جامعة عين شمس
كلية الآداب
قسم علوم الاتصال
والإعلام

تخطيط البرامج فى الإذاعة اليمنية

دراسة تطبيقية على إذاعة البرنامج العام (إذاعة صنعاء)

مقدمة لنيل درجة الماجستير فى الإعلام

إعــداد الباحث
مجيب أحمد حازم الشميرى

إشـــراف

أ.د. ســوزان القلينـــى
أستاذ ورئيس قسم علوم الاتصال والإعـــلام
كلية الآداب ـ جامعة عين شمس

1426 هـ - 2005

الإهــداء

إلى....

اللذين تعبا من أجلى وربيانى صغيرا..

والدىّ الحبيبين.

وإلى....

الوفية التي عانت معى... زوجتى الغالية،

وإلى....

قرة عينىَّ ابنتىَّ الحبيبتين... أمل وسلمى.

أهدى هذا العمل، شكرا وعرفانا.

شكر وتقدير

الحمد لله سبحانه الذي وفقني لإتمام هذه الدراسة وأعانني وأسبغ علىَّ نعمه ظاهرة وباطنة فله الحمد وله الشكر وله الثناء الحسن كما ينبغى لجلال وجهه وعظيم سلطانه... وبعد

فـــإني أتقـــدم بخـالص الشكـر وعظيم الامتنان والتقدير *للأستاذة الدكتورة/ سـوزان القلينـى* المشرف على هذه الرسالة التي تحملت عناء الإشراف والمتابعة لهذه الدراسة منذ كانت بذرة صغيرة في ذهن الباحث فسقتها بعلمها وحسن توجيهها ورعايتها وبالغ فضلها حتى استوت على سوقها فكان لها الفضل بعد الله سبحانه وتعالى في خروج هذه الرسالة إلى حيز النور فلها منى جزيل الشكر والعرفان وأسال الله تعالى أن يجزيها خيراً على ما قدمت وبذلت في سبيل العلم وأن يمتعها الله بموفور الصحة والعافية والسعادة.

كما أتقدم بوافر الشكر *للدكتورة/ نجوى عبدالسلام* أستاذ الإعلام المساعد بالكلية التي شرفت بالتتلمذ على يديها في مرحلة التمهيدي للماجستير لتفضلها بالمشاركة في مناقشة هذه الرسالة وأسال الله سبحانه أن يمدها بالصحة والعافية وأن يجزيها خير الجزاء وأن ينفع بها وبعلمها.

والشكر والتقدير *للدكتور/محمد نبيل طلب* الأستاذ المساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام بجامعة القاهرة الذي تفضل مشكوراً بالموافقة على المشاركة في مناقشة هذه الرسالة فله منى عظيم التقدير والامتنان وأسال الله أن ينفع به وبعلمه وأن يمتعه الله بوافر الصحة والسعادة.

كما لا يفوتني أن أتوجه بالشكر الجزيل لكل من قدم لي يد العون من الاخوة العاملين في إذاعة صنعاء والمؤسسة العامة اليمنية للإذاعة والتلفزيون، وكل من أهدى لي نصحاً أو توجيهاً أو دعاءً.

وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين

جامعه عين شمس
كلية الآداب
قسم علوم الاتصال
والإعلام

استمارة استبيان حول موضوع

تخطيط البرامج فى الإذاعة اليمنية

دراسة تطبيقية على إذاعة البرنامج العام (إذاعة صنعاء)

مقدمة لنيل درجة الماجستير فى الإعلام

إعــداد الباحث
مجيب أحمد حازم الشميرى

إشـــــراف

أ.د. ســـــوزان القلينـــــى
أستاذ ورئيس قسم الإعـــــلام
كلية الآداب ـ جامعة عين شمس

