تحليل التكلفة والعائد للبرامج الإذاعية البيئية

دراسة ميدانية

على الإذاعة المصرية

رسالة مقدمة من الطالب

عبد السلام محمد مصطفى مرسى

بكالوريوس تجارة (شعبة تسويق) جامعة القاهرة ٢٠٠٣

لإستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير
فى العلوم البيئية

قسم العلوم الاقتصادية والقانونية والإدارية البيئية

معهد الدراسات والبحوث البيئية

جامعة عين شمس

٢٠١٢

صفحة الموافقة على الرسالة

تحليل التكلفة والعائد للبرامج الإذاعية البيئية

دراسة ميدانية

على الإذاعة المصرية

رسالة مقدمة من الطالب

عبد السلام محمد مصطفى مرسى

بكالوريوس تجارة (شعبة تسويق) جامعة القاهرة ٢٠٠٣

لإستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير

فى العلوم البيئية

قسم العلوم الاقتصادية والقانونية والإدارية البيئية

وقد تمت مناقشة الرسالة والموافقة عليها:

اللجنة :

التوقيع

١- أ.د / حسين محمد أحمد عيسى
أستاذ المحاسبة والمراجعة ورئيس جامعة عين شمس

٢- أ.د /محمد عبد العزيز خليفة
أستاذ المحاسبة ووكيل كلية التجارة - جامعة عين شمس

٣- أ.د / محمد محمود عبد ربه
أستاذ المحاسبة والمراجعة المساعد - كلية التجارة جامعة عين شمس

٤- أ.د / أنور فتحى على أبو الليل
أستاذ الإعلام والخبير الإعلامى بجامعات أسيوط - المنيا - بنى سويف
ومدير عام التنسيق والمتابعة بشبكة الإذاعات الإقليمية بالإذاعة المصرية

٢٠١٢

تحليل التكلفة والعائد للبرامج الإذاعية البيئية

دراسة ميدانية

على الإذاعة المصرية

رسالة مقدمة من الطالب

عبد السلام محمد مصطفى مرسى

بكالوريوس تجارة (شعبة تسويق) جامعة القاهرة ٢٠٠٣

لإستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير

فى العلوم البيئية

قسم العلوم الاقتصادية والقانونية والإدارية البيئية

تحت إشراف :

١- أ.د / حسين محمد أحمد عيسى
أستاذ المحاسبة والمراجعة وعميد كلية تجارة - جامعة عين شمس

٢ – أ.د / محمد محمود عبد ربه
أستاذ مساعد التكاليف – كلية التجارة - جامعة عين شمس

٣- د. / لمياء محمود سيد
نائب رئيس شبكة صوت العرب – أستاذ الإعلام بكلية الإعلام - بجامعة القاهرة

ختم الإجازة

أجيزت الرسالة بتاريخ / /٢٠١٢

موافقة مجلس المعهد / /٢٠١٢

موافقة الجامعة / /٢٠١٢

٢٠١٢

بسم الله الرحمن الرحيم

وَقَضَى رَبُّكَ أَلاَّ تَعْبُدُوا إِلاَّ إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَاناً إِمَّا يَبْلُغَنَّ عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلاهُمَا فَلا تَقُلْ لَهُمَا أُفٍّ وَلا تَنْهَرْهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلاً كَرِيماً (٢٣) وَاخْفِضْ لَهُمَا جَنَاحَ الذُّلِّ مِنْ الرَّحْمَةِ وَقُلْ رَّبِّ ارْحَمْهُمَا كَمَا رَبَّيَانِي صَغِيراً (٢٤)

صدق الله العظيم

سورة الإسراء - الآية (٢٣ ، ٢٤)

