



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 العلاقات العامة والإعلان.

دوافع استخدام الصفوة الثقافية للوسائل الإعلامية المتخصصة
والإشباعيات المتحققة لهم.
دراسة ميدانية.

رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في الإعلام

إعداد
كما من لباحثة بإجراء البعريات
نجلاء عبد الحميد فهمي الجمال المطهرة من لجنة المناقشة


تحت إشراف

أ.د محمود يوسف

الأستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان.

B

١-٢٢٠

٢٠٠٦

إهداء

إلى أبي وأمي

إلى زوجي

إلى أخوتي

بجاء

شكر وتقدير

الحمد لله كما ينبغي لجلال وجهه ولعظيم سلطانه حمدا يوافي نعمه ويكافئ آلاءه على أن أسبغ على من نعمه وفضله ومن على بتوفيقه وإحسانه، فأتملت هذا العمل العلمي المتواضع، والصلاة والسلام على خاتم أنبيائه ورسله سيدنا وحبيبنا محمد صلى الله عليه وعلى آله وصحبه وسلم.

بداية أتوجه بخاص الشكر وعظيم التقدير إلى أستاذي الفاضل الأستاذ الدكتور محمود يوسف الأستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان، المشرف على هذه الرسالة، لما له من أياذ بيضاء على البحث وصاحبته ولسعة صدره وتوجيهه الصادق لي، فلك مني يا صاحب العلم الوافر والأخلاق الرفيعة خالص التحية والتقدير وصادق الدعوات، ومن الله خير الجزاء والثواب إن شاء الله.

كما أتوجه بجزيل الشكر والامتنان لكل من الدكتور حسن على محمد رئيس قسم الإعلام بكلية الآداب جامعة المنيا، والدكتورة إيمان جمعة الأستاذ المساعد بقسم العلاقات العامة والإعلان لتشريفهما الاشتراك في مناقشة هذه الرسالة وتقويمهما، متمنية من الله أن انتفع بعلمهما وملاحظتهما القيمة. فلهما مني جزيل الشكر والتقدير.

كما أتوجه بأسمى آيات الشكر والعرفان إلى كل من قدم لي يد العون خلال مراحل إتمام هذه الرسالة، وأخص بالذكر الأستاذ الدكتور الصاوي أحمد وكيل كلية الآداب بجامعة قناة السويس، والأستاذ محمد رضوان مدير تحرير روايات الهلال لمعاونتهما الصادقة في توجيهي إلى بعض أفراد الصفوة الثقافية ممن قمت بملء استمارات هذه الدراسة معهم.

كما أتوجه بالشكر إلى الأستاذ عبد العزيز قبلان على ما منحه لي من توجيهات أثناء إجراء التحليل الإحصائي لنتائج الدراسة الميدانية.

ولا يفوتني أن أتقدم إلى زملائي بقناة النيل الثقافية بكل الشكر والتقدير، فهم حقاً نعم الأخوة والزملاء.

ولا يسعني إلا أن أقر ساجدة لله حامدة له، شاكراً لفضله، على تيسيره طريق العلم لي وإتمام هذا البحث.

والله ولي التوفيق.

الباحثة.

