إلى الإجابة عن تساؤل رئيسى هو :

ما الخصائص العامة والفنية لتحليل المقال العمودى فى الصحافة المصرية خلال فترة

الدراسة فى ضوء المحاور التالية :

الأول : على مستوى الأعمدة الصحفية محل الدراسة ككل .

الثانى : على مستوى كل عمود على حدة .

الثالث : على مستوى المقارنة بين الأعمدة أو الكتاب فى كل فئة على حدة .

نوع الدراسة :

تسمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التى تستهدف جمع البيانات والمعلومات والآراء والأرقام حول الجوانب النظرية ، والفنية ، والتحليلية لمضمون العمود ، ثم تصنيف هذه البيانات وتسجيلها وتفسيرها وتحليلها تحليلًا شاملاً بهدف استخلاص نتائج ودلالات يمكن أن تؤدى إلى إصدار تعميمات بشأن السمات العامة والفنية التى يتميز بها العمود فى الصحافة المصرية ثم الأسس العلمية التى ينبغى أن يلتزم بها ليردئ دوره بنجاح .

المناهج المستخدمة :

١- منهج المسح : تعتمد الدراسة بصفة أساسية على منهج المسح الإعلامى (مسح المضمون) لعينة من الأعمدة العامة بصحف الأهرام والأخبار والجمهورية وأخبار اليوم والأحرار والأهالى والوفد فى الفترة من ١٩٨٥ - ١٩٨٩ ، ويستهدف المسح الإعلامى التعرف على خصائص المعالجة الفنية والعامة لتحليل العمود الصحفى .

٢- المنهج المقارن : وتعتمد الدراسة أيضا على المنهج المقارن كمنهج مساعد وذلك بهدف إجراء المقارنات بين الأعمدة فى كل فئة من فئات الدراسة التحليلية والتى تعكس الخصائص العامة والفنية للأعمدة (نوعية الموضوعات ، نوعية المصادر ،

نوعية الأعمدة ، نوعية الوظائف ، نوعية أساليب الاقناع ، نوعية اللغة المستخدمة، نوعية المقدمات ، نوعية النهايات . . وهكذا .

أدوات جمع البيانات :

تعتمد الدراسة على أداتين أساسيتين فى جمع بياناتها العلمية :

١- أداة تحليل المضمون : من خلال استمارة تحليل المضمون ، والتي تستخدم فى إطار منهج المسح الإعلامى بهدف تحليل محتوى الأعمدة الصحفية موضع الدراسة .

٢- أداة المقابلة : واستخدمت فى لقاءات الباحث مع كتاب العمود والصحفيين فى المؤسسات الصحفية المختلفة بهدف الحصول على آرائهم ووجهات نظرهم فى كثير من النقاط التى أثارها الدراسة النظرية والفنية على وجه الخصوص وكذلك فى تفسير بعض نتائج الدراسة التحليلية .

نتائج الدراسة :

١- تصدر الموضوعات السياسية أول اهتمامات عينة الدراسة بنسبة ٤٣,١% تليها الموضوعات الاجتماعية بنسبة ٢٠,٦% ثم الموضوعات الاقتصادية بنسبة ١٦,٣% ، ولم تحظ بقية الموضوعات باهتمام كبير ، حيث جاءت الموضوعات الثقافية بنسبة ٤,٨% و الموضوعات العامة التى تتضمن أكثر من مجال فى وقت واحد بنسبة ٤,٧% ثم الموضوعات الدينية بنسبة ٤,٥% ، فالموضوعات الفنية بنسبة ٣,٤% ، والموضوعات العسكرية بنسبة ١,٣% ، والموضوعات الرياضية بنسبة ١,١% ، الموضوعات العلمية بنسبة ٠,٢% .

٢- إن الموضوعات الثقافية والدينية والفنية والعسكرية والرياضية والعلمية لا تحظى باهتمام معقول لدى كتاب المقال العفموى العام وقد يرجع هذا الى وجود أعمدة وصحفات متخصصة لهذه النوعية من الموضوعات .

- ٣- يعتمد المقال العمودى العام فى الكاره على المصادر الإعلامية فى المقام الأول وذلك بنسبة ٣٦,٣% يليها الواقع بنسبة ١٩,٥% .
- ٤- يلتزم المقال العمودى العام باعطاء أولوية لمعالجة القضايا والمشكلات ونقد السليبات ومتابعة الأحداث الجارية .
- ٥- يلتزم المقال العمودى العام بمسئولته نحو الدفاع عن مصالح الجمهور العام بنسبة ٦٦% ثم يأتى اهتمامه بمصالح الجماهير النوعية فى مرتبة تالية بنسبة ٤٢,٢% .
- ٦- لم يهتم المقال العمودى العام بمصالح العمال والفلاحين رغم أهمية هذه الفئات فى تنمية المجتمع المصرى على وجه الخصوص ، وقد يرجع ذلك الى احساس كاتب المقال العمودى بأمية العامل والفلاح فى القراءة والكتابة مما يدفعه الى استبعاد مخاطبة هذه الفئات فى عموده ، وهو أمر غير منطقي . إذ لا يوجد ارتباط صحيح بين الدفاع عن مصالح فئات بعينها ، وبين ضرورة قراءة هذه الفئات لما يكتب عنها .
- ٧- يلتزم المقال العمودى العام بشكل أساسى فى بناء مادته على قالب الهرم المحدل بنسبة ٧٣,١% ثم يأتى اعتماده على قالب الهرم المقلوب فى مرحلة تالية بنسبة ١٥,٩% ثم بقية القوالب .
- ٨- يلتزم المقال العمودى العام بالأسلوب العلمى فى اتقاع القراءة وذلك بنسبة ٨٣,٥% بينما يلجأ الى الأساليب غير العلمية بنسبة ١٣,٧% وعزج بين الأسلوبين بنسبة ٢,٧% .
- ٩- لم يهتم المقال العمودى بالنصوص الدينية والأرقام وعرض وجهتى النظر كأدوات اتقاعية ضمن الأسلوب العلمى ، حيث لم تهتم معظم أعمدة الدراسة بهذه الأدوات ، رغم أنها الأكثر صلدا ودقة من أدوات الأسلوب العلمى الأخرى (الوقائع ، التسلسل المنطقى) .
- ١٠- يستخدم المقال العمودى العام فى معظم الأحوال لغة صحيفة خالصة تخلو الى حد كبير من طابع اللغة الأدبية وذلك بنسبة ٩٥,٨% بينما يستخدم اللغة التى تجمع

بين الصحيفة الخالصة والأدبية بنسبة ٩,٢٪ منها ٧,٣٪ يغلب عليها الطابع الصحفي أكثر من الطابع الأدبي ، ١,٩٪ يغلب عليها الطابع الأدبي أكثر من الطابع الصحفي .

١١- يستخدم المقال العمودى العام عدیدا من المقدمات من أهمها: المقدمة الحرة بنسبة ٢٨,٤٪ ، مقدمة القضايا و المشكلات بنسبة ١٩,٢٪ ، المقدمة التلخيصية بنسبة ٩,٥٪ ، الاعلدة المنشورة بدون مقدمات بنسبة ٨,١٪ .

١٢- يستخدم المقال العمودى العام العديد من الخواتيم من أهمها : الخاتمة التلخيصية بنسبة ٢٢١,١٪ ، الخاتمة الامتثالية بنسبة ١٣,٩٪ ، الاعلدة التى بدون خاتمة بنسبة ٩٪ ، الخاتمة التأكيدية بنسب ٨,٢٪ ، خاتمة التعجب بنسبة ٧,٣٪ ، الخاتمة الساخرة الهجومية بنسبة ٦,١٪ خاتمة التساؤلات بنسبة ٦٪ ، الخاتمة الساخرة بنسبة ٦٪ .

