

بسم الله الرحمن الرحيم



HOSSAM MAGHRABY



شبكة المعلومات الجامعية التوثيق الالكتروني والميكرو فيلم



HOSSAM MAGHRABY

جامعة عين شمس

التوثيق الإلكتروني والميكروفيلم

قسم

نقسم بالله العظيم أن المادة التي تم توثيقها وتسجيلها
على هذه الأقراص المدمجة قد أعدت دون أية تغيرات



يجب أن

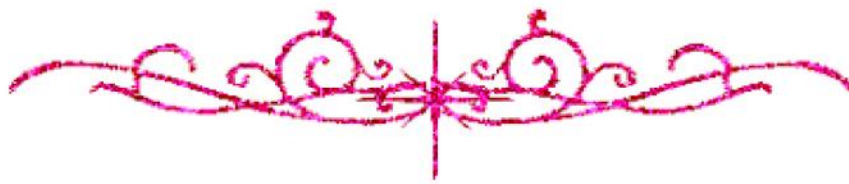
تحفظ هذه الأقراص المدمجة بعيدا عن الغبار



HOSSAM MAGHRABY



بعض الوثائق الأصلية تالفة



HOSSAM MAGHRABY



بالرسالة صفحات

لم ترد بالأصل



HOSSAM MAGHRABY



مطبوعات العلاقات العامة
الاستخدامات والإشباع

دراسة ميدانية على الجمهور الداخلى
فى عينة من إدارات العلاقات العامة فى مصر

رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير فى الإعلام

م. المصطفى
١٦٢٠٢

إعداد
غادة فاروق عبد الفتاح

٧٠/١٧
ع. ف.



إشراف
أستاذ دكتور / على عجوة
دكتور / مختار أبو الخير

إهداء

إلى أبى : معلمى وأستاذى ومثلّى الأعلى
إلى أمى : رمز العطاء والحب والرحمة بلا حدود
إلى زوجى : صديقى ورفيقى وسندى
إلى أبنى : قرة عينى وأملى فى الحياة
إلى أخوى قدوتى ومثلّى فى الحياة

شكر وتقدير

بداية أحمد الله تعالى على توفيقى لإنجاز هذه الدراسة وإتمامها رغم الظروف والصعوبات التى واجهتها ، ولعل الله يكتبها صدقة جارية لى واعتبارها من قبيل العلم النافع إن شاء الله .
وبعد الله سبحانه وتعالى يسعد الباحثة أن تتقدم بـعظيم الشكر والتقدير إلى أستاذى الفاضل د. على عجوة المشرف على الرسالة الذى لولاه لما كانت هذه الدراسة ، فقد قدم للباحثة من وقته وجهده وفكره وعلمه ونصائحه ومراجعته ما لا تكفى الصفحات لذكره .

كما أتقدم بخالص الشكر للدكتور مختار أبو الخير المشرف المشارك ، لتوجيهاته وملاحظاته التى كانت خير عون للباحثة فى إتمام هذه الدراسة .

كما أتقدم بخالص الشكر والتقدير للأستاذ الفاضل أ. د. محمد عبد الحميد وكيل كلية التربية جامعة حلوان لتفضله بقبول مناقشة هذه الدراسة وما استلزمه هذا من وقته ومجهوده ، ولإسهامه بعلمه وملاحظاته فى إثراء هذه الدراسة وتقييمها .

كما أتقدم بـعظيم الشكر والتقدير للأستاذ الفاضل د. محمود يوسف ، الأستاذ المساعد بقسم العلاقات العامة بكلية الإعلام على قبوله مناقشة هذه الدراسة ، وإثرائها من خلال ملاحظاته القيمة .

كما أتقدم بخالص شكرى وعظيم امتنانى لوالدى لما بذلاه من أجلى طوال حياتى ، ولعطاءيهما الذى لا ينتهى ، ولتشجيعيهما لى لاستكمال دراستى ، ومساعدتهما المستمرة لى فى حياتى ، فلعلنى أكون بإنجاز هذه الدراسة مصدر سعادة لهما وافتخار كما كانا لى دائما .

كما أتقدم بوافر الشكر لزوجى الذى لم يدخر وسعا ولا مجهودا لمعاونتى فى كل مراحل البحث وتقديره الدائم لظروف ومتطلبات البحث العلمى ، فلعلنى أكون بإتمام هذه الدراسة الزوجة التى يفخر بها ، والمستحقة لعظيم عطائه المستمر .

وأتقدم بخالص الشكر لأخى وصديقى د. حسام فاروق عبد الفتاح المدرس بكلية الطب القصر العينى لمعاونته المستمرة لى فى المراحل النهائية من إعداد الدراسة ، فلعلنى أكون بإنجازها جديرة بتقديره ورضاه وأن يفخر بى كما أفخر به دائما .

