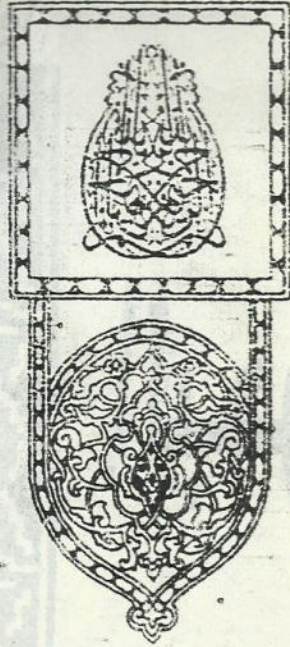




البحوث الإعلامية

العدد الأول
أكتوبر ١٩٩٣

رئيس مجلس الإدارة: د. عبدالفتاح مسينغ الشيب
رئيس التحرير: د. كرم شبيب



البحوث الإعلامية

تصدر عن جامعة الأزهر

المراسلات : جامعة الأزهر - مدينة نصر - القاهرة

ت : ٢٦١١٤١٤ فاكس : ٢٦١١٤٠٤

موضوع الدراسة وأجزائها المنهجية

المعروف أن ترويج الصحف في مصر 1957 صحيفة غير مصرية،
ومجلات انجليزية، ومجلات أخرى نصف لغيرية،

من أهميتها فتعد منها الصحف السياسية،
والعلمية، والصحف الخاصة بالزراعة، والآداب، والتاريخ،
والأدب، والأطفال، والأسلحة والنفوس المسكونة،

الصحف الدولية في مصر دراسة اتجاهات القراء وأساليب التعرض

مقدمة عامة
المقالة العربية المنشورة في (صحيفة) (1957)
مجلات (10 صحف)، وكذا (1 صحف)، وأخرى (8)
صحف، (1 من البحرين) وأخرى (3 صحف)،
من (مستقبل) والناشط (صحيفة واحدة)

الدكتور كرم شلبي
رئيس قسم الصحافة والإعلام

جامعة الأزهر

جميعاً، إما من الصحف السياسية التي هاجرت إلى
طريق الحرب، مثل جريدة الحياة، التي هاجرت إلى
أمير سعودي هو إسماعيل بن سلطان، ومجلة الوسط
من الشركة (1957) ومجلة الحوادث، أو صحف هاجرت



موضوع الدراسة واجراءاتها المنهجية

تطرح فى أسواق توزيع الصحف فى مصر ٦٥٧ صحيفة غير مصرية، من بينها جرائد يومية ومجلات اسبوعية ، ودوريات أخرى نصف شهرية ، وشهرية ، وفصلية.

وتتنوع هذه الصحف أيضا فى تخصصاتها فنجد منها الصحف السياسية، والرياضية، والفنية، والعلمية، والصحف الخاصة بالرجل، والمرأة، والموضة، والديكور، والحاسب الآلى، والأطفال، والأسلحة والشتون العسكرية.

وتأتى هذه الصحف إلى مصر من عدد من العواصم والمدن العربية والأوربية والأمريكية، صادرة فى عدة لغات، على النحو الآتى: (١)

أولا : يوجد ١٧٤ صحيفة ناطقة باللغة العربية ، يصدر منها فى لبنان (٤٩ صحيفة) ، والمملكة العربية السعودية (٤٠ صحيفة) والكويت (٢٣ صحيفة)، ودولة الإمارات (١٠ صحف) ، وليبيا (١٠ صحف) ، وقطر (٧ صحف) وسوريا (٥ صحف)، وكل من البحرين والأردن (٣ صحف)، وكل من المغرب واليمن (صحيفتان) وأفغانستان (صحيفة واحدة).

وهناك عدد آخر من هذه الصحف الناطقة باللغة العربية ويصدر فى عدد من الدول الأوربية هى لندن (١٠ صحف)، وباريس (٣ صحف) ، وقبرص (صحيفتان)، ومالطة (صحيفة واحدة).

وهذه الصحف جميعا ، إما من الصحف اللبنانية التى هاجرت إلى خارج لبنان بسبب ظروف الحرب، مثل جريدة «الحياة» التى هاجرت إلى لندن ويمتلكها الآن أمير سعودى هو «خالد بن سلطان»، ومجلة الوسط التى صدرت عن نفس الشركة (٢) ، ومجلة الحوادث، أو صحف صدرت

في الخارج أصلاً عن شركات أسسها بعض المساهمين العرب مثل الشركة السعودية للبحوث والتسويق في لندن والتي أصدرت جريدة الشرق الأوسط ومجلة الشرق الأوسط، ومجلة «المجلة» ومجلة «سيدتي»، أو الصحف التي صدرت في باريس مثل مجلة «الوطن العربي» ومجلة «كل العرب» ومجلة «المنبر» التي تصدر عن إحدى الجماعات الإسلامية أما المجلة العربية الوحيدة التي تصدر باللغة العربية عن هيئة أجنبية فهي مجلة «هنا لندن» التي تصدر عن هيئة الإذاعة البريطانية، وهي مجلة تعنى بنشر بعض المواد التي يذيعها القسم العربي بهيئة الإذاعة البريطانية.

ثانياً: مجلات تصدر باللغة الإنجليزية، ومنها ما يصدر عن دول عربية مثل جريدتي «الكويت تايمز» Kuwait Times و «عرب تايمز» Arab Times ومجلة «أوتو تریدرز» Auto Traders التي تعنى بترويج تجارة السيارات والإعلان عن خواصها .. وجميعاً تصدر عن الكويت . و صحف أخرى تصدر من المملكة العربية السعودية وهي «سعودي جازيت» Saudi Gazette و «عرب نيوز» Arab News، و «رابطة العالم الإسلامي» .

أما الصحف التي تصدر باللغة الإنجليزية، عن دول غير عربية فهي الصحف البريطانية والأمريكية، ويقدر عددها بثلاثمائة جريدة ومجلة أسبوعية وندوة شهرية وشهرية وفصلية،

ثالثاً : صحف تصدر باللغة الفرنسية، وهي الصحف التي تصدر من فرنسا، وعددها ١٢٩ صحيفة، وصحيفة فرنسية لبنانية هي «الورين لاجور» .

رابعاً : صحف تصدر باللغة الألمانية، وهي الصحف التي تصدر في جمهورية ألمانيا الاتحادية، وعددها ٤٤ صحيفة .

مشكلة البحث وتساؤلاته :

تلك هي «خارطة» الصحف غير المصرية، التي يمكن للقارئ المصري أن يحصل عليها ، ومن ثم «يتعرض» للقراءة، أى يقرأها - إذا رغب فى ذلك - وبالتالي قد يتأثر بها على نحو ما ، أو بدرجة ما ، أو لا يتأثر على الإطلاق. وفى هذه النقطة بالذات تصبح الصحف السياسية على وجه التحديد هى الأساس الذى يجسد مشكلة هذا البحث ، لأنها هى التى تقوم بالدور الرئيسى فى مجال الإعلام الدولى، أكثر من أى نوع آخر من أنواع الصحف (فنية ، علمية ، اقتصادية)، مع التسليم بدور لهذه الصحف يمكن أن تؤديه على الساحة الدولية .

والذى يعنينا فى هذا الصدد ، هو الوقوف على اتجاهات القارئ المصرى نحو الصحف السياسية (غير المصرية) ، سواء كانت تصدر باللغة العربية أو بلغة أخرى .

وهنا يسعى البحث للإجابة عن عدد من التساؤلات هى :

- هما الجرائد والمجلات التى يعرفها القراء فى مصر، من بين الصحف السياسية التى تأتى إليهم من خارج البلاد .. وكيف عرفوا بهذه الصحف للمرة الأولى؟

- من الذين يقرأون هذه الصحف .. ومن الذين لا يقرأون .. ولماذا؟

- ما المادة أو المواد التى تحظى باهتمام هذا القارئ أكثر من سواها؟

- إلى أى حد يمكن للعوامل والاعتبارات السياسية (الخلاف فى الرأى أو

الاتجاهات والمواقف) أن تكون سببا فى الإقبال/ أو الاحجام عن القراءة؟

- ما الصورة الذهنية التي يتمثلها القارئ لهذه الصحف من حيث تأييدها أو مناهضتها لسياسة بلده؟

- هل هناك أوجه للتفوق أو التميز لهذه الصحف «الأجنبية» عربية وغير عربية؟ وهل هناك علاقة بين ذلك وبين التعرض (للقراءة)؟

- هل هناك صحف توقف القارئ عن قراءتها بعد فترة من الزمن . . وما أسباب ذلك ؟

- إلى أي حد يمكن أن تكون الصحف المحلية بديلا عن الصحف السياسية الدولية (عربية وغير عربية)؟

- هل هناك علاقة بين المهنة أو النشاط أو النوع «الجنس» وبين الإقبال أو الاحجام عن القراءة؟

- ما المصدر الذي يحصل منه القراء على الصحيفة أو الصحف التي يقرأونها؟

هذه التساؤلات وغيرها هي موضوع هذا البحث ، وهي المحاور التي يسعى لاستكشافها والبحث عن المعلومات التي تفسرها . ويقتضى ذلك بالضرورة أن تؤسس الدراسة على جزأين أو قسمين أحدهما نظري يبحث في مفهوم الإعلام الدولي ، وما هي الصحافة الدولية ، بحيث يمكن تقييم وتفسير موقع هذه الصحف «غير المصرية» المتداولة في مصر ، وتصنيفها وفق معايير وقواعد علمية متفق عليها .

والآخر ميداني ، ينصب على دراسة جمهور القراء للكشف عن اتجاهاتهم نحو هذه الصحف ، ومدى تأثيرهم بها .

الدراسات السابقة :

هناك العديد من الدراسات العربية التي أجريت في موضوع الإعلام الدولي، والصحافة الدولية، والإذاعات الدولية، والعلاقات العامة الدولية. ولكن موضوعنا هذا، والخاص بعلاقة القارئ المصرى بالصحافة الدولية المتاح له قراءتها، والعوامل أو المتغيرات التي تحكم هذه العلاقة سلبا أو إيجاباً، ظل - حتى الآن - من الموضوعات التي لم تطرق من قبل الباحثين والدارسين، على عكس موضوع الإذاعات الدولية وقياس حجم التعرض للاستماع إليها، والذي كان مجالاً للعديد من البحوث والدراسات.

ومع ذلك فإن هناك العديد من الدراسات المهمة في مجال الإعلام الدولي، شكلت المادة الأساسية للجانب النظرى في هذا البحث. . وأهم هذه الدراسات هي :

١- الإعلام الدولي بالراديو والتليفزيون - وهي الدراسة التي قدمتها الدكتورة جيهان رشدي، واتصبت على دور الراديو والتليفزيون واستخدامات كل منهما على الساحة الدولية، وواقع المنظمات الإذاعية الدولية والإقليمية، وشبكات التليفزيون على مستوى العالم. (٣)

٢- الإعلام الدولي بين النظرية والتطبيق، وهي الدراسة التي وضعها الدكتور محمد على العوينى، وتناول فيها استخدامات الإعلام في مجال السياسة الخارجية، ومن خلال المنظمات الدولية، ووسائل الإعلام الدولي ومشكلاته. (٤)

٣- انهيار النظام العالمى الدولى، وهي الدراسة التي قدمها الدكتور فاروق أبو زيد، وعرض خلالها للمشكلات التي تواجهها وسائل الإعلام

الدولى من صحف وإذاعات مسموعة ومرئية، فى ظل ثورة الاتصال و «انفجار المعلومات»، والقيود السياسية والمهنية التى تتضمنها الانظمة الإعلامية العربية، ثم واقع الإعلام العربى فى المجال الدولى. (٥)

٤- الإعلام الدولى - دراسات فى الاتصال والدعاية الدولية، وهى الدراسة التى أجراها الدكتور أحمد بدر، وعرض خلالها لقضايا الإعلام الدولى، والهيئات التى تقوم بالأنشطة الإعلامية على المستوى العالمى، ودور الدعاية فى هذا المجال. (٦)

٥- دراسات فى الإعلام الدولى، وهى الدراسة التى قدمها الدكتور راسم الجمال، والتى انصبت على بحث مشكلة للاختلال الإخبارى على المستوى الدولى - وأسباب هذا الاختلال ومسئولية وكالات الأنباء العالمية عن ذلك. (٧)

نوع الدراسة ومناهجها :

تعد هذه الدراسة نوعاً من البحوث الوصفية التى تسعى إلى تصوير وتجليل وتقويم خصائص مجموعة معينة من أفراد المجتمع، ودراسة الخلقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة محددة، والظاهرة هنا هى اتجاهات القراء نحو الصحف غير المضربة المتداولة فى مصر، لتوصيف هذه الظاهرة، والوصول إلى نوع المواقف أو السلوك المترتب عليها. (٨)

وفى هذا الإطار يكون الاعتماد على منهج «المسح» أساسياً، حيث يمكن من تصوير واقع الظاهرة المدروسة ويسر الحصول على المعلومات من خلال جهود منظمة. (٩)

أداة البحث :

استخدمت صحيفة الاستقصاء بالمقابلة، أداة رئيسية للحصول على المعلومات من البحوثيين، وقد تضمنت ستة وعشرين سؤالاً (من الأسئلة المغلقة) جرى صياغتها على ضوء ملاحظات المحكمين، وعلى ضوء الاختبارات المبدئية التي جرت على عدد محدود من الأفراد في البداية (٤٠ مفردة)، ثم صيغت في شكلها النهائي بعد ذلك.

وقد روعي في تصميم الصحيفة ألا تقدم أية معلومات عن الصحف موضوع البحث (الصحف السياسية الدولية) أو الإشارة إلى أسماء هذه الصحف أو بعضها، لضمان الحصول على نتائج فعلية ودقيقة بعيدة عن أية إحياءات. يمكن أن يكون لها أثرها أو تأثيرها على البحوثيين، وكذلك فإن الاستمارة لم تستخدم مصطلح «الصحف الدولية» نظراً لأنه من المصطلحات الفنية أو الحرفية التي قد يختلط مفهومها على البعض، سيما وأن المصطلح نفسه لا زال موضع خلاف بين المتخصصين أنفسهم، ومن ثم جرى استخدام مصطلح «الصحف الأجنبية» أو «الصحف القادمة من الخارج» وترك للباحثين أن يذكروا هذه الصحف وعلاقتهم بها دون أدنى تدخل من قبل الباحثين (القائمين بتنفيذ المقابلات مع البحوثيين).

مجال الدراسة :

أولاً : تحدد المجال الجغرافي أو «المكاني» للدراسة في أربع محافظات مصرية هي : القاهرة، والاسكندرية، وطنطا، وأسيوط. وكان لهذا الاختيار ما يبرره :

أولاً : اختيرت القاهرة والاسكندرية، باعتبارهما العاصمتين (الأولى

والمثقفين ، ورجال الأعمال ، وهؤلاء هم الذين «نفترض» أن يكون بينهم قراء الصحف السياسية الدولية .

ثانياً : اختيرت كل من محافظة طنطا و أسبوط ، باعتبار الأولى هي «قلب» الدلتا في الوجه البحري ، بينما تعد الثانية هي أهم محافظات الصعيد (الوجه القبلي) من حيث عدد السكان المتعلمين والمثقفين .

ثانياً : اقتصر مجال الدراسة بالنسبة للصحف ، على الصحف السياسية غير المصرية فقط ، وهي الجرائد اليومية والأسبوعية ، والمجلات الأسبوعية (عربية وغير عربية) ، لأنها الصحف التي تعنى بالأحداث الجارية وشرحها وتفسيرها ، والتعليق عليها . ومن ثم تجمع بين الأخبار الآراء والأفكار ، حول ما يقع في العالم من أحداث ، وما يشهده من قضايا ومشكلات وموضوعات .

ثالثاً : المجال الزمني ، وقد استغرق الفترة من أول يناير ١٩٩٢ حتى آخر يونية ١٩٩٢ .

عينة البحث :

١- جرى اختيار عينة عجمها ٢٠٠٠ شخص (رجال ونساء) من بين المتعلمين الحاصلين على مؤهل جامعي أو أكثر ، ومن الذين يمارسون أعمالاً وانشطة مختلفة (سياسيون - رجال أعمال - أساتذة جامعة - قضاة - أطباء - محامون - إعلاميون - كتاب وأدباء - مهندسون - موظفون وفئات أخرى) ، ونقصد بهم عموماً الموظفين العاملين في أعمال مختلفة بالشركات والمؤسسات والدوائر الحكومية .

