



شبكة المعلومات الجامعية

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ





شبكة المعلومات الجامعية



شبكة المعلومات الجامعية

التوثيق الالكتروني والميكرو فيلم

جامعة عين شمس

التوثيق الالكتروني والميكرو فيلم

قسم

نقسم بالله العظيم أن المادة التي تم توثيقها وتسجيلها
علي هذه الأفلام قد اعدت دون أية تغيرات



يجب أن

تحفظ هذه الأفلام بعيداً عن الغبار

في درجة حرارة من 15 – 20 مئوية ورطوبة نسبية من 20-40 %

To be kept away from dust in dry cool place of
15 – 25c and relative humidity 20-40 %



شبكة المعلومات الجامعية



بعض الوثائق الأصلية تالفة



شبكة المعلومات الجامعية



بالرسالة صفحات
لم ترد بالأصل

جامعة القاهرة
كلية الإعلام
قسم الإذاعة

إستخدامات جمهور القاهرة الكبرى لبرامج الفترة الصباحية والإشبيعات التى تحققها

رسالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه فى الإعلام

إعداد
دينا يحيى محمود مرزوق

إشراف
أ.د. سامية أحمد على

B
917C

﴿ بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ ﴾

﴿ إِنَّا فَتَنَّا آدَمَ فَتَنَّا مِيقَاتٍ : ﴿۱﴾ ابْنُ خَلْفَةَ آدَمَ اللَّهُ مَا
نَقَصَ مِنْ خَلْقِهِ وَمَا تَأَخَّرَ : ﴿۲﴾ وَبَشِّرْ نِعْمَتَهُ عَلَيْهِ : ﴿۳﴾
وَبَشِّرْ عَلَيْهِ خَيْرًا مَسْنُونًا : ﴿۴﴾ وَبَشِّرْكَ اللَّهُ
نَصْرًا عَزِيمًا ﴾

صَدَقَ اللَّهُ الْعَظِيمُ

شكر وتقدير

يسعدنى، ويشرفنى أن أتقدم بخالص الشكر، والتقدير، والإمتنان إلى أستاذتى الفاضلة الدكتورة/ سامية أحمد على، المشرفة على هذه الرسالة، على ما قدمته لى من عون وتوجيه، وما أمدتنى به من عطائها الفياض، ومن وقتها وجهدها، وما أولته لى من إهتمام وتشجيع طوال فترة الدراسة، فلها جزيل الشكر، وعظيم التقدير والإحترام.

كما يسعدنى أن أتوجه بخالص الشكر والعرفان، إلى أستاذتى الفاضلة الأستاذة الدكتورة / ماجى الحلواتى، وكيلة كلية الإعلام لشئون الدراسات العليا، على تشجيعها المستمر لى طوال فترة إعداد الرسالة، ومساعداتها العلمية القيمة، فلها منى كل التقدير وعظيم الإمتنان.

وكذلك أتقدم بخالص شكرى وتقديرى إلى الإعلامى المرموق الأستاذ/ حمدى الكنيسى رئيس الإذاعة، على تفضله بالموافقة على الإشتراك فى مناقشة الرسالة، رغم مسئولياته الجسام.

وأتقدم بخالص الشكر للأستاذة الدكتورة/ منى الحديدى رئيس قسم الإذاعة بكلية الإعلام، جامعة القاهرة.

كذلك جميع أعضاء هيئة التدريس بقسم الإذاعة على معاونتهم الصادقة لى فى مراحل إعداد الدراسة، وأخص بالشكر الدكتور/ هشام مصباح الذى قدم الكثير من جهده لمعاونتى.

وأتوجه بالشكر والتقدير إلى الأستاذ الدكتور/ سيد صبحى عميد كلية التربية النوعية، جامعة عين شمس، على مساعدته لأبنائه الدارسين وتشجيعه لهم.

وكذلك أتوجه بالشكر للأستاذ الدكتور/ محمد أمين عبد الله العميد الأسبق لكلية التربية النوعية، والأستاذ بكلية الزراعة جامعة عين شمس على ما قدمه لى من عون ومساندة.

ويسرنى أن أتوجه بجزيل الشكر والعرفان والتقدير إلى أستاذى الفاضل الدكتور/ السيد حسن بهنسى رئيس قسم الإعلام التربوى بكلية التربية النوعية، جامعة عين شمس، والذى لم يدخر جهداً فى تقديم معونته الصادقة، وتشجيعه المستمر، طوال فترة إعداد هذه الدراسة.