التوصيات :

توصى الدراسة بضرورة أن يلتزم كاتب المقال العمودى بالأسس العلمية فى تحرير أو كتابة عموده حتى يكون فعالا فى التأثير فى الرأى العام وهذه الأسس هى :

١- ضرورة أن تكون فكرة المقال العمودى متصلة بالقراء ويفضل أن يكون اتصالها اتصالا قويا ومباشرا .

٢- ان يهتم المقال العمودى العام بالموضوعات الثقافية والدينية والعسكرية والعلمية خاصة وأن الجمهور فى المجتمعات النامية بشكل عام لا يزال غير مرتبط بالاعلدة المتخصصة التى تهتم بهذه النوعية من الموضوعات .

٣- أن يهتم المقال العمودى العام بالوثائق والتاريخ والدين والمأثورات كمصادر فى الحصول على الأفكار .

٤- ينهى أن يلتزم كاتب المقال العمودى فى تكوين عناصر مادته بالحقائق أولا ثم المعلومات الصادقة ثانيا .

- ٥- ينهى أن يلتزم بالوضوح في جميع أبعاده - فكرة ولغة وأسلوباً - مع مراعاة ملائمة هذا الولوج على مستوى القراء المستهدفين .
- ٦- أن يعتمد على أدوات الأسلوب العلمى فى الاقتناع وهى : الوقائع والتسلسل المنطقى والأرقام الصحيحة والديموص الدينية بتفسيراتها السليمة ، وأن يعتمد كل البعد عن أدوات الأسلوب غير العلمى فى الاقتناع وخاصة التحيز والمبالغة والتعميم والخرافات واستثارة العواطف لأهداف غير مشروعة .
- ٧- ينهى أن يركز كتاب المقال العمودى والصحافة بشكل عام على النصوص الدينية والأرقام وعرض وجهتى النظر كأدوات القناعية ضمن الأسلوب العلمى .
- ٨- توصى الدراسة بضرورة التخلّى تماماً عن استخدام العامية فى كتابة المقال العمودى .

دور الهيئة العامة للاستعلامات في تنمية القدرات الإبتكارية للطفل المصرى

أسم الباحث : محمد فتحى على محمد الساعى .

الدرجة العلمية : دكتوراه .

الإشراف : أ.د/ محمد منير حجاب د/ عبد الوهاب كحيل .

سنة المنح : ١٩٩٥ م .

مشكلة الدراسة :-

تتلخص في محاولة الوقوف على الدور الذى تقوم به الهيئة العامة للاستعلامات من خلال المجالات التى تصدرها للأطفال في تنمية القدرات الإبتكارية لدى الطفل المصرى.

أهداف الدراسة:

تحاول الدراسة الإجابة على التساؤلات الآتية:

١- هل تقوم أنشطة الهيئة العامة للاستعلامات الخاصة بالأطفال وبخاصة المجالات

بتنمية القدرات الإبتكارية لديهم ؟

٢- ما هى الأشكال والفنون الصحيحة المستخدمة لتحقيق هذا الهدف ؟

٣- ما هى الأساليب الفنية المستخدمة والتى تساعد أكثر على تنمية الفكر

الإبتكارى للطفل المصرى ؟

٤- المعوقات التى تحول دون تأدية مجالات الهيئة العامة للاستعلامات لهذه الأدوار

والأهداف والوظائف .

نوعية البحث ومنهجه ووسائله :-

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تهدف إلى تصوير وتحليل أنشطة الهيئة ، وقد استخدم منهج المسح الإعلامي بشقيه الميداني والتحليلي .

أدوات الدراسة :-

استمارة تحليل المضمون .

استمارة الاستبيان .

نتائج الدراسة :-

١- إن عدم انتظام هذه الدوريات في الصدور يفقدها اهتمام الأطفال وحماسهم .

٢- الحاجة إلى مزيد من الاهتمام والعناية بهذه المجلات من حيث الطباعة والإخراج واختيار الموضوعات المناسبة للطفل .

٣- إن معظم المجلات الصادرة للأطفال عن الهيئة تحقق هدفين فقط هما :

أ - أهداف معرفية .

ب- أهداف وجدانية .

٤- قصور أندية الأطفال في تأدية الخدمات المسندة إليها .

٥- الأسلوب العشوائي في التوزيع .

٦- قصور واضح في الوصول إلى الطفل المصري .

٧- إهمال مجلات الهيئة العامة للاستعلامات لطفل الريف ، حيث لا يحظى بأى اهتمام .

٨- حاجة مشرفي الطفولة الذين يعملون بوظيفة إحصائي للإعلام بمراكز الإعلام

إلى تدريب مكثف على هذا العمل وكيفية استخدام الأجهزة المتقدمة والحديثة .

مصادقية الصحافة المصرية "القومية والحزبية"

دراسة للمضمون والقائم بالاتصال والجمهور

خلال حقبة التسعينات

اسم الباحثة : عزة عبدالعزيز عبداللاه .

الدرجة العلمية: الدكتوراه.

اسم المشرف : أ.د/ عواطف عبدالرحمن.

سنة البحث : ١٩٩٦ م .

مشكلة الدراسة:

تمثل في محاولة الوصول إلى تحديد دقيق لمفهوم المصادقية ومعايير قياسها ومؤشرات قياس كل معيار، واختبارها على قضية هامة وعامة وذلك من منظور كل من المضمون والجمهور ثم تفسيراً للنتائج من خلال ربط المصادقية بالعوامل الذاتية والموضوعية المؤثرة عليها من وجهة نظر القائم بالاتصال باعتباره منتج أو صانع المادة الصحفية.

أهداف الدراسة وتساؤلاتها:

يتحدد الهدف الرئيسي لهذه الدراسة في التعرف على مصادقية الصحافة المصرية في معالجتها لموضوع الاتفاق الفلسطيني - الإسرائيلي (غزة أريحا) - من خلال بعدى المضمون والجمهور، وتحديد مدى تأثير كل من العوامل الذاتية والموضوعية على هذه المصادقية.

وقد تم بلورة هذا الهدف في مجموعة من التساؤلات تحاول الدراسة الإجابة عليها وهي:

- ١- إلى أى مدى التزمت الصحافة المصرية بمصداقيتها في موضوع اتفاق -غزة -أريحا- وفقاً لمعيار "مراعاة اهتمامات الجمهور"؟.
 - ٢- ما مدى مصداقية الصحافة المصرية في معالجتها لاتفاق-غزة -أريحا- من خلال بعدى المضمون والجمهور وفقاً لمعيار التنوير في مقابل التزييف؟.
 - ٣- ما مدى تأثير العوامل الذاتية على مصداقية الصحافة المصرية في معالجتها لاتفاق "غزة- أريحا" من منظور القائم بالاتصال؟.
- نوع الدراسة:

ترتبط هذه الدراسة بثلاثة أنواع من الدراسات في المجال الإعلامي:

- ١- الدراسات الاستطلاعية الاستكشافية: وفي إطارها تعنى الدراسة بالكشف عن مفهوم المصداقية والعناصر المكونة له وترتيب هذه العناصر حسب أهميتها عند الجمهور والصحفيين، وكذلك المعايير العلمية لقياس مصداقية الصحافة سواء فيما يتعلق منها بالموضوع أو ما يتعلق بآليات الإقناع المستخدمة في عرضه.
- ٢- الدراسات الوصفية: وفي إطارها تعنى الدراسة بتوصيف مصداقية الصحافة المصرية (الأخبار - الأهالي - الشعب) من واقع معالجتها لموضوع الاتفاق الفلسطيني الإسرائيلي (غزة - أريحا) خلال الفترة من ١٣ سبتمبر ١٩٩٣ إلى ٤ مايو ١٩٩٤م، وذلك من خلال بعدى المضمون والجمهور.
- ٣- دراسات العلاقات السببية: وفي إطارها تعنى الدراسة بتحديد العلاقة بين معدل المصداقية السائد في صحيفة ما من صحف الدراسة (متغير تابع) والعوامل الذاتية والموضوعية المؤثرة على ذلك (متغير مستقل) وذلك من خلال دراسة القائم بالاتصال باعتباره منتج أو صانع المادة الصحفية الذى يتعرض لعوامل عديدة داخل صحيفته وخارجها تنعكس على مصداقية ما يكتبه وهذا النوع من الدراسات هو الذى يحقق ربط الظاهرة بأسبابها.