٢- توزيع أفراد العينة : جرى توزيع أفراد العينة وفقا للاعتبار الجغرافى والمهنى ومتغيرات العمر والجنس على النحو التالى :

أ- القاهرة (٧٥٠ مفردة) جرى توزيعها وفقا لاعتبارات النشاط والمهنة التى يمارسها الشخص كما يلى :

سياسيون : ونعنى بهم الأشخاص المتفرغين للعمل السياسى أو المبرزين فى هذا العمل كأعضاء مجلس الشعب وزعماء الاحزاب والوزراء الحاليين والسابقين والمحافظين ... و ... و (٧٥ مفردة).

- اقتصاديون أو «رجال أعمال» : والمقصود بهم فئة العامل فى البنوك والمؤسسات الاقتصادية الخاضعة والمقاولين وأصحاب المصانع ومكاتب الاستيراد والتصدير .. و .. و (٧٥ مفردة)

- أساتذة جامعة (٧٥ مفردة)

- أطباء (٧٥ مفردة).

- قضاة ومحامون وكتاب وأدباء وإعلاميون ومهندسون وفئات أخرى (٧٥ مفردة من كل نشاط من هذه الأنشطة)

ب- الإسكندرية (٥٠٠ مفردة)، جرى توزيع فئاتها على المهن والأنشطة السالف ذكرها على أساس ٥٠ مفردة لكل نشاط أو مهنة.

ج- طنطا (٣٨٠ مفردة)، جرى توزيع فئاتها على أساس ٣٨ مفردة من كل نشاط أو مهنة.

د- أسيوط (٣٧٠ مفردة) على أساس ٣٧ مفردة من كل نشاط أو مهنة.

المصطلحات المستخدمة في الدراسة :

١- الصحف السياسية الدولية: هي الجرائد والمجلات التي تعنى بالأحداث اليومية (التغطية والتفسير) والتي لا يقتصر توزيعها على المدينة أو الدولة أو الإقليم الذي تصدر فيه، وعلى هذا الأساس فإن الصحف السياسية العربية (غير المصرية) والتي تطرح للتوزيع في الأسواق المصرية، يمكن اعتبارها - ولو تجاوزا - صحفا دولية، ما دامت قد عبرت حدودها الإقليمية إلى دول أخرى، ويغض النظر عن مستوى انتشارها خارج هذه الحدود.

٢- الصحف غير المصرية : هي الصحف الناطقة بالعربية وغير العربية التي تدخل إلى مصر قادمة من خارجها.

٣- التعرض : هو التعامل مع الصحيفة أو «القراءة».

٤- الصحف السياسية الدولية غير العربية : وهي الصحف السياسية الدولية التي تصدر بلغات أخرى غير اللغة العربية ، وهي الإنجليزية ، والفرنسية ، والألمانية على وجه التحديد.

٥- الصحف الأجنبية القادمة من الخارج : هي كل الصحف غير المصرية والتي تصدر عن مؤسسات أو هيئات خارج مصر، وتعرض في الأسواق المصرية على أنها صحف أجنبية أو غير مصرية ومن ثم تخضع لجميع القوانين المنظمة لتداول هذه الصحف في البلاد.

٦- السياسيون : هم الذين يحترفون العمل السياسي.

٧- الاقتصاديون أو رجال الأعمال : هم الذين يعملون في مجال النشاط الإقتصادي العام والخاص، ومن هؤلاء الموظفون العاملون في البنوك والمؤسسات الاقتصادية والمقاولون والمستثمرون .. و .. و ..

٨- الإعلاميون: الصحفيون فى المؤسسات الصحفية والمؤسسات الإعلامية المختلفة الأخرى مثل وكالات الأنباء ومحطات الراديو والتلفزيون.

٩- الكتاب والادباء : هم الذين يحترفون الكتابة (الإبداعية) ومنهم كتاب القصة والشعراء والذين يكتبون للمسرح والسينما والإذاعة والتلفزيون .
تقسيم الدراسة :

تشتمل الدراسة على ثلاثة أقسام هى :

١- المدخل: ونعرض فيه لموضوع الدراسة، ومشكلة البحث وإجراءاته المنهجية.

٢- الإطار النظرى للدراسة ، ونعرض فيه لمفهوم الإعلام الدولى والصحافة الدولية ، كما نعوض لأهم الصحف السياسية الدولية (العربية والانجليزية والفرنسية).

٣- نتائج الدراسة الميدانية، وهى المعلومات التى كشفت عنها إجابات الباحثين من القراءة، وتفسر مدى معرفتهم بالصحف السياسية ومدى الإقبال على القراءة، وماذا يقرأون، أو لماذا لا يقرأون. كما تفسر مواقفهم تجاه هذه الصحف، أى نظرتهم إليها وتقييمهم لها شكلاً ومضموناً.

٤- الخلاصة أو النتائج التى استخلصت من المعلومات التى كشفت عنها الدراسة بجانبها التطبيقي والميداني ، والتوصيات التى يرى أنها ضرورية لتكون موضوعات لأبحاث أو دراسات يقوم بها المتخصصون، أو ضرورية لتتخذ على أساسها القرارات والتوجيهات فى المؤسسات الإعلامية المعنية.

الصحف السياسية والإعلام الدولي

الإعلام الدولي والاتصال الدولي:

كثير من الباحثين في مجالات الإعلام الدولي، ربطوا بين الإعلام الدولي والسياسة عندما حاولوا تحديد ماهيته أو مفهومه أو إيجاد تعريف له. فنجد تعريفاً يقول، إنه «وسيلة من وسائل السياسة الخارجية للدول، وبالتالي فهو مع غيره من الوسائل يعمل على تحقيق المصلحة الوطنية للدولة في المقيام الأول» (١٠). وتعريف آخر يؤكد نفس المفهوم من خلال تحديد الوظيفة التي يؤديها الإعلام الدولي، فيقول بأنه «إحدى الوظائف التي تمارسها الدولة في سياستها الخارجية»، ويعمل مع غيره من الوسائل على تحقيق أهداف السياسة الخارجية التي تسعى إلى تحقيق المصلحة الوطنية للدولة، والتي تختلف باختلاف وزن الدولة ودورها في النظام الدولي» (١١) وثمة مفهوم ثالث يساير نفس الاتجاه فيعرف الإعلام الدولي بأنه «تزويد الجماهير في الدول الأخرى بالمعلومات الصحيحة، والأخبار الصادقة بقصد التأثير على تلك الجماهير وإقناعها بعدالة قضايا الدولة، وبالتالي تبنى جماهير الدول الأخرى مواقف تلك الدولة» ثم يمضى التعريف إلى تحديد مفهوم يقول إن الإعلام في هذه الحالة «لا يرسم سياسة الدولة، ولكنه يعبر عنها فقط» (١٢).

وإذا كان أصحاب هذه التعريفات قد حصرُوا مفهوم الإعلام الدولي في كونه أداة لتنفيذ سياسة «دولة» فقد عاد بعضهم إلى توسيع مجال عمل هذه «الأداة» بحيث لا يقتصر الإعلام على تنفيذ سياسة دولة فقط، بل يمكن أن يكون «وسيلة من الوسائل التي تستخدمها المنظمات الدولية لتحقيق

أهدافها، فهو يعمل على توصيل رسالة المنظمة الدولية إلى الفئات المستهدفة» (١٣)، كما أنه : «الإعلام الذي يسهم به مجتمع أو جماعة أو هيئة في المجال الدولي بحيث يستجيب له رجل الشارع في العالم ، أو هو تزويد الجماهير في الدول الأخرى بالمعلومات أو الأخبار بقصد التأثير عليها وإقناعها بعدالة قضايا الدولة». (١٤)

وعلى ضوء هذا «التوسع» في طرح المفهوم أو إيجاد تعريف لما هو الإعلام الدولي، ظل الدور الذي يؤديه محصورا في نطاق السياسة، ولكنها لم تعد تقتصر على سياسة الدول بل أصبحت سياسة الدول والمنظمات الدولية و«المجتمع» و«الجماعة» و«الهيئة».

وفي هذا الإطار، قد يكون علينا أن ننبه إلى ضرورة الفصل بين مفهوم الإعلام الدولي من ناحية، وبين مفهوم الإتصال الدولي الذي يتسع مجاله وتتعدد أهدافه وتنوع فنونه لتشمل الإعلام والدعاية السياسية، والدعاية التجارية، والتعليم والتثقيف. (١٥)

وعلى الرغم من أن هناك من يرى فارقا كبيرا بين الإعلام باعتباره «تزويد الناس بالأخبار» الصحيحة، والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، «بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم» (١٦) وبين مفهوم الدعاية، والتي تعنى بوجه عام «نشر الأفكار والمواقف التي تؤثر على الآراء والسلوك أو كليهما معا» (١٧) أو هي «فن إقناع السواد الأعظم من الشعب والتأثير فيهم عن طريق الإيحاء» (١٨) إلا أن ما نشاهده في عالم اليوم من ممارسات، يجعلنا نوقن أن ذلك المفهوم المثالي للإعلام آخذ في الانحسار، أمام استخدام مكثف للدعاية،

يسمى فى المقام الاول إلى تشكيل عقلية الجماهير وخلق رأى عام حول القضايا والمشكلات ، بما يحقق المصلحة الوطنية أو الخاصة لدولة أو هيئة أو جماعة، حتى لو تعارضت هذه المصلحة الخاصة مع مصالح الآخرين أو حقوقهم ، أو أهدافهم (١٩).

ولقد أدى ذلك بطبيعة الحال إلى ظهور مصطلح الدعاية الدولية، جنبا إلى جنب مع مفهوم الإعلام الدولى ، وأصبحت الدعاية هى الوجه الآخر للممارسة السياسة للدولة - أية دولة - فى تعاملها الداخلى والخارجى، إذ تستخدم داخليا «لتحقيق التكامل القومى، وتستخدم خارجيا كواحدة من أبرز أدوات السياسة الخارجية» (٢٠).

الاتصال الدولى والسياسة :

وتأسيسا على ما تقدم قد يكون استخدام مصطلح «الاتصال الدولى» أكثر دقة من مصطلح الإعلام الدولى حتى وإن ارتبط بتحقيق أهداف سياسية بحثه ، وذلك لأن تحقيق الأهداف السياسية لا يقتصر على استخدام الإعلام فقط أى كان مفهومه أو تعريفه، وإنما يعتمد كافة وسائل وأساليب وفنون الاتصال من إعلام ودعاية (سياسية وتجاهية) وعلاقات دبلوماسية ، وأنشطة اقتصادية وسياحية وعلمية وتعليمية وثقافية، فضلا عن أنه لا يقتصر على البرامج أو المواد الإخبارية أو السياسية المباشرة ، بل كثيرا ما يوظف الفن وتوظف الثقافة لخدمة أهداف سياسية، كما هو الحال فى البرامج والمسلسلات الإذاعية والتلفزيونية، والأفلام السينمائية والتلفزيونية (٢١)، فضلا عن تصدير الفرق والعروض الفنية المسرحية والموسيقية، وفرق البالية، إلى جانب المعارض الثقافية المختلفة، وترجمة الكتب ونشرها على أوسع نطاق ممكن .

ومن هنا يمكن تعريف الإتصال الدولي بأنه مجموعة الأنشطة والجهود التي تقوم بها دولة أو هيئة أو جماعة، للإقناع بأهدافها خارج حدود الدولة التي تنطلق منها هذه الأنشطة، وذلك لتحقيق أغراض سياسية أو اقتصادية أو فكرية أو دينية، من خلال نشر الافكار والمعلومات والآراء، وبواسطة وسائل الاتصال بالجماهير وأدواته المختلفة (٢٢).

وعلى هذا النحو يمكن القول بأن الإتصال الدولي يكاد يكون عملية «تسويق» لصورة دولة أو هيئة أو جماعة، بين مجتمعات أو جماهير خارج الحدود.

مهام الإتصال الدولي ووظائفه :

الغاية من أى نشاط اتصالي هي الإقناع بما نقول لكي نحقق ما نريد. وبالنسبة لما تريده الدولة هو تحقيق مصالحها الوطنية خارج حدودها ، ومن ثم أصبح الإتصال أداة من أدوات السياسة الخارجية أولا وقبل كل شيء ، وليس خدمة للسلام أو الوئام الدولي ، أو تخفيف حدة التوتر بين الدول كما يقول البعض . فذلك قد يكون هدفا للدولة في فترة من الفترات أو في وقت من الأوقات على ضوء ما يحققه من نتائج تخدم مصالحها. ونجد مثلا لذلك في الجهود الإعلامية والدعائية الأمريكية على الساحة الدولية أثناء الأزمة التي عرفت باسم «أزمة الخليج» حيث قامت الولايات المتحدة الأمريكية بأضخم نشاط اتصالي لتعبئة الرأي العام العالمي لتحييد وتأييد شن حرب عسكرية ضد العراق، ولم يكن دافعها إلى ذلك سوى حماية مصالحها في المنطقة (الثروة النفطية من جهة، والمواقع الاستراتيجية في الأراضي والبحار والأجواء من جهة أخرى) (٢٣)، بينما لم تهتم أمريكا

بالتقيام بأى مجهودات أو أنشطة فاعلة فى أزمات أخرى، مثل أزمة الحرب العرقية فى البوسنة والهرسك، أو الحرب الأهلية فى لبنان، أو الإعتداءات الإسرائيلية الدائمة ضد العرب

ولذا يمكن القول بأن الاتصال الدولى يؤدى عددا من المهام والوظائف التى تخدم مصالح الدولة (سياستها)، على النحو التالى : (٢٤)

١- نشر المعلومات والأفكار والآراء التى تحقق للدولة صورة إيجابية خارج أراضيها.

٢- سياسة الدولة، وتفسير مواقفها إزاء القضايا والمشكلات الدولية، والعمل على الإقناع بسلامة هذه المواقف وأهميتها.

٣- التصدى للدعاية المضادة للدولة خارج أراضيها.

أما بالنسبة للمنظمات أو الجماعات أو المؤسسات فإن عملية الاتصال على المستوى الدولى، تختلف باختلاف طبيعة الأنشطة التى تؤدىها، والأغراض التى تسعى إلى تحقيقها، وتنصب الجهود الاتصالية على نشر كل ما يخدم هذه الأغراض ويحققها.

أساليب الاتصال الدولى ووسائله:

يتخذ الاتصال الدولى عددا من الأساليب، ويتم على عدة مستويات، وفقا لطبيعة المصدر - القائم بالاتصال - والأغراض التى يصبو إلى تحقيقها.

وعلى هذا فقد يأخذ الاتصال شكلا رسميا «بروتوكوليا»، حيث يمضى عبر القنوات الرسمية للدول، ويخضع لاتفاقات تبرم بينها، وفى هذه الحالة يكون لكل دولة الحق فى ممارسة انشطتها الاتصالية على أرض الدولة

أو الدول الأخرى من خلال أجهزة (إدارات أو مكاتب) ثقافية وإعلامية
وسياحية واقتصادية... إلخ

وفي مثل هذه الحالة فإن الأنشطة الاتصالية غالباً ما تندرج تحت شعارات
ومسميات مثل «التبادل الثقافي» أو «توطيد العلاقات»، وتدور في فلك
دعائي أكثر منه إعلامي، حيث توظف الثقافة، وتوظف الفنون، لتقديم
صورة إيجابية عن الدولة التي تقوم بهذه الأنشطة. (٢٥)

أما الأساليب التي تستخدمها هذه «القنوات» الدبلوماسية أو الرسمية في
الخارج، لتحقيق هذا الغرض، والقيام بالأنشطة الاتصالية، فهي متعددة
ومتنوعة.

١- إصدار النشرات والمطبوعات المختلفة، التي تقدم صورة إيجابية للدولة،
تاريخياً وحضارياً وسياحياً وصناعياً وبشراً.

٢- إقامة الندوات والمحاضرات، والمؤتمرات، حول مختلف الموضوعات
السياسية والفكرية والفنية والثقافية والتاريخية والأدبية، والتي تخدم
أهداف الدولة إعلامياً ودعائياً.