كذلك أتوجه بالشكر والعرفان لجميع الإخوة الزملاء والزميلات بقسم الإعلام التربوى بكلية التربية النوعية على ما قدموه من عون ومساعدة.

ويسرنى أن أتقدم بجزيل الشكر والإمتنان للسادة العاملين بمكتبة كلية الإعلام والعاملين بمكتب المجلس الأعلى للصحافة، والذين لم يدخروا وسعاً فى المعاونة.

وختاماً يسرنى أن أتوجه بجزيل الشكر وعظيم الإمتنان لكل من ساهم بجهده ووقته لمعاونتى فى المراحل المختلفة لإتمام هذه الدراسة، جزاهم الله كل الخير.

فهرس محتويات الرسالة

الصفحة	الموضوع
	الفصل الأول : مشكلة الدراسة وإجراءاتها المنهجية.
١	- مقدمة.
٣	- مشكلة الدراسة.
٤	- هدف الدراسة.
٥	- أهمية الدراسة.
٦	- منهج الدراسة.
٦	- إجراءات الدراسة التحليلية وتساؤلاتها.
٧	- فئات التحليل.
٩	- إجراءات الدراسة الميدانية ومنهجها.
١١	- أسلوب جمع البيانات.
١٢	- التعريفات الإجرائية لفئات إستمارة الإستقصاء الميداني.
١٩	- تحليل البيانات والمقاييس الإحصائية.
	الفصل الثاني: نظرية الإستخدامات والإشبعات ودراسات وبحوث سابقة.
	المبحث الأول: نظرية الإستخدامات والإشبعات.
٢٣	- فروض نظرية الإستخدامات والإشبعات وعناصرها.
٢٨	- الإنتقادات الموجهة لمدخل الإستخدامات والإشبعات.
٢٩	- دراسة الفترة الصباحية فى كل من الراديو والتليفزيون فى ضوء الإستخدامات والإشبعات.
٣١	المبحث الثانى : دراسات وبحوث سابقة .

الصفحة	الموضوع
	الفصل الثالث : الفترة الصباحية فى كل من الراديو والتلفزيون.
٥٦	المبحث الأول: تطور الفترة الصباحية فى الراديو والتلفزيون المصرى.
٥٩	المبحث الثانى: دراسة تحليل مضمون الفترة الصباحية لكل من الراديو والتلفزيون.
٥٩	- توصيف المادة الإعلامية المقدمة فى الفترة الصباحية بكل من التلفزيون والراديو.
٧٠	- نتائج دراسة تحليل المضمون.
	الفصل الرابع : الدراسة الميدانية لعينة من جمهور القاهرة الكبرى، عرض ومناقشة النتائج.
٩١	المبحث الأول : الإجابة على تساؤلات الدراسة.
١٦٥	المبحث الثانى: إختبار فروض الدراسة.
	الفصل الخامس: خلاصة الدراسة وأهم النتائج والمقترحات.
٢١٤	خلاصة الدراسة.
٢١٨	- أهم النتائج.
٢٢٦	- إقتراحات الدراسة وتوصياتها.
٢٢٩	مراجع الدراسة
٢٣٨	ملاحق الدراسة

الفصل الأول

مشكلة الدراسة وإجراءاتها المنهجية

الفصل الأول

مشكلة الدراسة وإجراءاتها المنهجية

- مقدمة .
- مشكلة الدراسة .
- هدف الدراسة وأهميتها .
- تساؤلات الدراسة .
- فروض الدراسة .
- منهج الدراسة .
- إجراءات الدراسة التحليلية وتساؤلاتها والهدف منها ، وفئات التحليل .
- إجراءات الدراسة الميدانية ومنهجها وتشمل :
- مجتمع الدراسة .
- عينة الدراسة .
- أسلوب جمع البيانات .
- التعريفات الإجرائية لفئات استمارة المقابلة الميدانية .
- تحليل البيانات والمقاييس الإحصائية .

مقدمة :

لكل من الراديو والتلفزيون تأثيرات جديرة بالاهتمام وخاصة في الدول النامية ، والتي تنتشر بها الأمية ، كما أن لكل منهما استخدامات مشتركة وتأثيرات قد تتشابه ، إلا أن السمات المختلفة لكل من الوسيلتين قد تؤدي إلى لجوء الجمهور إلى إحداهما لتحقيق أشباع مختلفة ، فقد تحقق إحدى الوسيلتين إشباعاً يفوق الأخرى في موضوع معين أو في فترة معينة ، أو لدى جمهور معين .