فهرس الموضوعات

رقم الصفحة	الموضوع
أ	شكر وتقدير.
ب - د	فهرس موضوعات الدراسة .
هـ	فهرس الأشكال التوضيحية
و - ح	فهرس جداول الدراسة
٣٦-٢	الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة.
٢	- مقدمة.....
٥	- أولاً: المشكلة البحثية.....
٥	- ثانياً: أهداف الدراسة.....
٥	- ثالثاً: أهمية الدراسة.....
٧	- رابعاً: الدراسات السابقة.....
٢٨	- خامساً: فروض الدراسة.....
٢٩	- سادساً: الإجراءات المنهجية للدراسة.....
٣٥	- سابعاً: الصعوبات التي واجهت الباحثة.....
٧٨-٣٨	الفصل الثاني : الإطار النظري للدراسة (مدخل الاستخدامات والإشبعات)
٣٨	- مقدمة.....
٣٩	- أولاً: مراحل تطور مدخل الاستخدامات والإشبعات
٤٥	- ثانياً : فروض و نماذج مدخل الاستخدامات والإشبعات
٥١	- ثالثاً : مدخل الاستخدامات والإشبعات في إطار المدخل الوظيفي.....
٥٣	- رابعاً : عناصر مدخل الاستخدامات والإشبعات.....
٧٥	- خامساً : الانتقادات الموجهة للمدخل والرد عليها
١٨١-٨٠	الفصل الثالث: نشأة وسائل الإعلام المتخصصة ونماذجها.
٨٠	- تمهيد.....
١١٩-٨٣	المبحث الأول: نشأة القنوات المتخصصة ونماذجها
٨٣	- تمهيد.....
٨٤	- العوامل التكنولوجية التي ساهمت في ظهور القنوات المتخصصة.....
٩٤	- نماذج القنوات المتخصصة العالمية والعربية.....
٩٤	١- القنوات الإخبارية المتخصصة.....
٩٨	٢- القنوات الاقتصادية.....
١٠٠	٣- قنوات الأفلام.....
١٠٣	٤- القنوات الدينية.....
١٠٧	٥- قنوات الموسيقى والغناء والطرب.....
١٠٩	٦- قنوات الأطفال.....

١١٠	٧- قنوات المرأة.....
١١٢	٨- القنوات الرياضية.....
١١٤	٩- قنوات ثقافية وعلمية.....
١١٥	١٠- قنوات تعليمية.....
١١٦	١١- قنوات ترفيهية.....
١١٧	١٢- قنوات متخصصة فى مجالات أخرى متنوعة.....
١٢١ - ١٤٤	المبحث الثانى: نشأة الصحافة المتخصصة ونماذجها
١٢١	- تمهيد
١٢٤	- نماذج الصحافة المتخصصة عالمياً وعربياً.....
١٢٥	١- الصحف السياسية.....
١٢٧	٢- الصحف الاقتصادية والتجارية.....
١٢٩	٣- الصحف الدينية الإسلامية.....
١٣٠	٤- الصحافة الاقتصادية والأدبية.....
١٣٣	٥- الصحافة النسائية.....
١٣٥	٦- الصحافة الفنية.....
١٣٦	٧- صحافة الأطفال.....
١٣٨	٨- الصحافة الرياضية.....
١٣٩	٩- الصحافة العلمية.....
١٣٩	١٠- الصحافة القانونية.....
١٤١	١١- الصحف التربوية.....
١٤٨	١٢- صحف تخصصت فى مجالات أخرى.....
١٤٦ - ١٥٢	المبحث الثالث: نشأة المحطات الإذاعية المتخصصة ونماذجها
١٤٦	- تمهيد.....
١٤٧	- نماذج المحطات الإذاعية المتخصصة عالمياً وعربياً.....
١٤٧	١- محطات الإذاعية الإخبارية.....
١٤٩	٢- محطات إذاعية اقتصادية وتجارية.....
١٥٠	٣- محطات إذاعية دينية.....
١٥١	٤- محطات إذاعية موسيقية وغنائية.....
١٥١	٥- محطات إذاعية موجهة للأطفال.....
١٥٢	٦- محطات إذاعية رياضية.....
١٥٢	٧- محطات إذاعية موجهة للمرأة.....
١٥٤ - ١٨١	المبحث الرابع: وسائل الإعلام المصرية المتخصصة
١٥٤	١- القنوات التلفزيونية المصرية المتخصصة.....
١٦٩	٢- المحطات الإذاعية المصرية المتخصصة.....
١٧٣	٣- الصحف المصرية المتخصصة.....

