

رسائل الماجستير فى الإعلام
من قسم الصحافة
بكلية الآداب بسوهاج

الحرب النفسية ضد الإسلام في عهد الرسول صلى الله عليه وسلم في مكة

اسم الباحث : عبد الوهاب أحمد محمد كحيل

الدرجة : الماجستير

اشراف : د.أ/ احسان سعد الدين عسكر

تاريخ المنح : ١٩٨٠ .

مشكلة الدراسة وأهدافها :

تعرض هذه الدراسة " الحرب النفسية ضد الاسلام في عهد الرسول" في مكة لدراسة الحرب النفسية ، لما لها من ، أهمية في العصر الحديث ، حيث أصبح هذا اللون من الحرب يستخدم بدلا من حرب المدافع والقنابل والبنادق ، لاجداث التأثير المطلوب وهو ما يطلق عليه البعض اسم " الحرب الباردة " تميزا لها عن الحرب الساخنة التي تندفق فيها الدماء .

وقد ركزت هذه الدراسة على العهد المكي من حياة الرسول بعد البعثة لالقاء الضوء على هذه الفترة المهمة من الدعوة الاسلامية ، والتي أرسى خلالها الاسس والبادئ والدعائم للدين الاسلامي ، ويرجع سبب تحديد البحث في هذه الفترة الى عاملين رئيسيين :

الأول : أهمية هذه الفترة من حياة الدعوة الاسلامية ، فهي التي أظهرت صلابة المسلمين وتمسكهم بمبادئهم ، وجهم لرسولهم ، وصمودهم أمام كل تحد ، وكل قوة من

قوى الكفر التي حاولت بكل الاساليب المتاحة أن تصدهم في دعوتهم ، وان تعيدهم الى الوثنية ، وعبادة الاصنام .

الثاني : ان هذه الفترة من حياة الدعوة لم تأخذ حقها من القاء الاضواء عليها كما لقيت فترة العهد المدني من اهتمام المؤرخين والعلماء الذين تناولوها بالدراسة والتحليل فقد كان كتاب السيرة والمؤرخون يرون على العهد المكي من حياة الرسول صلى الله عليه وسلم ، مروراً سريعاً ، وبطريقة روتينية متكررة ، بينما لم يعرض رجال الاعلام لهذه الفترة ولم يعالجوها معالجة متخصصة .

منهج الدراسة :

اقتضت طبيعة هذا البحث اختيار المنهجين التاريخي والتحليلي ، وقد استرشدنا في معالجتنا بالنماذج التي وضعت للاتصال في العصر الحديث من حيث وجود مرسل ورسالة ومستقبل حيث عرضنا بذلك للحرب النفسية التي وجهت للدعوة (كرسالة) والحرب النفسية التي وجهت للرسول صلى الله عليه وسلم (كمرسل) ، والحرب النفسية التي وجهت للصحابة (كجمهور) أو ك مستقبل لهذه الرسالة ، وما استخدمه أعداء الاسلام كمحاولات للتشويش على هذه الدعوة من وسائل وأساليب لمنع اتمام عملية الاتصال الاعلامي .

خطة البحث :

يشتمل البحث على خمسة فصول :

الأول : توضح مفهوم الحرب النفسية قديماً وحديثاً وأهدافها وأسس تخطيط الحرب النفسية وأنواع الحرب النفسية وسبل مقاومتها ، ثم تعرض لوسائل الحرب النفسية من شخصية وجمعية وجاهيرية ولاساليها ، كما تعرض الباحث لرجال الحرب النفسية والصفات اللازمة لرجل الحرب النفسية .

الثاني : الحرب النفسية والاسلام فى مكة مع المقارنة بين اساليب الحرب النفسية الحديثة والاساليب التى استخدمت ضد الاسلام كدعوة أو كرسالة موجهة الى المجتمع المكى ، وقد قمنا بعرض موقف أعداء الاسلام من الدعوة وعرض ردود الفعل الناتجة عن استخدام بعض أساليب الحرب النفسية ضد الدعوة من حيث هى ، وضد القرآن ، وأوضحنا دفاع الرسول صلى الله عليه وسلم من الدعوة والاساليب التى اتخذها لتحسين جهته الداخلية ، وحسن معاملة الرسول صلى الله عليه وسلم لغير المسلمين لتأليف القلوب حول الدعوة الاسلامية ، أى ليصبحوا حلفاء بدلاً من أن يكونوا أعداء ، ثم اتخذاه صلى الله عليه وسلم لاسلوب الصبر والسلم وعدم الحرب .

ثم تناول أيضا صفات الرسول صلى الله عليه وسلم كحامل رسالة ودعوة ، وقد عرضنا لدفاع القرآن عن الدعوة ، وتنديده بأعدائها .

الثالث : فقد تناول ، الحرب النفسية ضد الرسول صلى الله عليه وسلم ، وموقف أعداء الاسلام من الرسول نفسه ، والاساليب النفسية التى سلكوها خربه ، ثم تعرضنا لاساليب الصحابة فى الدفاع عن الرسول وأوضحنا كيف وقفوا الى جانبه مسلمين وغير مسلمين ، وكيف دخلوا معه التعب وذاقوا الجوع والمقاطعة بكل أنواعها ثلاث سنوات كاملة ، نتيجة لحسن معاملة الرسول وحسن اخلاقه . ثم لدفاع القرآن عن الرسول صلى الله عليه وسلم وردة على الكفار ، وتزويده للرسول بالاجابات على أسئلتهم .

الرابع : فقد تناول ، جهاد الصحابة فى تحمل الأذى وفى نشر الدعوة وفى الحجرة وما استخدموه من أساليب فى جهادهم لمقاومة الحرب النفسية العادية ولنشر الدعوة فى نفس الوقت ، ثم دفاع القرآن عن الصحابة .

الخامس: يعرض البحث لانتصار المسلمين على أعدائهم فى ميدان الحرب النفسية ، حيث تعرض لعرض مجمل لكل الوسائل الاساليب التى استخدمها الكفار فى مجال الحرب النفسية ، ثم لكل الوسائل و الاساليب التى استخدمها المسلمون

الاتصال الشخصي

في ميدان العلاقات العامة

اسم الباحث : محمد عمر متولى أحمد العطار .

الدرجة العلمية : الماجستير .

إشراف : أ.د/ إحسان سعد الدين عسكر .

سنة المنح : ١٩٨١ .

مشكلة الدراسة وأهميتها :

يتناول هذا البحث دراسة الاتصال الشخصي في ميدان العلاقات العامة دراسة وصفية تحليلية ، هادفا من ذلك الوصول إلى تقييم موضوعي لمدى أهمية الاتصال الشخصي في ميدان العلاقات العامة في مصر ، وطبيعته ، وأساليبه ، والقائمين بهذا الاتصال ، ودورهم ، ومهام وظائفهم وواجباتهم ، وأوجه النشاط التي يمارسونها .

كما تهدف هذه الدراسة إلى اثبات كيف يحتفظ الاتصال الشخصي في ميدان العلاقات العامة بمكان الصدارة بين طرق ووسائل الاتصال الأخرى من حيث قوة التأثير رغم وجود وسائل الاتصال العامة الحديثة كالصحف والراديو والتلفزيون والسينما ، وغيرها ، وما صاحب ذلك من اتساع في دائرة انتشار الرسائل الإعلامية ، إلا أن هذا التقدم الإعلامي الهائل ، يفتقر إلى أهم شئ يتمتع به الاتصال الشخصي ، وهو التفاعل السريع بين القائم بالاتصال والمستقبل لرسائله ، ومعرفة صدى الرسالة ورد

فعلها لديه ، وبذلك يستطيع القائم بالاتصال الشخصى توجيه اتصاله وصياغة رسائله بناء على هذا الصدى ، مما يساعد على إحداث التأثير المنشود عن طريق تبادل الآراء والمعلومات ووجهات النظر .

نوع الدراسة ومنهجها :

هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية وتستخدم منهج المسح الميدانى للحصول على وصف كامل ودقيق لموضوع البحث ، والتأكد من جمع كل البيانات الضرورية التى تكفل العرض لها ، وتحليلها بأكبر قدر ممكن من الدقة ، وتفادى حدوث أى تحيز فى جمع البيانات المطلوبة حتى تزيد درجة اعتمادية النتائج المستخلصة منها ، وإمكانية انطباقها أو انسحابها على المواقف أو الحالات المتشابهة ، ولذلك تطلب منا هذا ضرورة الاهتمام بالتصميم الشكلى والهيكلى لتلك الدراسة .

كما استخدمت الدراسة الأسلوب الإحصائى فى تصميم هذا البحث ، لأنه يتفق مع طبيعة أهدافه من حيث اتجاهه إلى دراسة المتغيرات التى يمثلها أهم فرض من فروض هذا البحث الذى يهدف إلى اثبات كيف يحفظ الاتصال الشخصى فى ميدان العلاقات العامة فى مصر بمكان الصدارة بين طرق ووسائل الاتصال الأخرى .

أداة جمع البيانات :

تم اختيار طريقة الاستقصاء كأداة لجمع المعلومات الخاصة بهذه الدراسة ، وتم تصميم صحفتى استقصاء ، الأولى وهى الصحيفة (أ) الخاصة بالعاملين فى ميدان العلاقات العامة فى الجهات التى أجريت عليها الدراسة ، والثانية وهى الصحيفة (ب) الخاصة بالجماهير الداخلية للجهات التى أجريت عليها الدراسة .

نتائج الدراسة :

١- يمثل الحاصلون على مؤهلات متوسطة أعلى نسبة من العاملين فى إدارات العلاقات العامة المختلفة التى أجريت عليها الدراسة ، إذ دل الاتجاه العام على أن

نسبتهم حوالى ٣٧,٩٪ ويظهر ذلك بشكل واضح فى الهيئات والمخافظات
والمؤسسات .

٢- ان أكبر نسبة من العاملين فى ميدان العلاقات العامة فى الجهات التى أجريت
عليها الدراسة هى نسبة الذين تقل عدد سنوات الخبرة لديهم عن خمس سنوات اذ
بلغت نسبة الاتجاه العام لهم حوالى ٤,٧٪ ويتركزون بشكل واضح فى البنوك
والهيئات والمؤسسات ، وهذا مؤشر خطير ، حيث أن قلة سنوات الخبرة تنعكس
على مستوى الأداء .

٣- ان نسبة كبيرة من الجهات المختلفة التى أجريت عليها الدراسة لا تهتم بتدريب
العاملين فى إدارات العلاقات العامة بها ، وقد بلغت هذه النسبة حوالى ٨٨,٩٪
ويتركز معظم هؤلاء العاملين بشكل واضح فى كل من المخافظات والهيئات
والمؤسسات ، وهذا مؤشر خطير ، إن دل على شئ فإنما يدل على قصور النظرة
الى أهمية إدارات العلاقات العامة وأهمية إعداد العاملين فيها .

٤- أن هناك نسبة كبيرة من العاملين فى إدارات العلاقات العامة بالجهات التى
أجريت عليها الدراسة لا تجيد الحديث بأية لغة أجنبية ، وقد بلغ الاتجاه العام هذه
النسبة حوالى ٣٤,٩٪ ويتركز معظم الذين لا يجيدون أية لغة أجنبية فى كل من
المخافظات والمؤسسات والهيئات بشكل واضح .

٥- أن نسبة الذين يجوبون مهنتهم فى إدارات العلاقات العامة فى الجهات التى أجريت
عليها الدراسة بلغت حوالى ٧٩,٨٪ ويتركزون بشكل واضح فى كل من الفنادق
والبنوك والشركات .

٦- أن الشركات تهتم بإدارات العلاقات العامة أكثر فى الجهات الأخرى التى
أجريت عليها الدراسة ، ولذلك تحتل إدارات العلاقات العامة بها مكانة تكاد أن
تكون لا تفتق بها ، بينما تحتل البنوك المركز الثانى من حيث أهمية إدارات العلاقات
العامة بالنسبة لها ، ثم تليها الوزارات ، ثم الفنادق ثم الجامعات ثم الهيئات ثم
المخافظات ثم المؤسسات .

٧- دل الاتجاه العام على أن حوالي ٨٦,١٪ من الجماهير الداخلية للجهات الى أجريت عليها الدراسة يؤمنون بأهمية ادارات العلاقات العامة بالنسبة للجهات التي يعملون بها ، ويتركز معظم هؤلاء بالفنادق والشركات تليها الجامعات والبنوك والمؤسسات والوزارات والمحافظات والهيئات .

٨- دل الاتجاه العام على أن هناك حوالي ٩٦,١٪ من العاملين في ادارات العلاقات العامة التي أجريت عليها الدراسة أكدوا أهمية ادارات العلاقات العامة للجماهير الداخلية ، ويتركز معظم هؤلاء في الفنادق والبنوك ، تليها الشركات ثم المؤسسات والهيئات والجامعات ثم المحافظات .

٩- أن العاملين في ادارات العلاقات العامة يرون أن أهم نشاط تقوم به اداراتهم هو استقبال الوفود وتنظيم زيارتهم ، وهذا النشاط يعتمد اعتمادا رئيسيا على الاتصال الشخصي ، ويبرز هذا النشاط بشكل واضح في كل من الهيئات والشركات والمؤسسات .

١٠- بلغت نسبة استخدام وسائل الاتصال الشخصي حوالي ٨٧,٣٪ بينما بلغت نسبة استخدام وسائل الاتصال الجماهيري ٢١,٧٪ ومعنى هذا ان العاملين في ادارات العلاقات العامة بالجهات التي اجريت عليها الدراسة يرون أن وسائل الاتصال الشخصي أكثر أهمية من وسائل الاتصال الجماهيري في ميدان العلاقات العامة .

١١- تحتل المقابلات الشخصية المرتبة الاولى كوسيلة من وسائل الاتصال في ميدان العلاقات العامة ، اذ بلغت نسبة الاتجاه العام التي أدلت بها الجماهير الداخلية للجهات التي أجريت عليها الدراسة لاستخدامها حوالي ٢٨,٣٪ .

١٢- تفوقت نسب استخدام وسائل الاتصال الشخصي على نسب استخدام وسائل الاتصال الجماهيري ، اذ بلغ مجموع نسب استخدام وسائل الاتصال الشخصي حوالي ٧٥,٩٪ بينما بلغ مجموع نسب استخدام وسائل الاتصال الجماهيري حوالي ٢٤,١٪ .

التوصيات :

- ١- ضرورة تغير وجهات نظر بعض القيادات العليا الى وظيفة العلاقات العامة .
- ٢- الاهتمام بانتقاء العاملين فى ادارات العلاقات العامة ، وضرورة تدريبهم واتاحة فرص التنمية المهنية والعلمية والإدارية أمامهم ، وأبعاد العناصر غير الصالحة الى ادارات أخرى غير ادارات العلاقات العامة .
- ٣- ضرورة الاهتمام بتوفير الامكانيات اللازمة لادارات العلاقات العامة ، وزيادة الاعتمادات المالية المخصصة لها مع وضع ضوابط للانفاق تتسم بالمرونة .
- ٤- ضرورة تعاون الادارات المختلفة مع ادارة العلاقات العامة حتى يتسنى لها أن تقوم بمهامها على الوجه الأكمل .
- ٥- الاهتمام بوضع الخطط والبرامج للأنشطة التى تقوم بها إدارات العلاقات العامة ، ومتابعة آثارها على أفراد الجماهير التى تتعامل معها .
- ٦- ضرورة تطبيق الأسلوب العلمى فى تخطيط أنشطة العلاقات العامة وتقويم برامجها .
- ٧- ضرورة الاهتمام بنقل رغبات الجماهير إلى القيادات العليا ، والعمل على تحقيق الممكن منها .
- ٨- رعاية اتصالات العاملين فى إدارة العلاقات العامة برجال الإعلام والفكر وقادة الرأى فى المجتمع .
- ٩- العمل على إزالة قيود الروتين التى تفرضها بعض الجهات على إدارات العلاقات العامة ، وخاصة ما يتعلق باجراءات، تسديد سلفيات الصرف على الضيوف أو الأنشطة المختلفة ، أو اجراءات اذونات شغل السيارات وما نحو ذلك .
- ١٠- العمل على توفير المناخ المناسب للعاملين فى ادارات العلاقات العامة ، وضرورة صرف حوافز ومكافآت تشجيعية لهم ، وخاصة الممتازين منهم .
- ١١- توحيد زى العاملين فى ادارة العلاقات العامة بأى جهة ، وخاصة فى المناسبات ووضع شارات مميزة حتى يسهل التعرف عليهم .

العلاقات العامة في السياحة

مع التطبيق على الإدارة العامة للعلاقات العامة السياحية

بوزارة السياحة

اسم الباحث : أحمد محمد أحمد زيدان .

الدرجة العلمية : الماجستير.

إشراف : أ . د / ابراهيم امام

سنة المنح : ١٩٨١ .

مشكلة الدراسة وأهدافها :

تنحصر مشكلة هذه الدراسة في تحديد الأسس العلمية لممارسة العلاقات العامة وتطبيقاتها بالنسبة للسياحة بفرض إبراز الدور المتزايد الأهمية لهذا الفن المتطور وما يمكن أن يحققه من تنشيط لحركة السياحة في مصر ، وعلى هذا فإن الأهداف الرئيسية لهذه الدراسة هي :

١. تحديد ما يمكن لإدارات العلاقات العامة في المنشآت السياحية الاستفادة منه في مجال التطبيق العملي وبالتالي تحديد أسس المحاسبة المهنية السليمة .
٢. وضع هذه الدراسة تحت تصرف من يأتي بعد من الباحثين الآخرين لاستكمال الزوايا الفنية الدقيقة فيما يتعلق بأبعاد هذه الممارسة وتأثيراتها .

نوع الدراسة :

تعد هذه الدراسة من نوع الدراسات الوصفية ويرجع اختيار الباحث لهذا النوع من الدراسة إلى أن جزءا كبيرا من بحوث الإعلام خاصة وبحوث العلاقات العامة بصفة عامة تنلجج تنلجج تحت قائمة هذا النوع من الدراسة فهناك حاجة مستمرة إلى التعرف على خصائص جماهير أى منظمة أو مؤسسة تحرص على كسب ثقة جماهيرها وتأييدهم ، ومجاهاها يكون بقدر ما يتوافر لإدارة العلاقات العامة بالمنظمة من معلومات عن خصائص الجماهير من حيث السن والدخل والمستوى المهني والتعليمي . . الخ .

ويرى الباحث أن تحديد نوع الدراسة على هذا النمط يخدم أهداف البحث لأنه يتطلب من الباحث أن يكون أكثر دقة ، وأن يصل إلى بيانات وحقائق أكثر تحديدا .

المنهج المستخدم فى الدراسة :

يشير مفهوم المنهج إلى الطريقة التى يتبعها الباحث للدراسة المشكلة موضوع البحث . أو بمعنى آخر فانه يشير إلى أسلوب التفكير المنظم والكيفية التى يصل بها الباحث إلى هدفه، أى دراسة الظاهرة المعنية .

وتحتمد هذه الدراسة على منهج المسح الاجتماعى .

أداة جمع البيانات :

وهى هنا الاستقصاء وقد تم استيفاء بيانات الاستمارة عن طريق أخصائى العلاقات العامة نفسه حتى تعطى له حرية الإجابة دون تأثير من الباحث نظرا لحساسية موضوع الدراسة وقد اشتملت الاستمارة على أربعة أنواع من الاسئلة :

١. أسئلة تهدف إلى الكشف عن مدى المعرفة .

٢. أسئلة تهدف إلى التعرف على الرأى .

٣. أسئلة تهدف إلى الكشف عن الواقع .

٤. أسئلة قصد منها استشفاف أوجه معينة متعلقة بالعمل .

وقد حرص الباحث على أن تحتوى الاستمارة على عدد من الأسئلة المفتوحة ، حتى يتيح قنرا أكبر من الحرية للمبحوثين للتعبير عن آرائهم فى النواحي التى رأى الباحث أهمية لذلك، ولكن مع مراعاة لإقلال منها ، فقدر الإمكان ، لأنها تعطى اجابات متنوعة كما أن إجابات المبحوثين قد تفسر بأكثر من معنى ، وذلك قد يؤدى إلى صعوبة فى التحليل .

وقد روعى بصفة عامة فى الاستمارة البساطة ، والوضوح فى الأسئلة وأن تكون ألفاظها قريبة من الواقع الميدانى . وقد تضمنت الاستمارة :

• معلومات شخصية عن أخصائى العلاقات العامة الذى يعمل فى مجال السياحة ، كالمؤهل العلمى ، نوعية الدراسة ، اللغات الاجنبية التى يجيدها ، السن ، النوع ، الخبرة .

• معلومات عن أهمية العلاقات العامة وأهدافها ووظائفها فى السياحة .

• معلومات عن مدى مشاركة إدارات أخرى فى المنشأة لعمل إدارات العلاقات العامة السياحية .

• موضوعات عن بحوث العلاقات العامة .

• معلومات عن وسائل الاتصال التى تستخدمها العلاقات العامة فى اتصالاتها بالجمهور .

• معلومات عن الصفات الواجب توافرها فى أخصائى العلاقات العامة السياحية وأهم هذه الصفات .

• معلومات عن طبيعة الدور الممارس للعلاقات العامة فى السياحة والصعوبات التى تعترض تلك الممارسة ووسائل التغلب عليها .

نتائج الدراسة :

إن نتائج الدراسة الميدانية التي أجريت على العاملين بالإدارة العامة للعلاقات العامة السياحية بوزارة السياحة - مجتمع البحث - توضح ما يلي :

١ - النواحي العلمية والتخصصية للعاملين

(أ) المؤهل العلمي :

أوضحت الدراسة زيادة عدد الحاصلين على مؤهل عال عن باقي المؤهلات الأخرى فقد زادت نسبة المؤهلات العليا عن المتوسطة بمقدار ٢١,٨٧٥٪ كما زاد التركيز على نوعيات الخريجين ذوى الكفاءة من الناحية اللغوية ، فقد احتل الحاصلون على مؤهلات (آداب-السن) النسبة الكبرى . كذلك التوزيع فى المؤهلات المتخصصة ذات الطابع المتعلق بالنواحي السياحية كالإعلام والآثار . لكن يؤخذ على هذا التوزيع فى المؤهلات ، عدم وجود خريجين من الحاصلين على بكالوريوس السياحة .