بسـم الله الرحمن الرحيـم

(أَلَمْ تَرَ كَيْفَ ضَرَبَ اللَّهُ مَثَلاً كَلِمَةً طَيِّبَةً كَشَجَرَةٍ طَيِّبَةٍ أَصْلُهَا ثَابِتٌ وفَرْعُهَا فِي السَّمَاءِ[24] تُؤْتِي أُكُلَهَا كُلَّ حِينٍ بِإِذْنِ رَبِّهَا ويَضْرِبُ اللَّهُ الأَمْثَالَ لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ) [25]

سورة إبراهيم

مقدمـــــة

تعتبر قضية التخطيط الإعلامى من أهم القضايا التى توليها الحكومات والدول والهيئات أهمية بالغة نظرا لما يحتله الإعلام اليوم من مكانة كضرورة من ضرورات التنمية وكنشاط فاعل من أنشطة المجتمع التى لا يمكن الاستغناء عنها، وكثيرا ما يوجه النقد لوسائلنا الإعلامية العربية عامة حول إهمالها لقضية التخطيط الإعلامى وشيوع الارتجال والعشوائية والتبعية السياسية والثقافية فى تخطيط أنشطتها الإعلامية وحتى يتحقق نجاح هذه المؤسسات الإعلامية فلابد من الأخذ بالأسس العلمية والأساليب السليمة فى عملية التخطيط الإعلامى التى تتطلب مزيجا متناسقا من السياسة الإعلامية الواضحة الأهداف التى تراعى مصالح المجتمع والمناخ الإعلامى المناسب الذى يدعم الإبداع والابتكار وتوفير الإمكانيات المادية والبشرية والتكنولوجية التى يتطلبها العمل الإعلامى.

وعلى الرغم من التقدم المتسارع الذى تحقق للوسائل الإعلامية من الناحية التكنولوجية فإن امتلاك التقنية الإعلامية لم يمثل العامل الحاسم فى تطوير المجال الإعلامى ونجاحه فقد تمتلك الوسائل الإعلامية هذه التقنية العالية لكنها تختلف فى مستوى نجاحها وقدراتها الإعلامية وهذا الاختلاف يعود فى الأصل إلى حجم ونوع الجهود المخططة فى هذه الوسيلة أو تلك وتبعا لما تملكه من قدرات ومهارات فى تخطيط نشاطها الإعلامى.

وإذا كان التخطيط قد أصبح لازما فى أى عمل مؤسسى فإنه فى المجال الإعلامى يصبح مطلبا ملحا لتطوير الأداء وتنمية الوسائل والإمكانيات والموارد وتعزيز الكفاءة فى الإنتاج أو المخرجات الإعلامية وتزداد أهمية التخطيط الإعلامى فى الدول النامية وخصوصا مع أهمية الدور الذى تؤديه وسائل الإعلام الجماهيرية، وتجارب مشاركة الإعلام فى تنمية المجتمعات المحلية واستخدامه فى مجالات التوعية والتثقيف والتعليم الأمر الذى جعل من التخطيط الإعلامى مطلباً اجتماعياً عاماً من كل فئات المجتمع مما جعل الدول المتقدمة تفرز

هيئات ومجالس متخصصة لرسم النشاط الإعلامى لتحقيق استفادة كل فئات وشرائح المجتمع من الوسائل الإعلامية.

وبناء على ما تقدم فإن هذه الدراسة تلقى الضوء على الأسس العلمية للتخطيط الإعلامى من خلال رصد التراث العلمى فى هذا المجال سواء النظرى منه أو التطبيقى وتطبيق هذه الأسس والمعايير العلمية على واقع تخطيط البرامج فى الوسائل الإعلامية اليمنية كما ترصد الواقع البرامجى لإذاعة صنعاء، ومدى تحقيق هذه البرامج للأهداف التى حوتها الخطة الإذاعية، وخصائص البث الإذاعي من خلال تحليل مضمون عينة من برامجها الإذاعية وهى دراسة تكتسب أهميتها من كونها تسعى إلى وضع تقييم علمى للأوضاع التخطيطية القائمة فى الوسائل الإعلامية اليمنية ومدى كفاءة الإجراءات التى يتم اتخاذها فى الأنشطة التخطيطية من خلال أداء الأجهزة المختصة بتخطيط البرامج ومدى توفر متطلبات عملية التخطيط العلمية ضمن الأداء الإدارى العام فى المؤسسات الإعلامية اليمنية.