٢١٨-١٨٣	الفصل الرابع : الصفوة ..حدود تعريفها وعلاقتها بالمجتمع
٢٠٤-١٨٣	المبحث الأول: التعريف بالصفوة.....
١٨٣	- مقدمة.....
١٨٥	- أولاً: تعريف الصفوة وجوهرها.....
١٨٨	- ثانياً: نظرية الصفوة.....
١٩٠	- ثالثاً: أنواع الصفوة.....
١٩٢	- رابعاً: الصفوة الثقافية.....
١٩٧	- خامساً: الصفوة الثقافية المصرية.....
٢١٨ - ٢٠٥	المبحث الثاني: علاقة الصفوة الثقافية بالمجتمع
٢٠٥	- أولاً : مسئوليات المتقف والتزاماته الاجتماعية.....
٢٠٨	- ثانياً : علاقة المتقف بالسلطة.....
٢١٢	- ثالثاً : هموم المتقف العربى.....
٢١٤	- رابعاً : علاقة الصفوة الثقافية بوسائل الإعلام.....
٢٩٧-٢٢٠	الفصل الخامس : إجراءات ونتائج الدراسة الميدانية.
٢٢٠	أولاً: توصيف عينة الدراسة.....
٢٢٤	ثانياً: النتائج العامة للدراسة الميدانية.....
٢٥٦	ثالثاً: نتائج اختبار الفروض.....
٣١١-٢٩٩	الفصل السادس : الخلاصة والنتائج والمقترحات
٢٩٩	أولاً: ملخص البحث.....
٣٠٠	ثانياً: ملخص نتائج الدراسة.....
٣١٠	ثالثاً: توصيات الدراسة.....
٣١١	رابعاً: الدراسات المستقبلية التى تثيرها هذه الدراسة.....
٣٣٢-٣١٣	مراجع الدراسة:
٣١٣	- مراجع عربية:.....
٣٢٠	- مراجع أجنبية.....
٣٢٤	- مواقع عبر شبكة الإنترنت.....
	ملاحق الدراسة:
٣٣٤	ملحق (١): موافقة الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء.....
٣٣٦	ملحق (٢): استمارة البحث.....

فهرس الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
١	نموذج Katz et al لاستخدامات و إشباكات وسائل الإعلام	٤٥
٢	نموذج الاستخدامات و الإشباكات طبقاً لـ Katz , Hass & Gurivitch	٤٧
٣	نموذج Rosengren للاستخدامات و الإشباكات (١٩٧٤)	٤٨
٤	نموذج Palmgreen & Rayburn (١٩٨٥) للقيم المتوقعة للإشباكات المرجوة والمتحققة	٤٩
٥	نموذج الاستخدام الثقافي لوسائل الإعلام طبقاً لـ Mcquail (١٩٨٤)	٥٠

فهرس الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
١	مقارنة بين البث عن طريق الأقمار الصناعية والتلفزيون الكابلي	٩١
٢	توزيع ساعات البث في قنوات النيل المتخصصة حسب القنوات .	١٥٥
٣	نوع الصفوة الممثلة للصفوة الثقافية	٢٢٠
٤	توصيف عينة الدراسة من حيث النوع.	٢٢٠
٥	توصيف عينة الدراسة من حيث المؤهل العلمي	٢٢١
٦	توصيف عينة الدراسة من حيث العمر.	٢٢١
٧	سفر عينة الدراسة إلى الخارج.	٢٢٢