(ب)الامام باللغات:

- رغم التركيز على المؤهلات ذات الاهتمام اللغوى ، إلا أن الدراسة أوضحت أن أغلب العاملين يجيدون لغة واحدة أو لغتين . بينما لم تتعدى نسبة الذين يجيدون أكثر من لغتين إلا ٦٪ تقريبا من العاملين .
- كان التركيز على اللغة الانجليزية ثم الفرنسية بينما كان نصيب الأسبانية ٩٪ والالمانية ٦٪ فقط .

٢ - نوع العاملين ومتوسط أعمارهم ومدد خبرتهم فى العمل :

أظهرت الدراسة أن الغالبية العظمى من العاملين بالإدارة من النساء ،وقد بلغ متوسط أعمارهن ٣٤ سنة تقريبا . ولديهن خبرة فى مجال العمل تتعدى الخمس سنوات . وقد أوضحت الدراسة أن متوسط سنوات الخبرة للعاملين ٧ سنوات وهذا شئ مرغوب فيه .

٣ - أهمية العلاقات العامة وأهدافها فى السياحة :

أوضحت الدراسة أهمية العلاقات العامة أهمية مطلقة وأن أهم الاهداف التى تسعى إلى تحقيقها وفقا لآراء العاملين بالإدارة هى الفوز بثقة الجمهور الخارجى فى المقام الأول بينما الهدف فى كسب تأييد الجمهور الداخلى كان فى ذيل القائمة

أما بالنسبة لوظائف العلاقات العامة فى مجال السياحة ، فقد احتلت أعمال الحفاوة المقام الأول وبلغت درجة أهميتها ٧٨٪ تقريبا - يليها فى درجة الأهمية أعمال التسهيلات (حجز - تأشيرات - خدمات وتسهيلات) بينما كانت بالى الوظائف ذات أهمية أقل وهى على التوالى (نشر ودعاية ، دراسة اتجاهات الجماهير) . على الرغم من أن أهم وظائف العلاقات العامة ينبغى أن تكون دراسة اتجاهات الجماهير فى المقام الأول لفهم ميولها وعاداتها وتقاليدها للعمل على تليتها ضمانا للفوز بالثقة والتأييد .

٤ - البحوث :

أوضحت الدراسة أن ادارة العلاقات العامة لاتقوم بإجراء بحوث بالمعنى المفهوم للبحوث ولكنها تعتمد أساسا فى هذه الناحية على تحليل الشكاوى بالدرجة الأولى ثم الاجتماعات والمناقشات بالدرجة الثانية . وأن أسباب عدم إجراء البحوث تلخص فى :

١. عدم إيمان الإدارة العليا للمنشأة بالبحث كوظيفة أساسية من وظائف العلاقات العامة

٢. عدم وجود منحصات مالية لإجراء البحوث .

٣. عدم وجود فنيين بإدارة العلاقات العامة مؤهلين للقيام بمثل هذه البحوث .

٤. إن إجراء البحوث ليس من اختصاص إدارة العلاقات العامة ولكن من اختصاص جهات أخرى فى المنشأة .

٥ - وسائل الاتصال بالجماهير :

أوضحت الدراسة أن أهم وسائل الاتصال بالجماهير الداخلية تتم عن طريق الشكاوى والتظلمات ثم المقابلات الشخصية يليها الخطابات والرسائل الداخلية . كما أوضحت الدراسة أن أهم وسائل الاتصال بالجماهير الخارجية تتم بواسطة المطبوعات السياحية ثم توجيه الدعوات.

٦ - التدريب :

أوضحت الدراسة أهمية دور التدريب في الإعداد المهني بالنسبة للعاملين في هذا المجال ، وقد حصل أغلبهم على دورات تدريبية بعضها تخصصية فقط في مجال العلاقات العامة السياحية وبعضها تثقيفية أو إدارية فقط . وقد حصل نسبة قليلة منهم على أكثر من دورة تدريبية ونسبتهم لا تتعدى ١٦٪ من العاملين . وكانت السمة الغالبة للدورات التدريبية التثقيفية العامة فقط ، بينما تقاربت نسبة الحاصلين على دورات تخصصية أو إدارية فقط .

٧ - أهم الصفات الواجب توافرها في أخصائي العلاقات العامة :

أوضحت الدراسة أن الثقافة والاطلاع والاجادة التامة لعدة لغات وسعة الصدر والخلق القويم والقلرة على معاملة الناس ذات المقام الأول في الأهمية بالنسبة للصفات . أما حب الاستطلاع والميل للاختلاط وسرعة البديهة والبشاشة والقلرة على تكوين علاقات وقوة الشخصية فهي في المرتبة الثانية من الأهمية .

وهذه الصفات جميعها لا يمكن التضاضي عن أحداها بالنسبة لأخصائي العلاقات العامة غير أن صفة النضج العاطفي لم تحظ إلا بدرجة أهمية ضعيفة رغم أهمية توافر هذه الصفة في المقام الأول لضمان الوفاق واحترام قدسية العمل المنوط إليه .

٨ - المقابل المادى والمعنوى :

أوضحت الدراسة كذلك ضرورة كفاية حق العاملين من المقابل المادى والمعنوى ذلك لكون المقابل المادى ذو أهمية بالنسبة لحسن المظهر واللياقة التامة كما أن المقابل المعنوى ضرورى أيضا حتى لا تنعكس آثار الإحباط الذى يتعرض له أخصائى العلاقات العامة أثناء العمل فى تعامله مع الجمهور .

أهم الصعوبات التى تواجه إدارة العلاقات العامة :

أوضحت الدراسة أن هناك صعوبات تواجه إدارة العلاقات العامة وتحويلها وبين تأدية وظائفها - كما ينبغى أن تكون فى تنشيط السياحة .

وفيما يلى الصعوبات مرتبة ترتيبا تنازليا حسب درجة الأهمية من وجهة نظر أفراد مجتمع البحث :

١. عدم الاهتمام بتدريب العاملين بالإدارة على الأساليب والأدوات الحديثة اللازمة لعملهم فى هذا المجال .

٢. عمليات التخفيض المستمر فى ميزانية الإدارة بدعوى ترشيد الانفاق .

٣. عدم وضوح المفهوم من العلاقات العامة .

٤. عدم تحديد أنشطة العلاقات العامة تحديدا دقيقا .

٥. الإحباط الشديد الذى يتعرض له العاملون داخل المنشأة وخارجها باعتبار أن عملهم ثانوى

٦. غياب الأسلوب العلمى فى ممارسة وظيفة العلاقات العامة .

٧. عدم اقتناع الإدارة العليا للمنشأة بوظيفة العلاقات العامة كوظيفة أساسية من وظائف الإدارة .

التوصيات :

وفيما يلي مجموعة من التوصيات العامة يترجى بها البحث ، يضعها الباحث أمام المسؤولين عن العمل السياحي لعلها تجذب اهتماما ، وذلك حتى يمكن تجنب الكثير من الصعوبات التي تعترض الممارسة المهنية السليمة . وبذا نكون قد فتحنا الطريق أمام العلاقات العامة لتأدية وظائفها - كما ينبغي أن تكون - في هذا المجال الحيوى العام .

١ - اقناع الإدارة العليا بأهمية وظيفة العلاقات العامة والدور الذى يمكن أن تلعبه فى هذا المجال .

٢ - الاختيار السليم للعاملين فى مجال العلاقات العامة السياحية ، ومن ثم إعادة النظر عند توزيع الخريجين للعمل بإدارات العلاقات العامة السياحية ويفضل أن يكون من خريجي كلية السياحة .

٣ - أن يكون هناك اتصال مشترك بين كلية السياحة وإدارة العلاقات العامة السياحية وذلك لتبادل الرأى بخصوص متطلبات الإدارة من الكفاءات المطلوبه ، وأن يلقى الخريجين فى السنوات النهائية تدريبهم العملى بإدارة العلاقات العامة السياحية تحت إشراف الأخصائين وتوجيهات الأساتذة المتخصصين .

٤ - الاستعانة بأساتذة العلاقات العامة والسياحة بالجامعات فى النواحي البحثية وعرض المشاكل التى تصرض لها حتى يمكن إيجاد الحلول العلمية عن طريق البحوث النظرية والتطبيقية .

٥ - رسم سياسة للغات التخاطب فى إدارة العلاقات العامة بشرط توافر معظم اللغات الأجنبية المتداولة .

٦ - الاهتمام بالتدريب التخصصى على أن يشمل على النواحي الإنسانية والنفسية والإدارية علاوة على الجوانب الفنية المتعلقة بطبيعة العمل لاسيما التدريب على الأساليب والأدوات

الحديثة اللازمة للعمل كالأاليب الإحصائية والكمية فى جمع البيانات والمهارات السلوكية مع الجماهير .

٧ - الاهتمام بالبعثات التثريية للخارج وذلك لدراسة طبائع وعادات وتقاليد هذه الشعوب بالإضافة إلى الامتزادة باللغات واكتساب الخبرات والمعرفة فى هذا المجال .

٨ - التنسيق الاتصالى بين ادارات العلاقات العامة والادارات الاخرى المتعلق عملها بالسياحة

٩ - وضع لائحة مالية متطورة خاصة بإدارة العلاقات العامة تتمشى مع تزايد الحركة السياحية بالبلاد وسياسة الانفتاح الاقتصادى .

١٠ - تطوير وسائل الاتصال التى تستخدمها إدارة العلاقات العامة فى اتصالاتها بالجماهير الداخلية والخارجية على أن تكون متسمة بالمرونة والسرعة . وأن تكون المبادرة الاتصالية لإدارة العلاقات العامة وأيسر للجمهور .

تبادل البرامج الإذاعية بين الدول الأفريقية

الباحث : حمدى حسن محمود .
الدرجة العلمية : الماجستير .
الإشراف : أ.د/ إبراهيم إمام .
سنة المنح : ١٩٨١ م .

مشكلة الدراسة :

تنحصر مشكلة هذه الدراسة فى بحث كيفية مساهمة الإذاعة باعتبارها أهم وسيلة اتصال جماهيرية فى أفريقيا فى معالجة هذه الأمور المصرية ودور التبادل الإذاعى بين الدول الأفريقية فى دعم الاتصال والتفاعل ونقل المعلومات بين الدول الأفريقية وشعوب العالم الأخرى بما يساعد الدول الأفريقية على التعاون والتكيف الحضارى .

وثمة أهمية لهذه الدراسة تأتى من أحدا لم يلفت إلى دراسة الأذاعة الأفريقية فى المكتبة العربية ، بل إن دراسة التبادل الإذاعى فى أفريقيا ربما كانت هذه الدراسة فى مقدمة الدراسات التى تتناول هذا الأمر كما أوضح ذلك فى لقاء شخص رئيس اتحاد الإذاعات الأفريقية أثناء زيارته للقاهرة ، ولقد واجهت الباحثة عدة مشكلات أثناء البحث لعل ندرة المعلومات والإحصاءات الحديثة كانت أعقلها جميعا والتى من بها اتحاد الإذاعات الأفريقية رغم مراسلته رسميا عن طريق اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصرى واحجام هيئات الإذاعة

الأفريقية عن الرد والمبالغة التي وردت فيما وصل من ردود وقد اعتمدت في الاحصاءات على ما ورد في بعض المراجع الأجنبية واحصاءات اليونسكو وغيرها .

فروض الدراسة :

يختبر هذا البحث ثلاثة افراضات يرى الباحث أنها تتمثل في :

أولا : أن الإذاعة الافريقية بشقيها المسموع والمرئي تعتمد في تنظيمها وتجهيزاتها الفنية على مصادر غير إفريقية . ويعنى هذا :

١ - إن تنظيم الإذاعة لايعبر عن الواقع اعملى ولا يلبى من احتياجات المجتمع الملقى .

٢ - ان اعتماد الإذاعة في تجهيزاتها على مصادر غير إفريقية يؤثر على فعالية الإذاعة في أدائها لدورها .

ثانيا : إن التبادل البرامجي بين الإذاعات الأفريقية ضعيف . ويعنى هذا :

١ - أن الإذاعة في أفريقيا لا تلعب دورا يذكر في بلورة الشخصية الأفريقية وجمع كلمة الشعوب الأفريقية تجاه قضاياها العامة وترسيخ المثل الأفريقية العليا .

٢ - أن الإذاعة في أفريقيا لا تسهم بالقدر المطلوب في تلاقى الشعوب الافريقية وتعارفها طالما انها لا تقدم فكر وثقافة وحضارة الشعوب الأخرى لمستمعها

ثالثا : إن الإذاعة الافريقية تعتمد على مصادر برامجية غير أفريقية بنسبة كبيرة ، وهذا يعنى:

١ - ان القارة الافريقية تعرض لغزو ثقافى أجنبى يساهم فى حماية المصالح الأجنبية فى أفريقيا .

٢ - ان مساحة زمنية كبيرة تضيع من وقت الإذاعة الافريقية فى غير صالح الشعوب الأفريقية .

٣ - ان الاذاعة الأفريقية لا تساهم بالقدر المطلوب فى تأكيد الهوية والثقافة الأفريقية داخل الدول الأفريقية .

منهج البحث :

استخدم البحث المناهج الآتية :

- أولا : المنهج التاريخى لبيان نشأة وتطور الإذاعة فى أفريقيا إبان الفترة الإستعمارية وما تلاها وعرض نشأة وتطور التبادل البرامجى على المستوى الدولى .
- ثانيا : المنهج الوصفى وذلك لبيان الواقع الحالى للإذاعة الأفريقية من مختلف عناصر العملية الإذاعية والموقف الراهن للتبادل البرامجى على المستوى الدولى وحالة التبادل البرامجى داخل القارة الافريقية وبيان واقع الاتصالات الأرضية والفضائية فى القارة الأفريقية .

خطة البحث :

ويتكون البحث من ثلاثة أجزاء :

- الأول : وهو جزء عام يتناول فيه الباحث الواقع الأفريقى بعرض موجز لهذا الواقع من النواحي الاقتصادية والاجتماعية لإلقاء الضوء على بيئة البحث .
- الثانى : ويتناول فيه الباحث نشأة وتطور الإذاعة فى أفريقيا والظروف التى أحاطت بهما والشكل الحالى لتنظيم الإذاعة وامكانات الإذاعة الأفريقية من ناحية الانتاج والارسال والاستقبال ومصادر التمويل وما تقوم به الإذاعة تجاه المجتمعات الأفريقية .
- الثالث : ويعرض فيه الباحث لنشأة وتطور فكرة التبادل البرامجى على المستوى الدولى ويعرض لأهم الاتحادات الإذاعية العاملة فى هذا المجال ثم يعرض للمنظمات العاملة فى أفريقيا سواء على مستوى القارة أو على المستوى الإقليمى والجهود التى تبذل فى مجال التبادل البرامجى والإخبارى بين دول القارة والتبادل بين أفريقيا والعالم الخارجى ويعرض الباحث من خلال هذا الجزء معوقات التبادل

البرامجى بين الإذاعات الافريقية وأهمية تطوير شبكة الاتصالات الأرضية والفضائية ، والعناصر اللازمة لقيام تبادل فعال بين دول القارة الأفريقية .

أهم النتائج :

يتضح من العرض السابق لموضوع التبادل الإذاعي بين الدول الافريقية بشقيه المسموع والمرئى عدة حقائق :

أولا : ان التبادل القائم بين المنظمات الإذاعية الأفريقية يكاد يكون أبسط أشكال التبادل الإذاعي القائم على المستوى الدولى ، سواء فيما بينها أو داخل اتحاد هيئات إذاعات الدول الأفريقية الذى يعنى شئون الإذاعة على مستوى القارة أو فى إطار اتفاقات ثنائية خارج نطاق الاتحاد أو بين افريقيا والعالم الخارجى والذى يأخذ التبادل فيه شكل التبادل من طرف واحد الذى يكون فى الغالب الأعم من خارج القارة وبصفة خاصة أوروبا الغربية والولايات المتحدة .

ثانيا : ان المنظمات الإذاعية الأفريقية فى ظل انعدام التبادل فيما بينهما قد سلكت سبيل شراء أو قبول البرامج الإذاعية الأجنبية غير الافريقية وهو اتجاه ينطوى على خطورة كبيرة تزداد فى أفريقيا بوجه خاص حيث ما تزال الموروثات الإستعمارية تعمل بفعالية داخل المجتمعات الأفريقية وحيث تحتفظ القوى الإستعمارية بمواقع ثقافية فى أفريقيا تعمل فى الحفاظ عليها داخل الدول الأفريقية ومن هنا كانت هذه البرامج بنسبتها المرتفعة خاصة فى مجال التليفزيون وسيلة معاونة فى تحقيق هذه السياسة .

ثالثا : إن الإذاعة الأفريقية - والحال هكذا - لا يمكن لها أن تقوم على المستوى الوطنى بدورها الفعال فى تأكيد الشخصية الأفريقية فى مواجهة الغزو الثقافى طالما أن نسبة كبيرة من برامجها مكونة من برامج إذاعية أجنبية تضر فى النهاية بالواقع الأفريقى وطالما أن الحكومات الأفريقية لا تضع الإذاعة فى مكانتها الحقيقية وتلقى منها الرعاية والاهتمام الكافيين وهو ما يوضحه حجم الاستثمارات

الحكومية فى مجال الإذاعة والجهود القليلة التى تبذل لتوفير أجهزة الاستقبال الإذاعية لجموع مواطنيها ممن لا يستطيعون شراء هذه الأجهزة .

رابعا : انعدام الوعي لدى المنظمات الإذاعية الأفريقية بأهمية التبادل الإذاعى فيما بينها ويتضح ذلك من روح الكسل وعدم المبالاه التى تعمل بها هذه المنظمات الإذاعية داخل اتحاد الإذاعات الأفريقية وانعدام الإيجابية فى مواجهة نداءات اتحاد الإذاعات الأفريقية بشأن تقديم عدد من البرامج بشكل دورى لانعاش حركة التبادل بين الدول الأعضاء فى الاتحاد الذى ارتضته شكلا يرعى شئون الإذاعة الأفريقية فى كل من المستويين القارى والدولى .

خامسا : أنه وإن لإقامة تبادل إذاعى بين الإذاعات الأفريقية فإن هذه الإذاعات ما تزال تعاني العوز بالنسبة لأجهزتها خاصة فى مجال التبادل الإخبارى فى التلفزيون وذلك بسبب سوء شبكة الاتصالات الأفريقية سواء الاتصالات الأرضية أو الاتصالات الفضائية وبسبب ارتفاع تعريفه استخدامها مما يحرم الإذاعة الأفريقية استخدامها وأيضا انعدام العنصر البشرى المدرب على تشغيل عملية التبادل على النحو الذى نراه .

الأسس الفنية

تصميم الإعلان الصحفى فى المجلات العامة

اسم الباحث : محمد أحمد أبو فرحة .

الدرجة العلمية : ماجستير .

اشـراف : د.أ/ احسان سعد الدين عسكر . د.أ/ مصطفى حسين كمال .

سنة المنح : ١٩٨٣ م .

مشكلة الدراسة وأهدافها :

وتتعلق مشكلة هذه الدراسة بتحديد الأسس الفنية لتصميم الاعلان الصحفى بالمجلات العامة ، ومدى الاستفادة من هذه الأسس فى تصميم الإعلانات فى مجلتى المصور و أكتوبر .

لذلك تبلورت أهداف هذه الدراسة لتحقيق هدفين رئيسيين :

- ١- التأصيل النظرى للأسس الفنية لتصميم الإعلان الصحفى بالمجلات العامة .
- ٢- وصف تحليلى وكمى للإعلانات التى نشرت بالمجلتين خلال عام ١٩٨٢ بهدف التعرف على النقاط التالية :

- أ - الاتجاهات الاعلانية بالمجلتين خلال فترة الدراسة .
- ب- الاتجاهات الفنية لتصميم الاعلان الصحفى بالمجلتين .

- ج- مدى التزام المجلتين باستخدامات الاسس الفنية لتصميم الاعلان بالمجلات الفنية .
د- تحديد الاساليب والوسائل التى تساعد على الارتفاع بالمستوى العلمى والفنى لتصميم الاعلان بالمجلات العامة ومجلى المصور وأكوبر خاصة .

منهج الدراسة وأداتها :

استعان الباحث فى دراسته بأكثر من منهج للبحث ، فقد اعتمد على المنهج التاريخى والمنهج الوصفى ، ومنهج تحليل المضمون لتحليل عناصر وأسس الاعلان فى مجلتى المصور وأكوبر ، واستعان أيضا بالمنهج المقارن للمقارنة بين الاعلان بالمجلتين .

وقد استخدم الباحث فى دراسته أكثر من أداة للبحث ، فكانت المراجع المكتبة لتأصيل الجوانب النظرية والتاريخية للدراسة ، وكانت أدوات تحليل المضمون لتحديد الاتجاهات الاعلانية والفنية بالمجلتين عن طريق تصميم استمارتى تحليل المضمون الاعلانى بالمجلات والمضمون الفنى بهما وذلك بعد تقنينها .

كما اعتمد الباحث على الملاحظة والمقابلة الشخصية لمعرفة الجوانب التنظيمية لادارة الاعلانات بكل من المجلتين أثرهما على استخدامات الاسس الفنية لتصميم الاعلان بالمجلتين .

نتائج الدراسة :

- ١- شغلت الاعلانات فى عينة البحث الأساسية بمجلة المصور مساحة قدرها ٢٩٢,٧٥ صفحة بنسبة قدرها ٢١,١٪ من جملة المساحة الكلية لعينة البحث بالمجلة البالغ جملتها ١١٠٤٤ صفحة خلال عام ١٩٨٢م .
- ٢- أما بالنسبة للمساحة الاعلانية لعينة البحث الأساسية بمجلة أكوبر فقد بلغت جملتها ٢٧٨ صفحة بنسبة ٢٨,٤٪ من جملة المساحة الكلية لعينة البحث بالمجلة البالغ جملتها ٩٨٢ صفحة خلال عام ١٩٨٢م .