كما أتقدم بهذه الرسالة إلى أبنى الذى شحى من أجلى براحتة ، ومنحنى الفرصة لإجراء هذه الدراسة رغم افتقاده الدائم لى ، فلعل إنجاز هذا العمل يكون عذرا مقبولا لما عاناه من أجلى .

وأخير أتقدم بخالص الشكر لكل من ساعدنى بالرأى أو الفكر ، أو المجهود وأخص بالشكر الزميل ممدوح وجيه .

فهرس الدراسة

الصفحات	المحتويات
٣٦ - ١	الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة
١	المقدمة
٦	تحديد المشكلة البحثية وصياغتها
٧	الدراسات السابقة
١٦	الهدف من الدراسة
١٧	تساؤلات الدراسة
١٨	أهمية الدراسة
١٨	نوع الدراسة
١٩	منهج الدراسة
٢٠	مجتمع الدراسة
٢٣	حجم العينة وأسلوب اختيارها
٢٤	توزيع العينة
٢٥	أسلوب جمع البيانات
٣٥	ثبات القياس
٣٥	صدق المقياس
٣٦	إجراء الدراسة المسحية والصعوبات التي واجهتها
٣٧	المراجعة المكتبية وإعداد دليل الترميز
١٠٣ ٣٨	الفصل الثاني : الاتصال كجزء من عملية العلاقات العامة وأدواته وجمهوره
٥٣ ٣٨	المبحث الأول : الاتصال كجزء من عملية العلاقات العامة
٤٠	العلاقات العامة عملية مستمرة
٤١	البحوث
٤٣	التنفيذ
٤٤	الاتصال
٤٥	التقييم
٥٢	أسس اختيار وسائل الاتصال في العلاقات العامة
٦٩ ٥٤	المبحث الثاني : جمهور العلاقات العامة
٥٤	أنواع جماهير العلاقات العامة
٥٦	الجمهور الداخلي

الصفحات	المحتويات
٥٨	مبررات اهتمام العلاقات العامة بالجمهور الداخلي
٦٠	الجمهور الخارجي
٦١	أهداف اتصال العلاقات العامة بالموظفين
٦٣	وسائل اتصال المنظمة بالعاملين فيها
٦٥	وسائل الاتصال المطبوعة
٦٦	أنواع مطبوعات العلاقات العامة
٦٧	مزايا وعيوب مطبوعات العلاقات العامة
٦٩	العوامل المؤثرة على اختيار مطبوعات العلاقات العامة
٧٠	المبحث الثالث : مطبوعات العلاقات العامة
٧٠	النشرات
٧٣	النشرة الداخلية
٧٤	التقارير
٧٨	الدوريات
٨٥	الدوريات الداخلية
٨٩	الدوريات الخارجية
٩١	الكتب والكتيبات
٩٦	الإعلان المؤسسي
٩٩	الملصقات
١٠١	صحف الحائط
١٠١	الخطابات الشخصية
١٠٤ - ١٤٥	الفصل الثالث : الإطار النظري للدراسة
١٠٤ - ١٢٠	المبحث الأول : تطور نظريات تأثير وسائل الإعلام
١٠٤	مداخل دراسة تأثير وسائل الاتصال
١١٠	الدور الوظيفي لوسائل الإعلام
١١٢	نظرية الفروق الفردية
١١٤	نظرية الفئات الاجتماعية
١١٥	نظرية العلاقات الاجتماعية
١١٧	نموذج التأثيرات المعتدلة

الصفحات	المحتويات
١١٧	حصر الأنشطة التي تمارسها وسائل الإعلام
١١٨	منظور التحليل الوظيفي
١١٩	منظور الاستخدامات والإشباع
١٤٥ ١٢١	المبحث الثاني : نموذج الاستخدامات والإشباع
١٢١	تطور نموذج الاستخدامات والإشباع
١٢٢	أسباب ظهور نموذج الاستخدامات والإشباع
١٢٣	فروض نموذج الاستخدامات والإشباع
١٢٨	عناصر نموذج الاستخدامات والإشباع
١٣٦	أهداف نموذج الاستخدامات والإشباع
١٣٧	تقييم نموذج الاستخدامات والإشباع
١٤١	مراحل تطور نموذج الاستخدامات والإشباع
٢٩٩ - ١٤٦	الفصل الرابع : نتائج الدراسة الميدانية
٢٧١ ١٤٦	المبحث الأول : نتائج الدراسة الميدانية في إطار تساؤلات الدراسة
١٤٧	كيف يستخدم الجمهور الداخلي مطبوعات العلاقات العامة ؟
١٤٧	نسبة قراءة المطبوعات
١٥٣	معدل قراءة المطبوعات
١٥٩	أسباب عدم القراءة لمن لا يقرأون المطبوعات
١٦٧	أنواع المطبوعات التي يقرأها العاملون
٢٠٠	حرص العاملين على قراءة المطبوعات
٢٠٥	أهمية المطبوعات بالنسبة للعاملين
٢٠٩	ترتيب أفضلية المطبوعات بالنسبة للعاملين
٢٣٠	أسباب تفضيل أحد المطبوعات عن غيره
٢٣٤	أكثر أوقات قراءة العاملين للمطبوعات
٢٤٠	أهمية الخصائص الطبوغرافية للمطبوعات
٢٤٤	إيجابية الجمهور في التعامل مع المطبوعات
٢٤٨	احتياجات العاملين من المطبوعات
٢٥٩	إشباع العاملين من استخدام المطبوعات
٢٦٤	العلاقة بين الحاجات والإشباع