٣- عرض الأفلام التسجيلية والروائية التي تعكس صورة إيجابية للدولة،
من خلال إنجازاتها وتقدمها وحضارتها، وكل ما تفرد به أو تتميز على
الساحة العالمية.

٤- تزويد وسائل الإعلام والدعاية في الدول المستهدفة، بالمواد الإعلامية
والدعائية المختلفة، من معلومات ومطبوعات، وصور، وبرامج إذاعية
وتلفزيونية، وأفلام سينمائية، سواء عن طريق الإهداء أو التبادل، أو
البيع. وفي كل الحالات فإن نجاح الأجهزة الدبلوماسية أو الرسمية في

الخارج، أو إخفاقتها، في الإفادة من وسائل الإعلام المحلية للدولة التي تعمل بها، إنما يتوقف على مدى قدراتها وإمكاناتها في عقد علاقات حسنة مع المسئولين عن هذه الوسائل والعاملين بها، وفي ظل علاقات سياسية جيدة بين الدولتين قبل كل شيء.

٥- تنظيم برامج لتبادل الزيارات بين الوفود الممثلة للمنظمات السياسية والفنية والثقافية والفكرية، والإعلامية، والشخصيات الشهيرة في هذه المجالات.

٦- تزويد رعايا الدولة من المواطنين المقيمين في الخارج بالمعلومات حول ما يجري في الوطن من قضايا وأحداث، وتفسير سياسة الدولة إزاء الأحداث الجارية محلياً وعالمياً، وتوطيد صلاتهم بالهيئات التي تمثلهم في الخارج مثل السفارات والمكاتب الإعلامية والثقافية والسياحية، وتأسيس الروابط أو الجمعيات التي تجمع شمل هؤلاء المواطنين والإفادة من جهودهم وأنشطتهم وتوظيفها كجزء من الجهود والأنشطة الدعائية للوطن.

٧- استخدام الإعلانات التجارية في الصحف ووسائل الإعلام - حسب مقتضيات الحال - للدعاية للمنتج الوطني وترويجه في الخارج، وسواء كان هذا المنتج صناعياً أو فنياً أو ثقافياً. (كالإعلان عن زيارة الفرق الفنية، أو عقد الندوات، أو زيارة شخصية أدبية، أو علمية... إلخ).

غير أن هناك أشكالاً وأساليب أخرى من الاتصال الدولي، تختلف عن هذه الأساليب «البروتوكولية» أو القنوات الدبلوماسية الرسمية، وهذه الأنشطة هي التي تستخدم للاتصال بالجمهور بعيداً عن الاتفاقات الدبلوماسية والبروتوكولية بين الدول بعضها البعض، ولا تخضع لموافقة الدولة المستهدفة أو رفضها، ولا شك أن الإذاعة بالراديو لازالت هي أهم

الوسائل المستخدمة في هذا المجال، نظرا لحواصها الفريدة في نقل الأحداث .. بطريقة فورية إلى خارج الحدود، وعبر مسافات شاسعة، ولجمهور المتعلمين والأمين على السواء . وقد بدأ التليفزيون يخطو الآن لاكتساب هذه الخواص هو الآخر، فيجتاز إرساله حاجز المسافات بواسطة الأقمار الصناعية (وقد كان إرساله مقيدا بمسافة معينة لا يمكنه تجاوزها قبل اختراع هذه الأقمار). (٢٦)

أما الصحف ... فإن قدرتها على اجتياز حدودها الوطنية إلى دول أخرى، لازالت مرهونة بموافقة هذه الدول الأخرى على قبول هذه الصحف أو رفضها، وفقاً للقواعد الرقابية التي تحددها، وطبيعة العلاقات السياسية السائدة بينها وبين الدولة أو المنظمة التي تمثلها الصحيفة أو تنطق باسمها.

والى جانب الإذاعات المسموعة والمرئية، والصحف هناك وكالات الأنباء، والتي هي أدوات ووسائل لجميع الأخبار وتوزيعها على مستوى العالم، وعلى الرغم من أنه لا يمكن اعتبار هذه الوكالات وسائل للاتصال بالجمهير، لأنها لا تتصل ولا تقدم مادتها إلى الجماهير مباشرة، بل من خلال وسائل الاتصال بالجمهير، وهي الصحف والإذاعات المسموعة، والمرئية. إلا أن ذلك لا يعني أن دورها في الاتصال الدولي يعد محدوداً أو هامشياً، بل هو دور أساسي باعتبارها المصدر الرئيسي للأخبار الخارجية لكل وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري، وعلى مستوى العالم كله. (٢٧)

وعلى هذا الأساس فقد ارتبطت قدرة أية دولة على أن يكون لها إعلام دولي مؤثر، بقدراتها المادية والتكنولوجية التي تمكنها من امتلاك وسائل اتصال جماهيري قادرة على الانتشار الأوسع، وقادرة على التفوق في مجال المنافسة.

ومن هنا ظهر مفهوم أو مصطلح «الهيمنة» أو «السيطرة» أو «الاختلال في التدفق الأخباري»، وكلها تشير إلى أن الاتصال الدولي، أو الإعلام الدولي أصبح وفقاً على الدول الكبرى وحدها، وهي الدول الغنية التي تتحكم في إنتاج تكنولوجيا الاتصال وتملكها وتوظفها لخدمة أغراضها، فأصبحت هذه الدول هي التي تمتلك الصحف القوية والإذاعات القوية والشبكات والقنوات الفضائية التليفزيونية الفاعلة، ووكالات الأنباء التي تسيطر وتتحكم في نشر الأخبار، فتبرز ما تريد، وتجب ما تريد، وتقلص حجم ما تريد... وأصبح الإعلام ذا مسار واحد واتجاه واحد، حيث تتدفق المعلومات من الأغنياء القادرين، إلى الفقراء غير القادرين، ومن ثم كانت الهيمنة والسيطرة من هؤلاء القادرين، على هؤلاء العاجزين. (٢٨)

الصحافة الدولية :

كان استخدام الإذاعة بالراديو، أسبق من استخدام الصحف، وأسبق من استخدام الإذاعة بالتليفزيون في مجال الاتصال على المستوى العالمي. ومن ثم ظهر مصطلح «الإذاعة الدولية» في وقت مبكر نسبياً، تشير إلى البرامج التي تبثها الدولة إلى جماهير خارج حدودها الوطنية، وهي التي عرفت باسم «البرامج الموجهة» و«الإذاعات الموجهة» و«الإذاعات الخارجية» و«الإذاعات الدولية». (٢٩) وهنا أصبح للإعلام الدولي خاصيتين يتميز بهما عن الإعلام المحلي أو الداخلي، وهما أنه إعلام موجه إلى خارج الحدود، وأنه إعلام ناطق بلغة الجمهور الذي يتوجه إليه في المقام الأول.

وفي هذا الإطار نفسه يأتي مفهوم الصحافة الدولية، حيث يمكن تعريفها بأنها الصحف التي توجه إلى جماهير القراء في دول أخرى خارج حدود

الدولة التي تصدر فيها الصحيفة، ومن ثم تراعى اهتمامات ولغة هذا القارئ الذي تتوجه إليه خارج الحدود، فتصدر بلغة يجيد قراءتها، سواء كانت لغته الوطنية أو لغة أخرى. (٣٠)

وعلى هذا الأساس، فإن الذي يميز الصحافة الدولية عن الصحافة المحلية هو:

١- توزيع الصحيفة خارج حدود الدولة التي تصدر فيها.

٢- مضمون الصحيفة الذي ينبغي أن يراعى اهتمامات القارئ الذي تتوجه إليه، فتشيع اهتماماته في التعرف على ما يدور في العالم كله من قضايا ومشكلات، ونقصد بها القضايا والمشكلات الدولية الكبرى، وليست القضايا المحلية التي لا يعنى بها سوى القارئ المحلي وحده.

٣- اللغة التي تصدر بها الصحيفة، والتي لا بد وأن يجيد الجمهور المستهدف قراءتها.

وعلى الرغم من أن تكنولوجيا الاتصال والمواصلات قد هيأت للصحافة المحلية إمكانية الوصول إلى أسواق خارج حدود الدولة التي تمثلها، سواء بإصدار طبعات خاصة في هذه البلدان بواسطة أقمار الفضاء، أو عن طريق نقلها بالطائرات إلى هذه الأسواق الخارجية (٣١)، كما هو الحال بالنسبة لكثير من الصحف العربية للمحلية التي أصبحت من السهل الحصول عليها في أسواق دول أخرى عربية أو غير عربية، فإن مضمون هذه الصحف يظل هو الأساس في إضفاء صفة الدولية عليها، لأنها تظل محلية الطابع من خلال اهتمامها الأكبر بالموضوعات والقضايا المحلية، ومخاطبتها القارئ المحلي في المقام الأول. وهذا هو الذي يفرق بين مجلة محلية مثل «المصور» أو

«روز اليوسف» المصرية وهما من أهم المجلات المصرية والعربية، وبين مجلة أمريكية دولية مثل «نيوز ويك» News Week مثلاً، أو مجلة بريطانية دولية مثل «الايكونوميست» The Economist، ويتمثل الفارق بينهما في جانبين أساسيين:

الاول : طغيان الموضوعات والاعخبار والقضايا المصرية البحتة في المجلات المصرية، على حساب الموضوعات والاعخبار والقضايا الدولية - رغم عدم إهمالها كلية - بينما يوجد العكس تماماً في المجلتين الدوليتين الأمريكية والبريطانية - وأى مجلات دولية أخرى - من حيث الإهتمام الأكبر بالقضايا والموضوعات التي تلبى احتياجاً عاماً لدى القارئ (أى التي يمكن أن يعنى بها القارئ فى العالم كله تقريباً) ؟ وتقلص الموضوعات المحلية التي قد تعنى القارئ الأمريكى أو البريطانى وحده .

الثانى : لغة الصحيفة نفسها، أى اللغة التي تصدر بها الصحيفة، فاللغة العربية التي تصدر بها الصحف المصرية - وصحف الدول العربية الأخرى - تقيد انتشارها وتحصره فى نطاق قراء هذه اللغة ، وهم العرب فى بلادهم ، أو الجاليات العربية فى الخارج ، وليس معنى هذا أن تصدر الصحف بكل اللغات أو بعدد كبير من اللغات لكي تكون دولية (كما هو الحال بالنسبة للإذاعات الدولية مثل صوت أمريكا أو هيئة الإذاعة البريطانية أو راديو موسكو، أو غيرها من الإذاعات التي تبث إرسالها إلى عدد من المناطق فى العالم، مستخدمة اللغة السائدة فى كل منطقة)، فذلك يفوق إمكانيات الصحف وقدراتها الفنية والمالية، خاصة الصحف السياسية اليومية أو الاسبوعية، أما بالنسبة للدوريات الشهرية والفصلية والتي تعنى بموضوعات الموضة أو الفنون أو الثقافة العامة أو التسلية.. إلخ، فقد يكون هناك متسع من الوقت لإعداد مادتها وإصدارها فى طبعات مختلفة ولغات

متعددة ، كما هو الحال بالنسبة لمجلة «ريدرز دايجست» الأمريكية Readers Digest ، التي تورع ٢٩ مليون نسخة ، تصدر بعشرات اللغات ومن بينها اللغة العربية ، ومجلة «هي» Elle ، النسائية الفرنسية ، ومجلة «البردة» Burda الألمانية المتخصصة في الأزياء . (٣٢)

ولا شك أن انتشار اللغتين ، الإنجليزية والفرنسية على المستوى الدولي ، كان أحد أهم الأسباب وراء انتشار الصحف الصادرة بهاتين اللغتين ، وتمكينها من أداء دور فعال في مجال الإتصال الدولي ، ومن هذه الصحف ، المجلات الأمريكية الثلاث : «تايم» Time و «نيوزويك» News Week ، و «ريدرز دايجست» The Readers Digest ، وإلصحف اليومية الأمريكية الثلاث «النيويورك تايمز» The New York Times ، و «الواشنطن بوست» The Washington Post ، و «وول ستريت جورنال» The Wall Street Journal .

ومن الصحف البريطانية ، هناك الجرائد اليومية «التايمز» The Times ، و «الجارديان» The Guardian ، و «الفاينانشيال تايمز» The Financial Times ، و «الأوبزرفر» The Observer ، و «الصنداي تايمز» The Sunday Times . ومجلة «الايكونوميست» The Economist .

أما الصحف الدولية الفرنسية ، فهناك ثلاث صحف يومية دولية هي «لوموند» Le Monde ، و «لوفيجارو» Le Figaro ، و «فرانس سولر» France Soir ، ومجلتان هما «باري ماتش» Paris Match ، و «لو اكسبريس» L'express ، كما تصدر من باريس وباللغة الإنجليزية جريدة «انترناشيونال هيرالد تريبيون» International Herald Tribune ، التي تصدرها النيويورك تايمز ، والواشنطن بوست . (٣٣)

الصحف العربية على الساحة الدولية

هل يمكن القول - على ضوء ما تقدم - بأن للعرب صحافة دولية ، أو أن هناك صحفا عربية دولية؟

إن هذا السؤال يقودنا بالضرورة الى الحديث عن واقع الصحافة العربية على الساحة الدولية . وهنا نجد عددا من النماذج على النحو التالي :

أولاً : صحف محلية عربية تصدر باللغة العربية : وهي الصحف التي تصدر داخل الدول العربية وتحمل هوية الدولة التي تصدر فيها وتمثلها ، فيقال إنها صحف مصرية ، أو مغربية ، أو تونسية ، أو كويتية أو سعودية . الخ ، وتخضع هذه الصحف للقوانين والنظم السائدة في بلادها ، أي تعامل باعتبارها صحافة وطنية وليست صحافة «أجنبية» في أرض الإطن . . . وهذه الصحف العربية على اختلاف الدول التي تصدر فيها ، يمتد توزيعها إلى الأسواق العربية - وربما الأوربية - خارج الحدود ، لكنها تظل محلية الطابع ، تحمل هوية الدولة العربية التي تمثلها ، وتهتم بقارئها المحلي لأنها توجه إليه في المقام الأول .

وتأتي الصحافة المصرية في مقدمة هذه الصحف ، لإعتبارات تاريخية ومهنية وحرفية وفنية ، لا مجال لتفصيلها هنا .

ومن أشهر الصحف السياسية المصرية اليومية : الأهرام ، والأخبار ، والجمهورية ، و«الأهرام المسائي» و«المساء» ، أمه المجلات السياسية فيأتي في مقدمتها مجلتي «المصور وروزاليوسف» .

وتأتي بعد ذلك صحف منطقة الخليج العربي ، ومنها الصحف اليومية

الكويتية، وأهمها : القبس، والوطن، والسياسة، والأنباء، والرأي العام.
والصحف السعودية اليومية وأهمها: عكاظ، والرياض، والمدينة، والجزيرة.
وهناك الصحف العراقية اليومية وأهمها جريدة «الثورة» والتي تمثل حزب
البعث العراقي، وجريدة الجمهورية، التي تعد لسبب حال الحكومة..
والصحف السورية وأهمها جريدة «البعث» و«جريدة تشرين»، والصحف
الأردنية وأهمها، جريدة «الوطن»، وجريدة «الدستور»، أما الصحف السياسية
الليبية فأهمها جريدة «الأنوار» وجريدة «اللواء» و«النهار» و«الستير».

ومن هذا الصحف المحلية العربية ما يصدر بلغات غير اللغة العربية،
وهي صحف موجهة للجانبايات الاجنبية القيمة في الدول العربة، ومنه
الصحف المصرية «الأهرام ويكلي» Al Ahram Weekly و«الاجيشيان جازيت»
Egyptian Gazette و«الإجيشيان ميل» Egyptian Mail و«أبوجرية» التي
تصدر باللغة الفرنسية Le Progres، وتصدر الكويت جريدة «كويت تايمز»
Kuwait Times، وجريدة «عرب تايمز» Arab Times، كما تصدر بغداد
جريدة «بغداد أوبزرفر» Bagdad observer، وتصدر السعودية جريدتي
«سعودي جازيت» Saudi Gazette.

ثانياً: طبقات خاصة من صحف عربية للتوزيع خارج الحدود، حيث
تقوم بعض الصحف المحلية في الدول العربية، بإعداد طبعة خاصة من
الصحيفة الأصلية، بعد أن تحذف منها بعض الأخبار والموضوعات المحلية،
وتضيف موضوعات أخرى تماشى مع اهتمامات القارئ خارج الحدود
(ولكنه يظل هو القارئ العربي أو الذي يجيد قراءة العربية). ومن هذه
الصحف جريدة «الأهرام الينكلي» المصرية.