إهـــــداء

إلى روح والدى ووالدتى رحمهما الله

إلى زوجتى وأولادى بارك الله فيهم

إلى إخوتى الأعزاء بارك الله فيهم

إلى أساتذتى الأجلاء وفاءاً وولاءاً

إلى زملائى وكل من ساعدنى شكراً جزيلاً

شكر وتقدير

الحمد لله واهب النعم، والصلاة والسلام على سيدنا محمد وعلى آله وأصحابه أجمعين، بداية أتوجه بالشكر والتقدير إلى الأستاذ الدكتور/ حسين محمد عيسى – نائب رئيس جامعة عين شمس الذى حبانى برعايته، فكان رحب الصدر واسع العطاء فشرف البحث بإشرافه فجزاه الله عنى خير الجزاء. كما أتوجه بالشكر والتقدير للأستاذ الدكتور/ محمد محمود عبد ربه أستاذ محاسبة التكاليف بكلية التجارة بجامعة عين شمس على ماقدمه لى من توجيهات وإرشادات نافعة وحق لى الأعتزاز بشرف التتلمذ فجزاه الله عنى خير الجزاء.

كما أتقدم بجزيل الشكر والعرفان **للأستاذة الدكتورة / لمياء محمود سيد** – استاذ الإعلام بجامعة القاهرة ونائب رئيس شبكة صوت العرب بالإذاعة المصرية لما قدمته لى من نصح وتعليقات على هذا البحث فبرزت فيه بصماتها فجزاها الله عنى خير الجزاء.

كما أتقدم بجزيل الشكر للسادة أعضاء لجنة المناقشة :

الأستاذ الدكتور/ محمد عبد العزيز خليفة أستاذ المحاسبة ورئيس قسم العلوم الإقتصادية والقانونيــة والإداريــة بمعهــد الدراسات والبحــوث البيئية بجامعة عين شمس وأيضاً **الأستاذ الدكتور / أنور فتحى على أبو الليل** استاذ الإعلام بجامعات أسيوط والمنيا وبنى سويف ومديرعام التنسيق والمتابعة بشبكة الإذاعات الإقليمية بالإذاعة المصرية على تفضلهما بالإشتراك كعضوين فى لجنة المناقشة والحكم على الرسالة فجزاهما الله عنى خير الجزاء، فهى فرصة عظيمة للإستفادة وتصويب ما يتخلله هذا البحث من عثرات بغية الوصول به إلى الكمال.

كما اتقدم بالشكر والتقدير إلى أسرتى وإخوتى وأولادى لدعائهم لى طوال فترة الدراسة وأخص بالذكر زوجتى التى قدمت لى يد العون وبذلت الكثير من الجهد لمعاونتى فى إخراج هذا العمل فجزاهم الله عنى خير الجزاء.

كما لايفوتنى أن أدعو الله بالرحمة والمغفرة لوالدى طيب الله ثراهما وأسكنهما الجنة بإذنه تعالى.

كما يتوجه الباحث بالشكر والتقدير إلى العاملين بالإذاعة على ماقدموه من مساعده مخلصة يسرت لى الحصول على البيانات اللازمة فى هذا البحث.

وأخيراً فإننى أدعو الله سبحانه وتعالى أن يحفظ هؤلاء جميعاً ويجزيهم عنى خير الجزاء نظير مساعدتهم لي.

والله ولى التوفيق ،،،

الباحث

مستخلص

يعتبر الإعلام هو المدخل الرئيسي لترشيد إنفاق المواطن، وتبصيره بالتوابع البيئية، وتخفيض تكلفة الضرر البيئي؛ حيث تشير الدلائل كافة إلى قدرة وسائل الإعلام على خلق وعي بالقضايا البيئية يصل إلى درجة الإقناع؛ نظرًا لقدرته الواسعة على الانتشار بين فئات المجتمع بمختلف مستوياتها الثقافية والاجتماعية.

وتصبح لوسائل الإعلام المسموعة (الإذاعة) أهميتها حيث تتميز عن غيرها من وسائل إعلامية بأنها أنجح الوسائل - إن لم تكن أوحدها - لإدماج السكان المنعزلين جغرافيًّا وثقافيًّا في المجتمع الوطني، وتزويدهم بالمعلومات والأفكار التي تساعدهم على مجابهة المشكلات البيئية المحيطة بهم مباشرة.