المحتويات	الصفحات
انتقادات العاملين للمطبوعات.....	٢٦٨
اقتراحات العاملين للنهوض بالمطبوعات.....	٢٧٠
المبحث الثاني : نتائج الدراسة الميدانية في إطار مقارنتها بالدراسات السابقة	٢٧٢ ٢٧٥
المبحث الثالث : نتائج الدراسة الميدانية بوزارة الموارد المائية والري بمقارنة نتائج الدراسة في ثلاث محافظات	٢٧٦ ٢٩٩
توزيع مفردات العينة في المحافظات الثلاث.....	٢٧٦
معدل قراءة المطبوعات في المحافظات الثلاث.....	٢٨١
أسباب عدم قراءة المطبوعات في الجهات الثلاث.....	٢٨٢
أنواع المطبوعات التي يقرأها العاملون بالجهات الثلاث.....	٢٨٥
مدى حرص العاملين على قراءة المطبوعات بالجهات الثلاث.....	٢٩٠
مدى أهمية المطبوعات للعاملين بالجهات الثلاث.....	٢٩٢
ترتيب أفضلية المطبوعات بالجهات الثلاث.....	٢٩٤
أسباب ترتيب المطبوعات حسب أفضليتها للعاملين.....	٢٩٨
مراجع الدراسة	٣٠٠ ٣٠٨
ملاحق الدراسة	

الفصل الأول
الإطار المنهجي للدراسة

مقدمة

العلاقات العامة ظاهرة اجتماعية ، ولدت بمولد الإنسان ، ونشأت في كل مجتمع بشري ، ومع تعدد المجتمعات الحديثة ، وظهور العديد من المشكلات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية ، أصبحت العلاقات العامة ذات أهمية بارزة عن ذي قبل : " فكلما تشابكت المصالح بين الناس وتعددت الصلات الاجتماعية في أية أمة من الأمم كلما ظهرت أهمية العلاقات العامة لشرح وتفسير تلك الصلات الاجتماعية ، وكلما احتاجت المؤسسة إلى العلاقات العامة كوسيلة لإتمام التكيف بينها وبين البيئة الاجتماعية".^١

ويرى د. إبراهيم إمام أن الهدف الأسمى للعلاقات العامة هو تحقيق الانسجام والتوافق في المجتمع الحديث الذي تعتريه التغيرات السريعة في نظم الحكم والسياسة والمخترعات العلمية والمستحدثات الجديدة التي غيرت وجه التاريخ والعلاقات الدولية والاجتماعية ، وما لم يتكيف الأفراد مع هذه النظم الجديدة ، والمخترعات الحديثة ، فإنهم يشعرون كالغرباء أو الضارين في بيئات مجهولة ، لذلك يرى د. إبراهيم إمام أن المهمة الكبرى للعلاقات العامة هي التوفيق بين عناصر المجتمع وهيئاته ومؤسساته ، والتنسيق بين المصالح المختلفة تحقيقاً لمصالح البلاد العليا ، وتكون مسئولية خبراء العلاقات العامة هي حل الأزمات بالطرق الإنسانية ، ودون استعمال العنف.^٢

وعلى ذلك فإن المفهوم الأساسي للعلاقات العامة هو إيجاد التفاهم المتبادل بين الفئات أو الأفراد القائمين بالعمل فيها ، وبين الجماهير المتعاملة معها ، فهي تهدف من وراء ذلك إلى إقامة سمعة طيبة للمنشأة هذا من ناحية ، وإلى المحافظة على العلاقات الطيبة واستمرار التعامل مع تلك الجماهير من ناحية أخرى.^٣

ولكى تنجح العلاقات العامة في تحقيق أهدافها وغاياتها القريبة والبعيدة ، لاغنى عن الاتصال كعملية إنسانية لها من المكونات والعناصر والمبادئ والأساليب ما يمكنها من أن تكون خير عون لرجل العلاقات العامة لتحقيق أهدافه المشودة.^٤

ويمثل الاتصال في نشاط العلاقات العامة جانباً مهماً وحيوياً ، لأن الاتصال الجيد والسليم معناه النجاح في إنجاز المهام أو الأعمال ، ومع ذلك لايعنى الاتصال في مجال العلاقات العامة مجرد إعلام

١- د. إبراهيم إمام : فن العلاقات العامة والإعلام ، مكتبة الأنجلو المصرية ، ١٩٥٨ ، ص ١٩ .