- ٣- النقص الواضح فى الاعلانات العربية والاجنبية التى كانت تعتمد عليها مجلة المصور
نتيجة للعلاقات العربية الحالية مع مصر .
- ٤- التطير المتابع لمجلس ادارة المجلة .
- ٥- عدم وجود ادارة مستقلة للاعلانات بالمجلة .
- ٦- عدم وضوح السياسة التحريرية للمجلة .
- ٧- ندرة الدراسات التى قامت بها المجلة عن القراء والسوق ، مع عدم الاستفادة من الدراسات السابقة التى قامت بها مؤسسات اخرى .
- ٨- استخدام اسلوب الطباعة الفاترة فى معظم الاعلانات الداخلية بالمجلة ، الامر الذى يؤثر فى وضوح وكفاءة الاعلان ، وبالتالي على اقبال المعلنين للاعلان بالمجلة .
- ٩- تمسك ادارة الاعلانات بدار الھلال ببدأ عدم احقية المعلن فى اختيار موقع اعلانه بزعم أن موقع الاعلان بالمجلة يتوقف على السياسة الاخراجية للمجلة .
- ١٠- عدم الاستفادة من الامكانيات الفنية لاسلوب الطباعة الملاء المستخدم فى طباعة أغلفة المجلة وبعض صفحات الوسط ، اذ من الملاحظ عدم استخدام صفحة الغلاف الثالثة للاعلانات رغم طباعتها بواسطة اسلوب الطباعة الملاء ، بل تم تخصيصها للرسوم الكاريكاتورية بدون الوان .
- ١١- اختلاف أنواع الاعلانات بكل من المجلتين ، حيث اعتمدت مجلة المصور على الاعلانات الإعلامية التى جاءت فى المرتبة الأولى من حيث المساحة بها ، وذلك بنسبة قدرها ٧٤,٨٪ من جملة مساحة العينة الاساسية بالمجلة .
- ١٢- اختلفت أشكال الاعلانات بكل من المجلتين ، حيث جاءت اعلانات المساحة فى المرتبة الاولى بالمجلتين ، الا أنها تفوقت فى مجلة اكوير عنها فى مجلة المصور .
- ١٣- اما بالنسبة للاعلانات التحريرية فقد جاءت فى المرتبة الثانية بالمجلتين مع وجود فارق نسبي بينهما ، حيث تفوقت مساحة الاعلانات التحريرية بمجلة المصور عن مثيلاتها فى مجلة اكوير .

١٤- اعتمدت مجلة المصور على أسلوب الطباعة الغائر - الروتوجرافور - فسى طباعة الاعلانات الداخلية بها سواء الملونة أم غير الملونة ، لذلك كان لهذا الاسلوب الطباعي النصيب الاكبر من المساحة الإعلانية فى عينة البحث .

التوصيات :

- ١- رفع المستوى الفنى لدى العاملين بإدارات الاعلانات بالمجلات العامة حتى تتكامل الرؤية الفنية لديهم وذلك عن طريق إقامة الندوات والدراسات التدريبية لهم .
- ٢- انشاء شعبة للاعلان بتقابة الصحفيين ينضم اليها العاملون فى ميدان الاعلان الصحفى فى الوسائل الاعلامية أو انشاء رابطة مستفاداة ترعى مصالحهم .
- ٣- العمل على وضع ميثاق شرف ينظم أسلوب العمل فى الميدان الاعلانى وأن يكون هناك ضوابط عند نشر الاعلانات فى الوسائل الاعلانية حماية للمواطنين من الدعاوى الاعلانية الوهمية أو المضللة والمبالغ فيها .
- ٤- أن تخضع الاعلانات عن السلع الغذائية أو السلع ذات الطبيعة الخاصة التى تستخدم للاستهلاك لنوع من الرقابة الصناعية مع تقديم المعلن شهادة للوسيلة الاعلانية تفيد مطابقة السلعة للمواصفات القياسية حتى يمكن نشرها بها .
- ٥- الاهتمام بتدريس الجانب الفنى لتصميم الاعلان وخصائص الوسائل الاعلامية لطلاب كليات التجارة ، وأيضا الاهتمام بتدريس الجانب الفنى للتصميم والجانب التسويقى بكلية الاعلام وأقسام الصحافة .
- ٦- انشاء معهد متخصص فى الدراسات الاعلانية ، تشمل مناهجه على الجوانب الفنية والاعلامية والتسويقية والادارية لتخريج المصمم والندوب والادارى المتخصص العارف بجوانب الاعلان المختلفة .

الصحافة الحزبية

والحياة السياسية في مصر

من (١٩٠٦ - ١٩١١)

اسم الباحث : محمد فتحى على محمد الساعى .

الدرجة العلمية : الماجستير .

دكتور/ محمد منير حجاب .

اشرف : أ.د/ ابراهيم امام .

سنة المنح : ١٩٨٣ م .

مشكلة الدراسة وأهدافها ومنهجها :

وتهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن دور الصحافة الحزبية في مصر تجاه القضايا السياسية ، والوقوف على السياسة التي اتبعتها هذه الصحف في خدمة الحركة الوطنية المصرية في فترة شهدت أهم وأنشط أوقاتها . بعد أن كرست هذه الحركة كل جهودها لإنقاذ مصر من نير الاحتلال الإنجليزي وإجلاء قواته عنها .

فكيف أدت هذه الصحف ما ألقى عليها القدر من مهام ؟ وهل نجحت أم لا ؟ وما هي الأساليب التي تناولتها هذه الصحف في تحقيق دورها الإعلامى والسياسى ؟ هذا هو السؤال الذى حاول الباحث الإجابة عليه من خلال هذه الدراسة ، وقد استخدم فى ذلك المنهج التاريخى ، لتحقيق كل هذه الأهداف .

خطة الدراسة :

وقد اشتملت هذه الدراسة على تمهيد لظهور الصحافة المصرية تحدث فيه الباحث عن العوامل التي ساعدت على ظهور الصحافة في مصر ثم تناول فى فصول الدراسة دور هذه الصحف ، فكان لا بد أن يتعرض الباحث لظهور الحياة الحزبية فى مصر ، والعوامل الاجتماعية والسياسية التى ساهمت فى ظهور الاحزاب المختلفة ثم تناول دور كل حزب فى السياسة المصرية وهدفه .

وقد ارتبطت الأحزاب بدور الصحف بعد أن نبعت من داخلها وصار لكل حزب لسان حال متمثل فى صحيفة ما أو عدد من الصحف - كما حدث فى الحزب الوطنى- وكان هذا هو موضوع دراسة الفصل الثانى .

وفى الفصل الثالث تناول الباحث دور صحافة الحزب الوطنى - اللواء - العلم - الشعب - فى السياسة المصرية وكيف تناولت الأحداث السياسية التى عاصرتها بالكتابة . وموقف الحزب الوطنى تجاه هذه الاحداث .

وكانت دراسة الفصل الرابع متعلقة بجريدة حزب الأمة " الجريدة " التى تلخص موقفها فى الاعتدال فى تناول القضايا السياسية التى تناولتها الصحف الأخرى حرصا منها على مصالح أصحابها " الأعيان " أما الفصل الخامس فقد كان دراسة لصحافة حزب الإصلاح المتمثلة فى " المؤيد " أقدم الصحف الحزبية حينئذ التى ارتبطت بالقصر لعلاقة صاحبها بالخدويوى الذى أوعز اليه بإنشاء الصحيفة والحزب وقدم له المساعدة المالية لهذا الغرض .

واشتمل الفصل السادس والأخير على تقييم للصحافة الحزبية فى هذه الفترة بعد أن ثبت دورها فى خدمة الحركة الوطنية المصرية ، كما أسهمت فى تعميق الانتماء لدى المصريين ببلادهم فطالبت بالحرية والاستقلال ، والدستور واستكرت أعمال الاحتلال فى مصر وخارجها.

عاشت مصر فترة من اخصب الفترات فى تاريخها القومى ٠ وشهدت خيرة زعماءها. وهى نفس فترة البحث - وهى خمس سنوات - كانت ثرية فى أحداثها السياسية المؤثرة كما أن الصحافة خلال هذه الفترة ساهمت مساهمة فعالة ولعبت دورا كبيرا ومؤثرا فى الحياة السياسية فتارة تكتب وتعلق عن حدث سياسى ، وتارة تدعوا إلى رفض موقف ما وتارة تارة توضح قضية أو تبني فكرة ٠

وقد كانت الموضوعات التى تنشرها الصحف موضوع المناقشات فى المدن والريف ووسط عامة الشعب المصرى ٠

وقد احتلت الصحافة مركزا تحملت المسؤولية من خلاله وصار الصحفيون متحدثين بلسان الحركة الوطنية وتزايدت أهمية الصحافة إذ ذاك ، وأكثر من هذا فقد كانت الصحافة مظهرا اجتماعيا للحركة الوطنية فى تلك الفترة ٠

ويلاحظ أن الصحافة فى تلك الفترة كانت قد استكملت أسباب النضج وأصبحت جدية بأن تسمى صحافة رأى مهما اختلفت اتجاهاتها - ومن ثم فقد غلب على محرريها شعور عام بأن الصحافة أشد لزوما لمصر ٠

لكن الجدير بالتسجيل هنا أن الصحافة قد إنبعثت لتكون البؤرة التى يتشكل حولها العمل السياسى لم تكونت حولها الأحزاب ، فالملاحظ فى هذا الصدد أن الزعامة والصحافة فى مصر فى أواخر القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين كانتا شيئا واحدا فى الحقيقة أى أن الزعيم هو الصحفي والصحفى هو الزعيم فى الوقت نفسه وأن الواجب المنوط بأحدهما هو الواجب نفسه المنوط بالآخر ، فعلى يوسف كان زعيما لحزب الإصلاح على المبادئ الدستورية وهو فى الوقت نفسه صاحب جريدة المؤيد ومحررها ٠

ومصطفى كامل زعيم الحزب الوطنى هو نفسه صاحب جريدة اللواء
ومحررها . وأحمد لطفى السيد زعيم حزب الأمة - ورئيس تحرير لصحيفة الجريدة التى
تنطق بلسان حزبه .

وعلى الرغم من أن هذه الظاهرة قد جاءت فريدة فى مصر وفى فترة هذا البحث
بصفة خاصة إلا أنها ظاهرة مقبولة عقليا لأن كل مجموعة جمعتها وحدة الفكر والهدف
استطاعت أن تكون لها لسان حال تمثل فى جريدة صدرت قبل أن يكون لتجمعهم صفة
الإعلان والرسمية وعلى ذلك فكانت الظاهرة السابقة التى لم يألّفها العمل السياسى فى
أى من دول العالم ، لكن الذى يستحق التسجيل هنا هو الدور القوى الذى لعبته
الصحافة فى الحياة السياسية والاجتماعية بصورة ملحوظة .

العلاقة بين شكل الصحيفة ومضمونها

دراسة ميدانية على جمهور القراء والمخرجين الصحفيين

بالجرائد اليومية تجاه الصفحة الأولى

اسم الباحث : فوزى عبد الفنى خلاف .

الدرجة العلمية : الماجستير .

اشراف : أ.أ / يحيى ابو بكر . أ.أ / منير حجاب . أ.أ / سعيد اسماعيل

مشكلة البحث :

تحدد مشكلة هذا البحث في تحديد معالم العلاقة بين الشكل والمضمون فى الصحيفة باعتبار هذه العلاقة أحد أهم المشكلات التى يمكن أن تسقط الصحيفة ، وهى مشكلة تبحث فى جوهر وضميم الفن الصحفى ، ذلك انه اذا كانت المادة التحريرية تمثل النكهة التى تتميز بها صحيفة عن أخرى ، فان مظهر الصحيفة او تبيوغرافيتها أو طريقة توضعها فى التعبير الفنى، هى أيسر وسيلة يستطيع جمهور القراء عن طريقها التعرف على المنتج الذى يرغبون فى شرائه ، وهو يعد هنا بمثابة الغلاف الذى يتميز به أى منتج عن غيره من المنتجات المنافسة .

هدف البحث :

يهدف هذا البحث الى :

- ١ - التعرف على طبيعة العلاقة بين الشكل والمضمون فى الصحيفة وتحديد معالمها .
- ٢ - توضيح دور الاخراج والمخرج فى توافق الشكل والمضمون .

- ٣ - توضيح دور العناصر التيبوغرافية فى التعبير عن المضمون .
- ٤ - توضيح تأثير التقدم التكنولوجى الطباعى فى الاخراج .
- ٥ - التعرف على أكثر أساليب الاخراج الصحفى تحقيقا لتوافق العلاقة بين الشكل والمضمون .
- ٦ - توضيح العوامل المتحكمة فى مدى توافق الشكل والمضمون .
- ٧ - التعرف على احتياجات الجمهور ونوعيته ومدى تأثير ذلك على الشكل والمضمون .
- ٨ - إيجاد الحلول المناسبة بهدف خلق توافق أفضل بين الشكل والمضمون فى الصفحة الواحدة .

فروض البحث :

- ١ - الصفحة الأولى أهم صفحات الجريدة على الاطلاق .
 - ٢ - الصفحة الأولى أكثر الصفحات حاجة لتوافق الشكل مع المضمون .
 - ٣ - الشكل والمضمون يتأثران بجمهور القراء .
 - ٤ - الشكل والمضمون يتأثران سلبا بالاعلان التجارى .
 - ٥ - المضمون يتأثر بالقدرة على التوظيف الصحيح للعناصر التيبوغرافية والتقدم التكنولوجى الطباعى فى التعبير عنه .
 - ٦ - سياسة التحرير فى الصحف اليومية تلتزم بالسياسة العامة للدولة .
 - ٧ - الشكل والمضمون يتأثران بسياسة الجريدة التحريرية .
 - ٨ - الشكل والمضمون يتأثران بالاخراج والمخرج الصحفى .
 - ٩ - القيم الخبرية تحدد الاساليب الاخراجية وليس العكس .
 - ١٠ - وجود علاقة بين المتغيرات الآتية :
- (أ) بين درجة التعليم والسن والجنس ونوع المضامين التى يفضل أن يطالعها القارئ وبين حجم الحروف والألوان والصور وانتظام قراءة الصحف .
- (ب) بين المهنة وبين توقيت القراءة .

مناهج البحث وأدواته :

استخدم البحث المناهج والادوات الاتية :

١ - منهج المسح الاجتماعى .

٢ - منهج دراسة الحالة .

واستخدم الباحث الادوات التالية فى جمع البيانات :

١ - الملاحظة بالمشاركة بالنسبة لقراءة الجريدة ومدى الانفعال بالشكل والمضمون فى

الصحيفة وذلك بعايشة الباحث لذلك ، بقرائته اليومية للجرائد ومراقبة جمهور القراء

من المحيطين والتعرف على أوجه استحسانهم واستيائهم لذلك .

٢ - صحيفة استقصاء لجمهور قراء الصحف ، وتم تطبيقها على عينة عشوائية بنسبة

١٠٪ من مجتمع البحث .

٣ - صحيفة استقصاء للمخرجين الصحفيين بالجرائد اليومية ، ثم تطبيقها على المخرجين

الصحفيين ممن عملوا لخمس سنوات فأكثر .

نتائج الدراسة :

ومن واقع النتائج الاحصائية والتحليلية لصحفتى استقصاء جمهور القراء والمخرجين

الصحفيين بالجرائد اليومية الثلاث (الاخبار - الاهرام - الجمهورية) توصل الباحث الى

تحقيق فروضه ، وكانت أهم نتائج البحث كما يلى:

١ - أن الصفحة الأولى أهم صفحات الجريدة على الاطلاق .

٢ - الصفحة الأولى أكثر الصفحات حاجة لتوافق الشكل مع المضمون ، فقد استجابت

نسبة ٧٠٪ من اجمالى عينة القراء الى أن اتفاق الشكل مع المضمون فى الصفحة

الأولى ، هو الذى يلفت انتباههم .

٣ - الشكل والمضمون يتأثران بجمهور القراء ، فطلبة الجامعة وعماها يفضلون الاخبار

السياسية ، فالرياضية فالاقتصادية فالادبية فالحوادث فالفنية فالدينية ، بينما يفضل

الاساتذة والموظفون الاخبار السياسية أولا ثم الاقتصادية ، وكذلك تؤيد نسبة

٨٨٪ قراءة مقالا افتتاحيا بالصفة الأولى .

- وبالنسبة لتأثير عامل الشكل بمجموع القراء أثبتت الدراسة أنه :
- العنوان العريض المتد بعرض الصفحة لم يعد ذا مغزى وذلك لكثرة استخدامه بدون مناسبة .
- ان استخدام البواقي والترحيل للصفحات الأخرى ، اصبح مشكلة للمخرج نفسه كما تسبب الضيق للقراء بنسبة ٩٥٪ .
- وانه كلما زادت الجريدة من استخدام الصور والرسوم زادت نسبة توزيعها .
- ٤ - الشكل والمضمون يتأثران سلبا بالاعلان التجارى ، كما يلى :
- فاستخدام عناصر تبيوغرافية كثيرة واللجوء الى التصميمات غير المألوفة للاعلان، يقتل المادة التحريرية المجاورة .
- كما أن استخدام الصور فى الاعلانات يؤدي الى الغاء أو تحريك الصور المجاورة لها فى المادة التحريرية .
- كما توصلت الدراسة الى وجود مجموعة من العلاقات الترابطية هي:
- ١ - كلما ارتفعت درجة التعليم كلما زادت درجة الاهتمام بالمحتوى على حساب الشكل والعكس صحيح .
- ٢ - الذكور يهتمون بالمضمون أكثر من الشكل والاناث بالعكس .
- ٣ - كلما اقرب السن من الشباب زاد الاهتمام بالموضوعات التى تهتم بالجسد كالرياضة كما أن ذلك يوضح ان الذكور نظرا لاختلافهم الجسمانى عن الاناث يفضلون النشاط الرياضى (لتميزه بالحركة) بينما فضلن الاناث النشاط الاجتماعى .
- ٤ - كلما زادت درجة التعليم كلما زادت الرغبة فى قراءة الخبر بدون رأى الجريدة والعكس صحيح .
- ٥ - كلما زادت درجة التعليم كلما قلت الرغبة فى القراءة بحروف كبيرة الحجم والعكس صحيح .

- ٦ - كلما زادت درجة التعليم فضل القراء اللون الاسود فى العناوين ، وكلما قلت درجة التعليم فضل القراء اللون الأحمر فى العناوين .
- ٧ - كلما انخفضت درجة التعليم زاد استخدام الصورة فى الصحف .
- ٨ - كلما صغر السن زاد استخدام الصورة والحروف الكبيرة فى الصحف .
- ٩ - كلما زادت درجة التعليم كلما زادت درجة قراءة الصحف بانتظام .
- ١٠ - الاساتذة والطلبة يقرأون الصحف فى الصباح .
- ١١ - الموظفون والعمال يقرأوها بعد الظهر عقب الخروج من العمل .
- ١٢ - الاناث يقرأن الصحف فى المساء (موظفات) .

أهم التوصيات :

- ١ - لم يعد المانشيت يحمل أهم الاخبار ، لذا نوصى بالاتجاه الى تعدد العناوين الرئيسية فى صلب الصفحة الأولى .
- ٢ - عند استخدام الالوان نوصى فى العناوين باستخدام اللون الاسود بصفة عامة ويليه اللون الأحمر ، ثم لون آخر يتكون من عمل تناسق بين لونين .
- ٣ - زيادة مساحة الاخبار السياسية ثم الاقتصادية ثم الرياضية فالاجتماعية فالحوادث ، مرتبة نفس الترتيب وأن تصدرها الاخبار المصرية ثم العالمية ثم العربية .
- ٤ - زيادة تدريب مصورى الصحف ، حتى يقدموا لنا صورا أكثر خبرية .
- ٥ - عدم اللجوء الى استخدام البوفاى ، والزحيل الى الصفحات الداخلية الا فى حدود ضيقة جدا .
- ٦ - العمل على التجديد المستمر فى شكل الصفحة الأولى .
- ٧ - يجب تحديد مساحة ثابتة وأقل مما هي عليه الآن لاعلانات الصحف الاولى .
- ٨ - ينبغي أن يتم الاخراج الصحفى وفقا لقيمة مضامينه الخبرية وليس العكس .
- ٩ - التوقف عن نشر صور كبار المسئولين التى تصاحب الاخبار الروتينية اليومية والتى تشغل حيزا دون مبرر والاهتمام بتحسين الطباعة والالوان .

- ١٠- علم التركيز على الاخبار الروتينية للقيادات ويفضل نشر قضية أو خير أكثر أهمية حتى لو كان لمواطن عادي .
- ١١- انشاء مركز دراسات لمعرفة اتجاهات ونوعية قراء الصحف بكل صحيفة .

دور صحافة الاطفال

فى التنشئة الاجتماعية للطفل المصرى

دراسة تحليلية لمضمون مجلتى ميكى وسمير

ودراسة ميدانية على جمهور الاطفال وأولياء

الأمر المعلمين بمدينة سوهاج

اسم الباحثة : سحر محمد وهى .

الدرجة العلمية : ماجستير .

الإشراف : د.أ/ دى يحيى أبو بكر . د/ عبد الرهاف كحيل . د/ بلرية شوفى

تاريخ النح : ١٩٨٥ .

مشكلة الدراسة وأهدافها :

كانت مشكلة هذه الدراسة والتي ظلت محل اهتمام الباحثة منذ بداية التفكير فى القيام بهذه الدراسة وحتى لحظة التوصيات مرتبطة بالإجابة عن السؤال التالى:
" ما هو المضمون الذى نحرص على تقديمه لأطفالنا من خلال صحافة الأطفال بصفة خاصة ؟ وإلى أى مدى يمكن اعتبار هذا المضمون انعكاسا لثقافة المجتمع المصرى ، ومعنى آخر إلى أى مدى تساهم صحافة الأطفال بما تقدم من مضمون فى تحقيق التنشئة الاجتماعية لأطفالنا ؟ " .