برغم ما للإذاعة من دور فعَّال في حل المشكلات البيئية، وما تقوم به من جهود مضنية في نشر الوعي البيئي، ومتابعة المشكلات البيئية وطرح الحلول والمقترحات لمواجهتها، وتزويد الأفراد بالمعلومات والحقائق عن طريق العديد من البرامج البيئية التي تقدمها الشبكات الإذاعية المختلفة؛ فالإذاعة بوجه عام موجهة لتقديم خدمة دون النظر للحصول على مقابل مادي، إلا أن هذه البرامج ما زالت عاجزة عن خلق الاهتمام الحقيقي بمشكلات البيئة؛ وذلك لعدم وجود جهات متابعة لمعرفة مدى تحقق العائد البيئي المباشر وغير المباشر، وعدم إلقاء الضوء على النماذج الاقتصادية الرائدة والمنظمات المهتمة بحماية البيئة، والتي حققت عائدًا بيئيًّا ووفرًا اقتصاديًّا؛ نتيجة التنويهات المستمرة للحفاظ على البيئة، وأيضًا وجود إنفاق على البرامج الإذاعية البيئية دون النظر إلى العائد الذي يمكن أن يتحقق للمستمعين.

فقد أثبتت الدراسة مدى تأثير البرامج الإذاعية البيئية في إمكانية تحقيق عائد بيئي واقتصادي غير ملموس للمستمعين، وذلك بعد إدخال الأبعاد الاقتصادية بجانب الأبعاد الاجتماعية التي تهدف إليها هذه البرامج في نماذج استطلاعات الرأي للمستمعين، بما يحقق تقديم الخدمة الاجتماعية والبيئية للمستمعين من ناحية، ومن ناحية أخرى أن تكون مصدر دخل وليس إنفاق؛ بما يحقق عائدًا اقتصاديًّا يعود على المستمعين بجانب العائد الاجتماعي والبيئي نتيجة للوفورات المحققة من جراء الاستماع للبرامج البيئية الإذاعية.

* * *

الملخص

تحظى مشكلات وقضايا البيئة باهتمام متزايد داخل الإذاعة المصرية، وتعتبر من المشكلات الكبرى التي تواجهها مصر حاليًّا، والتي لفتت أنظار العديد من المهتمين بالقضايا البيئية إلى رصد ظواهر هذه المشكلة وتقييم أبعادها، ثم تحليل انعكاساتها ومعرفة مدى تأثيرها على النمو والتنمية.

فقد أخذت الإذاعة المصرية على عاتقها ضرورة خلق وعي بالقضايا البيئية يصل إلى درجة الإقناع؛ حيث يعتبر ذلك هو المدخل السليم لترشيد استهلاك المواطن للموارد الطبيعية، وتبصيره بالتوابع البيئية الناتجة عن التلوث وتخفيض تكلفة الضرر البيئي، وذلك من خلال العديد من البرامج الإذاعية الموجهة لعلاج مشكلات وقضايا البيئة، والتي تُبَثُّ من خلال الشبكات الإذاعية المختلفة، والتي تصل إلى ثماني شبكات إذاعية بعدد أربعة عشر برنامجًا يوميًّا وأسبوعيًّا خلال عام (٢٠١٠م)، بجانب المسابقات البيئية والتنويهات المستمرة للحفاظ على البيئة، والوقاية من التلوث البيئي وما يسببه من أضرار بيئية، بما يحقق الوصول إلى العائد البيئي والاقتصادي غير الملموس الذي يمكن أن يحققه المجتمع، علاوة على العائد والخدمة الاجتماعية التي تسعى إليها البرامج الإذاعية البيئية كوسيلة إعلامية تهدف إلى تقديم المعلومات والحقائق والآراء حول قضايا البيئة وتحفيز المستمع لترشيد السلوك البيئي، بما يعود عليه بالنفع والمساهمة في تقليل الآثار السلبية للحفاظ على البيئة والموارد الطبيعية.