منهج الدراسة:

وقد اعتمدت الباحثة في دراستها لمصادقية الصحافة المصرية على ثلاثة مناهج أساسية هي:

١- منهج المسح على ثلاث مستويات:

(المضمون، الجمهور، القائم بالاتصال).

حيث استخدم مسح المضمون في تحليل المادة الصحفية المتصلة باتفاق غزة-أريحا والمنشورة في صحف الأخبار، الأهالي، الشعب، خلال الفترة من ١٣ سبتمبر سنة ١٩٩٣ إلى ٤ مايو ١٩٩٤ م.

وقد استخدم مسح الجمهور (أو بتعبير أدق مسح الرأى العام، لأن المسح كان إزاء قضية عامة تمم الجمهور وتنقسم آراؤه حولها).

أما مسح القائم بالاتصال (أساليب الممارسة) فقد استخدم في تفسير نتائج تحليل المضمون باعتبار أن القائم بالاتصال هو صانع أو منتج هذا المضمون سواء قام بإنتاجه مباشرة أو قام بإعادة إنتاج ما تلقاه من منتج أو مصدر آخر، وذلك بهدف التعرف على أسباب انخفاض أو ارتفاع معدل المصادقية السائد في صحف الدراسة.

٢- المنهج المقارن:

المستوى الأفقى لمقارنة نتائج صحيفة بنتائج صحيفة أخرى، أو مقارنة نتائج صحيفة بنتائج ٢ لجمهور.

المستوى الرأسى لمقارنة اتجاهات الصحيفة الواحدة نحو بنود الاتفاق مثلا لتحديد أكثر البنود إيجابية وأكثرها سلبية، أو مقارنة اتجاهات الجمهور نحو الدوافع الفلسطينية مثلا لتحديد أكثرها قناعة وأهمية.

٣- منهج دراسة الحالة.

ج- أدوات الدراسة:

وفي إطار المناهج المستخدمة اعتمدت الدراسة على خمس أدوات بحثية وهي:

- ١- تحليل المضمون.
- ٢- الاستقصاء غير المقنن.
- ٣- الاستقصاء المقنن بالمقابلة الشخصية.
- ٤- المقابلات الحرة والمقننة (فردية وجماعية).
- ٥- الملاحظة البسيطة والملاحظة بالمشاركة.

الإطار الإجرائي للدراسة:

أولاً: الدراسة التحليلية:

أ- اختيار عينة الصحف: وقع اختيار الباحثة على صحف (الأخبار، الأهالي، الشعب) كعينة ممثلة للصحافة المصرية.

ب- وحدة القياس والتحليل: وقد استخدمت الفكرة كوحدة للقياس في إطار الموضوع كوحدة للتحليل الصحفي بهدف تحديد الموضوع والاتجاه وآليات الإقناع المستخدمة، وهذا لا يتم بوحدة قياس تجزئ الموضوع كالكلمة أو الجملة أو الفقرة، ولكنه يستلزم معرفة الفكرة الرئيسية السائدة في الموضوع ككل ما إذا كانت تحمل أبعاداً متعددة أو اتجاهات متعددة، أو ما إذا كانت تتحدث عن مكاسب أم خسائر وهكذا.

ج- فئات التحليل: وقد تم تحديدها في ضوء أهداف الدراسة من خلال (دراسة استطلاعية على عينة من صحف الدراسة والإطار النظري للدراسة والدراسات السابقة والقواميس العربية والأجنبية، ثم قامت الباحثة بتعريف هذه الفئات تعريفاً إجرائياً يتمشى مع خصوصية موضوع الدراسة وأهدافها.

ثانياً: الدراسة الميدانية:

اختيرت مدينة سوهاج كإطار جغرافي لاختيار أفراد العينة. وقد تم اختيار أفراد عينة الدراسة بطريقة عشوائية ضبقية وبطول ٤٠٨ مفردة بنسبة ٣% من فئة النخبة والشرائح الوسطى بمدينة سوهاج وتشمل الشرائح الوسطى (المهنيون بمختلف تخصصاتهم (الأطباء، البيطريين، الصيادلة، المحامين، المهندسين، الزراعيين، التطبيقيين، التجارين، المعلمين).

الإطار الزمني:

وتم إجراء الدراسة خلال شهرى أغسطس وسبتمبر من العام ١٩٩٤م، حيث كان ٤ مايو ١٩٩٤م، موعد الاتفاق التنفيذى ونهاية فترة الدراسة. المستوى الثانى: خاص بالقائمين بالاتصال، وبناء على نوعية القضية وأهداف الدراسة تحدد المجال البشرى بمستويين من القائم بالاتصال فى صحف (الأخبار، الأهالى، الشعب). بأسلوب الحصر الشامل لكل المحررين الكتاب بصحف الدراسة وقد بلغ حجم عينة القائم بالاتصال التى خضعت للدراسة ٣١ مفردة للصحف الثلاث.

النتائج العامة للدراسة:

أولاً: مصداقية الموضوع وفقاً لمعيار "مراعاة اهتمامات الجمهور".

١- فيما يتعلق بنود الاتفاق: كشفت دراسة الصحفيين عن وجود توجه فكرى وسياسى حقيقى وفعال لجريدتى الأهالى والشعب، فى حين يقل هذا التوجه وتفسر فعاليتها فى جريدة الأخبار.

٢- فيما يتعلق بالدوافع الفلسطينية للاتفاق: توصلت الدراسة إلى انخفاض مصداقية الصحافة المصرية بشكل عام، حيث لم تتفق مع ترتيب الجمهور للدوافع الفلسطينية إلا فى حالتين فقط من بين سبع حالات، وفى إطار هذه المصداقية

المنخفضة تقاربت مصداقية الأخبار، والأهالي، وكانت أكثر نسبياً من مصداقية
جريدة الشعب..

٣- فيما يتعلق بالدوافع الإسرائيلية للاتفاق: توصلت الدراسة إلى انخفاض
مصداقية الصحافة المصرية بشكل عام، حيث لم تتفق مع ترتيب الجمهور للدوافع
الإسرائيلية وفي إطار هذه المصداقية المنخفضة كانت الأهالي أكثر صحف الدراسة
مصداقية تلتها الشعب ثم الأخبار في المرتبة الأخيرة.

٤- فيما يتعلق بالدوافع العربية للاتفاق: توصلت الدراسة إلى ارتفاع مصداقية
الصحافة المصرية بشكل عام، حيث اتفقت مع ترتيب الجمهور في دافعين من
ثلاث دوافع، وأجمعت الصحافة المصرية على أن تزايد حالة الضعف والتبعثر في
الصف العربي هو أهم الدوافع العربية للاتفاق

٥- فيما يتعلق بالمكاسب الفلسطينية: فقد جاءت مصداقية الصحافة المصرية
بشكل عام منخفضة، حيث لم تتفق مع ترتيب الجمهور إلا صحيفة واحدة
(الشعب).