وتم بلورة هذه المشكلة فى مجموعة من الأهداف تسعى الدراسة الميدانية للتعرف عليها وهى :

- ١- التعرف على جمهور الأطفال القارئ لهذه المجلات ميكي وسمير .
- ٢- التعرف على اتجاهات الأطفال تجاه صحفهم الخاصة .
- ٣- التعرف على آراء الأطفال فى المضمون المقدم لهم .
- ٤- التعرف على آراء الأطفال فى شخصيات مجلات الأطفال .
- ٥- التعرف على آراء الآباء والمعلمين فى مضمون وشخصيات مجلات الأطفال .
- ٦- التعرف على آراء الآباء والمعلمين فى القيم الاجتماعية بمجلات الأطفال .
- ٧- التعرف على آراء الآباء والمعلمين فى دور صحافة الأطفال فى التنشئة الاجتماعية للطفل .

أما أهداف الدراسة التحليلية فكانت كالآتى:

- ١- الى أى مدى نجحت مجلتى ميكي وسمير فى تقديم المعلومات التى تساعد على تحقيق التنشئة الاجتماعية السليمة للطفل المصرى ؟
- ٢- ما هى الأنماط المختلفة التى استخدمتها مجلتى ميكي وسمير فى تحرير المضمون الذى قدمته . وإلى أى مدى استفادتا من الصور والرسوم ؟ وما هو المحتوى الإضافى للمادة المصورة بها ؟
- ٣- ما هى الخصائص المميزة للفئة التى استخدمتها ميكي وسمير وهل تتفق مع خصائص لغة الطفل فى هذا العمر وإلى أى مدى ساعدت على تحقيق التنشئة الاجتماعية السليمة للطفل؟
- ٤- ما هى الخصائص النفسية لشخصيات ميكي وسمير وما هى القيم التى عكستها هذه الشخصيات؟

٥- ما هي الأنماط المختلفة للعلاقات الاجتماعية السائدة بين شخصيات ميكي وسمير والتي على ضوءها يمكن تحديد طبيعة المجتمع الذي تعكسه هذه المجالات وخصائصه وتنظيماته والقيم السائدة فيه .

٦- ما هي الأساليب الفنية التي استخدمتها ميكي وسمير لتحقيق التثنية الاجتماعية للطفل المصري .

٧- ما هي الأساليب المختلفة التي تساعد على نجاح صحافة الطفل في تحقيق التثنية الاجتماعية المطلوبة للطفل المصري وبالتالي تلافى أوجه القصور في هذا المجال الهام

المناهج المستخدمة وأدوات جمع البيانات :

منهج المسح الميداني وذلك بالنسبة لعينة الأطفال والآباء والمعلمين .
منهج المسح التحليلي لمضمون عينة عشوائية من مجلتي ميكي وسمير واستخدمت كأدوات لجمع البيانات استمارة الامتياز - استمارة تحليل المضمون .

نتائج الدراسة :

١- ان نسبة من يقرأون مجلات الاطفال من جملة عينة الدراسة تبلغ ٦٨,٨٪ ومن يقرأونها بصورة منتظمة لا تزيد عن ٢٨,٦٪ .

٢- من حيث مدى القراءة فان نسبة ٥٠٪ من العينة يقرأون موضوعات منتقاه بينما ٤٧٪ منهم يقرأونها كلها ، كما أن ٢٢٪ منهم يرون أن هناك موضوعات تنشرها المجلة ويمكن الاستغناء عنها لعدم أهميتها ، وتسرى نسبة ٢٥٪ أنه توجد موضوعات هامة لم تعرض لها مجلتهم المفضلة ويرغبون في قراءتها .

٣- تأتي مجلة ميكي وسمير في مقدمة المجالات التي يقرأها الأطفال .

فيفضل مجلة ميكي ٢١,٤٪ وسمير ١٨,٤٪ وتأتي ميكي كمجلة مفضلة في رأى عينة الآباء لدى ٣٠٪ منهم ومجلة سمير في رأى ٢٢,٧٪ من عينة الآباء .

٤- لا يكتفى الأطفال بقراءة مجلتهم وصحفهم فقط بل يقرأون الى جانب ذلك صحف ومجلات الكبار وذلك بنسبة ٥٩,٤٪ من جملة عينة الأطفال .

٥- أما عن الأسباب المختلفة التي تدعو الأطفال لقراءة مجلاتهم فكانت أهمها من وجهة نظر أطفال العينة ما يلي :

- ١- تساعدني على قضاء وقت فراغى .
- ٢- تعلمنى أشياء مفيدة .
- ٣- بها قصص مسلية وطريفة .
- ٤- تزودنى بمعلومات عامة .

أما من وجهة نظر الآباء والمعلمين فكانت أهم أسباب تشجيعهم لأطفالهم على قراءة صحافة الأطفال ما يلي:

- تنمية حصيلتهم اللغوية .
- تشجيعهم على القراءة .
- تزويدهم بمعلومات عامة .
- قضاء وقت فراغهم فى شئ مفيد .

٦- وبخصوص تدخل الآباء فى اختيار الصحف والمجلات التي يقرأها أطفالهم وجد أن نسبة ٣١,٧% منهم يتدخلون فى الاختيار بينما ٢٠% يشترطون لأبناءهم هذه المجلات ونسبة ٢٣,٣% يشاركون أبناؤهم فى قراءة مجلاتهم ، بينما يقوم بالشرح والتعليق على مضمون هذه المجلات ٧٠% من جملة أفراد عينة الآباء .

* أما عن شخصيات مجلات الأطفال ودورها كقدوة لهم نجد أن ٤٥,٣% من عينة الأطفال يعجبون بشخصيات أعجبهم الى درجة التقليد .

وان نسبة من يقلدها ليكون مثلها تبلغ ٥٨,٥% بينما ٤١,٥٥% يقلدونها ليكون افضل منها .

* وعن مدى مساعدة مجلات الأطفال لأفراد العينة فى استيعاب المواد الدراسية نجد أن ٦٨% تساعدهم مجلاتهم فى فهم واستيعاب موادهم الدراسية وجاءت فى استطلاع الآباء نسبة قريبة من ذلك حيث يرى ٦٣% منهم أنها تساعد أبناءهم على فهم واستيعاب المواد الدراسية .

وعقارنة هذه النتائج بما توصلت اليه الدراسة التحليلية لملجتي ميكي وسمر نجد أن نسبة مساحة المعلومات العامة ٤٪ في مجلة ميكي و ١٤٪ من مساحة مجلة سمر وقلعت فيها معلومات ثقافية وتاريخية وعلمية ودينية وفنية ورياضية وصحية .

أما بالنسبة للغة العامة المستخدمة فى مجلات الاطفال فقد اعترض ٧١,٦٪ من الآباء عليها ، وعلى الرغم من ذلك فان ميكي تستخدم اللغة العامية فى ٥٢٪ من جملة المساحة المقروء بها ، بينما مجلة سمر تستخدم العامية فى ١٠٪ فقط من جملة المساحة المقروء بها .

يوافق ٥٥,٥٪ من جملة عينة الأطفال على أن مجلات الطفل تقدم لهم معلومات تتناقض مع ما يتعلمونه فى المدرسة والبيت ، ولذلك فان نسبة ٦٣,٣٪ من جملة عينة الآباء تقوم بتصحيح معلومات خاطئة لأبنائهم يحصلون عليها من صحافة الأطفال.

أهم التوصيات :

١. ضرورة تحديد الأهداف التى تسمى صحف ومجلات الطفل لتحقيقها
٢. أن تتفق هذه الاهداف مع متطلبات البيئة ائليقمن جيث ماتتميز به من خصائص ثقافية وإجتماعية .
٣. ان المضمون الذى تعكسه الصور والرسوم فى صحافة الاطفال لا يقل أهمية عن المضمون الذى تعكسه القيم والافكار فى صحافة الأطفال ، ولذلك يجب أن يتجه المضمون الى تأصيل القيم الإسلامية فى الأجيال الناشئة حماية لمستقبلهم .
٤. يجب ان تحرص صحافة الطفل على وقاية الأجيال الناشئة من ظواهر الغزو الثقافى والفكرى فى أشكاله وانواعه المختلفة .

٥. ان صور العلاقات الإجتماعية التى تمكسها الشخصيات التى تقدمها مجملات الاطفال يجب ان تتفق مع أنماط العلاقات الإجتماعية الإسلامية وبالصورة التى تحقق روابط الحب والوفاء والتآلف بين أفراد الأمة الإسلامية.

٦. يجب ان تقلل صحافة الطفل من أنماط العلاقات العدوانية بين شخصياتها .

٧. على صحافة الطفل ان تركز على الدوافع التى تتفق مع طبيعة المجتمعات الإسلامية .

٨. على صحافة الطفل ان تتجنب استخدام اللغة العامية وان تستخدم العربية المبسطة المستخدمة فى كتب القراءة المدرسية .

٩. إنشاء شعبة لإعلام الطفل بأقسام الإعلام القائمة وتدریس مادة صحافة الطفل بها .

١٠. ترسيخ القيم الجديدة التى لاتعارض مع قيمنا ومعتقداتنا وتتفق فى الوقت نفسه مع واقع العالم المعاصر .

١١. تشجيع المؤلفين والرسامين والفنن على انتاج الموضوعات الصالحة لصحافة الطفل على الا يكون هذا الانتاج تقليداً للانتاج الغربى بل انعكاساً لواقع المجتمع ومنسجماً مع تاريخه الحضارى .

دور الاتصال الشخصي

فى التنمية الاجتماعية فى المجتمع المحلى

دراسة ميدانية على إحدى قرى محافظة سوهاج

اسم الباحث : محمود أحمد عبد الفتى .

الدرجة العلمية : الماجستير .

إشراف : د.أ/ محمد منير حجاب .

تاريخ المنح : ١٩٨٥ .

مشكلة الدراسة :

لما كانت معظم الخطط والبرامج التنموية فى كثير من الدول النامية لم يحالفها التوفيق لأنها لم تأخذ فى اعتبارها عاملا هاما وعنصرا حاسما يمكن أن يؤدي إلى نجاح أو فشل هذه الخطط والبرامج ، وهو الاتصال الشخصي .

ولما كانت معظم النتائج التى توصلت إليها جميع الدراسات والبحوث التى أجريت فى مجال الاتصال والتنمية تؤكد على أهمية عامل الاتصال الشخصي فى تحقيق التنمية ، لهذا فإن مشكلة هذه الدراسة تنحصر فى محاولة لتحديد الدور الحقيقى الذى يقوم به الاتصال الشخصى فى مجال التنمية الاجتماعية فى المجتمع المحلى .

أهداف الدراسة :

- وقد تم بلورة هذه المشكلة في مجموعة من التساؤلات هي :
- ١- من هم القائمون بالاتصال الشخصي في القرية ؟
 - ٢- ما هي صفات القائمين بالاتصال الشخصي في القرية ؟
 - ٣- ما هو أثر هذه الصفات على درجة تقبل الناس لأفكارهم التي تساعد على تحقيق التنمية الاجتماعية في القرية ؟
 - ٤- ما هي الأماكن التي يتم فيها الاتصال الشخصي بنجاح في القرية ؟
 - ٥- هل ينجح الاتصال الشخصي في التعريف بالخدمات الاجتماعية التي تساعد على النهوض بالقرية عن وسائل الاتصال الجماهيري ؟
 - ٦- هل تحقق وسائل الإعلام في نشر المعلومات الاجتماعية إذا لم تتبع بوسائل الاتصال الشخصي ؟
 - ٧- ما هي درجة الثقة التي يوليها الأهالي للقائمين بالاتصال الشخصي الذين يتصفون بالتدين في القرين ؟ وما هو أثر ذلك على سرعة تقبل الناس لأفكارهم ؟

خطة الدراسة :

الباب الأول : الاطار النظري للدراسة : ويتضمن ستة فصول ، يتناول الفصل الأول الاتصال الشخصي ، ويتحدث عن الأسباب التي تدفع إلى الاهتمام بالاتصال الشخصي في المجتمعات النامية ، وغاذاج الاتصال الشخصي ، والعوامل التي تؤثر على فاعلية ونجاح عملية الاتصال الشخصي ، والفرق بين الاتصال الشخصي والاتصال الجماهيري .

ويتناول الفصل الثاني : المجتمع الريفي والتنمية الاجتماعية ، ويتحدث عن خصائص المجتمع الريفي ، ودافع الاهتمام بالتنمية الاجتماعية في المجتمع الريفي ، والمشاركة الشعبية والتنمية ، وعلاقة التنمية الاجتماعية بالتنمية الاقتصادية ، ومعوقات التنمية الاجتماعية .

ويتناول الفصل الثالث : أشكال الاتصال الشخصي ، التي يمكن الاستعانة بها في إحداث التنمية الاجتماعية في المجتمع الريفي . كما يتناول الفصول الرابع : قادة الرأي كقائمين

بالاتصال الشخصي ، ويتحدث عن السمات المميزة لقادة الرأي ودور قادة الرأي فى التنمية وتدريب القادة وأهمية استعانة قادة الرأي بعامل الدين ، ويتناول الفصل الخامس : التكامل بين الاتصال الشخصي والاتصال الجماهيرى . ويتناول الفصل السادس : الدراسات السابقة ، وفى هذه الفصل تم عرض أهم الدراسات السابقة إلى ها صلة بموضوع الدراسة .

الباب الثانى : ويشمل الدراسة الميدانية ، ويحوى على ثلاثة فصول . الفصل السابع : اجراءات الدراسة الميدانية . الفصل الثامن : العرض الجدولى لصحيفة الاستبيان ، وتقرير عن القائمين بالاتصال الشخصي فى قرية البحث . الفصل التاسع : النتائج والتوصيات .

منهج البحث وأدواته :

تعهد هذه الدراسة فى الدراسة الوصفية وتستخدم منهج المسح الميدانى أفضل المناهج التى تساعد على تحديد اهداف هذه الدراسة .

أما بالنسبة لأداة جمع البيانات فقد أملت طيبة هذه الدراسة على الباحث استخدام أسلوب المقابلة ،

عينة الدراسة :

تم اختيار عينة الدراسة من " أرباب الاسر " من قرية الطوايل الغربية مركز سافله التى يبلغ عددها ١٢٠٠ أسرة تقريبا على أساس عشوائى من واقع كشف الانتخبات ، بعد استبعاد الأفراد الذين لا يعدون من أرباب الاسر ، وحيث تم ذلك بواسطة عدد من الإخيارين الذين يعرفون القرية جيدا ، وقد اخترنا شخصا من كل ستة أشخاص ، وبالتالي فإن العينة العشوائية قد تكونت بنسبة ١٧٪ تقريبا .

نتائج الدراسة :

وكانت من أهم النتائج التى توصلت إليها الدراسة هى :

١- الأشخاص الأكثر اتصالا بغيرهم فى مجتمع القرية تختلف مقدرتهم الاتصالية بغيرهم باختلاف الموضوع أو الغرض الذى يتم من أجله الاتصال .

- ٨- ان أهم الاماكن التى يتم فيها مناقشة ما تطرحة وسائل الإعلام من معلومات أو موضوعات تخدم أغراض التنمية يمكن تربيتها حسب أهميتها كالاتى:
- | | | |
|------------|----------|-----------|
| ١- المنبرة | ٢- البيت | ٣- المقهى |
| ٤- المسجد | ٥- الحقل | |

التوصيات :

- ١- عمل دراسات مستمرة لمعرفة الأشخاص الأكثر اتصالا وتأثيرا فى المجتمع الريفي للتصرف على هؤلاء الأشخاص ، باعتبارهم عناصر فعالة لإحداث التنمية الاجتماعية فى المجتمعات المحلية ، وبالتالي إقامة دورات تدريبية لتثقيفهم وتوعيتهم بأهمية دورهم فى النهوض بالمجتمع .
- ٢- توجيه الاهتمام والعناية بالقيادات الدينية وكيفية اعداد وتدريب هذه القيادات على تنمية مجتمعاتهم نظرا لما يتمتع به هؤلاء القادة كقائمين بالاتصال الشخصى فى القرية من قوة التأثير فى نفوس الأهالى من خلال الدروس الدينية بالمسجد ، ومن خلال خطبة الجمعة التى يحرص عليها أفراد المجتمع الريفي .
- ٣- توجيه الاهتمام إلى الجمعية الزراعية والوحدة الصحية والمسجد كمؤسسات للاتصال الشخصى موجودة بالقرية يمكن أن تقوم بدور هام فى نشر التوعية اللازمة التى تساعد على دفع عجلة التنمية إلى الامام .
- ٤- توجيه الاهتمام إلى قوافل الثقافة كإحدى أجهزة الاتصال الشخصى التى يمكن أن تقوم بدور هام فى نشر الوعي والإرشاد الاجتماعى الذى يخدم أغراض التنمية الاجتماعية .
- ٥- يجب أن يكون هناك تخطيط وتكامل بين القائمين على الاتصال الشخصى فى المجتمع الريفي ، وبينهم وبين أجهزة الاتصال الجماهيرى فى تناول الموضوعات التى تخدم التنمية فى المجتمع الريفي ، حتى لا يكون المستقبل فى تلك المجتمعات اقليمية فريسة للتناقض بين ما يتلقاه من رسائل عن أجهزة الاتصال الجماهيرى ، وما يستمع اليه المسئولون عن الاتصال الشخصى .

- ٦- الاهتمام بدور المشرف الزراعى والطبيب كقائمين بالاتصال الشخصى فى المجتمع الريفى والعمل على تدريبهم وتوعيتهم بأهمية دورهم فى تنمية المجتمع الريفى .
- ٧- يجب أن يهتم العاملون فى تنمية المجتمعات المحلية بأماكن تجمعات أفراد المجتمع الريفى لمناقشة الموضوعات التى تخدم أغراض التنمية والتى تنشرها وسائل الإعلام .
- ٨- يوصى الباحث بتدريس مادة الاتصال الشخصى وتنمية المجتمعات المحلية بأقسام الإعلام والاجتماع المنتشرة فى الجامعات المصرية ، لتعريف الطلاب بأهمية الدور الذى يمكن أن يقوموا به فى تنمية مجتمعاتهم الريفية أو الحضرية .

على أمين صحفيا

دراسة فنية وتاريخية

١٩٣٠ - ١٩٧٦

اسم الباحث : عبد الله محمد زلطة .

الدرجة العلمية : الماجستير .

د.أ/ محمد منير حجاب .

إشراف : د.أ/ ابراهيم إمام .

سنة النسخ : ١٩٨٥ م .

مشكلة البحث وأهدافه :

يجمع الباحثون والمتخصصون في مجال الدراسات الإعلامية ، على أن دراسة تاريخ الصحافة ، تعد على جانب كبير من الأهمية ، إذ تتيح فرصة التعرف على بعض الجوانب الخفية في هذا المجال كما أنها تفيد في استخلاص الدروس والعظات ، التي يساهم الوقوف عليها في دفع عجلة مهنة الصحافة إلى الأمام وذلك بتلافي الأخطاء وأوجه القصور التي وقعت في الماضي ، والاستفادة مما أنجزه رواد الصحافة الأوائل وتقييم أدوارهم التي لعبوها عبر سنوات طويلة . ولاشك أن التقييم النهائي لأي شخصية هامة ، سواء في مجال الصحافة ، أو في غيرها من المجالات ، يقاس بما أنجزه صاحب هذه الشخصية ، وما تركه وخلفه لوطنه وللأجيال التالية من بعده .

وانطلاقاً من هذا المفهوم ، اتجه الباحث إلى دراسة تاريخ الصحافة المصرية من خلال شخصية لعبت دوراً ملموساً ، وتركت آثاراً واضحة على مهنة الصحافة ، وهى شخصية على أمين وستتم دراستها خلال الفترة من ١٩٣٠ حتى ١٩٧٦ م ، وذلك لمجموعة من الأسباب أهمها أن هناك إجماعاً بين المفكرين وكبار الكتاب والصحفيين فى مصر والعالم العربى، على أن على أمين واحداً من جيل الصحفيين الرواد الذين صنعوا التقدم الحديث لمهنة الصحافة العربية ، وأنه صاحب مدرسة صحفية متكاملة ، لها ما لها ، وعليها ما عليها ، وقد صنع على أمين هذه المدرسة الصحفية ، بالاشتراك مع شقيقة التوأم مصطفى أمين ، فتركت آثاراً واضحة فى الصحافة المصرية والعربية ، أبرزها هذا الكم من الصحفيين المخرّفين الذين تربعوا على عرش الصحافة فترات طويلة ولا يزال العديد من تلاميذ على أمين ، يطبق نفس أسس ومبادئ المدرسة التى أرساها منذ حوالى أربعين عاماً .

المناهج المستخدمة فى البحث :

وبالنسبة للمناهج المستخدمة ، فقد ركزت الدراسة على الاستعانة بمجموعة من المناهج العلمية ، وهى :

أولاً : المنهج التاريخى :

حيث حتم استخدامه ضرورة العرض لأحداث ووقائع سياسية واجتماعية واقتصادية ، بالإضافة إلى بعض الجوانب المتعلقة بتاريخ الفن الصحفى وتكنيكه عبر فترات زمنية متلاحقة .

ثانياً : منهج دراسة الحالة :

واستخدام هذا المنهج يساعد الباحث على التعمق فى جذور الشخصية فى مختلف مراحلها والتحليل النفسى والاجتماعى للأدوار التى لعبتها الورثة والبيئة ، وبخاصة فى المراحل الأولى من حياة الانسان .

ثالثاً : المنهج المقارن :

وذلك لتحليل آرائه ومواقفه في صحف أخبار اليوم ، من بعض القضايا ، مقارنة بآراء ومواقف بعض الصحف الأخرى من نفس القضايا ، وأيضا مقارنة آراء ومواقف على أمين وصحف أخبار اليوم خلال بعض الفترات الزمنية ، وبيان ما بها من انسجام أو تناقض .