وتنقسم هذه الدراسة إلى جزأين رئيسيين يتمثل الأول بالجزء النظرى من خلال ثلاثة فصول يتناول الفصل الأول منها الإطار المنهجي للدارسة مبيناً مشكلة الدراسة وأهميتها وأهدافها وتساؤلاتها والمنهج المستخدم في الدراسة وإجراءات اختيار العينة وأدوات البحث والمعالجة الإحصائية للبيانات وركز الفصل الثاني على الأسس والقواعد العلمية لإدارة المؤسسات الإعلامية التى ينبغى عليها الاستفادة من القواعد العلمية والاتجاهات الحديثة فى علم الإدارة كمجال حيوى قابل لتطبيق هذه القواعد فى مجالات التوجيه واتخاذ القرار وإدارة الأفراد وتوظيف واستغلال الموارد المتاحة، كما يركز الفصل الثانى على جملة من القواعد الأساسية فى عملية التخطيط، أما الفصل الثالث فقد تناول عملية التخطيط الإعلامى التى تستهدف تكييف النظام الإعلامى بمدخلاته وأهدافه مع البيئة التى يعمل فيها، مبيناً حدود ومراحل التخطيط البرامجى كمرحلة نوعية خاصة من مراحل التخطيط الإعلامى تشمل قواعد البرمجة الإذاعية والمعايير التى تتطلبها من حيث المضمون والجمهور واحتياجاته وسلوكه وقواعد الإنتاج البرامجى.

واستهدف الفصل الرابع تكوين صورة واضحة عن الوسيلة الإعلامية المختارة للدراسة وهى إذاعة البرنامج العام (إذاعة صنعاء) من خلال تتبع تاريخى لنشأتها وتطورها فى الجوانب المادية والتكنولوجية والتنظيمية بالإضافة إلى إلقاء الضوء على تطور تخطيط البرامج الإذاعية عبر المراحل التى مرت بها الإذاعة وعرض جملة من الحقائق والوثائق عن تقييم الخدمة الإذاعية لإذاعة صنعاء والأسس والأساليب التى يتم اتباعها فى تخطيط برامجها وما يتم إنجازه من مهام فى هذا الصدد وقد استفاد الباحث فى هذا الجانب من فترة البحث الميدانى التى قام بها داخل الإذاعة وجمعه للملاحظات من خلال الاطلاع على سير العمل وإجراء عدد من المقابلات مع العاملين فيها. أما الجزء الثاني فيتمثل في الجزء التطبيقي من الدراسة والذي يتضمن كلاً من الفصل الخامس الذي يعرض نتائج الدراسة الميدانية للقائم بالاتصال وكذلك الفصل السادس الذي يعرض نتائج الدراسة التحليلية للبرامج الإذاعية.

وقد اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح بالعينة للقائم بالاتصال من خلال عينة بلغت (107) مفردة من العاملين فى البرامج بالإضافة إلى عينة من البرامج الإذاعية بلغت (384) ساعة إذاعية. واستخدمت الدراسة أداتى الاستقصاء وتحليل المضمون على النحو المفصل فى الفصل المنهجى الخاص بالدراسة.