٦- فيما يتعلق بالمكاسب الإسرائيلية: جاءت الصحافة المصرية بشكل عام
متوسطة المصداقية، حيث اتفقت مع ترتيب الجمهور.

٧- فيما يتعلق بالمكاسب العربية: انخفضت مصداقية الصحافة المصرية إلى حد
كبير، حيث لم تتفق مطلقاً مع ترتيب الجمهور.

٨- فيما يتعلق بالمكاسب الدولية: انخفضت مصداقية الصحافة المصرية، حيث لم
تتفق مطلقاً مع ترتيب الجمهور.

مصداقية آليات الإقناع "المضمون- الجمهور" وفقاً للمعايير التالية:

١- التنوير في مقابل التزييف: كشفت الدراسة عن انخفاض مصداقية الصحافة
المصرية عند الجمهور عن حقيقتها في المضمون، حيث تزايدت نسبة التزامها

بمؤشرات التنوير في المضمون، بينما تزايدت نسب ميلها إلى مؤشرات التزوير عند الجمهور.

التعددية في مقابل الأحادية:

فقد تبين من الدراسة أن الصحف المصرية لا تزال تفقد قدرتها على الالتزام بالتعددية الحقيقية، إذ أنها توسعت بنسبة معينة في عرض الأبعاد المتعددة للموضوع ولكنها ظلت حبيسة المعالجة والعرض من اتجاه واحد.

الاستنتاجات:

ومما تقدم يمكن استنتاج ما يلي:

أولاً: بخصوص مصداقية الموضوع وفقاً لمعيار مراعاة اهتمامات الجمهور: كانت الصحافة المصرية بشكل عام في معالجتها لقضية الاتفاقيات الفلسطينية الإسرائيلية "غزة- أريحا" صحافة منخفضة المصداقية، حيث لم تحقق معدلاً مرتفعاً إلا في موضوع فرعى واحد (الدوافع العربية).

ثانياً: أظهرت الدراسة أنه ليست هناك قاعدة أو نظرية عامة تحكم عملية المصداقية، بل هناك متغيرات ذاتية وموضوعية فضلاً عن اختلاف المصداقية من نظرية إعلامية لأخرى، ومن النظرية إلى الممارسة ومن مجتمع لآخر داخل النظرية الإعلامية الواحدة، ومن وسيلة إعلامية إلى أخرى، ومن صحيفة إلى أخرى في المجتمع الواحد، وفي الصحيفة الواحدة تختلف المصداقية من مجال إلى مجال، ومن قضية لأخرى داخل المجال الواحد، ومن شكل تحريري إلى آخر.

تحرير وإخراج العناوين الصحفية

دراسة تحليلية مقارنة على عينة من صحف

الأهرام — الوفد — الشرق الأوسط

خلال الفترة من ١٩٩٠ إلى ١٩٩٣

أسم الباحث : عبد الجواد سعيد محمد ربيع .

الدرجة العلمية : الدكتوراه .

إشراف : أ.د/ محمد منير حجاب

أ.د/ فوزى عبد الغنى

سنة المنح : ١٤١٦هـ ، ١٩٩٦م .

أولا : مشكلة البحث :-

تتصل مشكلة البحث أساسا بمحاولة الجمع بين نوعين من المعرفة في دراسة الخصائص المميزة لتحرير العناوين وإخراجها كفن من الفنون الصحفية وذلك

كالتالى :-

(أ) المعرفة النظرية :

ويقصد بها التعرض للمؤلفات العربية أو المترجمة أو الأجنبية التى كتبت في موضوع الدراسة .

(ب) معرفة عملية :

ويقصد بها الإحاطة بالتفاصيل الدقيقة في مجال تحرير العناوين وإخراجها في الصحف محل الدراسة ، وتقويم الأسس والقواعد المتبعة في هذا المجال .

ثانياً : أهداف البحث :-

يتحدد الهدف الرئيسى من هذا البحث فى تقويم الوضع الراهن للأسس والقواعد المتبعة فى تحرير العناوين الصحفية وإخراجها ، وذلك من خلال التحليل والتوصيف الدقيق لمادة العناوين المنشورة فى الصحف محل الدراسة خلال الفترة الزمنية المحددة للدراسة ، للوصول إلى ما يمكن أن تكون عليه هذه الأسس والقواعد ، بما يساعد فى زيادة فعالية الصحف وزيادة قدرتها فى التأثير على الرأى العام وتوجيهه .

وقد تم بلورة هذا الهدف فى شكل مجموعة من التساؤلات يسعى البحث للإجابة عليها هى :-

١- ما العلاقة بين عناوين الأنماط الصحفية والتصنيف التحريرى لعناوين صحف الدراسة ؟

٢- ما العلاقة بين نوع ومضمون العناوين والتصنيف التحريرى لعناوين صحف الدراسة ؟

٣- ما العلاقة بين عناوين الأنماط التحريرية المدروسة وأدوات الاستفهام التى أجابت عليها مضامين هذه العناوين ؟

٤- ما العلاقة بين عناوين الأنماط التحريرية ونوع جملة؟

٥- ما العلاقة بين عناوين الأنماط التحريرية وأساليب تركيب جملة العنوان؟

٦- ما العلاقة بين عناوين الأنماط التحريرية والعناصر التحريرية التى تضمنتها صحف الدراسة ؟

٧- ما العلاقة بين عناوين الأنماط التحريرية ونوع الفعل فى صحف الدراسة ؟

٨- ما العلاقة بين عناوين الأنماط التحريرية والمشتقات المستخدمة معها ؟

٩- ما العلاقة بين عناوين الأنماط التحريرية ونوع الجملة الإنشائية المستخدمة؟

- ١٠- ما العلاقة بين عناوين الأنماط التحريرية وعلامات الترقيم المستخدمة؟
- ١١- ما العلاقة بين عناوين الأنماط التحريرية ونوع الضمير؟
- ١٢- ما العلاقة بين عناوين الأنماط التحريرية وأساليب إخراجها؟
- ١٣- ما العلاقة بين عناوين الأنماط التحريرية وموقعها من النصوص المصاحبة لها في؟
- ١٤- ما العلاقة بين عناوين الأنماط التحريرية ونوع استخدامها من حيث الوظيفة؟

ثالثاً : منهج الدراسة وأدواتها :-

- يمكننا القول أن هذا البحث ينتمى إلى نوعية البحوث الوصفية ، وقد استخدم الباحث المناهج التالية :
- ١- منهج الدراسات المسحية .
- ٢- منهج دراسة العلاقات المتبادلة واستفاد الباحث من أحد أنماطه وهو المنهج المقارن .

وإستخدام الباحث أدوات جمع البيانات التالية :

- ١- تحليل المضمون .
- ٢- الملاحظة غير المقننة .

رابعاً : عينة الدراسة :-

- قام الباحث باختيار عينة للبحث مروراً بأكثر من مرحلة في إجراء تحليل المضمون .

اختيرت الجرائد اليومية الصباحية الثلاث : الأهرام ، الوفد الشرق الأوسط .

اختار الباحث عينة من أعداد الصحف السابقة محل الدراسة باستخدام ما يسمى بالأسبوع الصناعي المركب ليضمن تمثيل كل أيام الأسبوع على مدى الفترة الزمنية في عينة كل جريدة ، ثم اختيار عدد واحد بأسلوب العينة العشوائية

البسيطة من كل صحيفة من صحف الدراسة وذلك على مدار الفترة الزمنية المحددة للدراسة .