٨	الغرض من السفر.	٢٢٢
٩	إجادة المبحوثين للغات الأجنبية.	٢٢٣
١٠	أوجه استخدام عينة الدراسة للغة الأجنبية	٢٢٣
١١	المقياس التجميعي لدرجة احتكاك أفراد العينة بالثقافات الأخرى	٢٢٤
١٢	تعرض أفراد العينة للقنوات التلفزيونية المتخصصة	٢٢٤
١٣	أسباب عدم مشاهدة أفراد عينة الدراسة للقنوات المتخصصة المصرية	٢٢٥
١٤	القنوات المتخصصة المصرية التي يقبل أفراد عينة الدراسة على مشاهدتها	٢٢٦
١٥	ساعات مشاهدة الصفوة الثقافية للقنوات المصرية المتخصصة	٢٢٧
١٦	أيام الأسبوع التي يشاهد فيها أفراد الصفوة الثقافية القنوات المصرية المتخصصة	٢٢٨
١٧	حجم تعرض أفراد العينة للقنوات المصرية المتخصصة المصرية.	٢٢٨
١٨	المضامين التي يتابعها أفراد الصفوة الثقافية في القنوات المصرية المتخصصة	٢٢٩
١٩	دوافع مشاهدة الصفوة الثقافية للقنوات التلفزيونية المتخصصة	٢٣٠
٢٠	الفوائد/ الإشباعات التي يحصل عليها أفراد الصفوة الثقافية من مشاهدة القنوات المتخصصة.	٢٣٢
٢١	تقييم الصفوة الثقافية لأداء القنوات المصرية المتخصصة.	٢٣٣
٢٢	تعرض الصفوة الثقافية للمحطات الإذاعية المصرية المتخصصة.	٢٣٤
٢٣	أسباب عدم الاستماع للمحطات الإذاعية المصرية المتخصصة.	٢٣٤
٢٤	المحطات الإذاعية المصرية المتخصصة التي يستمع إليها أفراد الصفوة الثقافية.	٢٣٥
٢٥	الساعات اليومية التي يقضيها أفراد الصفوة الثقافية في الاستماع إلى المحطات الإذاعية المتخصصة.	٢٣٦
٢٦	عدد الأيام التي يستمع فيها أفراد الصفوة إلى المحطات الإذاعية المتخصصة.	٢٣٦
٢٧	مقياس تجميعي لحجم تعرض أفراد العينة للمحطات الإذاعية المصرية المتخصصة.	٢٣٧
٢٨	المواد الإذاعية التي يستمع إليها أفراد الصفوة الثقافية.	٢٣٧
٢٩	أسباب / دوافع استماع الصفوة للمحطات الإذاعية المتخصصة.	٢٣٨
٣٠	الإشباعات التي يحصل عليها أفراد الصفوة بعد الاستماع إلى المحطات الإذاعية المصرية المتخصصة.	٢٤٠
٣١	تقييم الصفوة لأداء المحطات الإذاعية المصرية المتخصصة.	٢٤١
٣٢	تعرض أفراد العينة للصحف المصرية المتخصصة.	٢٤١
٣٣	أسباب عدم قراءة الصفوة الصحف المصرية المتخصصة.	٢٤٢
٣٤	الجراند المتخصصة التي يستخدمها أفراد العينة من الصفوة الثقافية	٢٤٣
٣٥	المجلات المتخصصة التي يستخدمها أفراد العينة من الصفوة الثقافية.	٢٤٥
٣٦	طريقة قراءة أفراد العينة للصحف المتخصصة المصرية.	٢٤٦