رابعا : تحليل المضمون :

وقد استخدم هذا المنهج في تحليل مضمون العديد من المقالات والأعمدة التي كتبها على أمين ، لتوضيح مواقفه من بعض القضايا والموضوعات ، وللوقوف على بعض مفاتيح شخصيته خاصة ما يتعلق منها بالجانب الفكري .

أبواب وفصول البحث :

وفيما يتعلق بالأبواب والفصول ، فقد تم تقسيم البحث إلى ثلاثة أبواب وتعرض الأول منها لمناقشة النشأة الأولى لعلى أمين وتكوين شخصيته الصحفية . وتناول الباب الثاني : أشهر المعارك الصحفية التي خاضها على أمين مع حزب الوفد ومع القصر الملكي ومع ثورة ٢٣ يوليو ١٩٥٢ . وفي الباب الثالث عرض لمفاتيح شخصية على أمين وللأسس والملامح الفنية لمدرسة على أمين الصحفية . وللآثار التي تركها على أمين في الصحافة المصرية والعربية .

أهم النتائج :

وقد انتهت الدراسة إلى نتائج عديدة ويمكن حصر أهمها فيما يلي :

١ إن دراسة تاريخ الصحافة المصرية من خلال دراسة تاريخ بعض الشخصيات الصحفية التي لعبت دورا ملموسا ، تعد على جانب كبير من الأهمية للدارسين والباحثين في مجال الصحافة .

٢ إن على أمين يعد أحد رواد المدرسة الصحفية الحديثة فى مصر والعالم العربى ، وخاصة فى ميادين استقاء الأخبار والاهتمام بها وإخراج الجرائد والمجلات ، كما أنه أولى اهتماما كبيرا للإدارة الصحفية وأسندها إلى خيرائها .

٣ إن على أمين كان من أهم رواد الصحافة فى مجال تطويع اللغة العربية للفن الصحفى بطريقة تقرب كثيرا من لغة المحادثة ، مما أضفى الحيوية على فن الصحافة ، واستمر أثره حتى يومنا هذا .

٤ إن على أمين استفاد فائدة كبيرة من اطلاعه على الصحف الأجنبية ، وخاصة البريطانية والفرنسية والأمريكية . . وبدأ ذلك واضحا فى شكل وإخراج الصحف التى أصلها .

٥ تبين للباحث أثر الثقافة الهندسية التى تلقاها على أمين فى بريطانيا ، على اهتمامه الشديد بفن الطباعة ومتابعة التطور التكنولوجى فى مجال آلات الطباعة ، وما يطرأ عليها من تحسين وتطوير .

٦ تجاوزت مدرسة على أمين حدود عصره إلى تلاميذه الذين تلقوا أصول الفن الصحفى على يده ، وقادوا مسيرة الصحافة من بعده .

٧ اتضح للباحث من خلال دراسته لشخصية على أمين الصحفية أن نظام الملكية الفردية للصحافة ونظام ملكية الدولة لا يؤدى الفرض المطلوب من إصدار الصحف وتحقيق الغايات السامية للإعلام الصحفى .

٨ إن الصحافة المصرية تمتعت بالحرية بنسبة لا بأس بها ، خلال السنوات السابقة على ثورة يوليو عام ١٩٥٢ ، ولولا هذه الحرية ، ولولا القضايا التى فجرتها بعض الصحف ، ومن بينها صحف أخبار اليوم ، فى تلك الفترة ، لربما تأخر قيام الثورة .

٩ إنه فى ظل ثورة يوليو ، حدثت تحولات هائلة وإنجازات كبيرة فى عديد من المجالات ، أما فى مجال الصحافة فقد انتكست هذه المهنة انتكاسا واضحا ، حيث غابت

الديمقراطية الحقيقية وحرية الرأى باعتراف جميع المفكرين والكتاب الذين عاشوا فى
خضم تلك الفترة .

١٠ ان شعور الصحفيين بأنهم مجرد موظفين فى صحف تخضع لسيطرة الحكومة يصيبهم
بالتعاس ويقتل فى نفوسهم روح المغامرة والمبادرة والابتكار .

١١ و توفر مناخ الحرية الملائم للمؤسسات العامة والدستورية والصحفية قبل سنة ١٩٦٧
لربما تفادت مصر الوقوع فى تلك الهزيمة المروعة .

١٢ أنه لا سبيل لتقدم أى مجتمع ، إلا بوجود صحافة حرة تعبر عن الرأى والرأى الآخر ،
ووجود الديمقراطية بمفهومها العلمى الصحيح فى نفس الوقت .

١٣ ان هناك عشرات بل مئات الأفكار التى خطتها أقلام مصرية ، كان يمكن أن تفيد
المجتمع المصرى وتعود عليه بالنفع ، لو أن القيادة السياسية وجميع المسئولين فى مختلف
القطاعات اهتموا بها ، فظلت حبرا على ورق .

التوصيات :

وهناك مجموعة من التوصيات التى تفيد فى الارتقاء بمهنة الصحافة ويقدمها الباحث
على الوجه التالى :

١. إنشاء مركز للدراسات والأبحاث الصحفية ، يتبع نقابة الصحفيين فى مصر ، ويضم
المتخصصين فى دراسة تاريخ الصحافة لإعداد دراسات علمية مقننة فى مجال تاريخ
الصحافة المصرية .

٢. يوصى الباحث نقابة الصحفيين فى مصر ، بأن تضم إلى عضويتها حملة الماجستير
والدكتوراه المتخصصين فى تاريخ وفنون الصحافة .

٣. يوصى الباحث جميع المهتمين بشئون الصحافة المصرية بالبدء فى وضع معايير مقننة
لأوضاع الصحافة المصرية وملكيها .

٤. الأخذ بنظام تملك الصحف للمساهمين من أفراد الشعب والعاملين فى المؤسسات الصحفية بحيث لايزد سعر السهم الواحد عن عشرة جنيهات ولا يزيد عدد الاسهم المملوكة لفرد واحد عن ألف سهم . ويمكن تغير هذه النسبة مستقبلا حسب الظروف الاقتصادية للمجتمع .

٥. يوصى الباحث (جمعية على أمين ومصطفى أمين للصحافة) بإصدار جريدة (اخر لحظة) التى كان يأمل على أمين قبل وفاته ، فى إصدارها على أن تكون نموذجاً للصحيفة المستقلة التى تقدم الفن الصحفى بعناصره وأبعاده المختلفة .

الخبر فى القرآن الكرىم

اسم الباحث : أحمد حسىن محمدىن .

الدرجة العلمىة : الماجىسرىر .

الاشراف : أ.أ.د/ الحسىنى أبو فرحة .

دكتور/ عبد الوهاب كحىل .

سنة المنح : ١٩٨٧ .

مشكلة الدراسة :

تصل مشكلة هذه الدراسة بجانب من الجوانب الإعلامىة ذات الصلة الوثىقة بالقرآن الكرىم والذى حفلت به آياته وسوره الكرىمة ، وهو فن الخبر الإعلامى اللبنة الأولى فى بناء الصحافة والفن الأول الذى تركز علىه معظم الفنون الصحفىة الأخرى وذلك بقصد إبراز جانب من جوانب عظمة القرآن الكرىم وتقرىر أسبقىته فى تقنىن أسس الممارسة الإعلامىة الصحىحة .

أهداف الدراسة :

ىهدف البحث إلى الإجابة عن التساؤلات الآتىة :

- ١- هل ىختلف مفهوم الخبر الإعلامى فى القرآن الكرىم عن مفهومه لدى رجال الإعلام فى العصر الحدىث ؟
- ٢- هل حدد القرآن الكرىم قواعد وأحكام ومعاىر ىجب اتباعها عند صىاغة الخبر الإعلامى؟

- ٣- ما مدى التوافق والاختلاف بين المعايير التي جاء بها القرآن والمعايير التي وضعها رجال الإعلام في العصر الحديث ؟
- ٤- هل يمكن ممارسة الخبر الإعلامي (الحصول عليه • تقرير أهميته • وصياغته) بصورة أفضل من التي تتم في وسائل الإعلام حاليا وبناءا على دراسة الخبر في القرآن الكريم •

خطة الدراسة :

تتكون هذه الدراسة من خمسة فصول ، حرصت على أن تجمع في تقسيماتها الداخلية بين النظرية والتطبيق ، كما توخيت أن تكون متتابعة تتابعا منطقيا •

فقد اشتمل الفصل الأول على تمهيد يوضح أهمية القرآن الكريم وفضله وتناول أيضا معنى الخبر في اللغة ومعناه عند علماء مصطلح الحديث ، ولدى علماء البلاغة •

وتناول الفصل الثاني توضيحا لأهمية الخبر الإعلامي في العصر الحديث ، ثم عرض لأهمية الخبر في القرآن الكريم في العهدين المكي والمدني • وتعرض في الفصل الثالث لأهم القواعد التي وضعها رجال الإعلام المعاصر عند صياغة الخبر ، كما تناول عرضا لأهم الأسس التي وضعها القرآن عند صياغة الخبر وتشمل هذه الاسس : دقة اختيار الألفاظ ولياقتها ، ووضوحها ، وموضوعيتها ، ثم صياغة الخبر في جمل قصيرة ، وبالفاظ مألوفة • وتعرض أيضا لعرض القوالب الفنية لصياغة الخبر في القرآن الكريم والتي تمثلت في قالب الهرم المقلوب وقالب الهرم المعتدل • وتناول الفصل الرابع معايير الحكم على الخبر في القرآن الكريم والتي تمثلت في المعايير الأخلاقية التي اشتملت على عناصر : الصدق ، والدقة ، والجسدة الموضوعية ، ثم المعايير الزمنية ، والتي تناولت عناصر : الآنية وعنصر الاثر الزمني المستمر ، ثم المعايير الصحفية والفنية والتي تناولت عناصر الأهمية والغرابة ، ثم القرب أو المحلية • ثم عرض لأهم المعايير الإنسانية وتدور حول عناصر الشهرة والعنصر الإنساني •

وفى الفصل الخامس والأخير تم عرض ضوابط الخبر فى القرآن الكريم وتم تحديدها فى القائم بث الخبر ، وتناول صفاته والضوابط التى تحكم عمله ، ثم من حيث مضمون الخبر وطريقة صياغته ثم من حيث الجمهور ثم من حيث الآثار المترتبة على الخبر ، وشمل هذا الفصل مقارنة بين معايير الخبر فى الإعلام المعاصر وبين معايير الخبر فى القرآن الكريم ، ثم عرض أيضا هذا الفصل النتائج التى توصل إليها الباحث من خلال البحث ثم عرض لبعض التوصيات .

النتائج :

١- أن القرآن الكريم جاءت آياته وسوره تحمل أخبارا من الله سبحانه وتعالى إلى أهل الأرض جميعا ، وقد جاءت هذه الأخبار مشتملة على المقاييس والمواصفات الرامية، مما يؤدي إلى نتيجة حمية هى أن القرآن الكريم سبق رجال الإعلام فى الاهتمام بالخبر ، وفى وضع الشروط والمواصفات للخبر ، وأن ما وضعه رجال الإعلام من مقاييس وشروط مستمد أساسا من القرآن الكريم .

٢- أن القرآن الكريم قد ارتبط منذ أول وهلة فجعل أمره وحيا ، أى خيرا يتنزل به جبريل عليه السلام عن ربه سبحانه وتعالى على قلب نبيه المصطفى صلى الله عليه وسلم وقد اتخذ هذا الارتباط شكلا اصطلاح على تسميته فيما بعد أى لدى النظريات الإعلامية الحديثة " بالعملية الإعلامية " التى تقوم على ركائز أربعة هى: المرسل والرسالة والمستقبل ووسيلة نقل الرسالة التى يتصوى تحت مسمائها كافة أجهزة الاعلام الحديثة ووسائلها من راديو وتلفزيون ووكالات أنباء وسينما ومسرح وصحف ومجلات وكتب وغيرها .

٣- أن للخبر فى القرآن أهمية قصوى سواء فى العهد المكى أو العهد المدنى ، ففى العهد المكى التضححت أهمية الخبر القرآنى فى :

أ- إعلام الرسول صلى الله عليه وسلم بالأحداث أولا بأول .

ب- إجابة السائلين على أسئلتهم .

ج- تثبيت النبي صلى الله عليه وسلم .

د - لفت أنظار المسلمين إلى اغلاطهم وردهم إلى الصواب .

هـ- فى الإعجاز

٤- اشتمل القرآن الكريم على القصص الإخبارية وتكاد تكون كل القصص القرآنية قصص إخبارية .

٥- أن القرآن الكريم جاء بالشروط والمواصفات التى يجب أن تتوفر فى القائم بأداء الخبر - المخبر الصحفى - كما حدد له طريقة عمله وواجباته .

٦- أوجب القرآن الكريم على الجمهور المتلقى للخبر مسئولية التبين والتثبت من الخبر ومن راوى الخبر ، ورد الخبر إلى أولى الأمر قبل إذاعته ، وأوجب أن لا يتبعوا أى خبر الا بعد أن يعلموا يقينا حقيقته ، كما أوجب عليهم كذلك تدبر مضمون الخبر قبل أن يتداولوه فيما بينهم .

التوصيات :

١- على رجال الإعلام فى الدول الإسلامية أن يستمدوا أصوله ونظرياته من خلال آيات وسور القرآن الكريم فهو زاخر بالأحكام والتعاليم الشاملة لكل مجالات الحياة وخاصة أصول وفنون الإعلام .

٢- يجب على رجال الإعلام فى البلاد الإسلامية أن يوضحوا أهمية التعاليم التى جاء بها القرآن وخاصة فى مجال الإعلام وبيّنوا مدى صلاحية هذه التعاليم لكل عصر .

٣- على الحكومات الإسلامية أن تنشئ مزيدا من المؤسسات الإعلامية ، كوكالات الأنباء القارية والإقليمية ، حتى يمكننا أن نتعامل مع الأخبار التى تعيننا تعاملنا مباشرا لا عن طريق الوسائط الأخرى من وكالات أنباء أجنبية وغيرها ممن يلونون الأخبار بألوانهم ويدسون فى الأخبار ما يشككون به المسلمين فى معتقداتهم وأصول دينهم .

- ٤- ضرورة الالتزام بكافة المعايير والضوابط التي جاء بها القرآن الكريم في مجال تناول الخبر .
- ٥- إنشاء مجلة إسلامية بطباعة حديثة بها أخبار ومقالات شارحة للإسلام الخفيف ومبادئه القويمة ، وبها أبواب متخصصة .
- ٦- إنشاء محطة تليفزيون إسلامية في الدول الكبرى تذيع باللغات الأجنبية أصول التعاليم الإسلامية .
- ٧- يجب أن تعمل الحكومات في الدول الإسلامية على إنشاء كليات إعلام إسلامية ، يدرس فيها الإسلام ، وكذلك الإعلام الإسلامي والنظريات الإعلامية المختلفة ، والعلوم السياسية والمذاهب المعاصرة والدراسة المقارنة للأديان .
- ٨- يجب أن يقوم على أجهزة الإعلام في الدول الإسلامية رجال تتوفر فيهم الصفات والشروط التي حددتها تعاليم القرآن والسنة .

مشكلات الصحف الإقليمية في مصر

دراسة ميدانية

على صحف إقليم جنوب الصعيد

اسم الباحث : عماد الدين عثمان أبو زيد .

الدرجة العلمية : ماجستير .

إشراف : د/ فوزيه فهم حسن .

د/ عبد الوهاب كحيل .

سنة المنح : ١٩٨٧ .

مشكلة الدراسة :

تنحصر مشكلة هذه الدراسة في تحديد أهم المشكلات التي تواجه الصحف الإقليمية في مصر وبصفة خاصة في إقليم جنوب الصعيد ، وتوضيح إلى أى مدى يمكن أن تعوق هذه المشكلات الوظيفة التي يجب أن تؤديها الصحف الإقليمية ، في محاولة الوصول إلى بعض المقترحات من أجل حل هذه المشكلات .

أهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد :

- ١- أهم الوظائف التي من الممكن أن تؤديها الصحيفة الإقليمية .
- ٢- أهم العقبات والمشكلات التي تواجه المحرر في الصحيفة الإقليمية .
- ٣- أهم المشكلات التي تتعلق بتمويل الصحيفة الإقليمية .

- ٤- أهم المشكلات التي تتعلق بعملية توزيع الصحيفة الإقليمية .
- ٥- أهم الامكانيات المتاحة للصحف الإقليمية .
- ٦- أنسب الطرق والوسائل المناسبة لحل هذه المشكلات .

منهج البحث وأداة جمع البيانات :

هذه الدراسة من نوع الدراسات الوصفية وتستخدم منهج المسح الميداني لكونه من أفضل المناهج التي تساعد على تحديد أهداف هذه الدراسة . أما بالنسبة لأداة جمع البيانات ، فقد أملت طبيعة هذه الدراسة استخدام أسلوب الإستقصاء بالمقابلة ويرجع السبب في تفضيل هذا الأسلوب في جمع البيانات إلى ما يلي :

- ١- ان هذه الاداة تتيح للباحث الفرصة لسبر أغوار المبحوثين للتحقق من صحة وصدق البيانات التي أدلوا بها .
- ٢- تمكن مقابلة الباحث للمبحوثين من تجاوز حالات الملل واللامبالاة التي يمكن أن تسيطر أحيانا على بعض المبحوثين .

عينة الدراسة :

وبالنسبة لهذه الدراسة فإن مجموع الأفراد الذين أجريت عليهم الدراسة يمثلون جميع المخرين الذين يعملون في الصحف الإقليمية وعددهم ٨٢ محررا ، وقد تم اختيار المخرين للأسباب الآتية :

- ١- إن المخرين هم أقدر الأفراد إجابة على الأسئلة الخاصة بأهم المشكلات التي تواجه الصحف الإقليمية .
- ٢- انهم الصق الأفراد بالصحف الإقليمية وأقدرهم حكما عليها وعلى اقتراح أنسب الطرق لحل مشكلاتها بالنسبة للتمويل والتوزيع .
- ٣- أنهم أقدر من يستطيع الحكم على مدى وجود عملية ربط بين الصحيفة والقراء أم لا .

أهم نتائج الدراسة :

- ١- هناك خلط واضح بين مفهوم كل من الصحيفة المحلية والصحيفة الإقليمية حيث يستخدم البعض المفهومين على أنهما بمعنى واحد على الرغم من وجود اختلاف بينهما ، فالصحيفة الإقليمية تصدر لتغطي باهتماماتها وتوزيعها إقليميا جغرافيا كاملا ، أو محافظة كاملة على الأقل ، في حين تصدر الصحيفة المحلية على مستوى مدينة أو مركز وتستهدف نشر أخباره ومشكلاته وتوزع داخله .
- ٢- يعتبر وجود الصحيفة الإقليمية ضروريا في الإقليم حيث يرى ذلك ٩٨,٧٨٪ من إجمالي أفراد العينة كما أن وجودها ضروريا بدرجة كبيرة جدا حيث يرى ذلك ٩٦,٣٤٪ في حين يرى ٣,٦٦٪ أن وجودها ضروري بدرجة كبيرة فقط .
- ٣- جاءت في مقدمة المبررات عن وجود الصحيفة الإقليمية في الإقليم أنها تناقش عن قرب مشكلات الإقليم إذ رأى ذلك ٦٩,٥١٪ من إجمالي أفراد العينة ، في حين رأى ٣٩,٠٢٪ أنها تنشر تفاصيل أكثر من تلك التي تنشرها الصحف المركزية عن الإقليم وبلى ذلك : لأن الجمهور يمكنه الاتصال بها بسهولة ولأنها تقدم خدمات لا يمكن أن تقدمها الصحف المركزية لأبناء الإقليم ثم لأنها تخاطب احتياجات الأغلبية الكبرى من أبناء الإقليم وأخيرا لأن المحررين بها معروفون لأهل الإقليم .
- ٤- إن الصحيفة الإقليمية من الممكن أن تكون من وسائل الاتصال الهامة والضرورية في الإقليم والدليل على ذلك أن نسبة كبيرة جدا من أفراد العينة يرون أن رسائل القراء تصل بصفة دائمة إذ رأى ذلك ٨٥,٣٧٪ ولم ير أي فرد أن الرسائل لا تصل أبدا ، أو بصفة نادرة في حين يرى ١٤,٦٣٪ ان الرسائل تصل أحيانا .
- ٥- قلة اهتمام الصحف الإقليمية بنشر الأخبار والتعليقات السياسية الإقليمية كما رأى ذلك أكثر من نصف أفراد مجتمع الدراسة .
- ٦- لا تقوم الصحيفة الإقليمية بنشر أخبار جميع الأحزاب السياسية على السواء في الإقليم نظرا لطبيعة تمويلها وحصونها على الدعم من المحافظة ، فيرى ٧٤,٤٠٪ من إجمالي المحوئين انها تقوم بنشر أخبار حزب الاغلبية فقط ، في حين يرى ١٤,٦٣٪ انها تهمل