وقد أسفرت العينة بهذا الشكل عن وجود ٩٤٣٩ عنواناً صحفياً خاضعاً للدراسة للصحف الثلاث محل الدراسة .

خامساً : النتائج العامة والمقترحات :-

من أهم النتائج العامة التي توصل إليها البحث ما يلي :

١- التصنيفات التحريرية للعناوين الصحفية تخضع لبعض المقاييس من بينها الطابع العام له والدور والوظيفة التي تريد الصحيفة توصيلها للقارئ من خلال العنوان وأيضاً حجم العنوان واللغة والأسلوب .

٢- تعتمد الصحف على استخدام العناوين الإخبارية بصفة أساسية وتأتي العناوين غير الإخبارية في المرتبة التالية .

٣- يقل استخدام فعل الأمر داخل العناوين الصحفية وذلك مرجعه إلى أن العناوين الصحفية مادة ذات طبيعة إعلامية خبرية وليست ذات طبيعة توجيهية إنشائية .

٤- تتركز الضمائر الشخصية وخاصة ضمائر المتكلم داخل عناوين المواد السياسية والاقتصادية والعسكرية والعلمية والدينية ، وذلك لأن عناوين هذه المواد غالباً تعتمد على سرد التصريحات .

٥- يتركز استخدام علامات الاستفهام مع عناوين المقالات التحليلية .

٦- ترتفع نسبة استخدام علامات التعجب مع مواد الرأي بأنواعها وتعتبر صحيفة الوفد من أكثر صحف الدراسة استخداماً لها .

٧- تميزت الأهرام في تنوع مواقع نشر العناوين على الصفحة .

- ٨- تعتبر العناوين الإشارية عناوين غير كاملة ومعبرة فهي عبارة عن كلمة أو كلمتين تفتح الطريق للعنوان الأصلي .
- ٩- أثبتت الدراسة أن وضع العنوان التمهيدى أعلى العنوان الرئيسى ينتج عنه سطران منفصلان أحدهما للعنوان التمهيدى أعلاه والثانى للعنوان الرئيسى أسفله مما تحقق معه الفائدة المرجوة من العنوان التمهيدى.
- ١٠- أثبتت الدراسة كثرة استخدام العنوان الدائرى الذى يحمل فكرة واحدة وتكتبه الصحيفة على سطرين ، الأمر الذى يؤدى إلى ارتباك القارئ خلال عملية القراءة ويكثر هذا فى الأهرام والوفد ويقل استخدامه فى الشرق الأوسط .
- يقترح الباحث فى مجال تحرير العناوين الصحفية وإخراجها :-
- ١- تخصيص دسك خاص لتحرير العناوين فقط دون باقي المواد الأخرى وتكون مهمة هذا الدسك مراجعة العناوين وإعادة كتابتها إذا لزم الأمر .
 - ٢- استخدام مختلف وسائل الفن الكتابى وبراعة التعبير الكلامى وأساليب لفت الانتباه لتوفير عملية جذب الانتباه للعناوين .
 - ٣- يجب على محرر العنوان مراعاة الموضوع لأن طبيعة العنوان مستمدة من طبيعة الموضوع نفسه .
 - ٤- ضرورة الالتزام بقواعد استخدامات علامات الترقيم فى العناوين الصحفية لما تمثله من أهمية كبرى بصفة خاصة فى وحدة العناوين .
 - ٥- البعد قدر الإمكان عن استخدام العناوين الدائرية .
 - ٦- البعد عن استخدام الأفعال فى العنوان وخاصة كلاً من الفعلين الماضى والمضارع فى العنوان الواحد .
 - ٧- ضرورة مراعاة التوازن فى العنوان فلا يزدحم سطر بالكلمات ويكون الآخر خالياً

٨- ضرورة تحقيق الوحدة في العنوان عن طريق الربط بين شكل الحرف وحجم العنوان المستخدم .

٩- ضرورة كتابة العنوان بخط واحد فقط أو خطين على أكثر تقدير .

١٠- الالتزام بضرورة كتابة وصحة همزتى الوصل والقطع في العناوين .

١١- الالتزام بعمل توازن بين حجم الحرف وكثافته.

١٢- استخدام غمط واحد في جمع العناوين العمودية يساعد في إخفاء الوحدة على الصفحة .

١٣- ضرورة الالتزام قدر الإمكان بتبسيط المصطلحات المتخصصة والمترجمة

المستخدمة في العناوين ، وإذا لزم الأمر ولم يستطع المحرر تبسيط المصطلح

فيجب وضع لفظ آخر مكانه يؤدي نفس المعنى حتى لا يلتبس الأمر على

القارئ .

المعالجة الصحفية لقضايا الشباب في الصحف

اليومية المصرية

دراسة تحليلية مقارنة لصحيفتي الأهرام، والوفد

في الفترة من ١٩٨٦/١/١ حتى ١٩٩٠/١٢/٣١

اسم الباحثة : رجاء نور محمود .

الدرجة العلمية: الدكتوراه.

اسم المشرف : أ.د/ عبدالوهاب كحيل.

: د. / سحر محمد وهبي.

سنة البحث : ١٩٩٧ م.

مشكلة الدراسة:

لما كانت الصحافة من وسائل الإعلام الهامة التي يمكن من خلالها تحقيق ما تسعى إليه الدولة في بناء الشباب الواعي والقادر على تحمل المسؤولية باعتباره من أكثر فئات المجتمع تأثيرا بالصحافة وكل ما تقدمه من أفكار وآراء، حيث أنه في هذا السن يريد أن يفهم ذاته وحقيقة واقعه ويبحث عن حل لمشكلاته على اختلاف أنواعها، فقد تبلورت مشكلة هذه الدراسة للتعرف على الدور الذي تقوم به الصحافة اليومية المصرية في معالجة قضاياها وبخاصة البطالة والانحراف.

أهداف الدراسة وتساؤلاتها:

تهدف الدراسة الإجابة عن تساؤل رئيسي هو:

إلى أى مدى التزمت الصحف اليومية المصرية متمثلة في عينة الدراسة وهسي صحيفتا الأهرام والوفد بمعالجة قضيتي البطالة والانحراف لدى الشباب المصرى في

الفترة من ١٩٨٦م، إلى ١٩٩٠م. وينتج عن هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية أهمها:

أ-التساؤلات الخاصة بالمضمون وهي:

١- ما هو حجم تكرارات نشر قضيتي الدراسة في صحيفتي الأهرام والوفد خلال فترة الدراسة؟

٢- ما هي الأشكال التحريرية التي استخدمتها صحيفتا الدراسة في معالجة القضية.

٣- ما هي الأهداف التي تسعى إليها كل من صحيفتي الدراسة من خلال معالجة القضية.

٤- ما هي نوعية المصادر التي اعتمدت عليها كل من صحيفتي الأهرام والوفد في الحصول على المعلومات اللازمة للمضامين الخاصة بقضيتي الدراسة؟

٥- ما هي الأساليب الإقناعية التي استخدمتها كل من صحيفتي الأهرام والوفد في معالجة قضيتي الدراسة؟

ب-التساؤلات الخاصة بالشكل وهي:

١- ما هي المساحة التي خصصتها كل من صحيفتي الأهرام والوفد لمعالجة قضيتي البطالة والانحراف.