وجدير بالذكر أن الباحث واجه العديد من الصعوبات أثناء مرحلة جمع المعلومات تمثلت فى رتابة الروتين الإدارى فى المؤسسات والهيئات ذات العلاقة والميل إلى حجب المعلومات وعدم تكاملها أو استنادها إلى خطة بحثية موثوقة إضافة إلى صعوبة الكثافة للمادة التحليلية التى تطلبت جهودا مضنية فى التحليل والتصنيف والفرز للمواد والبرامج الإذاعية سواء فى مرحلة تسجيل عينة البرامج أو فى مرحلة التحليل، ويأمل الباحث أن تخرج هذه الدراسة بالنتائج المأمولة فى تشخيص واقع التخطيط البرامجى فى الإعلام اليمنى وأن تكون إضافة علمية جادة فى هذا المجال.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

تمهيـد

تختلف المناهج والأدوات البحثية تبعا للأهداف التى تسعى إلى دراستها وجمع المعلومات عنها وفى جانب مثل التخطيط البرامجى يصبح من الضرورى اتباع أكثر من أداة بحثية لتناول عملية التخطيط الإعلامى وقياس مخرجاتها البرامجية وأهدافها حتى يمكن الوصول إلى نتائج شاملة فى تقييم الخدمة الإذاعية التى يتفاعل فيها ثلاثة عناصر رئيسية هى القائم بالاتصال والبرامج والجمهور.

وهذه الدراسة تقوم على دراسة عنصرين رئيسيين من هذه العناصر الثلاثة هما عنصر القائم بالاتصال وعنصر البرامج أو الرسالة الإعلامية لمعرفة كيف يخطط القائم بالاتصال ورؤيته للإجراءات التخطيطية التى تتم من واقع ممارسته ومعايشته للعمل الإذاعى اليومى، كما أن البرامج تعد هى المؤشر الحقيقى لمستوى التخطيط المتبع ومدى ملاءمته.

وتحرص هذه الدراسة على الجمع بين هذين العنصرين سعيا للوصول لنتائج أكثر عمقا وتكاملا حول تخطيط البرامج فى إذاعة صنعاء.

مشكلة الدراسة:

تعددت الدراسات التى تناولت وسائل الإعلام اليمنية إلا أن هذه الدراسات اهتمت بجوانب وأهملت جوانب أخرى حيث لاحظ الباحث اتجاه أغلب هذه الدراسات إلى تناول مواضيع بحثية ركزت إما على العلاقة بين الجمهور والوسيلة من خلال نظريات التأثير الإعلامى أو الدراسات التى اهتمت بدور الوسيلة الإعلامية تجاه قضية معينة تهم المجتمع أو الدراسات التاريخية التى اهتمت بنشأة وتطور وسيلة ماً أو ما ركز منها على جانب الدور الذى تقوم به الوسائل الإعلامية فى معالجة قضايا معينة من خلال تحليل المحتوى الإعلامى الصحفى أو الإذاعى فى الوقت الذى نجد فيه عدم تناول الجوانب المتعلقة بالتخطيط الإعلامى فى هذه الوسائل وأساليب ممارستها الإعلامية حيث لا تزال دراسات القائم بالاتصال فى الإعلام اليمنى بحاجة إلى تفعيل للكشف

عن خصائص القائم بالاتصال واتجاهاته ومهاراته ومشكلاته فى الجوانب الإعلامية المختلفة وقياس مدى الأخذ بالأساليب العلمية المهنية فى التخطيط للبرامج والمواد الإعلامية.

وفى إطار الإعلام الإذاعى والتليفزيونى اليمنى يلاحظ أن وسيلة التلفزيون قد حظيت باهتمام أكبر من وسيلة الإذاعة المسموعة ولم يطلع الباحث على أى دراسة تناولت جانب التخطيط البرامجى فى الإذاعة اليمنية، أو حتى على مستوى وسائل الإعلام اليمنية بوجه عام مما يجعل من القيام بمثل هذه الدراسة ضرورة للتعرف على جوانب التخطيط وتقييم الأداء الإعلامى وبالذات لوسيلة إعلامية هامة وجماهيرية كالإذاعة ربما يفوق اعتماد الجمهور اليمنى عليها اعتماده على الوسائل الإعلامية الأخرى.