وقد ظلت الإذاعة المسموعة منذ بداياتها في أوائل هذا القرن من أشد وسائل الاتصال فعالية وحتى بعد ظهور التلفزيون بمنافسته القوية ظلت الإذاعة المسموعة تستأثر بمستمعيها حيث واجهت تلك المنافسة بالبحث عن احتياجات الجمهور التي لا يتعامل معها التلفزيون بفاعلية ، أو في الأوقات التي لا يقوم التلفزيون بمنافستها فيها ، فالبعض يستمعون للراديو فور استيقاظهم من النوم أو في أثناء العمل ، أو القيادة أو ممارسة الرياضة وما شابه ذلك.⁽¹⁾

وهو ما يؤكد مدخل الاستخدامات والأشباع الذي يعتبر الجمهور عنصراً نشطاً يسعى لأشباع حاجاته باختياره لوسيلة اتصال معينة تتلائم ونوع ما يسعى إلى تحقيقه من أشباع ، كما تلائم أيضاً أفكار هذا الجمهور واتجاهاته وظروفه المحيطة . وقد أوصى بعض الباحثين مثل " إيليو ت Elliot " بأنه يجب الربط بين أنواع الاستخدامات المختلفة وما يناسبها من مضامين وكذلك الاهتمام بمعرفة الظروف الاجتماعية المحيطة والعوامل الشخصية والتي ينتج عنها حاجات معينة لدى الأفراد⁽²⁾. كذلك أقترح كل من " وليامز وفيليبس ولوم " ضرورة اختبار ما إذا كانت الأشباع المتحققة تختلف باختلاف الوسيلة، وإذا كان هناك اختلاف فإنه من الواجب توضيحه⁽³⁾.

مشكلة الدراسة :

ظلت الإذاعة المسموعة في جمهورية مصر العربية تتربع على عرش الفترة الصباحية بلا منازع وخاصة إذاعة البرنامج العام التي تمكنت من اجتذاب المستمعين لسنوات طويلة وحظيت الفترة الصباحية بها بكثافة استماع عالية ، ثم بدأت بعض

(1) Mcquail D ., and Windhal S., Communication Models, London:Long man 1983 , P 189 .

(2) Elliot , P ; uses and Gratification Research : A critique and Sociological Alternative ., In G.Blumler and katz, The uses of mass communication, Beverly Hills : Sage publication 1974, PP 249 : 288

(3) Williams , Philips and Lum, Communication Research, London : Sage publications Vol. 12 1985.

الإذاعات الأخرى ببيت برامجها فى بعض الوقت من الفترة الصباحية من الساعة العاشرة، ثم دخل التلفزيون كمنافس فى هذه الفترة مع بداية عام ١٩٩٤ بالبرنامج اليومي "صباح الخير يا مصر"، ولما كانت الفترة الصباحية ذات طبيعة خاصة سواء فى الاستماع أو المشاهدة من قبل جمهور المستمعين والمشاهدين كان لابد من محاولة تحديد حاجات الجمهور المختلفة فى هذه الفترة، والاشباعات التى يسعى إلى تحقيقها، والأسباب التى يتوقف عليها تفضيله واختياره لأحدى الوسيلتين فى هذه الفترة، ومن خلال الملاحظة المبدئية والدراسة الاستطلاعية التى أجرتها الباحثة على عينة من جمهور القاهرة الكبرى، وقوامها ٣٠ فرد، أشارت النتائج إلى أن النسبة الغالبة من هذه العينة تفضل التعرض للبرنامج التلفزيونى اليومي "صباح الخير يا مصر" المذاع على القناة الأولى والذي يمثل الفترة الصباحية التلفزيونية من الساعة العاشرة صباحاً، مما أعطى مؤشراً بأن دخول التلفزيون كمنافس فى الفترة الصباحية قد أثر بشكل أو بآخر على استماع الجمهور لهذه الفترة من إذاعة البرنامج العام.

كذلك لاحظت الباحثة أن العوامل الديموجرافية المتمثلة فى (النوع، السن، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي) لها تأثير ما على معدل التعرض، ونوع المضمون المفضل، ودوافع التعرض، والاشباعات المتحققة من كل من الراديو والتلفزيون، فى الفترة الصباحية من الساعة العاشرة إلى العاشرة.