ويمكن صياغة مشكلة البحث من خلال التساؤلات الآتية:

- ما هي التكاليف والعائد من إذاعة البرامج الإذاعية البيئية على الإذاعة؟
- ما هو العائد الاجتماعي والبيئي والاقتصادي للبرامج الإذاعية البيئية على جمهور المستمعين؟
- هل هناك معايير لمعرفة وتقييم التغير في السلوك الاقتصادي للمستمعين؟

وتتمثل أهمية البحث في:

١- أنه من أوائل الدراسات التي تعمل على توضيح وعرض العائد البيئي والاقتصادي للبرامج الإذاعية المتخصصة في مجال البيئة، وأهمية ودور هذه البرامج في تحقيق عائد مادي واجتماعي وبيئي للمجتمع.

٢- توجيه نظر المسؤولين عن البرامج الإذاعية البيئية إلى ضرورة توافر نماذج استطلاعات الرأي اللازمة لمعرفة وتقييم العائد الاقتصادي للبرامج الإذاعية البيئية على تحسين حالة

البيئة بالنسبة لجمهور المستمعين، حتى لا تندفع تلك البرامج في البث دون الحصول على منفعة اقتصادية أو اجتماعية أو بيئية منها.

٣- توجيه نظر المسؤولين إلى ضرورة تضمين البعد الاقتصادي في البرامج الإذاعية البيئية بجانب الأبعاد الاجتماعية والبيئية التي تهدف إليها هذه البرامج.

وتم اختيار عينة البحث وفقًا لأسلوب منتظم؛ حيث تم توزيع استمارات عينة البحث وعددها (٣٣٠) استمارة على بعض المستمعين للإذاعة بمحافظات: القاهرة والجيزة والقليوبية، وتم استبعاد عدد (٤٠) استمارة من الاستمارات بسبب عدم إجابة بعض المستقصى منهم على بعض الفقرات، وبذلك بلغ عدد المفردات (٢٩٠) بنسبة (٨٧.٨%) من إجمالي الاستمارات الموزعة.

وقد قام الباحث بالحصول على البيانات اللازمة للدراسة، والتي تشتمل عليها الاستمارة والخاصة بالتالى:

١- مدى اهتمام المستمعين بالاستماع للبرامج البيئية التي تقدمها الإذاعة المصرية.

٢- كفاية البرامج البيئية التي تقدمها الإذاعة المصرية للمستمعين.

٣- دور البرامج البيئية التي تقدمها الإذاعة المصرية في نشر الوعي البيئي للمستمعين.

٤- أفضل الوسائل التي تستخدمها البرامج البيئية لتحقيق التواصل بين المستمع والإذاعة للمساهمة في حل المشكلات البيئية.

٥- مساهمة البرامج البيئية بالإذاعة في تحقيق عائد اقتصادي للمستمع؛ نتيجة استماعه للبرامج البيئية.

٦- تأثير البرامج البيئية في المستمع لتحقيق العائد البيئي.

٧- التوصيات والمقترحات الخاصة لتطوير البرامج البيئية لتحقيق أهدافها.