٢٤٧	عدد أيام الأسبوع التي يقرأ فيها الصفوة صحفاً مصرية متخصصة.	٣٧
٢٤٧	مقياس تجميعي لحجم تعرض أفراد العينة للصحف المصرية المتخصصة.	٣٨
٢٤٨	المضامين التي يفضل أفراد الصفوة متابعتها من خلال الصحف المصرية المتخصصة.	٣٩
٢٥٠	دوافع قراءة الصفوة للصحف المصرية المتخصصة.	٤٠
٢٥٢	الإشباع التي يحصل عليها أفراد الصفوة الثقافية من قراءة الصحف المصرية المتخصصة.	٤١
٢٥٣	تقييم أفراد الصفوة لأداء الصحف المتخصصة المصرية.	٤٢
٢٥٤	اتجاه الصفوة الثقافية نحو فكرة التخصص الإعلامي.	٤٣
٢٥٥	المقياس التجميعي لاتجاه أفراد الصفوة نحو فكرة التخصص الإعلامي.	٤٤
٢٥٦	الفروق الإحصائية بين النوع وحجم التعرض لوسائل الإعلام المتخصصة.	٤٥
٢٥٧	الفروق الإحصائية بين النوع ودوافع التعرض لوسائل الإعلام المتخصصة.	٤٦
٢٥٩	الفروق الإحصائية بين النوع وإشباع التعرض للقنوات المتخصصة.	٤٧
٢٦٠	علاقة النوع بإشباع التعرض للمحطات الإذاعية المتخصصة.	٤٨
٢٦١	الفرق الإحصائية بين النوع وإشباع التعرض للصحف المتخصصة.	٤٩
٢٦٢	الفروق الإحصائية بين النوع والاتجاه نحو فكرة التخصص الإعلامي.	٥٠
٢٦٣	الفروق الإحصائية بين العمر وحجم التعرض لوسائل الإعلام المتخصصة.	٥١
٢٦٤	الفروق الإحصائية بين العمر ودوافع التعرض لوسائل الإعلام المتخصصة.	٥٢
٢٦٦	مصدر التباين بين الفئات العمرية ودوافع التعرض النقية للراديو.	٥٣
٢٦٧	الفروق الإحصائية بين السن والإشباع المتحققة من القنوات المتخصصة.	٥٤
٢٦٨	الفروق الإحصائية بين العمر والإشباع المتحققة من المحطات الإذاعية المتخصصة.	٥٥
٢٦٩	الفروق الإحصائية بين العمر والإشباع المتحققة من الصحف المتخصصة.	٥٦
٢٧٠	الفروق الإحصائية بين العمر والاتجاه نحو التخصص الإعلامي.	٥٧
٢٧١	الفروق الإحصائية بين المؤهل التعليمي وحجم التعرض لوسائل الإعلام المصرية المتخصصة.	٥٨
٢٧٢	الفروق الإحصائية بين المؤهل التعليمي ودوافع التعرض لوسائل الإعلام المتخصصة.	٥٩
٢٧٤	الفروق الإحصائية بين المؤهل التعليمي وإشباع التعرض للقنوات المتخصصة.	٦٠
٢٧٥	الفروق الإحصائية بين المؤهل التعليمي وإشباع التعرض للمحطات الإذاعية المتخصصة.	٦١
٢٧٧	مصدر التباين بين الفئات العمرية في الإشباع التوجيهية الناتجة عن الاستماع للراديو.	٦٢
٢٧٧	الفروق الإحصائية بين المؤهل التعليمي وإشباع التعرض للصحف المتخصصة.	٦٣
٢٧٨	مصدر التباين بين فئات المؤهل الدراسي في إشباعاتهم الاجتماعية الناتجة عن التعرض للصحف المتخصصة.	٦٤
٢٧٩	الفروق الإحصائية بين المؤهل التعليمي والاتجاه نحو التخصص الإعلامي.	٦٥
٢٨٠	علاقة حجم التعرض للقنوات المتخصصة بدوافع التعرض لها.	٦٦
٢٨١	علاقة حجم التعرض للمحطات الإذاعية المتخصصة بدوافع التعرض لها.	٦٧
٢٨٢	علاقة حجم التعرض للصحف المتخصصة بدوافع التعرض لها.	٦٨
٢٨٣	علاقة حجم التعرض للقنوات التلفزيونية المتخصصة بالإشباع الناتجة عن التعرض لها.	٦٩
٢٨٤	علاقة حجم التعرض للمحطات الإذاعية المتخصصة بالإشباع الناتجة عن التعرض لها.	٧٠
٢٨٥	علاقة حجم التعرض للصحف المتخصصة بالإشباع الناتجة عن التعرض لها.	٧١
٢٨٥	علاقة حجم التعرض للوسائل الإعلامية المتخصصة باتجاه الصفوة نحو فكرة التخصص الإعلامي.	٧٢
٢٨٦	علاقة دوافع استخدام الصفوة للقنوات المتخصصة بالإشباع الناتجة عن التعرض لها.	٧٣
٢٨٨	علاقة دوافع استخدام الصفوة للمحطات الإذاعية المتخصصة بالإشباع الناتجة عن التعرض لها.	٧٤
٢٩٠	علاقة دوافع استخدام الصفوة للصحف المتخصصة بالإشباع الناتجة عن التعرض لها.	٧٥

تابع فهرس الجداول

٢٩٢	الفروق الإحصائية بين درجة الاحتكاك الثقافي وحجم التعرض لوسائل الإعلام المتخصصة.	٧٦
٢٩٣	الفروق الإحصائية بين درجة الاحتكاك الثقافي ودوافع التعرض لوسائل الإعلام المتخصصة	٧٧
٢٩٤	الفروق الإحصائية بين الاحتكاك الثقافي والإشباع الناتجة عن التعرض للقنوات المتخصصة	٧٨
٢٩٥	الفروق الإحصائية بين الاحتكاك الثقافي لأفراد العينة والإشباع الناتجة عن التعرض للمحطات الإذاعية المتخصصة	٧٩
٢٩٦	الفروق الإحصائية بين درجات الاحتكاك الثقافي والإشباع الناتجة عن التعرض للصحف المتخصصة.	٨٠
٢٩٧	الفروق الإحصائية بين الاحتكاك الثقافي والاتجاه نحو فكرة التخصص الإعلامي.	٨١