٢- ما هي وسائل الإبراز المستخدمة؟

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف تحليل وتقويم خصائص ظاهرة معينة أو موقف معين تغلب عليه صيغة التحديد، وتصنيف البيانات والأرقام والإحصاءات التي تم تجميعها وتسجيلها وتفسير هذه البيانات وتحليلها تحليلاً شاملاً واستخلاص دلالات ونتائج مفيدة تؤدي إلى إمكانية إصدار

تعميمات عامة، يمكن الاستفادة منها في تفسير الظاهرة التي تقوم الباحثة بدراستها وهي: المعالجة الصحفية لقضية البطالة والانحراف لدى الشباب في صحيفتي الأهرام والوفد.

المناهج المستخدمة:

اعتمدت الدراسة على منهجين هما:

أ- المنهج المسحي: وهو من أبرز المناهج التي تعتمد عليها الدراسات الوصفية في الحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة موضوع البحث ولفترة زمنية كافية للدراسة وذلك بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات والمعلومات المطلوبة في مجال تخصص معين أو التعرف على الطرق والأساليب التي اتبعت لمواجهة مشكلات معينة.

تم استخدام هذا المنهج في هذه الدراسة من خلال مسح مضمون عينة من صحيفتي الأهرام والوفد خلال الفترة من ١٩٨٦/١/١م، وحتى ١٩٩٠/١٢/٣١م، بهدف التعرف على كيفية معالجة صحيفتي الدراسة لقضية البطالة والانحراف خلال هذه الفترة.

ويساعد في التعرف أيضا على ماهية الظاهرة وكيفية حدوثها وأسبابها وعقد مقارنات لجوانب الاتفاق والاختلاف بينها، وبين عدد من الظواهر للتعرف على العوامل والمتغيرات التي تصاحب أحداثاً معينة والتأكد من التأثير السببي لعوامل معينة في حدوث ظواهر معينة.

أداة جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة الحالية على الأداة البحثية التالية:

- تحليل المضمون. ويعتبر من أفضل الأدوات البحثية لتحليل محتوى صحيفتي الأهرام والوفد الخاص بقضية البطالة والانحراف خلال فترة الدراسة، وذلك من

خلال استمارة تحليل المضمون التي صممتها الباحثة لتحقيق أهداف ومتطلبات الدراسة.

مادة الدراسة:

اختار الباحثة في هذه الدراسة المادة الصحفية المتضمنة عرض قضيتي الدراسة ووجهات النظر المختلفة حول أسبابهما وخطورتهما ووضع الحلول المناسبة لهما من خلال أنماط التحرير المختلفة وأهمها: الخبر، المقال، الحديث، التقرير، الكاركاتير، الصورة المعلق عليها.

عينة الدراسة:

تم اختيار عينة بنائية طولها ٢٤١ عدداً من صحيفتي الأهرام والوفد لإجراء الدراسة التحليلية في الفترة من أول يناير ١٩٨٦م، وحتى ٣١ ديسمبر ١٩٩٠م، ويرجع اختيار هذه الفترة الزمنية للدراسة للأسباب التالية:

- ١- عام ١٩٨٦م، بداية تضخم مشكلة البطالة في مصر.
- ٢- عام ١٩٨٧م، بداية خطة خمسية للتنمية في المجتمع المصري والتي وجهت الدولة كل اهتمامها لقضايا المجتمع وخاصة قضايا الشباب باعتبار "أنه يمثل الغالبية العظمى من أفراد المجتمع وطاقته الحقيقية التي يعتمد عليها في إنجاز أهدافه وتحقيق آماله في مسيرة التنمية الاجتماعية والاقتصادية".

فئات التحليل:

تم تحديد فئات التحليل طبقاً للتصنيف الآتي:

- فئات المضمون:

- ١- فئة القضايا: وتدرج تحت هذه الفئة فئتان فرعيتان: أولهما فئة قضية البطالة، وثانيهما فئة قضية الانحراف. وقد تم تقسيم الفئة الأولى إلى فئات فرعية تناولت أنواع البطالة على النحو التالي: البطالة السافرة، البطالة المقنعة،

البطالة بصفة عامة. وقد تم تقسيم الفئة الثانية إلى فئات فرعية تناولت أنواع انحرافات الشباب على النحو التالي: انحرافات الشباب ضد العرض، ويندرج تحت هذه الفئة: الزنا، البغاء، الاغتصاب. ، انحرافات الشباب ضد النفس: ويندرج تحت هذه الفئة: القتل، الجرح والضرب، الخطف، انحرافات الشباب ضد المال: ويندرج تحت هذه الفئة: السرقة، المخدرات، النصب والاحتيال، التزوير، الرشوة، الاختلاس.

٢- فئة الأشكال التحريمية: واندرج تحت هذه الفئة الأنماط التحريمية الآتية:

خير، التقرير، التحقيق، المقال، الحديث، الكاريكاتير، الصورة والتعليق، ويندرج تحت هذه الفئة الفئات الفرعية الآتية:

بالنسبة لقضية البطالة:

■ الإعلام ونشر أخبار البطالة.

■ شرح وتفسير الأسباب.

■ توجيه الشباب للحلول المناسبة.

بالنسبة لقضية الانحراف:

■ شرح وتفسير الأسباب.

■ ردع وتخويف المتحرفين.

٤- فئة المصادر: واندرج تحت هذه الفئة فئتان فرعيتان:

أولهما: فئة مصادر الصحيفة: واندرج تحت هذه الفئة الفئات الفرعية الآتية: (كاتب، محرر، مراسل، مصور، أو رسام).

ثانيهما: فئة مصادر الصحفى: واندرج تحتها الفئات الآتية: (بالنسبة لقضية

البطالة: المسئول الحكومى، المسئول الحزبى، المسئول المتخصص، بريد القراء.)

بالنسبة لقضية الانحراف: المحاكم، الشرطة، النيابة، المباحث، المجنى عليه،

الشهود، الجاني (المتحرّف) بالإضافة إلى المصادر السابقة.

٥- فئة الأساليب الإقناعية: وتندرج تحت هذه الفئة فئتان فرعيتان هما:

أ- الأساليب المنطقية: وتندرج تحتها الأرقام والإحصاءات، وقائع، تسلسل منطقي، إيجابيات، سلبيات.

ب- الأساليب العاطفية، ويندرج تحتها التعميم، التحيز، المبالغة، الاقتباس، التركيز على الجوانب الإنسانية.

فئات الشكل: ويندرج تحت هذه الفئات الآتي:

١- فئة المساحة.

٢- فئة الموقع: ويندرج تحت هذه الفئة الآتي: صفحة أولى، صفحة داخلية، صفحة أخيرة.

٣- فئة العناوين: ويندرج تحتها: العنوان العريض، العنوان الممتد، العنوان العمودي.

٤- فئة الصور: ويندرج تحتها: الصور الشخصية، الصور التوضيحية.

٥- فئة عناصر الإبراز: ويندرج تحتها: الفواصل، الإطارات، الأرضية أو الألوان، البياض أو الفراغ.

وحدات التحليل:

وهي وحدة العد والإحصاء، وقد استخدمت الباحثة في الدراسة الحالية وحدة الموضوع كوحدة للقياس حيث يتم حساب الموضوع كوحدة متكاملة ويتم حساب مساحته بالسهم ٢ طبقاً لفئات التحليل، التي حددتها الباحثة للمضامين الصحفية الخاصة بقضية الدراسة.

النتائج العامة للدراسة:

١- أشارت الدراسة إلى ارتفاع نسبة اهتمام صحف الدراسة بمعالجة قضية الانحراف وانخفاض اهتمامها بمعالجة قضية البطالة.

