

العوامل المؤثرة في توزيع الصحف في مصر دراسة ميدانية على عينة من موزعي الصحف

د. منى عبد الوهاب (*)

مقدمة:

تواجه الصحافة المطبوعة تحديات خطيرة تهدد بقاءها، ولعل أبرزها ظهور الصحافة الإلكترونية التي اكتسبت أهمية بالغة منذ ظهورها أوائل التسعينيات من القرن الماضي لما تتمتع به من خصائص جعلتها وسيلة اتصال فورية وتفاعلية، فمع انتشار الإنترنت وتضاعف عدد مستخدميه اتجهت غالبية المؤسسات الصحفية على الصعيدين العالمي والعربي إلى أن يكون لها مواقع إلكترونية لمطبوعاتها الورقية، ثم ظهر نوع جديد من الصحف غير التقليدية والتي يقتصر إصدارها على النسخة الإلكترونية.

وبدأ التدهور التدريجي للصحف الورقية مقابل الإقبال على الصحف الإلكترونية الأمر الذي جعل البعض من الباحثين والعاملين في الحقل الصحفي يتنبأون بموت الصحف الورقية نتيجة للتراجع المستمر في أرقام توزيعها، وجاء التقرير الشهير المنشور في مجلة الإيكونومست البريطانية تحت عنوان "من قتل الصحف؟" **Who Killed the newspaper** (1) ليشير إلى أن ما تعانيه الصحافة المطبوعة يستدعي القلق على مستقبلها وليس الرعب واستشهدت المجلة بكتاب للمؤلف "Philip Meyer" تحت عنوان "نهاية الصحيفة" **The Vanishing newspaper** والذي تنبأ فيه المؤلف بأن عام (٢٠٤٣) سيشهد آخر صحيفة ورقية في الولايات المتحدة الأمريكية واستند في تحليله لأزمة الصحافة المطبوعة لأرقام التوزيع المنخفضة للصحف في أمريكا وأوروبا الغربية وأستراليا ونيوزيلاندا.

وفي الوقت الذي تواجه فيه الصحافة المطبوعة في مصر هذا المنافس القوي، لازالت تعاني من تحدي خطير تعرضت له صناعة الصحافة في عقد التسعينيات وهو ظهور الفضائيات العربية والتي أثرت بشكل سلبي على أرقام توزيع الصحف في مصر.

(*) المدرس بقسم الصحافة - كلية الإعلام - جامعة القاهرة.

ومن هنا أصبح من المهم دراسة العوامل المؤثرة في توزيع الصحف في مصر والتي تؤدي إلى زيادة أو تراجع أرقام التوزيع، وتقييم الأساليب التي تستخدمها المؤسسات الصحفية لتنشيط التوزيع والى أي مدى تنتهج سياسات توزيع تساهم في التصدي لهذه التحديات وذلك من خلال دراسة تعتمد بشكل أساسي في الحصول على المعلومات والبيانات من فئة تتعامل مع جمهور قراء الصحف بشكل مباشر بحكم طبيعة عملها اليومي وهم موزعي الصحف في عينة من محافظات مصر.

مشكلة الدراسة:

في إطار نتائج العديد من الدراسات العربية والأجنبية عن التحديات التي تواجه الصحافة المطبوعة والتي قد تؤدي إلى اختفاءها تتحدد مشكلة الدراسة في رصد وتوصيف وتحليل العوامل المؤثرة في توزيع الصحف في مصر باعتبار أن هذه العوامل هي مدخلات **Inputs** يتم التعامل معها وتترجم لتقرر مخرجات **Outputs** أخذاً في الاعتبار دراسة هذه العوامل سواء من داخل المؤسسة الصحفية ذاتها أو من خارجها. ولتحقيق ذلك تعني هذه الدراسة بإجراء دراسة ميدانية على عينة قوامها (١٠٠) مفردة من موزعي الصحف في عينة من محافظات مصر - (١٢) محافظة- باعتبارهم أكثر الفئات احتكاكاً بالقراء بشكل مباشر بحكم طبيعة عملهم. كذلك إجراء بعض المقابلات مع مديري إدارات التوزيع بالمؤسسات الصحفية المصرية.