ونظرا لذلك فقد شكل هذا الوضع تساؤلا ملحا لدى الباحث حول مدى تطبيق الأسس العلمية فى تخطيط الإعلام الجماهيرى فى اليمن وخصوصا مع ما لاحظه الباحث من ضعف مستوى البرامج الأمر الذى يستدعى إجراء دراسة فى هذا المجال يمكن أن تشكل نواة تمهد الطريق لدراسات أخرى تعالج جوانب التخطيط الإعلامى فى الوسائل المختلفة.

وعليه فإن مشكلة هذه الدراسة تتحدد فى:

التعرف على واقع عملية التخطيط الإعلامى فى أجهزة الإعلام اليمنية من خلال دراسة واقع تخطيط البرامج الإذاعية لإذاعة البرنامج العام ومدى ما يحققه التخطيط البرامجى من معالجة الأهداف الإعلامية المخططة للإعلام اليمنى بشكل عام.

أهمية الدراسة:

إذا كان الهدف النهائى من الرسالة الإعلامية هو الإقناع والتأثير فإن ذلك لا يتم بدون تخطيط إعلامى برامجى هادف ومنظم وهذه الدراسة تمثل محاولة بحثية تتناول جانب التخطيط فى قطاع حيوى من الإعلام اليمنى يتمثل فى الإذاعة اليمنية من خلال دراسة تطبيقية على إذاعة البرنامج العام (إذاعة صنعاء) إيمانا بأهمية التخطيط الإعلامى لتحقيق الأهداف المنشودة وإسهاما فى رفد الإعلام اليمنى برؤية إعلامية صحيحة قادرة على خلق برامج متوازنة ومهدفة ومتكاملة تراعى إنجاز أهداف الخطط الإعلامية بما يخدم أهداف التنمية الشاملة.

وقد تم اختيار دراسة البرنامج العام (إذاعة صنعاء) من بين الإذاعات اليمنية الأخرى للاعتبارات الآتية:

- أنها تمثل الإذاعة الأم التى عرفتها اليمن لأول مرة منذ عام 1947م.
- نظرا لما تمتلكه الإذاعة من إمكانيات وكوادر وأطر تنظيمية واتساع جمهورها على امتداد البلاد.
- أنها تمثل الإذاعة الرئيسية فى اليمن والتي يغطى بثها كل المجال الجغرافى لليمن سواء البث الأرضى أو الفضائى.

إن أهمية هذه الدراسة تأتى تبعا لأهمية التخطيط الإعلامى نظرا لخطورة الدور الذى تؤديه وسائل الإعلام فى المجتمع وهو مجال لا يزال يفتقر إلى دراسات أكثر عمقا وتخصصا، وخصوصا فى عالمنا العربى تبعا لاحتياجات التنمية المتزايدة ودور الإعلام فيها الذى يجعل من تخطيط الإعلام ضرورة من ضرورات التنمية الشاملة.

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تكوين صورة عن واقع عملية تخطيط البرامج فى إذاعة البرنامج العام ومقارنة هذا الأداء التخطيطى القائم من خلال دراسة الالتزام بالمعايير والمتطلبات العلمية فى التخطيط الإعلامى بالإضافة إلى دراسة مدى توافق المخرجات البرامجية مع أهداف الخطة الإعلامية ومستوى ترجمتها لها ويمكن الإشارة إلى أهداف هذه الدراسة من خلال ثلاثة محاور:

أولا: أهداف الإطار النظرى للدراسة والتى تشمل:

- التعرف على الإدارة الإعلامية ومدى تأثيرها على المخرجات البرامجية.
- بيان الخصائص والسمات التى تتميز بها إدارة المؤسسات الإعلامية.
- موقع التخطيط الإعلامى كجزء من العملية الإدارية فى المؤسسة الإعلامية.
- تقديم رؤية علمية ما أمكن لأسس ومبادئ التخطيط الإعلامى والبرامجى.