- نشر أخبار الأحزاب الأخرى غير حزب الأغلبية ، ويرى ٩٧,٩٠٪ من المبحوثين أنها تقوم بنشر أخبار جميع الأحزاب السياسية على السواء .
- ٧- ان جميع رؤساء تحرير صحف مجتمع الدراسة يقيمون اقامة كاملة فى القاهرة حيث العمل الاساسى فهم .
- ٨- ان نسبة عالية من العاملين فى مجال التحرير من الحاصلين على مؤهلات أقل من الجامعية ٤٠ ٪ ، إذ بلغت نسبة الحاصلين على المؤهل فوق المتوسط ١٣,٤١ ٪ .
- ٩- ان نسبة عالية من الحاصلين على مؤهلات جامعية من غير المتخصصين فى مجال الصحافة ٦٠ ٪ .
- ١٠- ان مشاركة الإناث فى مجال التحرير فى صحف إقليم جنوب الصعيد قليلة إذ لم تبلغ نسبة المحررات فى صحف اقليم جنوب الصعيد ٨,٥٤ سوى ٪ من اجمالى أفراد المحررين .
- ١١- ان نسبة كبيرة من العاملين فى مجال التحرير فى صحف اقليم جنوب الصعيد يعملون فى مديريات الحكم المحلى بالمحافظات اذ بلغت نسبة العاملين فى أجهزة الحكم المحلى ٣٥,٢٩ ٪ .
- ١٢- ان نسبة عالية من اجمالى العينة لم تحصل على دورات تدريبية فى مجال الصحافة اذ بلغت نسبة هؤلاء ٧١,٩٥ ٪ .
- ١٣- ان نسبة ٥١,٤٧ ٪ من اجمالى المحررين العاملين فى وظائف أخرى ترى أن هناك تعارضا بين عملها فى الصحيفة الإقليمية وبين عملها الاصلى .
- ١٤- ان نسبة ١٩,٥١ ٪ من اجمالى المحررين لا يتقاضون أجرا عن عملهم فى الصحيفة الإقليمية التى يعملون بها .
- ١٥- جاءت مشكلة التمويل فى مقدمة المشكلات التى تواجه الصحف الاقليمية حيث جاءت المشكلات مرتبة كالآتى كما رأى أفراد العينة :
- ١- مشكلة التمويل . ٨٥,٣٧ ٪
- ٢- مشكلة عدم وجود العدد الكافى من المحررين . ٧٩,٢٧ ٪
- ٣- مشكلة تتعلق بتدريب العاملين والمحررين . ٧٩,٢٧ ٪

- ٤- مشكلة عدم صدور الصحيفة فى ميعادها الثابت . % ٧٦,٨٣
- ٥- مشكلة تتعلق بعملية توزيع الصحيفة الإقليمية . % ٦٤,٦٣
- ٦- مشكلة عدم وجود مقر خاص للصحيفة . % ٦٢,١٩
- ٧- مشكلة الطباعة خارج الإقليم . % ٥٩,٧٦
- ٨- مشكلة عدم وجود ارشيف صحفى . % ٢٦,٨٢
- ١٦- تحصل صحف صوت سوهاج و صوت فنا و صحيفة أسوان على دعم من المحافظات التى تصدر بها وهو عبارة عن دعم مادي فى صورة مبالغ تحصل عليها مع بداية كل سنة مالية .
- ١٧- ان أى من الصحف الثلاث محل الدراسة لم تصل الى مرحلة التمويل الذاتى وذلك باعتمادها الكامل على مواردها الذاتية فى التمويل .
- ١٨- ان قيمة الاعلانات المنشورة فى الصحيفة وقيمة مبيعات التوزيع لم تغط مصاريف اصدار الصحيفة فى أيه سنة من السنوات .
- ١٩- ان حصول الصحيفة على دعم من المحافظة يؤثر على حيادها وقد وافق على ذلك ٩٠,٢٤% من اجمالى أفراد العينة
- ٢٠- لم تنشأ أى من الصحف الثلاث محل الدراسة ادارة توزيع خاصة بها
- ٢١- ان نسبة مرتجمات الصحف الإقليمية عالية جدا .
- ٢٢- ان الصحف الاقليمية تهتم بالاشراكات بدرجة متوسطة .
- ٢٣- ان الصحف الإقليمية لاتصلر فى الميعاد المحدد لصدورها
- ٢٤- لا تمتلك اى من صحف العينة الثلاث مطابع خاصة بها ، بل تقوم بطباعة أعدادها فى مطابع تجارية بالقاهرة .
- ٢٥- ورق الصحف . . لا تحصل أى من الصحف الثلاث على ورق صحف بالسعر الرسمى .
- ٢٦- لا تمتلك أى من الصحف الثلاث مقرا خاص بها .
- ٢٧- لا توجد مكتبة صحفية فى أى من الصحف الثلاث أما الارشيف فهو لا يعدو ولا يزيد عن حفظ اعداد الصحيفة السابقة .

٢٨- لا توجد لدى أى من الصحف الثلاث أى وسيلة مواصلات خاصة بها ولا تلفزيونات خاصة بها .

التوصيات :

- ١- ضرورة توفير مصدر تمويل للصحف الإقليمية عند بداية انشائها بعيدا عن اللجوء الى المحافظات للحصول على التمويل .
- ٢- عدم التصريح للمحافظين باصدار صحف اقليمية تابعة للمحافظات مع ضرورة انشاء ادارة داخل المجلس الاعلى للصحافة تصدر عنها الصحف الاقليمية وتبعها الصحف الاقليمية التى تصدر الآن فى مصر ، وعدم السماح أيضا للمحافظين باصدار قرارات لوقف الصحف الإقليمية دون الرجوع للمجلس الاعلى للصحافة .
- ٣- ضرورة تمثيل الصحف الإقليمية بعضوين على الأقل ضمن اعضاء المجلس الاعلى للصحافة .
- ٤- ضرورة نشر الاعلانات التحريرية والصور التعبيرية الخاصة بحملات تنظيم الاسرة وغيرها فى الصحف الاقليمية وكذلك الاعلانات الحكومية داخل نطاق كل محافظة .
- ٥- ضرورة اشراك الهيئات والوزارات المركزية والهيئات الحكومية فى الإقليم فى عدد مناسب من اعداد الصحيفة الإقليمية .
- ٦- ضرورة انشاء مؤسستين صحفيتين احدهما فى الوجه القبلى والثانية فى الوجه البحرى ، تصدر عنهما الصحف والمجلات الإقليمية الخاصة بكل محافظة ، مع ضرورة توفير كافة الامكانيات المادية اللازمة لقيام هاتين المؤسستين على أن تتولى هاتين المؤسستين امور الطباعة الحكومية داخل المحافظات .
- ٧- ضرورة اهتمام الصحف الاقليمية بالقضايا السياسية فى الإقليم مع اعطاء الفرصة لظهور مختلف الاتجاهات السياسية على صفحات الجرائد .
- ٨- ضرورة وجود ادارة توزيع صغيرة داخل كل صحيفة اقليمية لتولى توزيع اعداد الصحيفة داخل أعماق الإقليم .

- ٩- يجب على ادارة الصحيفة الاقليمية الاهتمام بمعدلات التوزيع والعمل على زيادتها باستمرار .
- ١٠- اختيار رئيس مجلس ادارة الصحيفة الإقليمية من ذوى السمعة الطيبة فى الإقليم - وأن يشتمل مجلس الادارة على افراد ذوى خبرة فى مجال الاعلام ويمثلون مختلف الاتجاهات السياسية والإقتصادية والثقافية فى الإقليم .
- ١١- ضرورة توفير مقر مستقل لكل صحيفة ، بعيدا عن أية هيئة أو مصلحة حكومية .
- ١٢- ضرورة حصول كل صحيفة اقليمية تحمل ترخيصا لها بالصدور من قبل المجلس الاعلى للصحافة على حصة من ورق الصحف بالسعر الرسمى الذى تحصل به الصحف المركزية .
- ١٣- ضرورة تدريس مادة الصحافة الاقليمية فى قسم الصحافة بكلية الاعلام وفى أقسام الصحافة بالجامعات الاقليمية .
- ١٤- ضرورة ان يتم التنسيق بين المجلس الاعلى للصحافة ووزارة الشئون الاجتماعية على أن يتم تكليف مكلفى الخدمة العامة من خريجي أقسام الصحافة فى الاقاليم للعمل فى الصحف الإقليمية .
- ١٥- تدريب محررى الصحف الإقليمية من خلال معهد التدريب الصحفى ، اسوة بمحررى الصحف المركزية والحزبية .
- ١٦- ضرورة تزويد الصحف الإقليمية بالمطابع وآلات الطباعة القديمة التى استغنت عنها الهيئة العامة للاستعلامات وكذلك الآلات والمطابع التى تستغنى عنها المؤسسات الصحفية الأخرى .

رسالة المسجد الإعلامية

دراسة لدور المسجد في تطوير المجتمعات الإسلامية

اسم الباحث : مصطفى سيد عبد الاله .

الدرجة العلمية : ماجستير .

أ.د/ منير حجاب .

اشرف : أ.د/ احسان عسكر .

د/ عبد الوهاب كحيل

سنة المنح : ١٩٨٨ .

مشكلة الدراسة وأهميتها :

تحدد مشكلة البحث في تحديد أهم المعوقات التي تعوق هذه المؤسسة الإعلامية من القيام بدورها على الوجه الأكمل في المجتمع الإسلامي والتي ترتبط بالجوانب الآتية :

- ١ - عدم اعداد الكوادر الاعلامية القادرة على تحمل مسئولية الاعلام المسجدي
- ٢ - عدم اعداد المساجد كمراكز للاشعاع الديني .
- ٣ - عدم القضاء على العوامل التي تعرقل رسالة المسجد الاعلامية .

تساؤلات الدراسة :

وبناء على ما تقدم تستهدف الدراسة تحديد الأساليب المختلفة التي تساعد على رفع درجة الكفاءة الاتصالية للمسجد وتحديد الأساليب المختلفة لدوره فى التنمية وتطوير المجتمعات الاسلامية .

وتجيب عن الاسئلة الاتية :

- ١ - هل كان للمسجد دور إعلامى فى الماضى .
- ٢ - ما هى الأنماط الاتصالية للمسجد ووظائفها الاعلامية .
- ٣ - ما هى الأهداف الاعلامية المسجدية ومدى مساهمتها فى تطوير المجتمعات الاسلامية .
- ٤ - ما هى المعوقات التى تعوق المسجد عن أداء رسالته الاعلامية فى المجتمع الاسلامى .
- ٥ - ما الأساليب التى تساعد المسجد على اداء رسالته الاعلامية وما هى السبل لاستعادة المسجد لمكانته الأولى ليؤدى رسالته على أكمل وجه .

نوع الدراسة ومنهجها :

دراسة وصفية ودراسة كشفية استطلاعية لمسح الزاى وذوى الخبرة . وقد استخدم الباحث منهج دراسة الحالة لوصف وتحليل الجوانب المتعلقة بمشكلة البحث.

أداة جمع البيانات :

استمارة الاستبان للقائمين بالاتصال المسجدى من الوعاظ ومقيمى الشعائر .

نتائج الدراسة :

كان من أهم نتائج هذه الدراسة ما يلى :

- ١- كان للمسجد دور رائع في الاتصال الشخصي وتشكيل الرأى العام المسلم فى عهد الرسول صلى الله عليه وسلم ، بينما اصبح فى الوقت الحاضر لايتعدى دوره مجرد إقامة الشعائر الدينية ومكانا للعبادة فقط .
- ٢- أصبح هدف المسجد تعبدى فقط ولا يشارك فى حياة المسلمين بعد أن كان فى عهد الرسول والخلفاء الراشدين له أهداف تربوية وتعليمية وسياسية وعسكرية واجتماعية وتعبدية .
- ٣- للمسجد دور خطير وهام فى تشكيل الرأى العام تجاه القضايا التى تهم الناس لما له من قدسية وخاصة فى قضايا محو الأمية وترشيد الاستهلاك وتعديل القيم والسلوك ، بينما ينكمش دوره فى مجال تحفيظ القرآن وتفسير أمور الدين.
- ٤- أن من أهم معوقات الاتصال المسجدى:
- ابتعاد المسلمين عن الصلاة بالمساجد بعد أن سيطرت عليهم الحياة المادية وانشغلوا بها .
 - قلة عدد المزددين على المسجد للدرس والصلاة .
- ٥- دور المسجد فى المجتمع الاسلامى :
- لا يشارك المسجد فى خدمة التعليم المدرسى حاليا حيث أثبتت الدراسة أن نسبة ٧٧,٥% من أفراد العينة ذكروا أنه لا يوجد للمسجد دور فى ذلك .
 - ليس للمسجد دور فى مجال محو الأمية والتعليم ، حيث اجاب جميع أفراد العينة بنسبة ١٠٠% بأنه ليس للمسجد دور فى مجال محو الأمية .
 - ليس للمسجد دور يذكر فى مجال تحفيظ القرآن ، حيث ذكر ٩١% من أفراد العينة بأنه ليس للمسجد دور فى ذلك بسبب عدم الاهتمام بالمحفظين ماديا واجتماعيا ، وكذلك نظرة الناس للمحفظ على انه فى مرتبة اقل من المواطن العادى جعلتهم يهربون من هذه المهمة المقدسة .

- لا توجد في كثير من المساجد جمعيات خيرية لخدمة أهالي الحى الذى يوجد به المسجد حيث ذكر ٥٥,٥% من أفراد العينة بأنه لا توجد جمعية خيرية فى المسجد القريب منهم .
- فى المساجد التى يوجد بها جمعيات خيرية اثبتت الدراسة انها تقدم كثيرا من الخدمات منها :
 - عمارة المساجد .
 - إقامة الاحفالات الدينية فى المناسبات الدينية .
 - تقوم بتحفيظ القرآن .
 - بها دار للحضانة الاسلامية .
 - بعض الجمعيات بها نوادى رياضية .
 - تتلقى التبرعات والصدقات من المواطنين وتقوم بتوزيعها على الفقراء والمحتاجين .
 - للمسجد دور كبير فى التوعية الصحية ، والقومية بخطورة الامراض الوبائية حيث يقوم المسجد بتوجيه الناس الى أماكن العلاج والتطعيم .
 - كثير من المساجد لا يوجد بها مستوصف طبي وخيرى لخدمة أهالى الحى رغم أهمية هذه الخدمة الطبية .

٦- مشاكل العاملين فى مجال الاعلام المسجدى :

- التزام الامام بالجدول المقرر من قبل وزارة الاوقاف ، حيث اوضحت الدراسة أن نسبة كبيرة يلتزمون بالجدول ٦٩% غير انهم غير راضين عن ذلك .
- قلة المتزدين على المساجد من الجماهير لحضور الدرس ، حيث اوضحت الدراسة ان نسبة كبيرة من الجماهير لا يترددون على المسجد الذى يلتزم فيه الامام بالجدول ، ويحدث ذلك العكس حيث تمتلئ المساجد عند الاتمة اللذين لا يلتزمون بالجدول .

• وأظهرت الدراسة عدم اقبال الجماهير على حضور الدرس في بعض الاحيان
ترجع الى:

أ - اذاعة المسلسلات التلفزيونية في الوقت الذي يلقي فيه الامام الدرس مما
جعل كثيرا من الشباب ينصرفون لحضور المسلسل .
ب- تقييد الامام بالجدول جعل الناس تمل سماع الدرس الذي يلقيه الامام
بالمسجد .

ج- كثرة مشاغل الناس وطفيان المادة على المجتمع ، وقيام بعض الناس بقضاء
حاجياتهم في الوقت الذي يلقي فيه الامام الدرس .

٧- أوضحت الدراسة ان ٩٠٪ من العاملين في مجال الدعوة - الأئمة -
يواجهون صعوبات في مجال عملهم . وعن نوعية هذه الصعوبات ذكر أفراد
العينة أن :

أ - الاعلانات والمسلسلات في التلفزيون تهدم مما يبينه الامام من قيم
وأخلاق .

ب- عدم توافر السكن القريب من المسجد .

ج- قلة الحوافز المادية الممنوحة للامام .

د - ارتفاع اسعار الكتب ، وعدم توافر أمهات الكتب في مكتبة المسجد .

هـ- مراقبة أجهزة الامن للامام .

٨- أثبتت الدراسة ان الامام يتلقى دورتين تدريبيتين طوال حياته الوظيفية حيث
ذكر ١٠٠٪ من أفراد العينة أنهم لا يتلقون سوى هاتين الدورتين ، وهذا قليل
جدا .

٩- مدى اقبال الجماهير على المسجد والموضوعات التي تلقى فيه :

أوضحت الدراسة أن الجماهير تفضل أن يتناول الامام - في درسه -
الموضوعات التي تهتم بأحداث الساعة حيث احتلت هذه العبارة المرتبة الأولى
من الموضوعات التي يجب أن يتناولها الامام من وجهة نظر الجمهور المتردد

على المسجد بنسبة أهمية قدرها ٩٥٪ ثم تلتها فى الأهمية الموضوعات الاجتماعية بنسبة ٨٧,٥٪ ثم فى المرتبة الثالثة بنسبة ٦٦,٥٪ ثم الموضوعات الدينية بنسبة ٦٠٪ .

التوصيات :

- ١- يوصى الباحث بضرورة توفير الإمام الكفاء للمساجد التى ليس بها امام حتى يؤدى المسجد دوره فى المجتمع على أكمل وجه ويقطع الطريق على المتطرفين فى استخدام هذه الوسيلة الاعلامية لنشر أفكارهم .
- ٢- اطلاق الحرية للإمام فى اختيار الموضوع الذى يريد الحديث فيه والذى غالباً ما يكون عما يشغل رأى العام من قضايا فى هذه اللحظة .
- ٣- مشاركة الامام فى المجالس المحلية والشعبية على مستوى القرية أو المدينة حتى يكون ملماً بما يدور فى المجلس الشعبى الخلى من مناقشات حول القضايا التى تهم الجمهور وحتى توجد لديه خلفية كاملة عن هذه المناقشات وبذلك يستطيع ان يشارك الجماهير فى المساهمة فى حل هذه القضايا أو الرد على كل ما يتعرض له من تساؤلات بشأن إنجازات القطاعات المحلية فى هذه المجالات .
- ٤- ولما كان الامام هو مسئول الاتصال فى المسجد ، فالباحث يوصى بأن تقوم وزارة الازهر بانشاء قسم للدعوة فى المرحلة الاعدادية يدخله الطالب حسب رغبته وتكون فيه الدراسة داخلية ، ثم تتبعها المرحلة الثانوية ثم الجامعية - كلية الدعوة - حتى يتخرج على المستوى المطلوب .
- ٥- ان يكون هناك تخطيط طويل المدى لاستخدام المسجد وأجهزة الاعلام الأخرى بهدف تحقيق التنشئة الحلقية ومواجهة الانحرافات والقضاء على الخفد والكراهية واحلال الحب والتعاون والاخاء بين الجماهير .

- ٦- أن تكون هناك ادارة للتخطيط والبحوث والمتابعة والتقويم لمعرفة تأثير خطبة الجمعة وتطويرها وذلك بهدف زيادة فعاليتها وتحقيق الالتحام بين خطباء المساجد والجمهور العام لمعالجة مشكلات المجتمع والربط بين هذه الخطب وهذه المشكلات ، ودعوة كبار الوعاظ بين الحين والآخر لخطبة الجمعة .
- ٧- اقامة دورات تدريبية للامام من وقت لآخر على ان يشمل برنامج التدريب الى جانب الدراسات الاعلامية دراسات اجتماعية وانسانية حتى يكون الامام اداة مشاركة في تنمية الوعي الدينى والوطنى .
- ٨- يوصى الباحث بأنه يجب أن تسفيد الدولة من امكانيات المسجد وانتشاره فى البيئات التى تفتقد الى المؤسسات الاجتماعية والصحية .
- ٩- ان يشارك المسجد مشاركته فعالة فى المجالات التى تهتم المجتمع المحلى كالمشاركة فى تحفيظ القرآن أو اقامة فصول نحو الأمية أو التعليم المدرسى للقضاء على ظاهرة اللروس الخصوصية ، وذلك عن طريق التنسيق بين المسجد والمؤسسات الأخرى الموجودة فى المجتمع لتحقيق التكامل بين المسجد وهذه المؤسسات .

دور برامج المرأة فى التلفزيون

فى زيادة وعى المرأة فى الريف المصرى

دراسة تطبيقية على قرية مصرية

الباحثة : عزيزة عبده سليمان .

الدرجة : ماجستير .

د / عبد الوهاب كحيل

الاشراف : د / فوزية فهم

سنة المنح : ١٩٨٨ .

مشكلة الدراسة :

تلخص فى تقييم الدور الذى تؤديه برامج المرأة فى التلفزيون المصرى للمرأة الريفية حتى يمكن تحديد مواضع الخلل والقصور لكى تتداركها هذه البرامج عند وضع خططها من أجل زيادة وعى المرأة الريفية .

فروض الدراسة :

أقامت الباحثة مشكلة البحث على فرضين اساسيين، هما :

الفرض الأول : ان عدم الاهتمام بقطاع المرأة الريفية من قبل برامج المرأة بالتلفزيون المصرى ينجم عنه ندره ظهورها أو تمثيلها فى هذه البرامج .

الفرض الثاني: ان قلة المعلومات الموجهة الى المرأة الريفية من خلال برامج المرأة بالتلفزيون
تؤدى الى قلة وعى هذه المرأة .

ولكى يتسنى للباحثة تحقيق هذين الفرضين السابقين كان ينبغي الاجابة على مجموعة
من التساؤلات التى تفسر جوانب البحث المختلفة :

أولا : اتجاهات المرأة الريفية نحو التلفزيون، وتتضمن :

- ١ - التعرف على درجة الاقبال لدى الريفيات على مشاهدة التلفزيون ومستوى أفضليته
بين وسائل الاعلام الاخرى .
- ٢ - التعرف على متوسط عدد ساعات مشاهدة لبرامج التلفزيون بين افراد عينة
الريفيات .
- ٣ - التعرف على البرامج التى تفضلها المرأة الريفية وتقبل على مشاهدتها فى التلفزيون .

ثانيا : اتجاهات المرأة الريفية نحو برامج المرأة فى التلفزيون ، وتتضمن :

- ١ - التعرف على أهم برنامج للمرأة تقبل عليه الريفيات أكثر من غيره وترتيب هذه
الافضلية .
- ٢ - التعرف على مدى متابعة المرأة الريفية لبرامج المرأة فى التلفزيون .
- ٣ - التعرف على مستوى حرص المرأة الريفية على مشاهدة برامج المرأة بالتلفزيون .
- ٤ - التعرف على درجة فهم المرأة الريفية للغة برامج المرأة بالتلفزيون .
- ٥ - التعرف على مدى فهم المرأة الريفية لمضمون برامج المرأة فى التلفزيون .
- ٦ - التعرف على اشباع برامج المرأة لاحتياجات المرأة الريفية .
- ٧ - التعرف على مدى مساهمة هذه البرامج فى حل مشكلات المرأة الريفية .
- ٨ - التعرف على مدى مناسبة أوقات ارسال برامج المرأة بالتلفزيون مع أوقات فراغ
الريفيات .