ثالثاً: صحف عربية تصدر خارج العالم العربي، وتنظم هذه الصحف

• في فستين :

١- الصحف العربية التي هاجرت إلى الخارج ، أى التي كانت تصدر في بلاد عربية أصلاً، ثم تركتها لأسباب أمنية سياسية أو عسكرية (كما هو الحال بالنسبة للصحف اللبنانية) ومن أهم الصحف السياسية التي تندرج ضمن هذا التصنيف جريدة «الحياة»*، وجريدة «الدستور»** ومجلة «الحوادث»*** ومجلة «الدعوة»****.

٢- الصحف التي أصدرتها مؤسسات أو شركات ، ونقصدها للصحف التي لم يكن لها وجود سابق في دول عربية ، ولا تعد صحفا مهاجرة حتى لو صدرت عن شركات تنتمي إليها الصحف التي هاجرت ... وقد صدر بعض هذه الصحف بإيعاز من بعض الدول، وبتشجيع منها؛ لكي تنفذ من خلالها سياسات تريدها ، ولا تريد أن تحسب عليها أو تتحمل مسئولياتها أمام الرأى العام أو الحكومات الأخرى ، وصدر بعضها الآخر لأهداف تجارية بحتة وبسبب قيود قانونية حالت دون إصدارها داخل أقطارها، ومن الصحف السياسية العربية التي صدرت باسم شركات في الخارج - حتى لو كانت تطبع داخل البلاد العربية - صحف مثل جريدة الشرق الأوسط، التي تصدر باسم شركة في لندن هي الشركة السعودية للأبحاث والتسويق،

• صدرت في بيروت عام ١٩٦٤، ومؤسسها هو الصحفي اللبناني كامل مرّوة ، وقد هاجرت إلى لندن عام ١٩٧٥ بعد أن تعرضت في لبنان للهجوم المسلح خلال أحداث الحرب الأهلية اللبنانية، وهي مملوكة الآن للأمير السعودي خالد بن سلطان.

• أصدرها في لبنان ميشيل أبو جودة عام ١٩٢٧ ، وهاجرت إلى لندن بسبب الحرب الأهلية في لبنان.

••• صدرت في مدينة طرابلس ببلدان عام ١٩١١ ، وهاجرت من لبنان إلى لندن عام ١٩٧٨ ، بسبب الحرب الأهلية في لبنان.

•••• مجلة الإخوان المسلمين في مصر ، تأسست عام ١٩٥٤ ثم توقفت عام ١٩٧٦ ، ثم هاجرت عام ١٩٨١ إلى النمسا ، لتصبح لسان التنظيم العالمى للإخوان المسلمين.

وتطبع في عدد من المدن العربية والاوربية، في الظهران والرياض وجدة
والكويت والدار البيضاء والقاهرة. (٣٤)

وعن شركات أخرى تأسست في لندن ، صدرت جريدة «القدس» لسان
حال منظمة التحرير الفلسطينية، ومجلات منها : «الوسط» التي صدرت
عن نفس الشركة التي تصدر جريدة «الحياة» وهي «شركة الحياة الدولية
للنشر» ، ومجلة «الشرق الجديد» و «٢٣ يوليو» التي كانت تصدر بتمويل
ليبي لمعارضة نظام الرئيس أنور السادات وفي باريس صدرت مجلات
«الوطن العربي» و«كل العرب» و«التضامن» و«الفرسان» (٣٥).

ثالثاً: صحف عربية تصدر باللغة الإنجليزية في الخارج : ومنها جريدة
«عرب نيوز» Arab News ، التي تصدر في لندن عن الشركة السعودية
للأبحاث والتسويق ، نفس الشركة التي تصدر جريدة الشرق الأوسط.

هل يمكن القول ، بعد هذا العرض لواقع الصحافة العربية على الساحة
الدولية، أن هناك صحيفة أو صحفاً عربية دولية ؟

وللإجابة عن هذا السؤال نقول بأننا إذا اعتبرنا اللغة العربية، لغة دولية،
أو أن صفة «دولية» يقصد بها مجموعة الدول العربية ، فإننا نسلم بأن هناك
صحفاً دولية عربية، وهي تلك التي تستهدف التوزيع خارج الحدود ،
وتستهدف جمهوراً عربياً عاماً ، وليس جمهوراً عربياً محلياً في دولة بعينها
ومن ثم تصوغ مضمونها على هذا الأساس ، مراعية في ذلك تناول
القضايا القومية والدولية ، وإهمال القضايا والموضوعات المحلية أو القطرية،
إلا إذا كان لها بعداً قومياً أو دولياً. أما إذا اعتبرنا اللغة العربية لغة قوم أو
جماعة ، وإن الدول العربية على المستوى العالمي مجرد «شعب» فإن هذه

الصحف التي أشرنا إليها على النحو المتقدم لا يمكن إدراجها ضمن
الصحف الدولية، كما لا يمكن تصنيفها ضمن الصحف المحلية، بل
تصبح صحفاً «قومية»، تصدر لتوجه إلى «الشعب» العربي كله، وليست
إلى قطر من أقطاره.

الصحف الدولية العربية

أولاً: الصحف التي يعرفها المصريون:

لم تستخدم صحيفة الاستقصاء - كما سبق القول - مصطلح الصحافة الدولية (العربية أو غير العربية) تسهيلاً على الباحثين من جهة ، وللوقوف على حقيقة الصحف التي يعرفون أسماءها بالفعل وبغض النظر عما إذا كانت من التي يمكن تصنيفها «فنياً وحرفياً» ضمن هذا المصطلح من عدمه، وكذلك لم تذكر كلمة صحافة أو صحف ، علي عمومها. ومن ثم كان السؤال الذي وجه إلى الباحثين من أفراد العينة هو:

- يباع في مصر عدد من الجرائد والمجلات السياسية القادمة من الخارج (عربية وغير عربية) هل تعرف أسماء بعض هذه الصحف؟

وبالنسبة لمن أجابوا بانهم يعرفون ، فقد طلب إليهم ان يذكروا أسماء الجرائد والمجلات العربية وغير العربية، كلا على حدة.

وفي هذا المجال كشفت اجابات الباحثين عن انهم يعرفون عددا من الصحف جاءت مرتبة في إجابتهم على النحو التالي:

(1) الجرائد اليومية:

- | | |
|-----------------|--------|
| ١- الشرق الأوسط | لندن |
| ٢- الحياة | لندن |
| ٣- السياسة | الكويت |
| ٤- القبس | الكويت |
| ٥- الوطن | الكويت |

- ٦- عكاظ
٧- الإتحاد
٨- العالم اليوم
٩- الرياض
١٠- القدس
- السعودية
أبو ظبي
قبرص
السعودية
لندن

ويشير الجدول رقم (١) إلى عدد التكرارات الخاصة بكل من هذه الجرائد
أى عدد أفواد العينة الذين ذكروا أسماء هذه الصحف.

جدول رقم (١)

الجرائد السياسية العربية التى ذكرها القارئ المصرى

| اسم الصحيفة | التكرار | النسبة المئوية من العينة | ملاحظات |
|--------------|---------|-----------------------------|------------------|
| الشرق الأوسط | ١٩٢٠ | %٩٦ | النسبة من قدر |
| الحياة | ١٧٩٤ | %٨٩ | العينة وحجمها |
| السياسة | ٦٢٤ | %٣١ | الفين مفردة، كان |
| القبس | ٦٠٠ | %٣٠ | من بينهم من ذكر |
| الوطن | ٤٣٠ | %٢١ | أكثر من جريدة |
| عكاظ | ٣٥٤ | %١٨ | واحدة يعرفها. |
| الإتحاد | ١٥٠ | %٧,٥ | |
| العالم اليوم | ١٤٠ | %٧ | |
| الرياض | ٨٨ | %٤,٤ | |
| القدس | ٧٢ | %٣,٦ | |

ب- المجلات السياسية العربية :

أما المجلات السياسية العربية التي ذكرها القارئ المصري فقد جاءت على النحو التالي :

- ١- مجلة المجلة لندن
- ٢- مجلة الوسط لندن
- ٣- مجلة الحوادث لندن
- ٤- مجلة الوطن العربي باريس
- ٥- مجلة الفرسان باريس

ويشير الجدول رقم (٢) إلى عدد التكرارات الخاص بكل واحد من هذه المجلات ويعنى عدد الافراد الذين ذكروا اسم هذه المجلة من بين اذاد العينة.

جدول رقم (٢)

المجلات السياسية العربية التي ذكرها القارئ المصري

| اسم المجلة | التكرار | النسبة المئوية من العينة | ملاحظات |
|--------------|---------|--------------------------|---------------------|
| المجلة | ١٥٩٦ | ٧٩% | النسبة من حجم |
| الحوادث | ٨٠٠ | ٤٠% | العينة وقلدها ألفين |
| الوطن العربي | ٤٠٤ | ٢٠% | مفردة كان من بينهم |
| الفرسان | ١٩٨ | ٩% | بينهم من ذكر أكثر |
| أخرى | ٣٦ | ٢% | من مجلة واحدة |

ومن خلال هذين الجدولين برزت عدة ملاحظات يمكن تفصيلها على النحو التالي فيما يتعلق بالصحف السياسية العربية التي يعرفها جمهور القراء في مصر

١- تفاوتت نسبة القراء الذين يعرفون صحيفة معينة، تفاوتنا ملحوظاً، بين صحيفة وأخرى من الصحف سالفة الذكر، وسواء الجرائد أو المجلات، ويمكن ارجاع ذلك إلى سببين :

أ- أن هناك صحفاً من هذه الصحف السياسية العربية ، مازالت مجهولة لعدد من القراء في مصر.

ب- أن هناك عدداً من القراء لم يشأ أن يذكر كل الصحف التي يعرفها، بل اكتفى بالإشارة إلى الصحف التي تمثل قدراً من الأهمية أو الاهتمام بالنسبة إليه، أو قد تكون هي الصحيفة أو الصحف التي يحرص على قراءتها بطريقة منتظمة ، أو يقرأها «أحياناً».

٢- بالنسبة للصحف اليومية (الجرائد) - كان واضحاً - أن الجريدتين اللتين حظيتا بأعلى نسبة في هذا الشأن وهما «الشرق الأوسط» و«الحياة» كلاتهما تصدر في دولة أجنبية (لندن) ، أما المجلات التي أشار القراء إلى أنهم يعرفونها فقد كانت جميعها من المجلات التي تصدر خارج المنطقة العربية، ومن العواصم الأوروبية وخاصة لندن وباريس على وجه التحديد. وهذه الجرائد والمجلات هي التي تعني عناية خاصة بالقضايا والمشكلات العربية والدولية أكثر من عنايتها بالقضايا والمشكلات المحلية لدولة عربية معينة، رغم أنها قد تكون لسان حال دولة عربية أو تعمل لخدمة أهدافها السياسية.

٣- اقتصرت معرفة القارئ المصري على الصحف العربية التي تصدر في ثلاث دول عربية فقط هي الكويت والسعودية في المقام الأول ، ثم دولة «أبو ظبي» بعد ذلك، وقد يعزى ذلك إلى أن يكون نسبة من هؤلاء القراء قد تعرفوا على هذه الصحف من خلال عملهم في هذه الدول أساساً، أو

من خلال وجود هذه الصحف في الأسواق المصرية منذ فترة طويلة،
والجدير بالذكر في هذا الشأن أن القارئ المصري لم يشر إلى أية صحف
تصدر في الدول العربية الأخرى مثل العراق وسوريا والأردن والجزائر
والمغرب وتونس... إلخ.

ثانيا : دليل القارئ المصرى إلى الصحف السياسية العربية :

المقصود بقولنا «دليل القارئ المصرى إلى الصحف السياسية العربية» هو الطريقة أو المصدر الذى من خلاله وبواسطته تعرف القارئ المصرى على الصحيفة أو الصحف التى ذكرها، وبغض النظر عما إذا كان يقرأها بطريقة منتظمة أو غير منتظمة أو لا يقرأها بطريقة منتظمة أو غير منتظمة أو لا يقرأها على الإطلاق، لأن معرفته بالصحيفة لا تعنى أنه يقرأها.

وفى مجال الإجابة عن السؤال الخاص بذلك فى استمارة الاستقصاء ، وهو كيف عرفت هذه الصحف للمرة الأولى، كشفت الدراسة كما هو مبين فى الجدول رقم (٣) عن أن الأسواق والمكتبات هى المكان والوسيلة الرئيسية التى يمكن للقارئ من خلالها أن يعرف وأن يتعرف على الصحف الجديدة، والتى تظهر لأول مرة أو التى لم يسمع عنها من قبل ، ثم يأتى بعد ذلك وينفس القدر من الأهمية مؤسسة العمل أو المكان الذى يعمل فيه الشخص (بالنسبة لفئات معينة)، وغالبيتهم من الذين يعملون فى هيئات ومؤسسات تتعامل مع بعض هذه الصحف بطريقة أو بأخرى ، مثل الفنادق والبنوك وبعض الوزارات كالإعلام والسياحة . ثم يأتى الأصدقاء والزملاء فى المرحلة الثالثة أما «الإعلان» كوسيلة من وسائل التعرف على صحيفة جديدة فقد جاء فى المرحلة الأخيرة ، حيث أشارت نسبة ٤ فى المائة فقط من العينة إلى أنهم تعرفوا على الصحيفة أو الصحف التى ذكروها من خلال الإعلان عنها فى وسائل الإعلام المختلفة.

كما أن هناك نسبة ضئيلة جداً أخرى من العينة (٢٪) أشاروا إلى ظروف وعوامل أخرى كانت سبيلهم للتعرف على هذه الصحف ومن ذلك

وجودهم في البلدان التي تصدر فيها هذه الصحف نفسها، أو أثناء دراستهم بالخارج، وقد جرى تصنيف هذه العوامل والوسائل تحت مسمى «أخرى» كما هو موضح بالجدول.

جدول (٣)

كيفية تعرف القارئ على الصحيفة للمرة الأولى

| النسبة | التكرار | المصدر وسيلة التعرف |
|--------|---------|--------------------------|
| ٤٨% | ٩٦٢ | الأسواق والمكتبات |
| ٢٧% | ٥٣٨ | المؤسسة أو دائرة العمل |
| ١٩% | ٣٨٤ | الزملاء والأصدقاء |
| ٤% | ٧٨ | الإعلان في وسائل الإعلام |
| ٢% | ٣٨ | مصادر أخرى |
| ١٠٠% | ٢٠٠٠ | المجموع |

ثالثاً : الذين يقرأون ... وماذا يقرأون ؟

- من هم قراء الصحف السياسية العربية فى مصر؟
- وما الذى يجعلهم يحرصون على قراءة صحيفة بعينها؟
- وما هى المواد التى تحظى باهتمامهم أكثر من غيرها من بين ما تنشره الصحيفة التى يفضلون قراءتها؟
- كشفت هذه التساؤلات التى تضمنتها صحيفة الاستقصاء ، فى عدد من الصيغ المختلفة ، عن مجموعة من الحقائق التى تغطى المجالات التالية :
- ١- نسبة الذين يقرأون (درجة التعرض) الصحف السياسية العربية، والذين لا يقرأون.
- ٢- طبيعة التعرض لهذه الصحف (القراءة المنتظمة وغير المنتظمة).
- ٣- دوافع القراءة، والمقصود بها العامل أو مجموعة العوامل التى تجعل القارئ حريصاً على «التعرض» لصحيفة معينة.
- ٤- المادة أو المواد التى تحظى باهتمام القارئ من بين مجمل المواد التى تنشرها الصحيفة.
- ٥- العلاقة بين القراءة ومتغيرات العمر والجنس ودرجة التعليم ونوع العمل أو النشاط الذى يمارسه الأفراد.

وفيما يلى أهم هذه النتائج أو الحقائق التى كشفت عنها الدراسة :

- أولاً : فيما يتعلق بنسبة الذين يقرأون ، ذكر ٨٨٠٠ من أفراد العينة (٤٤%) أنهم يقرأون صحيفة أو أكثر من بين الصحف السياسية غير المصرية (والتي تصدر باللغة العربية) بينما ذكر ١١٢٠ آخرون (٥٦%) أنهم لا يقرأون .. (الجدول رقم ٤).