* * *

الـفهـرس

الموضوع	رقم الصفحة
الفصل الأول **الإطار العام للبحث**	٣
مقدمة	٣
أولاً: مشكلة البحث	١٠
ثانيًا: تساؤلات البحث	١١
ثالثًا: أهداف البحث	١١
رابعًا: أهمية البحث	١٢
خامسًا: فروض البحث	١٢
سادسًا: منهج البحث	١٣
سابعًا: الدراسات والبحوث السابقة	١٤
ثامنًا: حدود البحث	٢١
تاسعًا: خطة البحث ومحتوياته	٢١
عاشرًا: مصطلحات البحث	٢٢
الفصل الثاني **الإعلام البيئي تخطيط وأهداف**	٢٦
مقدمة الفصل	٢٧
المبحث الأول: تعريف الإعلام البيئي	٣٠
مقدمة	٣٠
أولاً: ماهية الإعلام	٣١
ثانيًا: ماهية البيئة	٣٢
ثالثًا: ماهية التلوث البيئي	٣٤
رابعًا: ماهية الإعلام البيئي	٣٥
المبحث الثاني: خطة الإعلام البيئي ضمن خطط الدولة الخمسية	٣٨
مقدمة	٣٨
أولاً: خطة الدولة لمواجهة المشكلات البيئية والاهتمام بالإعلام البيئي	٣٩
ثانياً: خطة الإعلام البيئي ضمن خطط وزارة الإعلام السنوية	٥٠
ثالثاً: خطط الإذاعة المصرية لتحقيق أهداف الإعلام البيئي	٦٠
الفصل الثالث **البرامج الإذاعية البيئية والتحليل الفعلي للعائد**	٦٢
مقدمة الفصل	٦٣
المبحث الأول: دور البرامج الإذاعية البيئية في نشر الوعي البيئي	٦٥
مقدمة	٦٥
أولاً: أهداف البرامج الإذاعية البيئية في نشر الوعي البيئي	٦٦
المبحث الثاني: طرق تمويل البرامج الإذاعية المختصة في شؤون البيئة	٧٣
مقدمة	٧٣
أولاً: في مجال الأنشطة التمويلية	٧٣
ثانيًا: في مجال النشاط المالي	٧٧

الموضوع	رقم الصفحة
ثالثًا: في مجال النشاط التجاري	٧٧
رابعًا: في مجال تقديم الأنشطة الخدمية في نظير مقابل	٧٧
المبحث الثالث: التحليل الفعلي لعائد البرامج البيئية في الإذاعة المصرية	٧٨
مقدمة	٧٨
أولاً: العائد الخدمي الذي تقدمه الإذاعة للمجتمع	٧٩
ثانيًا: العائد الاجتماعي الذي تسعى إليه الإذاعة	٨٣
ثالثًا: العائد البيئي الذي تسعى إليه البرامج الإذاعية البيئية	٨٦
رابعًا: الموارد الاقتصادية التي يمكن أن تحققها الإذاعة	٨٨
خامسًا: العائد الاقتصادي الذي يمكن أن يحققه المجتمع	٩٢
سادسًا: العائد الاقتصادي الذي يمكن أن تحققه الشركات والمؤسسات الصناعية	٩٦
الفصل الرابع **الدراسة الميدانية**	١٠٦
مقدمة الفصل	١٠٦
المبحث الأول: إطار الدراسة الميدانية	١٠٨
أولاً: أسلوب جمع العينة	١٠٨
ثانيًا: مجتمع وعينة الدراسة	١٠٩
ثالثًا: إجراءات الدراسة	١١٠
رابعًا: أساليب التحليل الإحصائي	١١٩
المبحث الثاني: التحليل الإحصائي واختبارات الفروض	١٢٠
* صدق وثبات استمارة الاستقصاء	١٢٠
* صدق المقارنة الطرفية	١٢٠
* التجزئة النصفية	١٢٢
ثانيًا: اختبار صحة الفروض	١٣٩
* مناقشة صحة الفرض الأول	١٤١
* مناقشة صحة الفرض الثاني	١٤٢
* مناقشة صحة الفرض الثالث	١٤٣
* اختبار صحة الفرض الرابع	١٤٤
* مناقشة صحة الفرض الرابع	١٤٦
الفصل الخامس **الخلاصة والنتائج والتوصيات**	١٥٠
مقدمة	١٥٠
الخلاصة	١٥١
أولاً: نتائج الدراسة الميدانية	١٥٢
ثانيًا: نتائج عامة	١٥٥
ثالثًا: التوصيات	١٥٧
المراجع	١٦٤
الملاحق	١٧٥