أما المجموعة الثانية من التساؤلات فكانت من خلال الدراسة التحليلية لعينة من برامج المرأة بالتلفزيون خلال دورة تليفزيونية كاملة . تكون من خلالها الاجابة عن التساؤلات الآتية :

- ما مساحة برامج المرأة بالنسبة لبرامج التلفزيون خلال المجال الزمني للدراسة .
- ما الموضوعات والقضايا والمعلومات التي تركز عليها برامج المرأة بالتلفزيون .
- ما نوعية الجمهور المستهدف من الرسائل التي تقدمها برامج المرأة ولغة هذه البرامج.
- مساحة المضمون الموجه للمرأة الريفية فى برامج المرأة .
- معرفة أى القناتين أكثر اهتماما وموضوعية بالمرأة الريفية .
- معرفة أى القناتين تعطى مساحة زمنية أكثر لبرامج المرأة على خريطتها .
- ملاحظة مدى بساطة مقدمة برامج المرأة فى التلفزيون .
- ملاحظة مدى بساطة وسائل الايضاح والادوات المستخدمه .
- صور الشكل والاسلوب الذى تقدم به برامج المرأة .
- عدد مرات ظهور المرأة الريفية من خلال برامج المرأة خلال فترة الدراسة .
- القدوه التي تقدمها هذه البرامج للمرأة الريفية .
- التعرف على مدى تغطية برامج المرأة لاهم المجالات التى تحتاج لها المرأة الريفية الى زيادة الوعي بها .

نوع البحث ومنهجه:

- دراسة وصفية تسعى الى وصف وتحديد مضمون برامج المرأة تحليلا شاملا .
- أما عن المناهج المستخدمة : فقد استخدمت الباحثة أكثر من منهج .ففى الدراسة النظرية استخدمت المنهج التاريخى لمشكلات المرأة الريفية واستباط خصائصها .
- وبالنسبة للدراسة الميدانية اعتمدت الباحثة على منهج المسح الاجتماعى والمنهج التحليلى لمضمون برامج المرأة .

أداة جمع البيانات :

وهى هنا صحيفة الاستبيان لاستطلاع آراء المحوثات الريفيات فى الدراسة الميدانية .
أما الدراسة التحليلية فاعتمدت الباحثة على استمارة لتحليل مضمون برامج المرأة .

عينة الدراسة :

فى الدراسة الميدانية لجأت الباحثة الى أسلوب العينة العشوائية للقرويات فى قرية (الهجارسه) احدى قرى محافظة سوهاج وموطن الباحثة الأصلية وكان قوامها (١١٢) مفردة .

فى الدراسة التحليلية استخدمت الباحثة أسلوب الحصر الشامل لجميع البرامج الخاصة بالمرأة على القناتين الأولى والثانية فى دورية تليفزيونية كاملة مدتها ثلاث شهور من ١٩٨٨٧/١/١ حتى ١٩٨٨٧/٣/٣١ م .

نتائج الدراسة :

كان من أهم نتائج هذه الدراسة ما يلى :

أولا : من نتائج الدراسة الميدانية :

- ١ - اثبتت الدراسة اجماع الريفيات على عدم مناسبة مضمون برامج المرأة لمجتمع القرية ولا تعبر عن القرويات مع عدم فهمهن لهذه البرامج .
- ٢ - أجمعت المحوثات على عدم القدرة على تنفيذ ما تراه فى برامج المرأة .
- ٣ - ان التليفزيون لا يسهم الا بقلدر ضئيل فى توعية المرأة الريفية ومن خلال الافلام والمسلسلات والبرامج الدينية وليس عن طريق برامج المرأة .
- ٤ - تفضيل يوم الجمعة كيوم أجازة وتفرغ القرويات لمشاهدة التليفزيون .

ثانيا : بالنسبة لنتائج الدراسة التحليلية فكان من أهمها :

- ١ - أن نسبة المضمون الموجه للمرأة الريفية خلال دورة التحليل الى اجمالى وقت برامج المرأة هو ١،٢٨ ٪ بالنسبة لاجمالى الموضوعات الموجهه لقطاعات المرأة الأخرى .

- ٢ - يعتبر برنامج مجلة المرأة أكثر البرامج تنوعا وشمولا وتغطية لكافة قطاعات المرأة المصرية
- ٣ - تبين أن كل المضمون المقدم للمرأة الريفية خلال فترة التحليل ثلاثة شهور جاء من خلال برنامج واحد هو مجلة المرأة على القناة الأولى .
- ولم ترد الفقرات التي استهدفت المرأة الريفية عن ١٧,٥٪ من جملة الفقرات خلال دورة التحليل .
- ٤ - كذلك اتضح من نتائج الدراسة أن برامج المرأة تركز على المرأة القاهرية والشريجة الارستقراطية في المجتمع المصرى على حساب الطبقة الشعبية والمتوسطة المكافحة .

أهم التوصيات :

- ١ - ضرورة إعادة النظر فى النظرة التقليدية للمرأة القروية والتي تقدم فى الافلام والمسلسلات على أنها القروية الخادمة والساذجة البسيطة .
- ٢ - ينبغى فى ظل عملية التنمية الشاملة أن نبدأ بترقية فكر الانسان وتسليحه بالرعى وخاصة الاميات القرويات .
- ٣ - وضع خطط اعلامية توصى بمضامين موضوعية هادفة تقوم على مراعاة التفاوت الطبقي الموجود فى المجتمع .
- ٤ - اعداد اعلاميات متخصصات فى كتابة واعداد برامج موجهة للمرأة الريفية .
- ٥ - ضرورة وصول أبحاث المستمعين الى عمق الريف المصرى للتعرف على احتياجاته .
- ٦ - تخصيص برامج لمحور امية الريفيات من خلال برامج المرأة بالتلفزيون .

الرأى العام فى صدر الإسلام

من بدء الدعوة المحمدية إلى نهاية

عهد سيدنا عمر بن الخطاب رضى الله عنه

اسم الباحث : رجاء نور محمود محمد .

الدرجة العلمية : ماجستير .

أ.د/ محمد منير حجاب .

إشراف : أ.د/ احسان عسكر .

دكتور/ عبد الوهاب كحيل .

سنة المنح : ١٩٨٨ .

مشكلة الدراسة وأهدافها :

تنحصر مشكلة الدراسة فى التعرف على مكانة الرأى العام فى الإسلام وتقييم الدور الذى قام به الرأى العام الإسلامى فى صدر الإسلام والدور الذى يمكن أن يقوم به فى المجتمع الحديث .

ويزيد من أهمية هذه الدراسة ما يمكن أن يقوم به الرأى العام الإسلامى فى حل مشكلات المجتمع المعاصر الذى تتصارع فيه الأفكار الخاصة وتغلب فيه المصالح الفردية على المصالح العامة وتنزوى فيه القيم التى تؤثر على الرأى العام المعاصر .

ومن ثم فقد استهدفت الدراسة بيان ما هية الرأى العام فى صدر الإسلام وعناصره ومبادئه وتقسيماته هذا إلى جانب توضيح المدى الذى لُجحت فيه وسائل الإعلام فى تكوين الرأى العام والوسائل والأساليب التى استخدمها الرسول - صلى الله عليه وسلم - وصاحبه

فى تكوين الرأى وقياسه واستيعاب هذا بيان دور هذا الرأى وفاعليته فى التصدى للرأى العام
المضاد .

أهداف الدراسة :

- ١- هل وجد رأى عام فى صدر الإسلام وماذا يعنى وما هى عناصره ؟
- ٢- ما هى المبادئ الإسلامية التى بنى عليها الرأى العام الإسلامى ؟
- ٣- ما هى التسميات الإسلامية للرأى العام الإسلامى ؟
- ٤- الى أى مدى نجحت وسائل الإعلام الإسلامى فى تكوين الرأى العام فى صدر الإسلام؟
- ٥- ما هى الوسائل والأساليب التى يستخدمها الرسول صلى الله عليه وسلم وصاحبيه أبى بكر الصديق وعمر بن الخطاب فى تكوين هذا الرأى وقياسه ؟
- ٦- ما هو دور الرأى العام الإسلامى فى التصدى للرأى العام المضاد؟

المناهج المستخدمة :

وقد استخدمت الباحثة فى هذه الدراسة المنهجين التاريخى والتحليلى ، لكونهما من أفضل
المناهج التى تخدم أهداف الدراسة ، أى معرفة اتجاهات الرأى وتحليل الافكار والموضوعات
التي كانت سائدة خلال فترة الدراسة .

خطة الدراسة :

انجهدت خطة الدراسة الى الكشف عن العناصر المختلفة للرأى العام الإسلامى مع بيان كافة
ممارساته وأساليبه ووسائله .

وتناول الفصل الأول مفهوم الرأى العام الإسلامى ، وعالج المفهوم اللغوى والإصطلاحى
لكلمتى " الرأى ، العام " ، وعالج الفصل الثانى : عناصر الرأى العام الإسلامى وتناول
الاغلبية المسلمة ، القضية ، الزمن ، المجتمع الإسلامى ، الصالح العام ، الحوار والمناقشة
والمشاوره .

وبين البحث في الفصل الثالث : التقسيمات الإسلامية للرأى العام ، وأوضح الفصل الرابع : دور الشورى فى تدعيم عناصر الرأى العام ، وتعرض البحث فى الفصل الخامس لوسائل تكوين الرأى العام فى صدر الإسلام وتناول القرآن الكريم - السنة النبوية - المسجد - الخطبة - القيادة - مواسم الحج - الشعر ، أما الفصل السادس فقد عالج أساليب تكوين الرأى العام فى صدر الإسلام وتناول الحكمة والموعظة الحسنة والجدال بالثى هى أحسن ، والقصص ، والتكرار ، ومقاومة الأخبار الكاذبة وضرب الأمثال والقدوة .

وتعرض الفصل السابع لوظائف الرأى العام فى المجتمع الإسلامى فى المجال السياسى والإجتماعى والإقتصادى والتعليمى والإعلامى ، وعالج الفصل الثامن أساليب قياس الرأى العام فى صدر الإسلام من المقابلة والملاحظة والإستقصاء وتحليل المحتوى .

نتائج الدراسة :

أثبتت الدراسة أن للرأى العام الإسلامى خصائص مميزة أهمها ما يلى :

- ١- الرأى العام الإسلامى رغم حداثة نشأته فى صدر الإسلام الا أنه كان أكثر وأقوى تعبيرا عن نفسه بالمقارنة بالرأى العام الإسلامى فى المجتمع الحديث .
فالعلنية هى سمة من سمات الرأى العام المسلم إذ ليس فى أنشطته ما يركز فى دوائر ضيقة محدودة أو ما يحجب عن القواعد العريضة للبشر ، وهذه العمومية انعكاس لروح العقيدة الإسلامية المتوجهة للناس جميعا .
- ٢- أن تكوين الرأى العام الإسلامى عملية متكاملة ومتابعة الحلقات تبدأ بتكوين الآراء لدى الغالبية العظمى من المسلمين إزاء المسائل والقضايا التى تجذب الاهتمام العام وتنتهى بعملية صنع القرار والتعبير الذاتى عن الاتجاهات .
- ٣- يستند الرأى العام الإسلامى الى قاعدة ثابتة من الشرائع والأحكام ، وهى شرائع وأحكام تستمد قدسيتها من قدسية صانعها ، وثبوتها هو مصدر قوتها وقدسيتها سر تمسك الرأى العام بها وقيامه بالدفاع عنها .

- ٤- تزك الشورى بصماتها على سلوك الرأى العام الإسلامى فهو حريص كل الحرص على ابداء رأيه فى مشاكله وقضاياه ويسلك سبيل العنف اذا ما حيل بينه وبين هذا التعبير .
- ٥- الرأى العام الإسلامى على درجة من الحساسية الشديدة بالنسبة للقضايا التى تمس العقيدة فهو يستبسل فى الدفاع عن قضاياه الدينية ، وطابعه الشمولى يدفعه الى التعاطف مع الرأى العام المسلم فى شتى قطاع العالم .
- ٦- يعالج الرأى العام الإسلامى جميع قضاياه السياسية والإقتصادية والإجتماعية من منظور إسلامى وهو يشجب النظريات البشرية التى تناهض مبادئ الإسلام .
- ٧- بالتصور الإعتقادى للمجتمع الإسلامى يدور التناصح بالمعروف والنهى عن المنكر ، وهو بيقظة كاملة يواجه الأفكار والتيارات المعادية للإسلام ويجاهد الإلحاد بشتى صورته ويعمل على تحقيق السيادة التشريعية للقرآن والسنة .
- ٨- يعمل الرأى العام الإسلامى على تثبيت ونشر المبادئ القرآنية بمحاربة الإقليمية والتعصب العنصرى والقبلى، ويعمل على استنهاض الهمم لتلاحم الأمة الإسلامية فى شتى بقاع العالم ودفع الاخطار عن بلاد الإسلام بمقاومة التيارات الضارة بشخصيتها الإسلامية .
- ٩- يلتزم الرأى العام المسلم بخدمة الإنسان المسلم بأن يعمل على تكامل شخصية الإسلام وتنمية المجتمعات الإسلامية فكريا وثقافيا وإجتماعيا وسياسيا فهو يرسخ إيمانه بالقيم الإسلامية والمبادئ الخلقية الاصلية التابعة من الدين .
- ١٠- يستهدف الرأى العام المسلم نشر الدعوة الإسلامية والتعريف بالقضايا الإسلامية وتعميق روح الإخاء الإسلامى وتنمية الإنجازات المشتركة فى العالم الإسلامى هذا مع تدعيم التعاون والتفاهم بين الدول الإسلامية وخدمة الأمة الإسلامية كوحدة متكاملة .
- ١١- حقوق الاقليات مصانة فى المجتمع الإسلامى فالرأى العام المسلم بعيد كل البعد عن العصبية والقبلية فهو لا يتجه بالاعتداء على الاقلية المعارضة للدين الإسلامى .
- ١٣- التزام الرأى العام المسلم بتعاليم الإسلام وسيره على منهج القرآن يمكنه من تأديبه وطاقفه فى دفع المجتمع نحو التقدم والرفاهية والحفاظ على المثل والمبادئ الاخلاقية . " ومن أحسن قولاً من دعا الى الله وعمل صالحاً وقال إننى من المسلمين " سورة فصلت ، الايات (٣٣)

١٤- المساواة تزك بصماتها على اتجاهات الرأى العام الإسلامى فلا فرق بين أمير وفقير وحاكم ومحكوم ولا حر وعبد وأفضل الناس عند الله أنفاهم .

التوصيات :

- ١- توجيه قادة الرأى فى المجتمع الى أهمية تشجيع الافراد على حفظ القرآن الكريم والأحاديث النبوية فهما الاساس الذى يقوم عليهما الرأى العام المسلم .
- ٢- الاهتمام باعداد القائمين بالاتصال دينيا باعتبارهم عناصر فعالة لتشكيل الرأى العام .
- ٣- قيام المساجد وتهيتها هيئة كاملة لىتم من خلالها نشر الدعوة وتربية الرأى العام المسلم وتقديم رأى الدين فى جميع المشاكل التى تدور حولها المناقشة والرد على كل الدعوات والاتجاهات المضادة للإسلام .
- ٤- تبصر الرأى العام الإسلامى بالاحداث أى الاستعانة بمنطق الاحداث فى الدعوة لان ذلك هو السبيل لتحسين الرأى المسلم ضد الشائعات والبلبله الفكرية .
- ٥- الاهتمام بالتربية الدينية لكل أعضاء المهن المختلفة على أن تحاط هذه الفئات علما بما يقوله اعداء الإسلام ، على أن يكون التبليغ بالحجة والمنطق والمجادلة الحسنه حتى لا تنجد السلوكيات السلبية الخالية من الوازع الدينى طريقها الى الرأى العام المسلم .
- ٦- الاعداد الحسن للدعاة وقادة الرأى العام المسلم مع العناية بتوجيه الارشادات الإسلامية الى الشعوب الإسلامية التى لا تتبع تعاليم الإسلام بصورة مرضية .
- ٧- الاهتمام بعقد الندوات الدينية التى تناقش شئون الدين والدنيا برحابة صدر ومجادلة حسنة على أساس الحوار والمناقشة وتبادل وجهات النظر .
- ٨- اذابة الفوارق بين الفرق الإسلامية حتى ينصهر المسلمون فى بوتقة الإسلام ويزول عن الرأى الاختلافات المذهبية .
- ٩- حماية الشباب المسلم من الانحرافات المدمرة التى تبثها الاجهزة المعادية للإسلام لإشاعة الضعف فى النفوس وتخطيم القيم الدينية والمثل الروحية .

- ١٠- العمل على تربية الرأى العام المسلم فى المجال السياسى حتى لا يكون الرأى العام المسلم فريسة لما يشره أصحاب الهوى والمصالح الشخصية لافساد الحياة على المسلمين .
- ١١- العناية بتحسين أحوال الوعاظ والائمة من خلال المكافآت والحوافز مع ما يتاسب مع مكانتهم كقادة للرأى المسلم .

تأثير الصحافة المصرية على الرأى العام المحلى

دراسة ميدانية على محافظة سوهاج

دراسة تطبيقية فى قضية انتخابات مجلس الشعب لعام ١٩٨٧

اسم الباحث : صابر حارص محمد .

الدرجة العلمية : ماجستير .

اشراف : د.أ/ مختار التهامى .

دكتور/ عبد الوهاب كجيل .

سنة المنح : ١٩٨٩ .

مشكلة الدراسة :

يمكن بلورة المشكلة البحثية فى تساؤل رئيسى مؤداه : " الى أى مدى أثرت الصحافة المصرية على الرأى العام المحلى بسوهاج ازاء قضية انتخابات مجلس الشعب لعام ١٩٨٧ ؟ "

أهداف الدراسة :

يمكن تحديد أهداف الدراسة فى مجموعة من التساؤلات يستهدف البحث الاجابة عليها:

١- ما مفهوم الرأى العام المحلى؟

٢- ما خصائص الرأى العام المحلى؟

- ٣- ما مقومات الرأى العام فى المجتمع المخلى ؟
- ٤- ما الأبعاد المختلفة للعلاقة التأثيرية بين الصحافة والرأى العام ؟
- ٥- ما أدوات الصحف فى التأثير على الرأى العام المخلى ؟
- ٦- ما العوامل التى يتوقف عليها مدى تأثير الصحافة على الرأى العام المخلى؟
- ٧- ما تأثير كل عنصر من عناصر الإتصال فى الصحافة المصرية على الرأى العام المخلى بسوهاج ازاء قضية الإنتخابات ؟
- ٨- هل هناك إختلاف فى حجم التأثير الذى أحدثته كل صحيفة مصرية على الرأى العام المخلى بسوهاج ازاء قضية الإنتخابات ؟
- ٩- ما الفرق بين تأثير كل الصحف المصرية القومية والصحف المصرية الحزبية المعارضة على الرأى العام المخلى بسوهاج ازاء قضية الإنتخابات ؟

نوع الدراسة :

ان هذا البحث ينتمى إلى البحوث الوصفية التى تستهدف إكتشاف العلاقات بين المتغيرات المختلفة الواردة فى موضوع البحث من خلال الدراسة الارتباطية هذه المتغيرات .

منهج الدراسة :

١- منهج المسح الميدانى :

ويستخدم الباحث هذا المنهج فى مسح الرأى العام المخلى فى محافظة سوهاج للتعرف على أهم خصائص مجتمع الدراسة ومدى اقبال مفرداته على قراءة الصحف والموضوعات الصحفية التى يفضلون قراءتها ومدى معرفتهم عن قضية الإنتخابات (موضع تطبيق الدراسة الميدانية) وكذلك أهم المصادر الإعلامية التى اعتمدوا عليها فى المعلومات التى عرفوها عن الانتخابات ، ومدى أهمية الإنتخابات عندهم وأسباب هذه الأهمية ومدى تأثير آرائهم تجاه الأحزاب المشاركة فى الإنتخابات ، ومدى اعجابهم بالصحفيين والكتاب الذين كتبوا عن الإنتخابات ، وكذلك مدى تأثيرهم بأسلوب الصحف وأشكال التحرير

المختلفة ومدى معرفتهم لشعارات الاحزاب التى روجت لها الصحف فى الإنتخابات وكذلك معرفة آرائهم فى بعض المقولات التى اختلفت حولها الصحف القومية مع صحف المعارضة .

٢- منهج دراسة العلاقات المتبادلة :

وذلك لتحديد نوعية العلاقة بين الصحافة والرأى العام ، ومدى الارتباط بين المتغيرات المختلفة فى عملية تأثير الصحف على الرأى العام ونوعية هذا الارتباط .

أداة الدراسة :

١- وهى هنا صحيفة الاستقصاء المقنن بالمقابلة الشخصية ، واشتملت هذه الصحيفة على مجموعة من الاسئلة المحدودة والمعدة مسبقا وقد تم تطبيقها بالمقابلة الشخصية مع المبحوثين .

٢- الملاحظة البسيطة التى لايتدخل فيها الباحث وقد حصل من خلالها الباحث على انطباعات ومعلومات لم تكن فى امكان صحيفة الاستقصاء ان تعكسها او تسجلها ابدا وقد استند الباحث على هذه المعلومات فى تفسير وتبرير نقاط عديدة فى البحث الميدانى .

عينة الدراسة :

اعتمد الباحث فى طريقة اختياره للعينة على العينة الطبقية العشوائية حيث تم تقسيم مجتمع الدراسة الى أماكن مختلفة مثل الهيئات والمصالح الحكومية والمدارس والكليات ودور العبادة والنقابات بحيث يمثل كل مكان فئة أو طائفة معينة من المجال البشرى للدراسة وتمثل كل فئة مجموعة من الافراد المتقاربين أو المتجانسين فى عدة خصائص كنوع الوظيفة أو المستوى التعليمى أو الانتماء النقابى وهى صفات ذات صلة بموضوع البحث حيث بناء عليها تم اختيار اطار العينة .