هدف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد استخدامات جمهور القاهرة الكبرى لبرامج الفترة الصباحية من الساعة السابعة إلى العاشرة صباحاً فى كل من القناة الأولى بالتلفزيون، والشبكة الرئيسية بالراديو، (إذاعة البرنامج العام) وكذلك تحديد دوافع المشاهدة والاستماع لكل من الوسيلتين فى هذه الفترة، وكذلك معدل التعرض لكل منهما، ونوع المضمون المفضل فى كل منهما، ونوع الاشباعات المتحققة من التعرض لكل منهما، كما تسعى الدراسة لتحديد العلاقة بين مجموعة من المتغيرات الديموجرافية الخاصة بالجمهور وتشمل (النوع، السن، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي) وبين مجموعة المتغيرات الخاصة بالتعرض للوسيلتين.

وتسعى الدراسة إلى الإجابة على مجموعة من التساؤلات المتعلقة بالمقارنة بين المشاهدة والاستماع فى الفترة الصباحية، والتي تعطى إجاباتها مؤشرات حول أنماط التعرض، وأفضل أيام التعرض، وتوقيته، وأسباب تفضيل إحدى الوسيلتين على الأخرى

فى الفترة الصباحية، ومدى مشاركة الجمهور فى برامج وفقرات هذه الفترة، وأوجه اختلافها عن بقية فترات اليوم فى كلتا الوسيلاتين، ومدى تذكر الجمهور للمضمون المقدم بها، ومدى تحقق عنصر الرضا عما يقدم بكل من الوسيلاتين فى الفترة الصباحية، كما تتضمن المؤشرات التي تعطيها إجابة هذه المجموعة من التساؤلات تأثير بعض العوامل الديموجرافية .

كذلك تسعى الدراسة إلى اختبار مجموعة من الفروض حول العلاقة بين كل من معدل التعرض، ودوافع التعرض، ونوع المضمون المفضل، والاشباعات المتحققة من التعرض، ومجموعة العوامل الديموجرافية للجمهور والمتمثلة فى النوع والسن والمستوى التعليمى والمستوى الاقتصادى .

كما تسعى الدراسة الى تحديد أنواع المضمون المقدم فى الفترة الصباحية بكل من التليفزيون والراديو من خلال تحليل المضمون، وذلك بهدف التوصيف الدقيق كميًا لما يقدم فى هذه الفترة والتي بنيت عليه تساؤلات الاستمارة الميدانية.

أهمية الدراسة :

ترجع أهمية هذه الدراسة إلى العديد من الاعتبارات :-

١- أن إذاعة البرنامج العام بشكل عام، والفترة الصباحية فيها بشكل خاص حظيت منذ وقت طويل بنسبة استماع عالية^(١)، ومكانة خاصة لدى الجمهور ، ومن هنا برزت الحاجة إلى تقييم هذه الفترة من ناحية، ومعرفة تأثير ظهور التليفزيون كمنافس فى هذه الفترة بما لديه من امكانيات الصورة واللون والحركة.

٢- إن تقييم الرسالة الإعلامية تستلزم دراسة دوافع المشاهدة والاستماع لدى الجمهور، والحاجات التي يسعى الجمهور لإشباعها بتعرضه لوسائل الاتصال المختلفة، لذا فإن نتائج هذه الدراسات على درجة كبيرة من الأهمية .

٣- أوصى العديد من الباحثين بالاهتمام بمقارنة دوافع الجمهور فى التعرض لأكثر من وسيلة اتصال، وشدة الاشباعات المتحققة لجمهور كل منها، ومبررات أفراد الجمهور فى اختيار التعرض لوسيلة دون غيرها^(٢).

٤- أوصت بعض الدراسات بضرورة توجيه الاهتمام لما تحقّقه برامج معينة من أنواع الاشباعات المختلفة، وكذلك أوصت بدراسة علاقة العوامل الاجتماعية بالاستخدام

(١) بحث تقييم الاذاعة خلال عام ٩٦/٩٥ اتحاد الاذاعة والتليفزيون الادارة العامة لبحوث المستمعين (القاهرة) ١٩٩٦ .

(٢) Williams , Philips and Lum ., Communication Research, London : Sage publications Vol. 12 1985 .