ثانيا: أهداف الدراسة الميدانية والتى تشمل:

- التعرف على واقع عملية تخطيط البرامج فى إذاعة صنعاء.
- قياس فهم القائم بالتخطيط لعملية تخطيط البرامج.
- دراسة المعايير التى يتم تخطيط البرامج بناء عليها.

ـ دراسة مدى اتباع أسس علمية سليمة فى تخطيط البرامج.
ـ التعرف على أهم العوامل المؤثرة فى تخطيط البرامج الإذاعية.
ـ إبراز أهم المشكلات والعوائق التى تقف أمام عملية تخطيط البرامج الإذاعية.

ثالثا: أهداف الدراسة التحليلية والتى تشمل:
ـ التعرف على الخصائص العامة للبث الإذاعى من خلال الحصر الدقيق للبرامج وترتيب بثها وأوقات إعادتها وأطوالها ومزايا الفترات الإذاعية المعتمدة.
ـ قياس مدى التنوع فى مضامين وأشكال البرامج الإذاعية.
ـ قياس مدى توازن الوظائف الإعلامية كما تعكسها البرامج الإذاعية.
ـ التعرف على مدى معالجة الأهداف الإذاعية التى تضمنتها الخطة الإذاعية.
ـ دراسة وتقييم المستوى اللغوى المستخدم فى البرامج.
ـ التعرف على المصادر التى تم الاعتماد عليها فى تخطيط البرامج الإذاعية وأنواعها.
ـ قياس مدى مشاركة الجمهور فى البرامج الإذاعية.
ـ دراسة مدى الالتزام بقرارات التخطيط للبرامج الإذاعية كما تعكسها الخارطة البرامجية.
ـ التعرف على الأشكال والقوالب الفنية التى تعرض بها البرامج وتوازنها وتنوعها.
ـ التعرف على الجمهور الذى تستهدفه البرامج الإذاعية وأساليب مخاطبته.

الدراسات السابقة:

تفاوتت الدراسات ذات العلاقة بموضوع البحث فى أبعادها فمنها ما ركز على إطار السياسات والأهداف الإعلامية وربطها بإدارة المؤسسة الإعلامية كمدخل طبيعى للتخطيط الإعلامى الذى تمارسه المؤسسة كجزء من نشاطها الإدارى واهتمت مثل هذه الدراسات بتطبيق المعايير الإدارية على الأداء بطبيعة السياسة الإعلامية التى تتبعها المؤسسة الإعلامية، وهناك دراسات أخرى تناولت التخطيط الإعلامى فى إطاره العام من خلال دراسة دور التخطيط الإعلامى فى مساعدة الوسائل الإعلامية فى القيام بأدوارها الاجتماعية المختلفة

وخصوصا ما يتعلق بتنمية المجتمع وهناك دراسات تناولت جوانب تخطيط الرسالة الإعلامية وقياس موضوعاتها وأهدافها وهى الدراسات التى ركزت على جانب التخطيط البرامجى، ويمكن عرض هذه الدراسات وفقا لما سبق فى المحاور الثلاثة الآتية:

أولا: الدراسات التى تناولت جوانب السياسة والإدارة الإعلامية وتشمل:

دراسة منصور كدسة1985[1]: «الأسس العلمية لإدارة المؤسسات الإعلامية:

هدفت هذه الدراسة إلى تطبيق الأسس العلمية لإدارة المؤسسات الإعلامية على المؤسسات الإعلامية بالمملكة العربية السعودية لرسم إطار متكامل لجوانب العمل الإدارى وشملت مؤسسات الإذاعة والتلفزيون ووكالة الأنباء والمؤسسات الصحفية، والدراسة من نوع البحوث الاستكشافية الوصفية وقد استخدمت منهج المسح لأساليب الممارسة وأداة الاستقصاء لجمع البيانات والمعلومات وأهم نتائج الدراسة فيما يخص جانب التخطيط ما يلى:

1 ـ قصور مفهوم التخطيط ليشمل بعض المجالات دون الأخرى.
2 ـ وجود تباين فى مواقف المؤسسات الإعلامية بخصوص أهداف التخطيط من حيث الوضوح والتحديد.
3 ـ وجود تباين فى أولويات أهداف التخطيط من مؤسسة لأخرى.
4 ـ كانت الأوضاع السياسية هى أكثر العوامل الخارجية تأثيرا على أهداف وخطط المؤسسات الإعلامية ثم العوامل الاقتصادية وآخرها العوامل الثقافية.
5 ـ عدم توافر الإمكانيات البشرية المطلوبة فى التخطيط.
6 ـ أن قلة من المؤسسات هى التى يتوفر لديها جهاز متخصص مسؤول عن التخطيط الإعلامى.
7 ـ ظهر اهتمام محدود من أجهزة التخطيط بالمؤسسات الإعلامية السعودية بالبحوث والدراسات.
8 ـ أن بعض المؤسسات الإعلامية لا تشارك فيها المستويات الإدارية المختلفة فى إعداد خططها.

(1) منصور على كدسة، الأسس العلمية لإدارة المؤسسات الإعلامية، دكتوراه، غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1985م.

دراسة سعيد محمد السيد 1995م[1] " أثر الضغوط الخارجية على السياسية الإذاعية المصرية».

والتى هدفت إلى دراسة طبيعة الضغوط الخارجية الواقعة على السياسة الإذاعية المصرية والأطراف التى تمارسها مستعينة بالنموذج الذى استخدمه فريق بحث مشاكل الميديا الأوروبية عام 1992م وكذلك إجراء بحث ميدانى عن أحد مظاهر التغيير والذى تمثل فى قرار مد الإرسال التلفزيونى على مدار الساعة وما إذا كان هذا القرار جاء استجابة لمتطلبات الجمهور أم لضغوط خارجية ذات طبيعة مختلفة من خلال منهج المسح لعينة طبقية من سكان القاهرة بلغ عددها (200) مفردة وقد أشارت الدراسة إلى أن السمات الرئيسية للنظام الإذاعى المصرى يمكن إيجازها بالنقاط الآتية:

1 ـ سيطرة البيروقراطية على كافة أوجه النشاط مما أثر على فاعلية الجهاز وكفاءته بدرجة كبيرة على الرغم من أن القانون الذى يحكم الاتحاد قد اعترف بالطبيعة الخاصة لهذا الجهاز.

2 ـ أن تدخل السلطة التنفيذية فى أعمال الجهاز ابتداء من وضع السياسات إلى تسيير العمل اليومى أصبح ضرورة لازمة على الرغم من أن القانون الأساسى للاتحاد قد وضع على نسق ميثاق هيئة الإذاعة البريطانية.

3 ـ أنه تحت ضغط استياء الجمهور من برامج الإذاعة وتزايد الضغوط الخارجية بالتنويع لجأ الاتحاد إلى خدمات بديلة تمثلت فى زيادة عدد القنوات المحلية والمتخصصة وزيادة ساعات الإرسال بشكل مبالغ فيه.

4 ـ عبر نسبة 64.5% من المشاهدين عن رفضهم لقرار مد الإرسال حتى الفجر وضرورة توقف الإرسال عند منتصف الليل.

دراسة كارول. هيث1999م[2]:

---

(1) سعيد محمد السيد: أثر الضغوط الخارجية على السياسة الإذاعية المصرية، دراسة حالة على قرار مد الإرسال التلفزيونى ـ مجلة البحوث الإعلامية ـ الأزهر، العدد الثالث، يناير 1995م.

(2) Carla W. Heath: Negotiating Broadcasting Policy “Civil Society and Civic discource in Ghana”, (Gazette- The international Journal for Communication Studies, U.S.A, Sage Publication, ltd, vol 16. No 6, December 1999).