نتائج الدراسة :

- ١- ان الصحافة تمارس من خلال المضمون الصحفى الذى تقدمه تأثيرا فى الرأى العام المحلى هذا التأثير يفوق تأثير أى وسيلة اتصال اخرى سواء كان هذا فى مجال تزويد الافراد بالمعلومات أو فى مجال التأثير على آرائهم الا ان هذا التأثير يكون فى المجال المعرفى أقوى من المجال الاقناعى .
- ٢- ان ما يتميز به القائم بالاتصال الصحفى من صفات وما يتوفر فيه من شروط - أهمها ثقافته وثقة الجمهور فيه والتزامه بالصدق والدقة والموضوعية فى كتاباته - يلعب دورا هاما ضمن عناصر الاتصال الصحفى الاخرى فى التأثير على الرأى العام فى كل من المجال المعرفى والمجال الاقناعى .
- ٣- ان التحرير الصحفى باعتباره أحد عناصر الاتصال الصحفى يلعب دورا هاما ضمن العناصر الاخرى فى التأثير على الرأى العام سواء فى مجال إمداد الجمهور بالمعلومات أو فى مجال التأثير على آرائه ازاء القضايا التى تهمة .
- ٤- ان الاسلوب باعتباره أحد عناصر الاتصال الصحفى يلعب دورا مساعدا ضمن العناصر الأخرى فى التأثير على الرأى العام سواء فى مجال امداد الجمهور بالمعلومات او فى مجال التأثير على آرائه ازاء القضايا التى تهمة .
- ٥- ان فن الكاريكاتير الصحفى باعتباره احد جوانب المحتوى الصحفى يلعب دورا هاما ضمن عناصر الاتصال الصحفى الاخرى فى التأثير على الرأى العام المحلى سواء فى مجال امداد الجمهور بالمعلومات أو فى مجال التأثير على آرائه ازاء القضايا التى تهمة .
- ٦- تفوق صحف الاحزاب المعارضة على صحف الاهرام والايخيار والجمهورية ومايو فى التأثير على الرأى العام المحلى خلال الحملة الانتخابية .
- ٧- ان خصائص الجمهور باستثناء خاصية الدخل تعد من العوامل المتداخلة فى عملية تأثير الصحافة على الرأى العام المحلى فى كل من المجال المعرفى والمجال الاقناعى .

التوصيات :

- ١- الاهتمام بدراسة الرأى العام ائلى وخصائمه ونوعية القضايا والمشكلات التى تواجهه ثم التعرف على افضل الاساليب والوسائل لمواجهة ومعالجة هذه المشكلات وذلك انطلاقا من أهمية الرأى العام ائلى باعتباره جزءا لا يتجزأ من الرأى العام الوطنى .
- ٢- ضرورة أن يلتزم الصحفى بعنصر الصدق فى كل ما يقدم للقراء حيث توصلت للدراسة الميدانية الى أن اقوى الاسباب التى تدفع الى القراءة لصحفى دون آخر هو اتسامه بالصدق والموضوعية فى كتاباته وثقة الجمهور فيه .
- ٣- العناية الفائقة بالعمود الصحفى نظرا لما له من تأثير عميق وطويل الأمد على القراء فضلا عن أنه يقيم علاقة يومية بين القارئ وكاتب العمود من ناحية ، والقارئ والجريدة من ناحية أخرى .
- ٤- ضرورة أن تعيد المؤسسات الصحفية النظر فى اسلوب معالجتها للقضايا وتحاول تحسين هذا الاسلوب وجعله أسلوبا تربويا حيث توصلت للدراسة الميدانية الى أن ٤٠ ٪ من ائمالى عينة للدراسة لا تعجبهم أساليب كل من الصحف القومية والصحف الحزبية أيضا .
- ٥- ضرورة أن تعدل الصحف القومية عن سياستها المنحازة للحكومة باعتبارها صحفا قومية محايدة تخدم وتعرض عن كل الاتجاهات الموجودة فى المجتمع حيث توصلت للدراسة الى أن هناك خلطا واضحا بين الصحف القومية وصحيفة مايو كما توصلت الى أن نسبة كبيرة من الفئات المستتيرة تعتقد أن الصحف القومية مملوكة للحزب الوطنى الديمقراطى الحاكم وليس مجلس الشورى .
- ٦- ضرورة أن تعدل صحف المعارضة عن اتباعها لأساليب الاثارة والمبالغة حيث بلغت نسبة الذين يهتمون صحف المعارضة بهذه الاساليب ٦٧ ٪ .

المسئولية الاجتماعية للصحافة المصرية

دراسة تحليلية

لوظائف الصحافة مع التطبيق على صحيفتى الأهرام والأهالى

خلال الفترة من ١٩٧٨ - ١٩٨٧

اسم الباحث : عزه عبد العزيز عبد اللاه .

الدرجة العلمية : ماجستير .

اشراف : د.أ/ محمد منير حجاب .

د/ سهام نصار .

سنة المنح : ١٩٩٢ م .

مشكلة الدراسة :

تكمن مشكلة الدراسة فى التعرف على ما اذا كانت الصحافة المصرية تقوم بمسئوليتها الاجتماعية أم لا وما حدود هذه المسئولية وحجمها فى الانشطة الاجتماعية المختلفة وما المجالات التى يرتفع أو ينخفض فيها اداء المسئولية الاجتماعية لهذه الصحف ، وأى من صحف الدراسة تقوم بمسئوليتها اكثر من الاخرى ، ولما كانت جريدتى الاهرام والاهالى هما موضوع الدراسة التطبيقية فانه يمكن صياغة المشكلة البحثية فى تساؤل هو :

" الى أى مدى التزمت كل من جريدة الاهرام وجريدة الاهالى فى القيام بمسئوليتها الاجتماعية كما وكيفا فى الانشطة الاجتماعية المختلفة (السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية) خلال فترة الدراسة " .

أهداف الدراسة :

تهدف الدراسة الى الاجابة عن التساؤلات الآتية :

- ١- ما مؤشرات قياس المسؤولية الاجتماعية للصحف من خلال فئة أهداف الصحيفة وهل التزمت صحيفتا الاهرام والاهالى بمسئولتهما من خلال هذه المؤشرات .
- ٢- ما مؤشرات قياس المسؤولية الاجتماعية للصحف من خلال فئة القيم التى تمكسها الصحيفة وهل التزمت صحيفتا الاهرام والاهالى بمسئولتهما من خلال هذه المؤشرات .
- ٣- ما مؤشرات قياس المسؤولية الاجتماعية للصحف من خلال فئة وظائف الصحيفة وهل التزمت صحيفتا الاهرام والاهالى بمسئولتهما من خلال هذه المؤشرات .
- ٤- ما مؤشرات قياس المسؤولية الاجتماعية من خلال فئة أساليب الاقناع المستخدم .
- ٥- ما مؤشرات قياس المسؤولية الاجتماعية من خلال فئة اشكال التحرير المستخدم .
- ٦- ما مؤشرات قياس المسؤولية الاجتماعية من خلال فئة المصادر .
- ٧- ما المعوقات المختلفة التى تواجه الصحف فى اداء مسئوليتها الاجتماعية والى اى مدى أثرت هذه المعوقات فى اداء كل من صحيفتا الاهرام والاهالى .

نوع الدراسة :

تنتمى هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية التى تستهدف تصنيف البيانات والحقائق وتفسيرها وتحليلها تحليلًا شاملًا لاستخلاص نتائج ودلالات مفيدة منها .

المناهج المستخدمة :

- ١- النهج البنائى الوظيفى .
- ٢- منهج المسح الاعلامى من خلال مسح مضمون عينة من جريدتى الاهرام والاهالى .

٣- النهج المقارن : وذلك بمقارنة جريدة الاهرام بجريدة الاهالى ومقارنة المجالات الأربعة (السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية) بعضها ببعض فى الصحيفة الواحدة ، بغرض التوصل الى :

- أى الصحفين أكثر التزاما بالمسئولية الاجتماعية من الأخرى .
- أى المجالات التى يرتفع فيها التزام الصحيفة بمسئوليتها الاجتماعية من بين المجالات الأخرى .

أدوات جمع البيانات

اعتمدت الباحثة على أداة تحليل المضمون لتحليل محتوى جريدتى الاهرام والاهالى خلال فترة الدراسة وتحليل أسلوب معالجتهما للوظائف فى المجالات الأربعة .

وذلك من خلال استمارة تحليل المضمون التى صممها الباحثة لتحقيق أهداف الدراسة كما اعتمدت على المقابلة الشخصية غير المقتنة مع عديد من أساتذة التربية والاجتماع والفلسفة والعلوم السياسية والاعلام .

عينة الدراسة :

وقع اختيار الباحثة على الفترة الزمنية من فبراير ١٩٧٨ حتى ديسمبر ١٩٨٧ م وتم اختيار العدد الاسبوعى للاهرام لانه أكثر الاعداد توزيعا ، ولان صحيفة الاهالى صحيفة أسبوعية لتحقيق التكافؤ بين الصحفتين ، واختيرت العينة بطريقة عشوائية منتظمة حيث اختير العدد الأول عشوائيا وكان الاسبوع الثالث من شهر فبراير ١٩٧٨ م وكان العدد الثانى الاسبوع الرابع من شهر مارس وهكذا . .

أهم نتائج الدراسة :

كشفت الدراسة عن وجود ثلاثة مؤشرات لقياس المسئولية الاجتماعية للصحافة وهى:

١ - الكم .

٢ - التنوع .

٣ - ترتيب الاولويات .

ومن خلال مؤشر الكم كانت نتائج الدراسة كما يلي :

- ان جريدة الاهالى اكثر تحملا لمسئوليتها الاجتماعية من جريدة الاهرام فى المجالين السياسى والاقتصادى .
- بينما الاهرام أكثر تحملا لمسئوليتها الاجتماعية من الاهالى فى المجالين الاجتماعى والثقافى .
- ان المسئولية الاقتصادية لجريدة الاهرام هى أكثر مسئولياتها من حيث ترتيب الاهتمام تليها المسئولية السياسية ثم الاجتماعية ثم الثقافية وذلك من مجموع أهداف وقيم ووظائف الاهرام فى المجالات الأربعة .
- ان المسئولية السياسية لجريدة الاهالى هى أكثر مسئولياتها من حيث ترتيب الاهتمام تليها الاقتصادية ثم الثقافية ثم الاجتماعية .
- تساوت كل من الاهرام والاهالى فى المسئولية الاجتماعية فى المجال السياسى حيث لم تهمل كل منها أى وظيفة سياسية من الوظائف البالغ عددها سبعة عشر وظيفة .
- ضرورة التنوع فى استخدام أشكال التحرير حتى لا يمل القارئ من مطالعة خط تحريرى واحد ، كما أن التنوع يعكس أسلوب الحملات الصحفية والتغطية الصحفية الجيدة حيث يتيح للصحيفة تقديم الفكرة بأكثر من شكل .
- تساوت كل من الاهالى والاهرام فى المسئولية الاجتماعية فى المجالات الاربعة حيث نجحت كل منهما فى الاعتماد على نوعية الاساليب المنطقية بشكل أساسى بينما جاء الاعتماد على الاساليب العاطفية ضعيف جدا فى المجالات الاربعة .
- هناك معوقات أثرت على جريدتى الاهرام والاهالى فى اداء المسئولية الاجتماعية من أبرزها : الاعلان - سياسة التحرير - ملكية الصحيفة - علاقة الصحافة بالسلطة - الامكانيات المادية .

أهم التوصيات :

- ينبغي أن يقوم المجلس الاعلى للصحافة ونقابة الصحفيين بتحديد وتوضيح مسئوليات الصحف المصرية تجاه المجتمع وعلى ضوء ظروفه وأوضاعه التاريخية والآنيه والمستقبلية
- ضرورة أن يعاد النظر فى بناء الصحفى اجتماعية وثقافيا .
- ضرورة العمل على تلاشى معوقات الصحف المصرية سواء الخاصة بعلاقتها بالسلطة أو القوانين المقيدة للحريات أو بجهلها باحتياجات الجماهير .
- ضرورة الموازنة فى الاهتمام بالوظائف فى المجالات الأربعة (سياسية - ثقافية - اقتصادية - اجتماعية) فلا تغفل جوانب على حساب الاهتمام بجوانب أخرى .

دور الإعلام الإقليمي في تنمية المجتمع المحلي

دراسة تطبيقية

على إذاعة شمال الصعيد والصحف المحلية
التي تصدر في الإقليم

اسم الباحث : محمد زين عبد الرحمن رستم .

الدرجة العلمية : ماجستير .

إشراف : أ.د/ عبد الوهاب أحمد كحيل . د.ه محمد مصطفى حبشى .

سنة النسخ : ١٩٩٤ م .

مشكلة الدراسة :

تتلور مشكلة هذه الدراسة في التعرف على دور الإعلام الإقليمي بشقيه (المسموع والمقروء) في التنمية المحلية في إقليم شمال الصعيد .

أهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى تقييم الإعلام الإقليمي الموجود بإقليم شمال الصعيد بوسائله المختلفة وذلك للتعرف على مدى إمكانية تحقيقه لأهداف التنمية بالنسبة

للمجتمعات المحلية ، حتى يمكن الاسترشاد بذلك فى وضع خطة للإعلام الإقليمى لتحقيق التنمية بالنسبة للمجتمعات المحلية .

ولتحقيق أهداف هذه الدراسة تم وضع التساؤلات التالية :

- ما حجم اهتمام اذاعة وصحف شمال الصعيد بقضايا التنمية المحلية فى الاقليم ما أولويات قضايا التنمية المحلية (الاجتماعية - الاقتصادية - السياسية - الثقافية) فى اذاعة وصحف شمال الصعيد ؟
- ما الأشكال الاذاعية والصحفية التى استخدمتها اذاعة وصحف شمال الصعيد فى عرض قضايا التنمية المحلية ؟
- ما وسائل الابرار التى استخدمتها اذاعة وصحف شمال الصعيد فى عرض قضايا التنمية المحلية ؟
- ما اتجاهات اذاعة وصحف شمال الصعيد تجاه التنمية المحلية ؟

نوع الدراسة ومنهجها وأدوات جمع البيانات :

تنتمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التى تستهدف تصنيف البيانات والحقائق التى تم تجميعها وتسجيلها وتفسير هذه البيانات وتحليلها تحليلاً شاملاً واستخلاص نتائج ودلالات مفيدة منها تودى إلى إمكانية تعميمات بشأن دور الإعلام الإقليمى فى تنمية المجتمع الخلى الذى يقوم الباحث بدراسته .

وبالنسبة للمنهج المستخدم فى هذه الدراسة فهو منهج تحليل المضمون وقد استخدمه الباحث فيما يختص بالصحف الإقليمية الصادرة فى شمال الصعيد فى الفترة الزمنية المحددة حيث قام بتطبيق استمارة الدراسة التحليلية على جميع أعداد الصحف الصادرة فى الإقليم فى فترة الدراسة .

واستخدم الباحث النهج ذاته لإذاعة شمال الصعيد حيث تم اختيار ثلاثة دورات إذاعية من بين اثني عشره دورة إذاعية قدمتها الإذاعة فى السنوات الثلاث مجال البحث ، وذلك فى محاولة للدراسة دور الإعلام الإقليمى فى تنمية المجتمع المحلى .

عينة الدراسة :

وقد تم اختيار إذاعة شمال الصعيد لأنها الإذاعة الإقليمية الوحيدة التى تعبر عن الإقليم ولا يوجد أى إذاعات أخرى فى الإقليم . وتم أخذ عينة عشوائية منتظمة من الدورات الإذاعية بإذاعة شمال الصعيد من بين اثني عشره دوره إذاعية أذاعتها الإذاعة فى ثلاث سنوات هى ٩٠ ، ٩١ ، ١٩٩٢ بواقع دورة إذاعية كاملة فى كل عام .

كما تم اختيار البرامج التى احتوت عليها هذه الدراسة من بين تلك الدورات عن طريق عمل مسح شامل لها أدى إلى استخراج البرامج التى تتعرض لقضايا التنمية لتكون عينة التحليل الخاصة لهذه الدراسة .

وبخصوص عينة الصحف فقد وقع اختيار الباحث على صحف (أخبار بنى سويف - صوت المنيا - صوت أسيوط - الفيوم) لإجراء الدراسة التحليلية عليها لعدة أسباب :

- ان هذه الصحف هى التى تصدر فى الإقليم .
- ان هذه الصحف تسم بالدورية والنبات واستمرار الصدور إلى حد كبير وكل ما عداها مجرد نشرات تظهر ثم تتوقف لتظهر غيرها لتتوقف بدورها وهكذا .

وبالنسبة للفترة الزمنية فقد وقع اختيار الباحث على الفترة الزمنية من ١/١/١٩٩٠ وحتى ٣١/١٢/١٩٩٢ وذلك لأنها السنوات التى بدأ فيها تنفيذ خطة التنمية المحلية فى إقليم شمال الصعيد .

خطة الدراسة :

هذا وقد تم تقسيم الدراسة إلى عدة فصول :

الفصل الأول : تناول الاجراءات المنهجية للدراسة .

الفصل الثاني: تحدث عن أهمية الاعلام الاقليمي وعن الإذاعات الاقليمية نشأتها

وتطورها وأهميتها والدور المتوقع منها . وأيضا عن الصحف الاقليمية

نشأتها وتطورها وأهيتها وأهدافها والدور المتوقع منها . .

الفصل الثالث: وتعرض فيه الباحث لدور الاعلام الإقليمي في تنمية المجتمع اقليمي

سواء كان إعلاما إذاعيا أو صحفيا ودور كل من الإذاعة والصحافة في

التمية بجوانبها المتعددة .

واشتمل الفصل الخامس : على الدراسة التطبيقية :

أولا : على الإذاعة اقليمية (إذاعة شمال الصعيد)

ثانيا : على الصحف اقليمية الموجودة بالإقليم .

أما الفصل السادس والأخير : فقد حوى نتائج الدراسة وتوصياتها .

نتائج الدراسة :

بالنسبة للإذاعة :

١- تنخفض نسبة البرامج التي تتعرض لقضايا التنمية المختلفة من حيث المدة الزمنية

المقدمة بالنسبة إلى طول فترات الإرسال بينما ترتفع نسبة البرامج التي تتعرض

لقضايا التنمية اقليمية بالنسبة للبرامج العامة حيث بلغت هذه النسبة ٢٤,١٪

بالنسبة إلى فترات الإرسال ٥٣,٥٪ بالنسبة إلى البرامج المذاعة .

٢- ثبات ترتيب اهتمامات إذاعة شمال الصعيد بقضايا التنمية المحلية المختلفة خلال الدورات الإذاعية الثلاث حيث احتلت التنمية الثقافية المركز الأول فى الدورات الثلاث فالاجتماعية والاقتصادية وأخيرا التنمية السياسية .

٣- وجود برامج إذاعية تناول قضايا التنمية المحلية بشكل عام وغير متخصصة بمعنى أن البرنامج الواحد يتضمن فى تناوله لقضايا التنمية أكثر من جانب فى الحلقة الواحدة اجتماعيا وسياسيا واقتصاديا وهذا يؤدي الى التكرار والعشوائية فى التقديم .

٤- ارتفاع نسبة اهتمام إذاعة شمال الصعيد بقضايا التنمية الثقافية وكانت هذه النسبة فى الدورات الثلاث ٢٥,١١ ٪ ، كما ترتفع أهمية موضوعات التوعية والشئون الدينية بإذاعة شمال الصعيد حيث بلغت نسبة تكرار الموضوعات الدينية فى قضايا التنمية الثقافية ٥٢,٨٩ ٪ وهذا يدل على اهتمام زائد بتلك الموضوعات والتي زادت نسبتها عن ضعف نسبة كل موضوعات التنمية الثقافية الأخرى .

٥- اهمال إذاعة شمال الصعيد لقضايا المرأة والأسرة حيث لم تزد نسبة الاهتمام بتلك القضايا عن ٥,١٩ ٪ من نسبة الاهتمام بقضايا التنمية الاجتماعية .

٦- تحتل التنمية السياسية المركز الأخير فى اهتمامات إذاعة شمال الصعيد بقضايا التنمية المحلية وشكلت هذه النسبة ٩,٨٧ ٪ من نسبة برامج التنمية وهى نسبة منخفضة قياسا بأهمية التنمية السياسية التى يحتاجها الاقليم .

بالنسبة للصحف :

• عدم اهتمام الصحف الاقليمية التى تصدر فى اقليم شمال الصعيد بموضوعات وقضايا التنمية المختلفة حيث لا تمثل مساحتها فى أى الأحوال أكثر من ٣٣,٢٢ ٪ من جملة المساحة الكلية لأكثر تلك الصحف اهتماما بقضايا التنمية وهى صحيفة

صوت المنيا ، وهذا يعنى ضرورة الاهتمام بتخصيص مساحات أكبر من تلك الصحف للموضوعات الخاصة بقضايا التنمية المحلية .

• زيادة اهتمام الصحف الاقليمية لشمال الصعيد بقضايا التنمية السياسية حيث احتلت المركز الأول فى اهتمامات صحف الدراسة بقضايا وموضوعات التنمية المختلفة حيث بلغت نسبة هذا الاهتمام ٢٣,٩٥٪ من نسبة المساحة الخاصة بموضوعات التنمية . ومع ذلك انخفضت نسبة الاهتمام بموضوع التوعية السياسية حيث لم يحظ هذا الموضوع رغم أهميته إلا بنسبة ٥,٤٤٪ من نسبة الاهتمام بقضايا التنمية السياسية .

• زيادة الاهتمام بموضوعات وقضايا التنمية الثقافية على الاهتمام بالموضوعات الاجتماعية حيث بلغت نسبة الاهتمام بقضايا التنمية الثقافية ٢٨,٣٦٪ من حيث المساحة و ٣٠,٣٧٪ من حيث تكرار ظهور موضوعاتها على صحف الدراسة .