وفى هذه النقطة بالذات ، اظهرت الدراسة أن الإقبال على قراءة الجرائد اليومية يفوق قراءة المجلات الاسبوعية ، كما يشير الجدول (٥) ، فقد ذكر ٦٠٪ من الذين يقرأون أنهم يقرأون الجرائد فقط ، وذكر ٣٠٪ أنهم يجمعون بين قراءة (جريدة ومجلة أو أكثر) ، بينما ذكر ١٠٪ أنهم يقرأون المجلات فقط ، ويكتفون بقراءة الجرائد المحلية ولا شك أن تفسير ظاهرة انخفاض مستوى التعرض للمجلات العربية (وإن كانت المقارنة غير واردة بطبيعة الحال بين التعرض لجريدة يومية والتعرض لمجلة أسبوعية) يمكن أن نرده لعدد من العوامل والاعتبارات هي :

- ١- العدد الكبير الذى يطرح فى السوق المصرية من مجلات عربية متنوعة (سياسية وفنية وأدبية ونسائية ورياضية) والتي تصدرها مؤسسات مصرية وغير مصرية.
- ٢- طبيعة المجلة من حيث هي صحيفة ذات مواصفات خاصة (ليست سريعة الاستهلاك كالجريدة اليومية).
- ٣- اهتمام المجلات المصرية بمعالجة القضايا الداخلية والمحلية على نحو لا يمكن للمجلات العربية الدولية أن تؤديه.
- ٥- الارتفاع النسبى فى أسعار المجلات العربية الوافدة إلى السوق المصرية بالقياس على أسعار المجلات المصرية وبالنسبة لمستوى دخل الفرد.

جدول رقم (٤)

نسبة التعرض (القراءة) للصحف العربية
(الذين يقرأون ، والذين لا يقرأون)

| النسبة | التكرار | الفئة |
|--------|---------|-----------------|
| %٤٤ | ٨٨٠ | الذين يقرأون |
| %٥٦ | ١١٢٠ | الذين لا يقرأون |
| %١٠٠ | ٢٠٠٠ | المجموع |

جدول رقم (٥)

نسبة التعرض لكل من الجرائد اليومية والمجلات الاسبوعية

| النسبة | التكرار | الفئة |
|--------|---------|---|
| %٦٠ | ٥٢٨ | الذين يقرأون الجرائد اليومية فقط |
| %٣٠ | ٢٦٤ | الذين يجمعون بين قراءة الجرائد والمجلات |
| %١٠ | ٨٨ | الذين يقرأون المجلات فقط |
| %١٠٠ | ٨٨٠ | المجموع |

ثانياً : أما فيما يتعلق بطبيعة «التعرض» لهذه الصحف ، من حيث انتظام القراءة أو عدم انتظامها، فقد ذكر ٢٨١ من افراد العينة أنهم يقرأون

الصحيحة أو الصحف التي اختاروا قراءتها بطريقة منتظمة (الاستمرارية والانتظام)، بينما أشار الباقيون من الذين يقرأون وعددهم ٥٩٩ فرداً إلى أنهم يقرأون (أحياناً)، ومعنى هذا أن نسبة الذين يداومون على قراءة هذه الصحف بصفة منتظمة لم يتجاوز ٣٢٪ فقط من حجم القراء، بينما أكثر من ضعف هذه النسبة يتعرضون للقراءة بصورة غير منتظمة وقد بلغت نسبتهم ٦٨٪.

وقد كان في مقدمة العوامل والأسباب التي أدت إلى عدم انتظام القراءة على هذا النحو، صعوبة الحصول على الصحيفة من الأسواق نظراً لأن توزيع هذه الصحف يقتصر إلى حد كبير على بعض منافذ التوزيع في القاهرة والاسكندرية ولا يشملها جميعاً، فضلاً عن أنها لا تزرع في المحافظات الأخرى ومن ثم يمثل البحث عن هذه الصحف والحصول عليها قدراً من الجهود، والقاعدة المعروفة والأساسية في التعرض لوسائل الإعلام هي «أنه كلما زاد الجهد، قل التعرض» أنظر الجدول رقم (٦)

جدول رقم (٦)

طبيعة التعرض للصحف الدولية العربية
(الانتظام وعدم الانتظام في القراءة)

| النسبة | التكرار | الفئة |
|--------|---------|------------------------|
| ٣٢٪ | ٢٨١ | الذين يقرأون بانتظام |
| ٦٨٪ | ٥٩٩ | الذين يقرأون (أحياناً) |
| ١٠٠٪ | ٨٨٠ | المجموع |

ثالثاً: أما بالنسبة لدوافع القراءة لدى الأفراد «لماذا يقرأون» فقد جاء في مقدمتها «الخدمة الصحفية الجيدة» التي تقدمها هذه الصحف ، والمقصود بها الجوانب الحرفية في الأداء الصحفي بطبيعة الحال ، والتي تلبى احتياجات القارئ في التغطية الاخبارية للأحداث وشرحها وتفسيرها ، وتنوع المواد وحسن عرضها ، وكما يشير الجدول رقم (٧) ، فإن ٤٦٪ من الذين يقرأون هذه الصحف أشاروا إلى أنها تقدم «خدمة صحفية جيدة». ثم توالت الدوافع أو العوامل التي أدت إلى «التعرض» فجاء «ارتباط الصحيفة بطبيعة عمل الشخص أو نشاطه» في المرتبة الثانية وبنسبة ٢٤٪ حيث ارتبطت القراءة بطبيعة عمل الشخص أو نشاطه» في المرتبة الثانية وبنسبة ٢٤٪ حيث ذكر ٣٧٢ من عينة القراء أنهم يقرأون هذه الصحف لأنها ترتبط ارتباطاً وثيقاً بطبيعة عملهم أو نشاطهم (سياسي - اقتصادي - إعلامي - فكري - أدبي).

وفي المرتبة الثالثة بوز اعتبار آخر هو «أفضلية» ما تقدمه هذه الصحف من وجهة نظر قارئها) مقارنة بما لما تقدمه صحافته المحلية، حيث ذكر ٢٠٪ من الذين يقرأون أنهم «يجدون في هذه الصحف ما لا يجدونه في صحافتهم المحلية من مواد وخدمة صحفية لا تتوافر للصحافة الوطنية (المحلية).

أما عامل «الثقة» أو الارتباط بكاتب معين، فإن هذا المتغير لم تكن له قيمة تذكر في هذا الشأن، ومن ثم فإن ٦٪ فقط هم الذين أشاروا إلى أنهم اختاروا قراءة صحيفة معينة «لأنها تضم عدداً من الكتاب الذين يثقون بهم». وفي الرتبة الأخيرة وبنسبة متدنية لم تتجاوز ٢٪ جاء عامل «التوافق مع الآراء السياسية للقارئ»، حيث ذكر هؤلاء ان من بين الدوافع التي حفزتهم لقراءة الصحيفة أنها تتوافق مع آرائهم ومواقفهم السياسية.

جدول رقم (٧)

دوافع القراءة (عوامل الحرص على قراءة الصحيفة)

| النسبة | التكرار | الفئة |
|--------|---------|-----------------------------|
| ٤٦% | ٤٠٥ | الخدمة الصحفية الجيدة |
| ٢٤% | ٢١١ | الارتباط بالنشاط أو العمل |
| ٢٠% | ١٧٦ | التميز على الصحافة المحلية |
| ٦% | ٥٢ | الثقة فى الكتاب |
| ٢% | ١٨ | التوافق فى المواقف والأفكار |
| ٢% | ١٨ | اعتبارات أخرى |
| ١٠٠% | ٨٨٠ | المجموع |

رابعاً : فيما يتعلق بالمواد الصحفية التى تحظى باهتمام القراء من بين ما تنشره هذه الصحف من مواد متنوعة ، جاء الإهتمام بالموضوعات السياسية (بما فى ذلك الاخبار) فى المرتبة الاولى وينسب مرتفعة جداً إلى حد أنها تعد هى المادة الوحيدة تقريبا التى دفعت هؤلاء للتعرض للصحيفة أو الصحف التى تحظى باهتمامهم ، فقد ذكر ٥١٢ من عينة القراء أن الموضوعات السياسية والاخبار هى أهم المواد التى تحظى باهتمامهم وتأتى فى المقام الاول عندهم ، وهذا الرقم يمثل ٥٨% من القراء تقريبا ، ثم يأتى بعد ذلك وينسب ٢٢% (لاحظ الفرق الكبير بين النسبتين) الموضوعات الأدبية والثقافية ، ثم بعد ذلك موضوعات الدين والتراث بنسبة ٧% ، ومثلها تماما

الموضوعات الرياضية، ثم اخيرا الموضوعات العلمية (العلوم) والتي لم تتجاوز نسبة الاهتمام بها ٦٪.

ولا شك أن هذا الاهتمام بما تنشره الصحف العربية الدولية (التي تصدر خارج المنطقة العربية على وجه التحديد)، وارتباط القارئ المصري بهذه الصحف وبهذه النوعية من الموضوعات على وجه الخصوص، إنما يعود إلى عدة أسباب هي :

١- أن هذه الصحف (موضوع البحث) من النوع المتخصص في القضايا والموضوعات والشؤون السياسية، أي صحافة سياسية متخصصة، ومن ثم تكف جميع طاقاتها وتوظف كل إمكاناتها لخدمة هذه الموضوعات.

٢- أن هذه الصحف تتعامل مع الأحداث وفقاً لأهميتها بالنسبة للقارئ ومدى تأثيرها عليه ودرجة إهتمامها بها، بغض النظر عن «جغرافية الحدث» أو مكان وقوعه ومن ثم فهي تتجاوز ما هو محلي أو إقليمي إلى ما هو عربي ودولي، وذلك هو أبرز ما يميزها عن الصحف المحلية أو الوطنية التي تصدر في (ومن) داخل الدول العربية.

٣- تملك الصحف السياسية الدولية العربية، إمكانات مادية وبشرية هائلة، سواء في استخدامها لأحدث الأجهزة التكنولوجية المتطورة في الطباعة والتصوير وتصميم الصفحات وما إلى ذلك، أو العناصر البشرية الكفاء والمدربة فضلا عن إمكاناتها المالية التي تيسر لها «إحتكار» جهود كبار الكتاب على المستوى العربي، ولا شك أن هذه الإمكانيات كلها «مادية وبشرية» هي التي تتحول في نهاية الأمر إلى «منتج» مطبوع معد للإستهلاك يوميا أو أسبوعيا عن طريق «القراءة».

٤- أن ظهور الصحف السياسية العربية الدولية خارج المنطقة العربية (على الرغم من انتمائها جميعاً ودرجة أو أخرى وبشكل أو آخر إلى دول عربية) يتيح لها قدراً من الحرية التي لا يمكن أن تحظى بها فيما لو صدرت داخل دولة عربية أو حملت اسم هذه الدولة بشكل علني ، وعلى هذا النحو تصبح هي المعبرة عن السياسة غير المعلنة للدول التي تقف وراءها ، وهو الدور الذي لا يمكن أن تؤديه الصحافة المحلية أو تصلح له .

جدول (٨)

المواد التي تحظى باهتمام القارئ المصري
في الصحف السياسية العربية ودرجة الاهتمام بها .

| النسبة | التكرار | الفئة |
|--------|---------|------------------------|
| ٥٨% | ٥١٢ | الموضوعات السياسية |
| ٢٢% | ١٨٩ | موضوعات الأدب والثقافة |
| ٦% | ٤٥ | العلوم |
| ١٠٠% | ٨٨٠ | المجموع |

خاصاً : في مجال البحث عما إذا كانت هناك علاقة بين تعرض قراءة الشخص لصحيفة معينة وبين عمره أو جنسه أو درجة تعليمه أو طبيعة عمله أو نشاطه ، لم تكشف الدراسة في هذا المجال عن أن العمر أو المستوى التعليمي كانا من بين المتغيرات التي أثرت في التعرض أو عدم التعرض (القراءة أو عدم القراءة) ، فلم تكن هناك فوارق دالة في العمر بين الذين يقرأون أو الذين لا يقرأون ، وكذلك الحال بالنسبة للمستويات التعليمية أو

العلمية التي شملت مستويات المرحلة الجامعية وما بعد مرحلة الليسانس والماجستير حتى درجة الدكتوراه. ويقي المتغيران الوحيدان اللذان كان لهما أثرهما في القراءة ، هما متغير «الجنس» و«طبيعة العمل أو النشاط» حيث كشفت الدراسة في هذا الصدد عن أن «الرجال» كانوا أكثر تعرضا للقراءة من النساء، فمن بين ٥٠٠ انثى كانت القارئات من بينهن ٢٥٪ فقط (١٢٥ مفردة) بينما كانت نسبة الرجال الذين يقرأون ٧٥٪ (٦٠٥ رجلا) وتلك مسألة طبيعية نظرا لأن اهتمام المرأة العربية بالقضايا السياسية لا يزال محدودا حتى بين المتعلقات والمتقفات (إلى حد ما) ولم يزل أقل من اهتمام الرجل حتى الآن. (انظر الجدولين ٩ ، ١٠).

جدول رقم (٩)

نسبة اهتمام المرأة بقراءة الصحف السياسية العربية

| النسبة | التكرار | الفئة |
|--------|---------|-----------------|
| ٢٥٪ | ١٢٥ | اللاتى يقرآن |
| ٧٥٪ | ٣٧٥ | اللاتى لا يقرآن |
| ١٠٠٪ | ٥٠٠ | المجموع |

جدول رقم (١٠)

نسبة اهتمام الرجال بقراءة الصحف السياسية العربية

| النسبة | التكرار | الفئة |
|--------|---------|-----------------|
| ٥٠,٤٪ | ٧٥٥ | الذين يقرأون |
| ١٣٪ | ٧٤٥ | الذين لا يقرأون |
| ١٠٠٪ | ١٥٠٠ | المجموع |

وعلى نفس النحو كشفت الدراسة أيضا عن وجود علاقة بين طبيعة النشاط أو نوع العمل الذي يمارسه الشخص وبين قراءة الصحف السياسية، فالذين يمارسون أعمالا أو أنشطة تتصل بالسياسة (الإنتماء إلى جماعة سياسية أو حزب) أو العمل في مجالات الإعلام والتفكير والكتابة، كان الاهتمام واضحا لديهم بقراءة الصحف السياسية أكثر من غيرهم من الذين تتطلب طبيعة عملهم قدرا من التحفظ والعزلة كرجال القضاء (الذين لا يمارسون نشاطا سياسيا). أو الذين يستغرق العمل وقتهم كالأطباء والمهندسين والمحامين. ويشير الجدول رقم (١١) إلى أن الإعلاميين والكتاب والأدباء يأتون في مقدمة المهتمين بقراءة الصحف السياسية العربية. ويأتي بعدهم أساتذة الجامعات، ثم رجال الأعمال والاقتصاد، وأخيرا الساسيون المحترفون!!

جدول رقم (١١)

| النسبة | التكرار | الذين يقرأون نوع العمل أو النشاط |
|--------|---------|-------------------------------------|
| ٤٧% | ٤١٢ | إعلاميون وكتاب وأدباء |
| ١٩% | ١٦٩ | أساتذة الجامعات |
| ١٧% | ١٥٠ | رجال الاقتصاد والأعمال |
| ١٣% | ١١١ | ساسيون محترفون |
| ٤% | ٣٨ | فئات أخرى |
| ١٠٠% | ٨٨٠ | المجموع |

من بين أفراد العينة المائة ، ذكر ١١٢٠ أنهم لا يقرأون أيًا من الصحف السياسية الدولية (العربية).

ما هي الأسباب التي حالت بين هؤلاء وبين قراءة الصحف؟
لقد طرحنا ثلاثة فروض كانت بمثابة «احتمالات» أن تكون هي الأسباب أو بعضها التي تحول دون قراءة هذه الصحف :

الفرض الأول: أن يكون ارتفاع أسعار الصحف هو الذي يحول دون انتشارها.

الفرض الثاني: أن يكون عدم توافر الوقت أو ضيق وقت القارئ هو السبب في ذلك .

الفرض الثالث : أن تكون هناك شكوك تساور القارئ المصري في اتجاهات هذه الصحف فكريا أو سياسيا.