٢- د. جميل أحمد عضر : العلاقات العامة ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، عمان ، ١٩٩٨ ، ص ٧٥ .

٣- د. إبراهيم إمام : فن العلاقات العامة والإعلام ، مكتبة الأنجلو المصرية ، ١٩٦٨ ، ص ١٤ .

٤- أحمد محمد المصري : العلاقات العامة ، مؤسسة شباب الجامعة . الإسكندرية ، ٢٠٠٠ ، ص ٦ .

٥- د. غريب عبد السميع غريب : الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر ، مؤسسة شباب الجامعة . الإسكندرية ، ١٩٩٦ ، ص ١٨ .

٦- أحمد محمد المصري ، مرجع سابق ، ص ١٨ .

مقدمة

العلاقات العامة ظاهرة اجتماعية، ولدت بمولود الإنسان، ونشأت في كل مجتمع بشري^١، ومع تعقد المجتمعات الحديثة، وظهور العديد من المشكلات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، أصبحت العلاقات العامة ذات أهمية بارزة عن ذي قبل: " فكلما تشابكت المصالح بين الناس وتعمدت الصلات الاجتماعية في أية أمة من الأمم كلما ظهرت أهمية العلاقات العامة لشرح وتفسير تلك الصلات الاجتماعية، وكلما احتاجت المؤسسة إلى العلاقات العامة كوسيلة لإتمام التكيف بينها وبين البيئة الاجتماعية".^٢

ويرى د. إبراهيم إمام أن الهدف الأسمى للعلاقات العامة هو تحقيق الانسجام والتوافق في المجتمع الحديث الذي تعتريه التغيرات السريعة في نظم الحكم والسياسة والمخترعات العلمية والمستحدثات الجديدة التي غيرت وجه التاريخ والعلاقات الدولية والاجتماعية، وما لم يتكيف الأفراد مع هذه النظم الجديدة، والمخترعات الحديثة، فإنهم يشعرون كالأغريباء أو الضاريين في بيضاء مجهولة، لذلك يرى د. إبراهيم إمام أن المهمة الكبرى للعلاقات العامة هي التوفيق بين عناصر المجتمع وهيئاته ومؤسساته، والتنسيق بين المصالح المختلفة تحقيقاً لمصالح البلاد العليا، وتكون مسئولية خبراء العلاقات العامة هي حل الأزمات بالطرق الإنسانية، ودون استعمال العنف.^٣

وعلى ذلك فإن المفهوم الأساسي للعلاقات العامة هو إيجاد التفاهم المتبادل بين المنشآت أو الأفراد القائمين بالعمل فيها، وبين الجماهير المتعاملة معها، فهي تهدف من وراء ذلك إلى إقامة سمعة طيبة للمنشأة هذا من ناحية، وإلى المحافظة على العلاقات الطيبة واستمرار التعامل مع تلك الجماهير من ناحية أخرى.^٤

ولكي تنجح العلاقات العامة في تحقيق أهدافها وغاياتها القريبة والبعيدة، لا غنى عن الاتصال بعملية إنسانية لها من المكونات والعناصر والمبادئ والأساليب ما يمكنها من أن تكون خير عون لرجل العلاقات العامة لتحقيق أهدافه المنشودة.^٥

ويمثل الاتصال في نشاط العلاقات العامة جانباً مهماً وحيوياً، لأن الاتصال الجيد والسليم معناه النجاح في إنجاز المهام أو الأعمال^٦، ومع ذلك لا يعنى الاتصال في مجال العلاقات العامة مجرد إعلام

^١ - د. إبراهيم إمام: فن العلاقات العامة والإعلام، مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٥٨، ص ١٩.

^٢ - د. جيل أحمد حضر: العلاقات العامة، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ١٩٩٨، ص ٧٥.

^٣ - د. إبراهيم إمام: فن العلاقات العامة والإعلام، مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٦٨، ص ١٤.

^٤ - أحمد محمد المصري: العلاقات العامة، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، ٢٠٠٠، ص ٦.

^٥ - د. غريب عبد السميع عرب: الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، ١٩٩٦، ص ١١.

^٦ - أحمد محمد المصري، مرجع سابق، ص ١٨.