فهرس الجداول

رقم الجدول	العنوان	رقم الصفحة
١	أهم المشكلات البيئية التي حددتها وزارة البيئة	٤٥
٢	أهم المستهدفات المطلوب تحقيقها لرفع الوعي البيئي	٤٦
٣	دوافع الاستماع لبرامج التوعية البيئية	٥٦
٤	عدد البرامج البيئية بالشبكات الإذاعية	٧٠
٥	حجم المستهدف من الأنشطة التسويقية والخدمية	٧٥
٦	نسب المساهمة والأرباح لاتحاد الإذاعة والتليفزيون	٧٦
٧	كيفية تنمية الموارد الاقتصادية للبرامج الإذاعية البيئية في حال إدخال السياسة الإعلانية	٩١
٨	المكاسب الاقتصادية الناتجة عن استخدام الطاقة البديلة	٩٥
٩	المنافع الاجتماعية والعائد الاجتماعي والاقتصادي للمجتمع	١٠٣-١٠٤
١٠	توزيع عينة الدراسة حسب المدينة	١١٠
١١	توزيع عينة الدراسة حسب النوع	١١١
١٢	الفرق بين آراء المستقصى منهم حسب النوع	١١٢
١٣	توزيع عينة الدراسة حسب السن	١١٣
١٤	الفرق بين آراء المستقصى منهم حسب السن	١١٤
١٥	توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي	١١٥
١٦	الفرق بين آراء المستقصى منهم حسب المستوى التعليمي	١١٦-١١٧
١٧	توزيع عينة الدراسة حسب الحالة العملية	١١٧
١٨	الفرق بين آراء المستقصى منهم حسب الحالة العملية	١١٨-١١٩
١٩	دلالة الفروق بين متوسطات الإرباعي الأعلى والإرباعي الأدنى	١٢١
٢٠	معامل الثبات باستخدام طريقة التجزئة النصفية	١٢٢-١٢٣
٢١	الاختلاف بين آراء المستقصى منهم في الاستماع للبرامج البيئية التي تقدمها الإذاعة المصرية	١٢٣-١٢٤
٢٢	الاختلاف بين آراء المستقصى منهم في كفاية البرامج البيئية التي تقدمها الإذاعة المصرية	١٢٦
٢٣	الاختلاف بين آراء المستقصى منهم في دور البرامج البيئية التي تقدمها الإذاعة المصرية في نشر الوعي البيئي	١٢٨
٢٤	الاختلاف بين آراء المستقصى منهم في أفضل الوسائل التي تستخدمها البرامج البيئية لتحقيق التواصل بين المستمع والإذاعة للمساهمة في حل المشكلات البيئية	١٣٠
٢٥	الاختلاف بين آراء المستقصى منهم في مساهمة البرامج البيئية بالإذاعة في تحقيق عائد اقتصادي للمستمع نتيجة استماعه للبرامج البيئية	١٣٢
٢٦	الاختلاف بين آراء المستقصى منهم في تأثير البرامج البيئية في المستمع لتحقيق العائد البيئي	١٣٤-١٣٥
٢٧	الاختلاف بين آراء المستقصى منهم في التوصيات والمقترحات الخاصة لتطوير البرامج البيئية لتحقيق أهدافها	١٣٧

رقم الجدول	العنوان	رقم الصفحة
٢٨	مساهمة البرامج البيئية بالإذاعة في تحقيق عائد اقتصادي للمستمع نتيجة استماعه للبرامج البيئية	١٤٠
٢٩	تأثير البرامج البيئية في المستمع لتحقيق العائد البيئي	١٤٤
٣٠	الفرق بين آراء المستقصى منهم حسب المحافظة في دور البرامج البيئية في نشر الوعي البيئي	١٤٦
٣١	قيم معامل الارتباط التى تبين علاقة البرامج البيئية ودورها في التأثير الاقتصادي والبيئي على المستمعين	١٤٧

فهرس الأشكال

رقم الشكل	العنوان	رقم الصفحة
١	نسب توزيع ساعات إرسال البرامج الإذاعية البيئية	٥٩
٢	الخسائر الاقتصادية الناتجة عن عدم الوعي البيئي	٩٤
٣	الخسائر المادية والبشرية والاقتصادية الناتجة عن الاضرار البيئية	٩٧
٤	كيفية الاستفادة من المخلفات الصناعية وتحويلها إلى إنتاجية	٩٨

الفصل الأول

الإطار العام للبحث