وقد تأكد الفرضان الأول والثاني وان تفاوتت نسبة كل منهما أو درجة تأثير كل منهما في الحلولة دون القراءة ، فبينما ذكر ٥٧٪ من أفراد العينة (الذين لا يقرأون) أن ارتفاع أسعار هذه الصحف الدولية (عربية وغير عربية) هو السبب في ذلك ، ذكر ٣٥٪ أن عامل الوقت (ضيق الوقت بالنسبة لهم) هو الذي يحول بينهم وبين قراءة هذه الصحف .

أما عامل «الشك» في اتجاهات هذه الصحف سياسيا أو فكريا ، فهو «افتراض» ثبت خطؤه تماما ، ولم يذكر شخص واحد من أفراد العينة ان اتجاهات هذه الصحف السياسية أو الفكرية يمكن أن تحول دون قراءتها.

وقد ذكر ٨٪ من افراد العينة (الذين لا يقرأون) اسبابا أخرى بدرجات متفاوتة، كانت هي السبب في عدم القراءة أو في «التوقف» عن قراءة الصحف التي كانوا يقرأونها ، ومنها انه «لا يحصل على هذه الصحف بسهولة نظرا لعدم توافرها في المكتبات أو طرحها للبيع في كل المناطق» أو «انه يجد في الصحف المحلية ما يعرضه عنها» أو «انها لا تقدم له شيئا جديداً أو متميزاً»... انظر الجدول رقم (١٢).

جدول رقم (١٢)

العوامل والاسباب التي تحول دون التعرض للصحف
السياسية العربية الدولية

| النسبة | التكرار | الفئة |
|--------|---------|-------------------------|
| ٥٧٪ | ٦٣٨ | ارتفاع الأسعار |
| ٣٥٪ | ٣٩٢ | عدم توافر الوقت |
| صفر | صفر | الشك في اتجاهات الصحيفة |
| ٨٪ | ٩٠ | اسباب أخرى |
| ١٠٠٪ | ١١٢٠ | المجموع |

خامسا : المقارنة بالصحف المحلية

هل يرى القارئ المصرى أن الصحف السياسية الدولية العربية (جرائد ومجلات) تتميز عن مثيلاتها التى تصدر فى مصر؟

وإذا كان يرى ذلك بالفعل ما الجوانب التى تتميز فيها هذه الصحف فى رأيه؟ بالنسبة للسؤال الاول والخاص بتميز هذه الصحف عن مثيلاتها المصرية أو عدم تمييزها، يرى غالبية قراء هذه الصحف (٨٢٪) أنها تتميز بينما يرى (١٨٪) أنها لا تتميز (الجدول رقم ١٣).

أما عن جوانب أو مجالات التميز من وجهة نظرهم فقد وردت بالنسبة لكل من الجرائد والمجلات على النحو التالى:

١- الجوانب ومجالات التميز فى الجرائد اليومية.

أ- الخدمة الصحفية - وقد جاءت فى المقام الاول فى رأى ٤٧٪ من أفراد العينة ، الذين ذكروا أنها تتميز ، وعددهم ٧٢٦ كما هو مبين فى الجدول رقم (١٣) ، والمقصود بها تقديم مادة جيدة فى شتى المجالات التى يحتاجها القارئ وعرضها عرضا جيدا.

ب- الطباعة (فى رأى ٣٣٪ من أفراد العينة) والمقصود بها الاحبار ونوع الورق وشكل الحروف.

ج- الذوق الفنى (فى رأى ٢٠٪ من أفراد العينة) والمقصود به طريقة وأساليب تبويب الصفحات وعرض المواضيع بطريقة تيسر قراءتها وتجذب الانظار إليها. (جدول رقم ١٤).

٢- جوانب ومجالات التميز فى المجلات الاسبوعية :

أ- الطباعة (فى رأى ٤٣٪ من أفراد العينة).

- ب- استخدام الصور (فى رأى ٢٤٪ من أفراد العينة)
- ج- تنوع الموضوعات (فى رأى ١٨٪ من أفراد العينة).
- د- الذوق الفنى (فى رأى ١٥٪ من أفراد العينة). الجدول رقم ١٥

جدول رقم (١٣)

مدى تميز الصحف السياسية الدولية العربية عن مثيلاتها المصرية

| النسبة | التكرار | الفئة |
|--------|---------|---------|
| ٨٢٪ | ٧٢١ | تميز |
| ١٨٪ | ١٥٩ | لا تميز |
| ١٠٠٪ | ٨٨٠ | المجموع |

جدول رقم ١٤

جوانب ومجالات التميز فى الجرائد والعربية الدولية

| النسبة | التكرار | الفئة |
|--------|---------|---------------|
| ٤٧٪ | ٣٣٩ | أخدمة الصحفية |
| ٣٣٪ | ٢٣٨ | الطباعة |
| ٢٠٪ | ١٤٤ | الذوق الفنى |
| ١٠٠٪ | ٧٢١ | المجموع |

جدول رقم ١٥

جوانب ومجالات التميز في المجلات السياسية العربية الدولية

| النسبة | التكرار | الفئة |
|--------|---------|----------------|
| ٪٤٣ | ٣١٠ | الطباعة |
| ٪٢٤ | ١٧٣ | استخدام الصور |
| ٪١٨ | ١٣٠ | تنوع الموضوعات |
| ٪١٥ | ١٠٨ | الذوق الفنى |
| ٪١٠٠ | ٧٢١ | المجموع |

سادساً : مصدر الحصول على الصحيفة :

عن كيفية حصول القارئ المصرى على النسخة أو النسخ من الصحف التى يقرأها جاءت إجابات العينة على النحو التالى :

١- ذكر ٤٤٪ من أفراد العينة أنهم يحصلون على نسختهم عن طريق الشراء من الأسواق.

٢- وبنسبة (٢٨٪) ذكر المبحوثون أنهم يحصلون على الصحف التى يقرأونها «بتاح لهم قراءتها» من خلال الهيئات أو المؤسسات التى يعملون فيها (دوائر العمل).

٣- ذكر ٢٧٪ من أفراد العينة أن الصحف التى يقرأونها تصل إليهم عن طريق «الاشتراك» أى من خلال جهاز التوزيع مباشرة.

٤- ذكر ١٪ من افراد العينة انهم تتاح لهم قراءة هذه الصحف من خلال مصادر «أخرى» جاء في مقدمتها انهم يقرأونها من خلال «صديق».

وعلى هذا الأساس يمكن القول بأن هناك ثلاث مصادر يحصل القارئ من خلالها على الصحيفة التي يقرأها وهي الأسواق والمكتبات التي تباع هذه الصحف ، ومن دوائر العمل أو المؤسسات والمصالح التي يعمل فيها القراء مثل المؤسسات الصحفية أو الإعلامية عامة ومثل الفنادق وبعض المصالح الحكومية والبنوك والشركات ، وعن طريق الاشتراك الخاص ، أما المصادر الأخرى فانها لا تمثل قيمة تذكر في هذا الشأن (أنظر الجدول رقم (١٦).

جدول رقم (١٦)

المصادر التي يحصل القارئ من خلالها على الصحيفة التي يقرأها

| النسبة | التكوار | الفئة |
|--------|---------|-----------------------------|
| ٤٤٪ | ٣٨٧ | الشراء من الأسواق والمكتبات |
| ٢٨٪ | ٢٤٤ | دوائر العمل |
| ٢٧٪ | ٢٣٦ | الاشتراك الخاص |
| ١٪ | ١٣ | مصادر أخرى |
| ١٠٠٪ | ٨٨٠ | المجموع |

الصحف الدولية غير العربية

هناك نسبة غير قليلة من أفراد عينة البحث ، ذكرت انها لا تعرف صحفا اجنبية (الصحف غير العربية) من التي تطرح للتوزيع فى مصر وبلغت نسبة هؤلاء ٤٦٪ «أى ما يقرب من نصف عدد أفراد العينة» وذكر الباقون أسماء بعض الصحف التي يعرفونها وهم الذين يمثلون نسبة ٥٤٪ . . الجدول رقم (١٧).

أولاً: الصحف غير العربية التي يعرفها المصريون :

١- الجرائد :

جاءت جريدة «الانترناشيونال هيرالد تريبيون» فى مقدمة الجرائد التي ذكر افراد العينة أنهم يعرفونها أو يقرأونها وقد بلغت نسبة هؤلاء ٣٩٪ ثم جاءت جريدة «التايمز» فى المرتبة التالية بنسبة ١٦٪ وبعدها جريدة «الفايننشيل تايمز» بنسبة ١٦٪ وبعدها «الجارديان» بنسبة ١١٪ وجريدة «لوموند» الفرنسية بنسبة ٩٪ ثم «لوفيجارو» بنسبة ٧٪ وبعد ذلك جاءت بقية الصحف التي ذكرها القراء «صحف أخرى» بنسبة ٥٪ ومنها صحف «الأبزروفر» و«صنداي تايمز» و«الديلي اكسبريس» الجدول رقم «١٨» .

٢- المجلات :

جاءت مجلة «نيوزويك» فى مقدمة المجلات السياسية الدولية (غير العربية) التي ذكر المصريون أنهم يعرفونها أو يقرأونها وكانت نسبة هؤلاء ٤٣٪ ثم جاءت مجلة «تايم» فى المرتبة الثانية بنسبة ٢٥٪ ثم وبدرجة أقل جاءت مجلة «الايكونوميست» بنسبة ٧٪ ثم تلتها مجلة «بارى ماتش»

و«لوبوان» بنسبة ٥٪ لكل منهما ثم مجلات أخرى أقل وان بلغت في مجموعها ١٥٪ . انظر الجدول رقم «١٩» .

ثانيا: كيفية التعرف على الصحيفة :

أما عن كيفية التعرف على الصحيفة أو كيف سمع باسمها للمرة الأولى فقد ذكرت نسبة كبيرة من أفراد العينة أنهم عرفوا ذلك من خلال ترديد اسم هذه الصحف في وسائل الإعلام ومن خلال عرضها في المكتبات والأسواق معا وبلغت نسبة هؤلاء ٨٠٪ وذكر ١٥٪ ان مصدرهم إلى معرفتها جاء من خلال المؤسسة أو الدائرة التي يعملون بها بينما ذكر ٥٪ أنهم عرفوا بها من مصادر «أخرى» منها وجودهم في الخارج للدراسة أو العمل ، أو من خلال الزملاء أو الأصدقاء .

في هذا المجال والخاص بتحديد مدى المام فئة المتعلمين والمثقفين المصريين بالصحف السياسية الدولية غير العربية ، يمكن رصد الملاحظات التالية :

١- ان نسبة غير قليلة من القراء المصريين لا يعرفون أو لا يذكرون أسماء الصحف التي تصدر بلغات غير العربية

٢- ان الجرائد والمجلات الصادرة باللغة الإنكليزية هي الأكثر شهرة بينهم تليها الصحف الفرنسية ثم الألمانية «بدرجة أقل» ، انظر الجدول رقم «٢٠» .

٣- ان أكثر الجرائد الصادرة باللغة الانجليزية شهرة جاءت وفق الترتيب التالي :

أ- الهيرالد تريبيون

ب- التايمز

ج- الفايننشال تايمز .

د- الجارديان

٤- أن أكثر الجرائد الفرنسية شهرة بينهم هي :

أ- لوموند

ب- لوفيجارو

٥- بالنسبة للمجلات الإنجليزية المعروفة جاء ترتيبها كما يلي :

أ- نيوز ويك

ب- تايم

ج- الايكونوميست

٦- بالنسبة للمجلات الفرنسية (والتي جاءت بنسبة أقل من الإنجليزية جاءت البارى ماتش ولويوان بنسبة واحدة).

٧- كان ترديد اسم الصحيفة فى وسائل الإعلام المحلية ، وعرضها فى الاسواق والمكتبات من أهم المصادر التى تعرف الأفراد من خلالها على الصحف السياسية الدولية (غير العربية).. الجدول رقم (٢١).

جدول رقم (١٧)

مدى معرفة المصريين بالصحف السياسية الدولية غير العربية

| ملاحظات | النسبة | التكرار | الفئة |
|--|--------|---------|--------------------------|
| كان البعض يشير إلى أنه يعرف صحفاً أجنبية ولكنه لا يذكر أسماءها فتم تصنيف هؤلاء ضمن فئة «الذين لا يعرفون» | ٥٤% | ١٠٨٠ | الذين يعرفون أسماء الصحف |
| | ٤٦% | ٩٢٠ | الذين لا يعرفون |
| | ١٠٠% | ٢٠٠٠ | المجموع |

جدول رقم (١٨)

ترتيب الجرائد الدولية غير العربية وفقا لمعرفة المصريين بها

| النسبة | التكرار | الجريدة |
|--------|---------|-------------------|
| ٪٣٩ | ٤٢١ | الهيرالد تريبيون |
| ٪١٦ | ١٧٣ | التايمز |
| ٪١٣ | ١٤٠ | الفائنتشيال تايمز |
| ٪١١ | ١١٩ | الجارديان |
| ٪٩ | ٩٧ | لوموند |
| ٪٧ | ٧٦ | لوفيجارو |
| ٪٥ | ٥٤ | أخرى |
| ٪١٠٠ | ١٠٨٠ | المجموع |

جدول رقم (١٩)

ترتيب المجلات الدولية غير العربية وفقا لمعرفة المصريين بها

| النسبة | التكرار | المجلة |
|--------|---------|--------------|
| ٪٤٣ | ٤٦٤ | نيوزويك |
| ٪٢٥ | ٢٧٠ | تايم |
| ٪٧ | ٧٦ | الايكونوميست |
| ٪٥ | ٥٤ | بازى ماتش |
| ٪٥ | ٥٤ | لوبوان |
| ٪١٥ | ١٦٢ | أخرى |
| ٪١٠٠ | ١٠٨٠ | المجموع |

جدول رقم (٢٠)

معرفة القارئ للصحف الدولية غير العربية

على أساس اللغات التي تصدر بها

| النسبة | التكرار | الفئة |
|--------|---------|---------------------------|
| ٦٠٪ | ٦٤٨ | الصحف الصادرة بالإنجليزية |
| ٣٠٪ | ٣٢٤ | الصحف الصادرة بالفرنسية |
| ١٠٪ | ١٠٨ | الصحف الصادرة بالألمانية |
| صفر | صفر | أخرى |
| ١٠٠٪ | ١٠٨٠ | المجموع |

جدول رقم (٢١)

مصادر التعرف على الصحيفة أول مرة

| النسبة | التكرار | الفئة |
|--------|---------|---|
| ٨٠ | ٨٦٤ | تردد الاسم في وسائل الإعلام وأيضا وجودها في المكتبات والأسواق |
| ١٥٪ | ١٦٢ | المؤسسة أو دائرة العمل |
| ٥٪ | ٥٤ | مصادر أخرى |
| ١٠٠٪ | ١٠٨٠ | المجموع |

ثالثاً : الذين يقرأون والذين لا يقرأون :

نسبة قليلة من المصريين هم الذين يقرأون صحفاً سياسية دولية من التي تصدر بلغات غير عربية، إذ لم تتجاوز هذه النسبة ١٦٪ من اجمالي العينة (انظر الجدول رقم ٢٢).

ويأتى الأدباء والكتاب والإعلاميون فى مقدمة الذين يقرأون بنسبة ٤٨٪، ثم رجال الأعمال أو «الاقتصاديون» (٢٨٪) ثم يليهم السياسيون أو العاملون فى مجال السياسة أو الأنشطة السياسية البارزة بنسبة ١٥٪ وبعد ذلك يأتى اساتذة الجامعات بنسبة ٦٪ ثم تأتى بقية الفئات بنسبة ٣٪ أيضاً (انظر الجدول رقم ٢٣).

وعن دوافع القراءة أو «اسبابها» عند هؤلاء جاء فى مقدمتها أنهم «يجدون فيها ما لا يتوفر لهم قراءته فى الصحف المحلية أو العربية» أما الدافع التالى لذلك وهو قريب من الأول تماماً انها تقدم خدمة صحفية جيدة، وفى المرتبة الثالثة جاءت دوافع القراءة مرتبطة بالمهنة أو العمل حيث تتلزم القراءة تلازماً ضرورياً مع طبيعة العمل (فى الشركات والبنوك والمؤسسات الإعلامية) انظر الجدول رقم (٢٤).