- ٢- أوضحت الدراسة ارتفاع نسبة المواد التحريرية الخاصة بالبطالة بصفة عامة وانخفاض نسبة المواد التحريرية الخاصة بالبطالة السافرة.
- ٣- أشارت الدراسة إلى ارتفاع نسبة المواد الخاصة بانحرافات الشباب ضد المثل وانخفاض المواد الخاصة بانحرافات الشباب ضد النفس والعرض.
- ٤- أوضحت الدراسة أن الخبر الصحفي من أبرز الفنون الصحفية المستخدمة في معالجة انحرافات الشباب وأن التحقيق والمقال الصحفي من أبرز الفنون الصحفية المستخدمة في معالجة قضية البطالة.
- ٥- أشارت الدراسة إلى اهتمام صحف الدراسة بمهدف التوجيه والإرشاد لحلّول البطالة والردع والتخويف والتحذير بالنسبة لقضية الانحراف.
- ٦- أوضحت الدراسة أن قصور السياسات المطبقة (السياسة التعليمية، وسياسة الخريجين وسياسة الأجور والأسعار والسياسة السكانية) هو أهم الأسباب للبطالة، كما أوضحت أن العوامل الاقتصادية والاجتماعية من أهم أسباب انحراف الشباب.
- ٧- أشارت اتجاهات صحف الدراسة الأهرام والوفد، إلى أن خلق فرص عمل للشباب هو أهم الحلول لمشكلة البطالة.
- ٨- أشارت الدراسة إلى أن الصحف اعتمدت على المحررين والكتاب كمصادر أساسية في معالجة قضية البطالة والمحررين والمراسلين والكتاب، في معالجة قضية الانحراف.
- ٩- أوضحت الدراسة أن الصحفيين اعتمدوا بصورة أساسية على المصادر الرسمية (حكومية، حزبية، متخصصة) في الحصول على المعلومات الخاصة بقضية البطالة وعلى الشرطة والمباحث والنيابة والمحاكم في الحصول على المعلومات الخاصة بقضية الانحراف.

١٠- أوضحت الدراسة أن الصحف القومية (الأهرام) اعتمدت بصورة أساسية على الأساليب الإيجابية في معالجة قضية البطالة بينما اعتمدت الصحف الحزبية (الوفد) على الأساليب السلبية، واعتمدت الصحيفتان على أسلوب الأدلة والأرقام في معالجة قضية الانحراف.

١١- أشارت الدراسة إلى أن الصحف القومية (الأهرام) تميل إلى التعميم كأسلوب عاطفي في معالجة البطالة، بينما تميل الصحف الحزبية إلى أسلوب التحيز والاقتباس.

١٢- أوضحت الدراسة أن الصحف القومية (الأهرام) والحزبية (الوفد) ركزت على استخدام أسلوب العواطف الإنسانية كأسلوب عاطفي في معالجة انحرافات الشباب.

١٣- أشارت الدراسة إلى أن الصحف القومية (الأهرام) اهتمت بمساحة الإعلانات على صفحاتها أكثر من اهتمام الصحف الحزبية (الوفد) بذلك بينما اهتمت الصحف الحزبية (الوفد) بالمساحة التحريرية على صفحاتها أكثر من الصحف القومية (الأهرام).

١٤- أشارت الدراسة إلى أن نسبة المساحة التي احتلتها قضية البطالة على صفحات جريدة الأهرام أكثر من نسبة المساحة التي احتلتها القضية في صفحات جريدة الوفد.

١٥- أوضحت الدراسة أن نسبة المساحة التي احتلتها البطالة بصفة عامة على صفحات جريدة الأهرام أكثر من المساحة التي احتلتها في صحيفة الوفد، بينما زادت نسبة المساحة التي احتلتها البطالة السافرة والمقنعة على صفحات جريدة الوفد عنها في صحيفة الأهرام.

١٦- أشارت الدراسة إلى أن نسبة المساحة التي احتلتها انحرافات الشباب ضد المال على صفحات صحيفة الأهرام أكثر من نسبة المساحة التي احتلتها هذه الانحرافات على صفحات جريدة الوفد.

١٧- أوضحت الدراسة أن الصحف القومية الأهرام، والصحف الحزبية، الوفد، اهتمت بمعالجة قضايا الشباب البطالة والانحراف، في الصفحات الداخلية.

١٨- اعتمدت صحف الدراسة على العناوين العمودية ثم العريضة في معالجة قضية البطالة والعناوين العمودية ثم الممتدة في معالجة قضية الانحراف.

١٩- انخفض استخدام صحف الدراسة للصور التوضيحية وارتفع استخدامها للصور الشخصية في معالجة قضايا الشباب (البطالة والانحراف).

٢٠- استخدم الصحف القومية الأهرام، الفواصل بينما استخدمت الصحف الحزبية الوفد، الإطارات والبياض والألوان في معالجة قضية البطالة، كما استخدمت كل من الصحف القومية والحزبية الأهرام، والوفد، الإطارات في معالجة قضية الانحراف.

التوصيات:

في ضوء الدراسة النظرية والتحليلية لقضايا الشباب، وفي ضوء الهدف من الدراسة الحالية ومن خلال النتائج التي توصلت إليها الدراسة نستطيع أن نتقدم ببعض التوصيات على النحو التالي:

١- ضرورة الاهتمام بالشباب وقضاياهم ومشكلاتهم من قبل الأجهزة المسؤولة في الدولة ومنها وسائل الإعلام والمجلس الأعلى للشباب والجهاز المختصة بالشباب في المحافظات من خلال وضع خطة تحدد فيها مشكلات الشباب وأسبابها وخطورتها والتوصل إلى حلول بناءة لها يمكن تطبيقها بالفعل.

٢- ضرورة إصدار جريدة خاصة بالشباب تعبر عن آرائهم وأفكارهم وتمتص بمشكلاتهم وتسمح لهم بالتعبير عن أوضاعهم الراهنة وتقدم الحلول الممكنة لمواجهة مشاكلهم وتبصرهم بمقائق الأمور والمشاركة في اتخاذ القرارات.

٣- ضرورة الاهتمام بالتنشئة الاجتماعية السليمة للشباب وذلك لا يكون إلا بالاهتمام بالأبناء منذ الطفولة في الأسرة والمدرسة والجماعة لأنها مؤسسات اجتماعية تتحمل مسئولية تكوين الشباب الواعى ولا يتحقق إلا عن طريق غرس القيم والتعاليم والتربية الإسلامية النبيلة والتوجيه الروحى السليم الذى يغرس فى النفس الإيمان بالله عز وجل، وذلك يساعد على التصدى لموجات الانحلال والفساد والانحراف لان الإيمان يدفع إلى الطريق القويم والكد والجهد والعلم وتقدم المجتمع.

٤- ضرورة أن تضع الدولة مشروع مخطط لاستراتيجية كثيفة للعلم تهدف إلى رفع مستوى تشغيل الشباب من خلال إعادة صياغة السياسات المختلفة.

٥- ضرورة ربط التعليم باحتياجات سوق العلم والاهتمام بالتعليم الفنى للشباب.

٦- ضرورة زيادة فرص العمل للشباب.

٧- ضرورة دعم سياسات الإعلام الشبابى من جانب أجهزة الإعلام بكافة مستوياتها بدعم نشاطها وتزويدها بالإمكانيات التى تجعلها تهم بفاعلية فى توكيد القيم الإيجابية بين الشباب المصرى وتحفيزه نحو المشاركة والعمل.

٨- لابد من وضع قضية البطالة فى مقدمة القضايا التى تهم بها الدولة حيث أنها من أخطر المشكلات التى تواجه الشباب وتدفعه للانحراف.

ولمحد من هذه المشكلة نقترح الآتى:

٩- الاهتمام بصندوق التمويل الاجتماعى ومنح قروض ميسرة للشباب لعمل مشروعات إنتاجية.