أما الذين «لا يقرأون» فقد كانت لهم أسبابهم أيضاً وأولها بل وأهمها أنهم «لا يجيدون لغات أجنبية» بالقدر أو الدرجة التى تؤهلهم لقراءة هذه الصحف وينفس النسبة جاء العامل الاقتصادى المتمثل فى ارتفاع اسعار هذه الصحف بالنسبة لدخول الأفراد ثم فى المرحلة الأخيرة جاء عامل ضيق الوقت أو عدم وجود الوقت الكافى لقراءة هذه الصحف ، (جدول رقم ٢٥) وتضاف إلى هؤلاء بطبيعة الحال النسبة التى تمثل عدد الذين لا يعرفون

هذه الصحف أصلا والتي تقدر بـ ٩٢٠ مفردة على نحو ما جاء بالجدول رقم (١٧) السابق الإشارة إليه.

جدول رقم (٢٢)

الذين يقرأون والذين لا يقرأون الصحف الدولية (غير العربية)

| النسبة | التكرار | الفئة |
|--------|---------|-----------------|
| %١٦ | ٣٢٠ | الذين يقرأون |
| %٨٤ | ١٦٨٠ | الذين لا يقرأون |
| %١٠٠ | ٢٠٠٠ | المجموع |

جدول رقم (٢٣)

العلاقة بين القراءة وطبيعة النشاط والعمل

| النسبة | التكرار | الفئة |
|--------|---------|----------------------------|
| %٤٨ | ١٥٣ | إعلاميون وأدباء وكتاب |
| %٢٨ | ٩٠ | رجال الاعمال (الاقتصاديون) |
| %١٥ | ٤٨ | السياسيون المحترفون |
| %٦ | ١٩ | اساتذة جامعة |
| %٣ | ١٠ | فئات أخرى |
| %١٠٠ | ٣٢٠ | المجموع |

جدول (٢٤) دوافع القراءة وأسبابها

| النسبة | التكرار | الفئة |
|--------|---------|--------------------------------------|
| ٪٣٨ | ١٢٢ | لأنها تقدم ما لا تقدمه الصحف المحلية |
| ٪٣١ | ٩٩ | لأنها تقدم خدمة صحفية جيدة |
| ٪٢٥ | ٨٠ | لإرتباطها بطبيعة العمل |
| ٪٦ | ١٩ | أسباب أخرى |
| ٪١٠٠ | ٣٢٠ | المجموع |

جدول رقم (٢٥)

أسباب عدم التعرض (القراءة) بين الذين يعرفون الصحف الدولية غير العربية

| النسبة | التكرار | الفئة |
|--------|---------|------------------------------|
| ٪٤٥ | ١٤٤ | الذين لا يجيدون لغة أجنبية |
| ٪٤٥ | ١٤٤ | الذين لا يستطيعون شراء الصحف |
| ٪١٠ | ٣٢ | الذي لا يجدون وقتاً للقراءة |
| ٪١٠٠ | ٣٢٠ | المجموع |

رابعاً : المواد التي تحظى باهتمام القارئ :

حظيت المواد الاخبارية المتعلقة بالأحداث الجارية (أخبار وتقارير ومقالات) مع المواضيع الاقتصادية والتقارير الخاصة بحركة المال وأنشطة السوق، بالاهتمام الأول لدى قراء الصحف السياسية الدولية «غير العربية» وأشار ٨٠٪ من أفراد العينة (من القراء) إلى ذلك وإن كان بعضهم قد أضاف المواد العلمية والثقافية إلى المواد الاخبارية والاقتصادية.

ولا شك أن الاهتمام بهذه المواد من قبل جمهور القراء إنما يتوافق مع طبيعة الأنشطة والاعمال التي يمارسها غالبيتهم فقد كشف الجدول رقم (٢٣) السابق الإشارة إليه ، عن أن الجمهور الرئيسي لهذه الصحف إنما يتشكل في تركيبته الأساسية من رجال الأعمال والسياسيين والإعلاميين وهم الذين يمكن اعتبارهم «الصفوة» على المستويين الاقتصادي والتعليمي ومن ثم القدرة على شراء هذه الصحف وقراءتها والتي رأى أفراد العينة من الذين لا يقرأون أن ارتفاع أسعارها وعدم اجادتهم اللغة ، هو الذي حال بينهم وبين قراءتها ، وكما هو مبين بالجدول رقم (٢٦) فقد جاءت المواد التي حظيت باهتمام القراء مرتبة على النحو التالي :

جدول رقم (٢٦)

المواد التي تحظى باهتمام القارئ مرتبة حسب أهميتها

| ملاحظات | النسبة | التكرار | الفئة |
|--------------------|--------|---------|-------------------|
| ذكر بعض أفراد | ٨٥٪ | ٢٧٢ | المواد الاخبارية |
| العينة أكثر من فئة | ٨٥٪ | ٢٧٢ | المواد الاقتصادية |
| واحدة من فئة | ٣٥٪ | ١١٢ | المواد الثقافية |
| الموضوعات | ٢٨٪ | ٩٠ | المواد العلمية |
| | ٢٠٪ | ٦٤ | مواد أخرى |

خامساً: سياسة الصحيفة وعلاقته بالتعرض :

إلى أى حد يمكن أن تكون سياسة الصحيفة أو الخط الفكرى عاملا من عوامل الاقبال على القراءة أو الاحجام عنها؟

فى مجال الوقوف على الحقيقة فى هذا الشأن تضمنت صحيفة الاستقصاء ثلاثة اسئلة تغطى الجوانب التالية :

١- مصدر تمويل الصحيفة (حكومى عربى / أجنبى - مؤسسات صحفية أو شركات خاصة) وأثره فى تدعيم ثقة القارئ بالصحيفة أو العكس.

٢- مدى اتفاق الصحيفة أو اختلافها مع آراء القارئ واتجاهاته الفكرية والسياسية وأثر ذلك على «التعرض» أو «القراءة» من علمه.

٣- مدى تأييد الصحيفة أو مناهضتها للسياسة المصرية وأثر ذلك على القراءة؟

حول هذه الجوانب الثلاثة جاءت إجابات المبحوثين كالاتى :

مصدر تمويل الصحيفة وأثره على ثقة القارئ :

فى مجال الإجابة عن السؤال الخاص بذلك وقد وجه إلى كل أفراد العينة «من الذين يقرأون والذين لا يقرأون على حد سواء» كشفت إجابة المبحوثين عن أفراد العينة عن أن معدل ثقة القارئ فى الصحيفة يتزايد كلما شعر أنها مستقلة عن الحكومة أو الحكومات وسواء كانت حكومية عربية أو غير عربية، فيذكر ٧٩٪ من افراد العينة ان الصحف التى تصدر عن شركات ومؤسسات خاصة هى التى تحظى بثقتهم أكثر من تلك التى تمويلها الحكومات، وذكر ١٤٪ أنه فى مجال إجابات أخرى ان المهم هو ان تستقل الصحيفة عن مصدر التمويل ايا كان نوعه، وفى المرتبة الثالثة وبنسبة متدنية (٧٪) إلى حد كبير كانت الثقة فى مصدر التمويل الحكومى (جدول رقم ٢٧).

التوافق والاختلاف في الاتجاهات وعلاقته بالتعرض :

في هذا الصدد لم يكشف البحث «بنسبة دالة» عن أن مخالفة الصحيفة لآراء القراء ومواقفهم السياسية كانت سببا في توقفهم عن قراءة صحيفة معينة، «انظر الجدول رقم ٢٨» وهناك تفسيران محتملان لهذا الموقف على وجه التحديد :

الأول : ان غالبية قراء هذا النوع من الصحف السياسية الدولية (عربية وغير عربية) يعدون من «الصفوة» ومن ثم يسلمون أصلا بمساحة للاتفاق والخلاف في الآراء والمواقف الفكرية والسياسية وتنوعها .

الثاني : أن هذه التوعية من جمهور القراء يعينهم الوقوف على وجهات النظر المتعددة والمختلفة حول الموضوع الواحد :

والذي يؤيد هذا لتفسير أيضا، أن المبحوثين في مجال الإجابة عن سؤال هل تعتقد أن الصحف (غير العربية) القادمة من الخارج تنشر آراء أو أفكار تخالف آراءك السياسية ذكرت نسبة عالية (من بين الذين يقرأون) أن ذلك يحدث أحيانا بينما ذكرت نسبة ضئيلة أن ذلك لا يحدث أو أنهم لا يعينهم ذلك (جدول رقم ٢٩).

مناهضة السياسة العامة وأثره على القراءة :

كان السؤال الأخير الذي تضمنته صحيفة الاستقصاء هو هل تعتقد أن الصحف (غير العربية) القادمة من الخارج تناهض سياسة بلدك؟

وكشفت الإجابة عن هذا السؤال أن نسبة ضئيلة جداً من بين القراء هم الذين يرون ذلك بينما الغالبية العظمى منهم يرون أن ذلك لا يحدث على الإطلاق أو أنه يحدث أحيانا وعلى النحو المبين في الجدول رقم (٣٠) فقد

أشار ٨١٪ من أفراد العينة من بين قراء الصحف السياسية العربية وغير العربية أن هذه الصحف لا تناهض سياسة الدولة، وذكر ١٤٪ أنها تناهضها أحياناً وذكر ٥٪ أنها تناهضها فعلاً.

والخلاصة في ذلك كله أنه لم يتبين أن سياسة الصحيفة وسواء اتسقت مع اتجاهات الفرد وازرائه ومواقفه أو اختلفت عنها، كان سبباً من أسباب الاحجام عن «التعرض» بمعنى التوقف عن القراءة فضلاً عن ان تقسيمهم لموضوع هذه الصحف أو حقيقتها في «حرية التناول» هو الذي جعلهم يسلمون بانها «تتناهض احياناً» السياسة العامة للدولة ومع ذلك لم يبد أنهم توقفوا عن قراءتها لهذه الأسباب.

جدول رقم (٢٧)

أفضلية مصادر تمويل الصحف الدولية عند القراء

| ملاحظات | النسبة المئوية | التكرار | الفترة |
|---|----------------|---------|-------------------------|
| جاء في مصادر أخرى الإشارة إلي أهمية استقلال الصحيفة عن مصدر التمويل مهما كان هذا المصدر | ٧٩٪ | ١٥٨٠ | اصدار المؤسسات الخاصة |
| | ٧٪ | ١٤٠ | التمويل الحكومي للصحيفة |
| | ١٤٪ | ٢٨٠ | مصادر تمويل أخرى |
| | ١٠٠٪ | ٢٠٠٠ | المجموع |

جدول رقم (٢٨)

أسباب التوقف عن قراءة الصحف الدولية
غير العربية (الذين توقفوا عن القراءة)

| النسبة المئوية | التكرار | الفئة |
|----------------|---------|---------------------------------------|
| %٣٥ | ٣٢٢ | ارتفاع أسعار الصحف |
| %٢٦ | ٢٣٩ | وجود البديل في الصحف المحلية والعربية |
| %١٠ | ٩٢ | ضيق الوقت اللازم للقراءة |
| %٢ | ١٩ | مخالفة آراء القارئ واتجاهاته السياسية |
| %٢٧ | ٢٤٨ | أسباب أخرى |
| %١٠٠ | ٩٢٠ | المجموع |

جدول رقم (٢٩)

التوافق أو الخلاف مع اتجاهات القراء وأثره على التعرض

| ملاحظات | النسبة المئوية من العينة | التكرار | الفئة |
|---------|-----------------------------|---------|--------------------------|
| | %٧١ | ٢٢٧ | تنشر ما يخالف الاتجاه |
| | %٩ | ٢٩ | لا تنشر ما يخالف الاتجاه |
| | %٢٠ | ٦٤ | تنشر أحيانا |
| | %١٠٠ | ٣٢٠ | المجموع |

جدول رقم (٣٠)

مناهضة الصحيفة للسياسة العامة وأثره على القراءة

| النسبة المئوية من العينة | التكرار | الفئة |
|--------------------------|---------|-----------------------------|
| ٥% | ١٦ | تناهض السياسة العامة |
| ٨١% | ٢٥٩ | لا تناهض السياسة العامة |
| ١٤% | ٤٥ | تناهض السياسة العامج احيانا |
| ١٠٠% | ٣٢٠ | المجموع |

فتاوح الدراسة

على الرغم من أن الدراسة قد كشفت عن العديد من النتائج المهمة ، فإن أبرز وأهم هذه النتائج في رأينا على الإطلاق هو أهمية العامل الاقتصادي ، الذي أضفى القاسم المشترك الأعظم في «صناعة» الصحيفة ، وفي فرض أهميتها وانتشارها وقدرتها على المنافسة ، ومن ثم قدرتها على «التأثير» أيضا .

فإذا كان «المبحوثون» من جمهور القراء ، قد أشاروا - كما جاء في الدراسة إلى أنهم يقرأون الصحيفة التي تقدم لهم «خدمة صحفية متميزة» والتي تتميز عن الصحافة المحلية» في مجالات الطباعة واستخدام الصور والذوق الفني» والتي «يجدون فيها ما لا يجدونه في الصحافة المحلية» . . إلخ ذلك ، فإن هذه العوامل جميعها إنما ترتبط ارتباطا أساسيا بالقدرة «الاقتصادية» للصحيفة أولاً وقبل كل شيء ، ذلك لأن الصحف ذات القدرة الاقتصادية المحدودة لا يمكنها بأي حال من الأحوال أن تحقق الانفراد أو السبق أو التميز في أي من مجالات الأداء الصحفي وبسواء بالنسبة لشكل الصحيفة أو مضمونها فالخدمة الاخبارية الجيدة ، والقدرة على تغطية الاحداث ، واستكتاب اصحاب الاقلام الأكثر مصداقية واقناعا للقراء ، والشكل العام المقنع في إخراج الصحيفة ، أمور يظل تحقيقها مرهونا بالمال أو القدرة الاقتصادية في كل الأحوال .

وإذا كان العامل الاقتصادي قد ارتبط بعملية إنتاج الصحيفة أو «صناعتها» على النحو السالف ذكره ، فقد ارتبط كذلك بعملية «الاستهلاك» أيضا ، أي «شراء» الصحيفة وهي الترجمة الاقتصادية لعملية «القراءة» . ذلك أن الصحيفة كلما زاد سعرها قل «استهلاكها» أو التعرض لقراءتها . وهذا ما

أشار إليه المبحوثون الذين ذكروا أنهم قد «توقفوا» عن قراءة بعض الصحف
موضوع الدراسة بسبب ارتفاع اسعارها بالنسبة لهم، بينما ذكر «القادرون»
أنهم لا يقرأون لأنهم لا يجدون وقتا كافيا للقراءة.

وبالنسبة للصحف الدولية غير العربية أيضا، كان متغير عدم اجادة اللغة
سببا من أسباب «عدم التعرض» بالنسبة لهم، بينما كان العامل الاقتصادي
الذي تمثل في عدم القدرة على شراء هذه الصحف هو السبب في عدم
قراءتها بالنسبة للقادرين على القراءة والذين يجيدون لغة أو لغات أخرى
غير العربية.

وقد ارتبط العامل الاقتصادي بالعوامل السياسية التي يمكن أن يكون لها
أثرها المهم في مصداقية الصحيفة لدى جمهور القراء. وهو ما عبر عنه
جمهور المبحوثين من بين «الذين يقرأون» بأن الصحيفة التي تحظى بثقتهم
هي الصحيفة التي تكون سياستها مستقلة عن مصدر التمويل، وهذه مسألة
في رأينا يصعب تحقيقها إن لم يكن مستحيلا.

وباستثناء هذا العامل السياسي الذي ارتبط بالجوانب الاقتصادية اصلا،
فإن العوامل أو الاعتبارات السياسية الأخرى لم تكن ذات تأثير يذكر في
مدى إقبال المبحوثين على قراءة الصحف الدولية «عربية أو غير عربية» أو
الإحجام عن قراءتها، فلم تكن هناك ثمة علاقة بين مخالفة الصحيفة
لآراء القراء أو مواقفهم السياسية، وبين امتناعهم أو توقفهم عن القراءة،
ولم تكن هناك ثمة علاقة أيضا بين القراءة وبين اتفاق الصحيفة أو مخالفتها
للسياسة العامة للدولة.

إلى جانب هاتين الركيزتين الأساسيتين في النتائج التي كشفت عنها
الدراسة، كان هناك عدد آخر من النتائج المهمة هي :

١- لم يظهر القراء اهتماما يذكر بمصدر تمويل الصحيفة أو ملكيتها قدر اهتمامهم بالمادة التي تقدمها والمستوى الفنى الذي تظهر به .

٢- جاءت الصحف العربية الدولية التي ذكر أفراد العينة اسماءها مرتبة على النحو التالى :

أ- الجرائد اليومية : الشرق الأوسط - الحياة - ثم ونسبة متدنية جدا وردت الإشارة إلى جريدتى «العالم اليوم» و«القدس» .

ب- المجلات : المجلة - الوسط - الحوادث - الوطن العربى - الفرسان .

٣- كان عرض الصحيفة فى الاسواق والمكتبات ، ووجودها فى دوائر العمل ، ثم الزملاء والاصدقاء . ففى أهم الوسائل والمصادر التي تعرف القراء من خلالها على الصحيفة أو الصحف التي ذكروا اسماءها بالنسبة للصحف العربية . وكان ترديد اسم الصحيفة والإشارة إليها في وسائل الإعلام اسهل من الدولية (كمصدر من مصادر الاخبار أو التعليق على ما نشرته) هو أهم مصادر التعريف بالصحف الأجنبية .

٤- تمثل قراءة الجرائد اليومية الدولية (عربية وغير عربية) نسبة أعلى من قراءة المجلات ، ويرجع السبب فى ذلك إلى إرتفاع اسعار المجلات من ناحية ، ومتنوعة المجلات المحلية من ناحية أخرى .

٥- تعد نسبة «الذين يقرأون» الصحف الدولية بصورة متقطعة «أحيانا» أعلى بكثير من الذين يقرأونها بطريقة منتظمة .

٦- تأتى الموضوعات السياسية (اخبار ومقالات) فى المرتبة الأولى بالنسبة لاهتمامات القارئ للصحف العربية الدولية ويليهما الموضوعات الأدبية والثقافية، أما بالنسبة للصحف الدولية غير العربية، فإن الموضوعات

السياسية والاقتصادية وينسب متساوية تحتل المرتبة الاولى فى سلم الاهتمامات .

٧- نسبة الذين يقرأون بين الرجال ، تزيد كثيرا عن نسبة القراء من النساء ، للصحف العربية وغير العربية على حد سواء .

٨- يعد السياسيون والإعلاميون والاقتصاديون (وينسب متساوية) فى مقدمة الذين يقرأون الصحف الدولية العربية . أما الصحف غير العربية فيأتى الاقتصاديون والسياسيون فى مقدمة الذين يقرأونها .

٩- تعد الاسواق والمكتبات ودوائر العمل هى المصادر الرئيسية و«أهم المصادر» التى يحصل منها القارئ على النسخة التى يقرأها .

١٠- بالنسبة للجرائد غير العربية ، فإن الصحف الصادرة باللغة الإنجليزية هى الأكثر شهرة بين القراء ثم يليها الفرنسية .

١١- كانت أكثر الصحف التى تصدر باللغة الإنجليزية التى يذكر المبحوثون اسماءها هى (وعلى حسب الترتيب التالى):

أ- الجرائد : الانترناشيونال هيرالد تريبيون - التايمز - الفاينانسيال تايمز - الجارديان .

ب- المجلات : نيوز ويك - تايم - الايكونوميست .

أما الصحف الفرنسية فكانت على النحو التالى :

أ- الجرائد : لوموند - لوفيجارو .

ب- المجلات : بارى ماتش - لويوان .

١٢- لم يشر أفراد العينة إلى أنهم يقرأون صحيفة بعينها من أجل كاتب أو مجموعة كتاب ينشرون فيها ما يكتبون .

مراجع البحث ومصادره

- ١- البيانات والمعلومات الخاصة بالصحف غير المصرية التي تطرح للبيع في الأسواق المصرية، ثم الحصول عليها من إدارة التوزيع بجريدة الأهرام ، وهي المؤسسة التي تقوم «باستيراد» الصحف الخارجية .
- ٢ شركة الحياة الدولية للنشر ، ومقرها لندن .
- ٣- جيهان رشدي : الإعلام الدولي بالراديو والتلفزيون - القاهرة دار الفكر العربي - ١٩٧٩ .
- ٤- محمل على العويني : الإعلام الدولي بين النظرية والتطبيق - ط - ١ - القاهرة - مكتبة الأنجلوا المصرية - ١٩٧٨ .
- ٥- فاروق أبو زيد : انهيار النظام العائلي الدولي - القاهرة - ١٩٩١ .
- ٦- أحمد بدر : الإعلام الدولي ، دراسات في الاتصال والدعاية الدولية - القاهرة - مكتبة غريب - ١٩٧٧ .
- ٧- راسم محمد الجمال : دراسات في الإعلام الدولي (مشكلة الاختلال الإخباري) - مجلة - دار الشروق - ١٩٨٥ .
- ٨- سمير حسين : بحوث الإعلام الأسس والمبادئ - القاهرة - عالم الكتب - ١٩٨٣ - ص ١٢٨ .
- ٩- نفس المصدر - ص ١٣٢ .
- ١٠- محمد على العويني : الإعلام الدولي بين النظرية والتطبيق - مصدر سابق ص ١٣ .
- ١١- راسم الجمال : مذكرات في الإعلام الدولي - مذكرة لطلبة كلية الإعلام جامعة القاهرة .

١٢- أحمد بدر: دراسات فى الاتصال والدعاية - الكويت - وكالة المطبوعات - ١٩٨٢ - ص ١٩ .

١٣- محمد على العوينى: العلاقات الدولية المعاصرة ، النظرية والتطبيق ، الاستخدامات الإعلامية - القاهرة - مكتبة الأنجلو - ص ٣٠٩ .

١٤- أحمد بدر: الإعلام الدولى ، دراسات فى الاتصال والدعاية الدولية القاهرة - مكتبة غريب - ١٩٧٧ - ص ٧٧ : ٨٠ .

١٥- Fisher, Heinz, Dietrich, Forms and Functional of supranational communication (in-International and Intercultural communication, N.Y, Hastings House Publishers, 1978-pp. 7-17.

١٦- عبد اللطيف حمزة : الإعلام والدعاية - ط ١ - بغداد - مطبعة دار المعارف - ١٩٦٨ - ص ٧٥ .

١٧- Geofry, K. Robert, Dictionary of Political Analysis, London, Longman, 1971, pp. 196-197.

١٨- Fraser, L; Propaganda, London, Oxford University Press, 1957, pp. 96-99.

١٩- Zeman, Z.A.B, Nazi Propaganda, London, Oxford University Press, 1964; pp. 70-73.

٢٠- حامد ربيع : الدعاية الصهيونية - القاهرة - ص ٤٧ : ٥٠ .

٢١- جيهان رشتى : الإعلام الدولى بالراديو والتلفزيون - مصدر سابق - ص ١

٢٢- Fisher, Heinz, Dietrich, Op.cit, pp, 8-9.

Kellner, Douglas; The Persian Gulf IV War, Oxford, Westview Press, 1992. - ٢١

Fisher, Heinz, Dietrich, Opcit, pp. 9 -18. - ٢٤

Philips, Daviso, The Role of Communication in Dimocracies, in International and Intercultural Communication, Opcit, pp. 29-36. . - ٢٥

Melvin L: Defleur and Everette E. Dennis; Understanding Mass Communication, Boston, Houghton Mifflin Comp, 1981, pp. 177-180. - ٢٦

Richstand J.& Anderson M.; Crisis in International news Policies and prospects N.Y, Columbia University Press, 1981, pp.240-250. - ٢٧

Ibid. - ٢٨

Browne, Donald, R., International Radio Broadcasting, N.Y, Praeger, 1982 pp. 167-171. - ٢٩

John C. Merrill, Conceptual overview of world Journalism, in International & Intercultural Communication, Opcit, pp. 18-28. - ٣٠

Emery, Edwin, World Press, N.Y. Random House, 1988. pp. 112٥ - ٣١

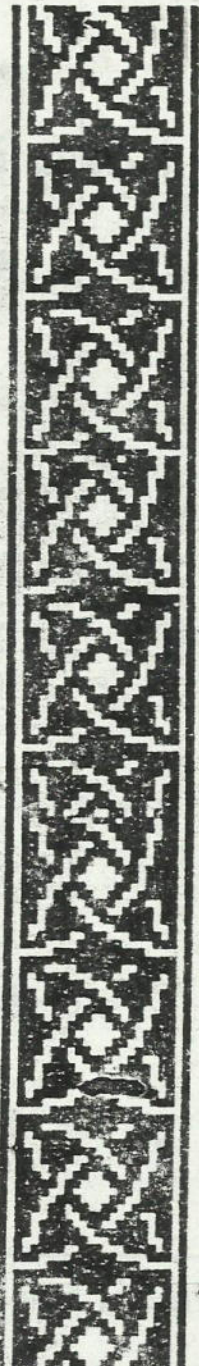
Ibid, pp. 121. - ٣٢

I bid, pp. 128. - ٣٣

٣٤- ليلي عهد المجيد، وآخرون : وسائل الاتصال - جدة - مكتبة زهران (١ط) ١٩٩٣ - ص ١٧٠ .

٣٥- استخلصت المعلومات الواردة عن هذه الصحف من مقابلات أجريت مع رؤساء تحرير ومديري المكاتب الصحفية لهذه الصحف في القاهرة.

ملاحق البحث



استمارة استقصاء

قياس اتجاهات قراء الصحف الأجنبية في مصر وأساليب التعرض

روجعت الاستمارة مكتتيا وتستوفى البيانات التالية :

- ١-
- ٢-
- ٣-
- ٤-

توقيع المراجع

روجعت الاستمارة مكتتيا ووجدت (صالحة/ غير صالحة)

توقيع المراجع

بيانات هذه الاستمارة مكفولة السرية ولا تستخدم في غير أغراض البحث.

المبحوث غير ملزم بالإدلاء بالبيانات.

البيانات الأساسية

أ- النوع:

ذكر

أنثى

ب- السن:

من ٢٠ سنة لأقل من ٣٠ سنة

من ٣٠ سنة لأقل من ٤٠ سنة

من ٤٠ سنة لأقل من ٥٠ سنة

ج- المستوى العلمي:

حاصل على مؤهل جامعي

ما بعد المؤهل الجامعي

د- العمل أو الوظيفة:

هـ- محل الإقامة:

القاهرة

الاسكندرية

و- رقم الهاتف:

ز- اسم المبحوث:

* المدون بهذه الاستمارة هو تسجيل دقيق لما أدلى به المبحوث أثناء المقابلة التي أجريتها معه بنفسه.

الباحث:

التوقيع:

١- يباع في مصر عدد من الجرائد والمجلات السياسية القادمة من الخارج (عربية وغير عربية) هل تعرف أسماء بعض هذه الصحف؟

نعم
لا

٢- أرجو أن تذكر لي أسماء ما تعرفه من هذه الجرائد والمجلات:
الجرائد اليومية العربية:

المجلات السياسية العربية:

الجرائد اليومية الأجنبية (غير العربية):

المجلات الأجنبية (غير العربية):

٣- كيف عرفت هذه الصحف للمرة الأولى؟

من خلال عرضها في الأسواق والمكتبات
من خلال الإعلانات التي تنشر عنها في وسائل الإعلام
من خلال الزملاء والأصدقاء
عن طريق المؤسسة التي أعمل بها

أخرى تذكر:

٤- هل تقرا أيا من هذه الصحف في الوقت الحالى ؟

نعم
 لا
 أسأل ١٥

٥- هل كنت تقرا صحيفة (أو أكثر) من هذه الصحف ثم توقفت ؟

نعم
 لا
 أسأل ٨

٦- هل تفضل بان تذكر لنا اسم هذه الصحف أو الصحف التى توقفت عن قراءتها؟

.....
.....

٧- ما هى الاسباب التى دفعتك للتخلى عن الصحيفة أو الصحف التى كنت تقرها؟

لان الصحف المحلية يمكن أن تكون بديلا عنها
لانى لم أجد فيها ما أريد
لارتفاع أسعارها
لأنها تخالف أفكارى ومواقفى السياسية
أخرى تذكر :

٨- ما هو السبب أو الاسباب التى تحول بينك وبين قراءة الصحف العربية القادمة من الخارج؟

ارتفاع أسعار هذه الصحف
عدم توافر الوقت الكافى للقراءة
الشك فى اتجاهاتها السياسية والفكرية
أخرى تذكر :

٩- ما هو السبب أو الأسباب التي تحول بينك وبين قراءة الصحف (غير العربية القادمة من الخارج) :

عدم إجادة لغة أجنبية بالقدر الكافي

ارتفاع أسعار هذه الصحف

الشك في اتجاهاتها السياسية والفكرية

عدم توافر الوقت

أخرى تذكر :

١٠- ما مدى تقييمك لضرورة قراءة الجرائد اليومية العربية القادمة من الخارج؟

ضرورى جداً

ضرورى

غير ضرورى على الإطلاق

١١- ما مدى تقييمك لضرورة قراءة المجلات العربية القادمة من الخارج؟

ضرورى جداً

ضرورى

غير ضرورى على الإطلاق

١٢- ما مدى تقييمك لضرورة قراءة الجرائد اليومية غير العربية (الانجليزية

الفرنسية... إلخ) القادمة من الخارج؟

ضرورى جداً

ضرورى

غير ضرورى على الإطلاق

١٣- أى نوع من الصحف السياسية القادمة من الخارج (عربية أو غير

عربية) يمكن أن يحظى بثقتك؟

الصحف التي تولها دول وحكومات عربية

الصحف التي تمولها دول وحكومات غير عربية

الصحف التي تصدرها شركات ومؤسسات خاصة

أخرى تذكر :

١٤- هل تعتقد أن الصحف (غير العربية) القادمة من الخارج تنشر آراء

وأفكار تتخالف آراءك السياسية

نعم

اصال ٢٥

لا

١٥- ارجو ان تذكر لى الصحيفة أو الصحف التي تقرأها في الوقت

الحالى ؟

١٦- ما طبيعة قراءتك لهذه الصحيفة أو الصحف ؟

أولها دائماً و بانتظام

أزيم أحياناً

عماً ناصراً

١٧- إذا تفرص على قراءة هذه الصحيفة أو الصحف؟

لأنها تقدم لى ما لا أجد في الصحف المحلية

لأن طبيعة عملى تحتم على أن أقرأها

لأنها تضم عددا من الكتاب الذين أثق بهم

لأنها تتوافق مع أفكارى ومواقفى السياسية

لأنها تقدم خدمة صحفية جيدة

أخرى تذكر :

١٨- من أين تحصل على النسخة التي تقرأها ؟

عن طريق الشراء من الأسواق

عن طريق الاشتراك

من الهيئة أو المؤسسة التي أعمل بها

أخرى تذكر :

١٩- أرجو ان تذكرلى المادة أو المواد التي تحظى باهتمامك فى الصحف

التي تقرأها ، مرتبة حسب أهميتها لديك :

الموضوعات السياسية

الموضوعات الرياضية

الموضوعات الدينية والتراثية

الموضوعات العلمية

الموضوعات الأدبية والثقافية

المواد الاخبارية

أخرى تذكر :

٢٠- من هم الكتاب الذين تحظى كتاباتهم باهتمامك الخاص؟

٢١- هل تعتقد ان الجرائد اليومية العربية القادمة من الخارج تميز عن

مثيلاتها المصرية؟

اسأل ١١

نعم

اسأل ١٤

لا

٢٢- ما هي المجلات التي تتميز فيها هذه الجرائد اليومية العربية عن

مثيلاتها في مصر؟

الطباعة

الذوق الفني

الخدمة الصحفية

مجالات أخرى :

٢٣- هل تعتقد أن المجلات العربية القادمة من الخارج تتميز عن مثيلاتها

في مصر؟

نعم أسأل ١٣

لا أسأل ١٤

٢٤- ما هي المجلات التي تتميز فيها هذه المجلات عن مثيلاتها في مصر؟

الطباعة

الذوق الفني

استخدام الصور

تنوع الموضوعات

مجالات أخرى :

٢٥- هل تعتقد أن الصحف العربية القادمة من الخارج تناهض سياسة بلدك؟

نعم

لا

أحيانا

٢٦- هل تعتقد أن الصحف غير العربية القادمة من الخارج تناهض سياسة بلدك؟

نعم

لا

أحيانا