- ٢- استصلاح الأراضي وتوفير البنية الأساسية لها.
 - ٣- الإحالة إلى المعاش في سن مبكر لإتاحة الفرصة للشباب.
 - ٤- الاهتمام بتدريب الشباب على مختلف المهن والتخصصات.
- أما بالنسبة للتوصيات المتعلقة بصحف الدراسة نقترح الآتي:
- ١- ضرورة أن تهتم جريدتا الأهرام والوفد بتغطية قضية البطالة تغطية واقعية تتوافق مع خطورتها حيث أنها احتلت مرتبة ثانية من اهتمامها.
 - ٢- ضرورة أن تهتم صحف الدراسة الأهرام والوفد، بفن التحقيق والحديث والمقال والتقرير كأشكال صحفية هامة ومناسبة لمشكلات الشباب.
 - ٣- ضرورة أن تهتم صحف الدراسة بفن الكاريكاتير الصحفي في معالجة قضايا الشباب إذ أنه لم يحظ باهتمام يذكر خلال فترة الدراسة.
 - ٤- ضرورة أن تهتم صحف الدراسة بهدف وضع الحلول المناسبة لقضايا الشباب وشرحها وتفسير أسبابها.
 - ٥- ضرورة أن تهتم صحف الدراسة بمشاركة الرسامين والمراسلين في معالجة قضايا الشباب والاستفادة منهم.
 - ٦- ضرورة أن تهتم صحف الدراسة بالأساليب المنطقية في معالجة قضايا الشباب.
 - ٧- ضرورة أن تخفض صحف الدراسة من مساحتها الإعلانية (وخاصة صحيفة الأهرام) لكي تفسح المجال لنشر قضايا الشباب.
 - ٨- كما توصى الدراسة بتعميم دراسة معالجة قضايا الشباب من قبل الأجهزة المسؤولة في الدولة الإعلامية والاجتماعية لدى خطورة هذه المشكلات وما يترتب عليها من مخاطر للشباب والمجتمع.

الإعلام السياسي في الصحف المصرية اليومية ودوره في تشكيل الرأى العام

دراسة مقارنة بين قائمة اهتمامات الصحف وقائمة اهتمامات الجمهور
خلال عام ١٩٩٨

أسم الباحث : عزيزة عبده سليمان حسين .

الدرجة العلمية : دكتوراه .

إشراف:

أ.د/ عواطف محمد عبد الرحمن

أ.د/ عاصم أحمد السيد الدسوقي

أ.د/ ليلي محمد عبد المجيد

سنة المنح : ١٩٩٩ م .

أولاً : مشكلة الدراسة :-

تتلور مشكلة الدراسة في محاولة تحديد مدى قدرة الصحف المصرية اليومية على تشكيل الرأى العام من خلال ترتيب أجنده الجمهور أى ترتيب قائمة اهتمامات الجمهور السياسية .

ثانياً : أهداف الدراسة :-

أ- الدراسة الميدانية:

- ١- تحديد العوامل والمتغيرات الوسيطة التي تؤثر على قائمة الاهتمامات السياسية لدى الجمهور .
- ٢- معرفة العلاقة بين درجة الإقبال على قراءة الصحف اليومية وبين حجم المعرفة والمعلومات السياسية .
- ٣- معرفة ما إذا كانت هناك مصادر إعلامية أخرى تتدخل في تشكيل هذا الوعي .
- ٤- التعرف على أهم الموضوعات التي يفضلها القراء ودرجة أفضليتها لديهم .
- ٥- المقارنة بين الأفضلية كل من الصحف القومية اليومية وبين الصحف المعارضة اليومية لدى الجمهور .
- ٦- معرفة أهم القضايا والموضوعات السياسية التي كانت محور اهتمام القارئ خلال فترة البحث وترتيبها حسب أولوية الاهتمام .
- ٧- معرفة رأى الجمهور في شكل ومضمون المادة السياسية المقدمة إليه من خلال الصحف اليومية .
- ٨- معرفة رأى الجمهور في مصداقية صحفه القومية باعتبارها مصدر معلوماته السياسية الرسمية .

د-أهداف الدراسة التحليلية :-

- بالنسبة للتحليل الكيفي :-

- رصد كافة القضايا والموضوعات والأحداث والمجريات السياسية على الصعيد الداخلى أو الخارجى والتي تناولها هذه الصحف خلال فترة الدراسة والتحليل .
- معرفة درجة الاتفاق والاختلاف بين قائمة اهتمامات الصحف القومية وقائمة اهتمامات صحف المعارضة حتى يتسنى للباحثة عقد مقارنة بينهما .

التعرف على مجموعة المعايير التي يتم على أساسها تحديد درجة أهمية وأولية كل قضية سياسية .

- بالنسبة للتحليل الكمي :-

تحديد إجمالي المساحة التي خصصتها الصحف الخمس اليومية "المادة السياسية، بالنسبة لإجمالي المساحة التحريرية الكلية لهذه الصحف خلال فترة الدراسة .

تحليل مساحة كل قضية سياسية منفردة بالنسبة لإجمالي مساحة المادة السياسية في كل صحيفة على هذه خلال فترة التحليل .

ثالثاً: مناهج البحث المستخدمة :-

اعتمدت هذه الدراسة في إطارها التطبيقي على ثلاثة مناهج أساسية :-

١- منهج المسح الإعلامي بشقيه التحليلي والميداني .

٢- المنهج المقارن .

رابعاً : أدوات الدراسة :-

- استمارة تحليل مضمون :-

لتحليل محتوى الصحف المصرية اليومية من خلال المسح الإعلامي الشامل للمضمون السياسي في هذه الصحف سواء على الصعيد الداخلي أو العربي أو الدولي للتعرف على أهم القضايا والموضوعات السياسية التي ركزت عليها قائمة اهتمامات الصحافة المصرية خلال الفترة الزمنية للدراسة ، وذلك من خلال التطبيق على صحف الأهرام والأخبار والجمهورية والأحرار والوفد .

- صحيفة استبيان :-

للبحث الميداني وقد طبقت على عينة من القراء أعضاء النقابات المهنية والعمالية في مصر .

خامساً: عينة الدراسة :-

بالنسبة للدراسة التحليلية تم استخدام أسلوب المسح الشامل للقضايا السياسية للصحف المصرية اليومية الصباحية من ٢٦ يناير إلى ٢٦ فبراير ١٩٩٨ م .

أما بالنسبة للدراسة الميدانية فقد اختيرت العينة بطريقة عشوائية من جمهور النقابات المهنية والعمالية في مصر وطبقت خلال نفس فترة الدراسة التحليلية من ٢٦ يناير إلى ٢٦ فبراير ١٩٩٨ م .

توصيات الدراسة :-

١- أن تعمل الصحف المصرية على تزويد جمهور القراء بالحقائق والمعلومات الكافية عن أهم الأحداث .

٢- أن تهتم الصحف المصرية اليومية وبخاصة القومية بالقضايا والأحداث السياسية مهما كانت درجة حساسيتها وأن تعمل كذلك على معالجتها وطرحها بشكل أشمل وأكثر تفصيلاً .

٣- ضرورة أن تتوخى الصحافة الوضوح وطرح كافة وجهات النظر ومراعاة استكمال الموضوعات وعدم بترها .

٤- على الصحافة أن تهتم بطرح ومعالجة أوضاع المجتمع والواقع الذي يعايشه الجماهير .

٥- أن تستعين الصحف بكل ما يلزم من مصادر لكشف حقائق الأحداث .

٦- أن تتوخى الصحف الحيدة التامة والموضوعية في العرض والبعد عن المنفعة لأى طرف .