أهمية الدراسة:

- تعد دراسة العوامل المؤثرة في توزيع الصحف في مصر من الموضوعات التي لم يتم تناولها بشكل واسع باستثناء عدد محدود جداً من البحوث والدراسات التي لمست القليل من جوانب هذا الموضوع.
- مسايرة الاهتمام المحلي والدولي المتزايد بمستقبل الصحافة المطبوعة في ظل ما تواجهه من تحديات ومشكلات خطيرة حيث توفر هذه الدراسة في واقعها التطبيقي نتائج يمكن أن تسترشد بها المؤسسات الصحفية المصرية لتقييم السياسات التوزيعية التي تتبعها ومواجهة التحديات التي تتعرض لها عملية توزيع الصحف في مصر.

مفاهيم الدراسة:

- توزيع الصحف (Newspaper Circulation): ويقصد به عدد النسخ المباعة من الصحيفة (جريدة/مجلة).
- موزعي الصحف: وهم القائمين بعملية بيع الصحف. ويمكن تقسيمهم إلى:
 - موظف أو عامل بالمؤسسة الصحفية يتقاضى راتب شهري من المؤسسة مقابل تواجده في أحد المكاتب التابعة لهذه المؤسسة لبيع إصداراتها من الصحف والكتب.
 - متعهد أو وكيل بالعمولة مقابل دفع مبلغ تأمين للمؤسسة الصحفية ثم يتولى عملية التوزيع مقابل عمولة.
 - بياع "سريح" متحرك يأخذ الجرائد من المتعهد.
- واكتفت الباحثة بمألاً استمارات الاستقصاء من الموزعين ممن يعملون لدى المؤسسة الصحفية "موظفين" وكذلك المتعهدين أو الوكلاء وذلك لصعوبة الوصول إلى "البياع" المتحرك في كثير من المناطق.

الإطار النظري للدراسة:

مدخل تحليل النظم^(٢):

- حيث يركز تحليل النظم بصفة عامة على ثلاث عمليات رئيسية يمكن توظيفها في ضوء موضوع الدراسة على النحو التالي:
- (أ) المدخلات (Inputs): وتتمثل في العوامل المؤثرة في توزيع الصحف والتي تتضمن:
- عوامل داخلية (السياسات التوزيعية التي تتبعها المؤسسات الصحفية ومنها: زيادة عدد نقاط التوزيع- التكرير في الطبع- التوزيع الليلي- تخفيض سعر البيع والاشتراكات.. وغيرها).
 - عوامل خارجية (الظروف المجتمعية السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية... وغيرها).
- (ب) عملية التحول (Conversion Process) وهي: العملية التي تشهد تحولات وتفاعلات داخل المؤسسة الصحفية بفعل ما تطبقه من سياسات توزيعية وينتج عنها مخرجات.

ج) المخرجات (Outputs): وتتمثل في اتجاه معدلات توزيع الصحف أو المبيعات من الصحف.

ويمكن توضيح ذلك من خلال الرسم التوضيحي التالي:

Inputs	
عوامل خارجية (ظروف مجتمعية)	عوامل داخلية (سياسات التوزيع للمؤسسات الصحفية المصرية)
<ul style="list-style-type: none"> - أوضاع اقتصادية سيئة. - انخفاض دخول كثير من المواطنين. - ارتفاع نسبة البطالة. - أوضاع سياسية مرتبكة (مظاهرات- احتجاجات- ثورات...). - ارتفاع نسبة الأمية. - منافسة وسائل الإعلام خاصة المرئية للصحافة المطبوعة. - زيادة الإقبال على الإنترنت والصحف الإلكترونية كبديل للحصول على المعلومات والأخبار. - مدى ثقة الجمهور/ انعدام الثقة فيما تقدمه الصحف من مضامين صحفية. 	<ul style="list-style-type: none"> - أساليب تنشيط التوزيع. - زيادة عدد نقاط التوزيع. - التفتيش والمراقبة المستمرة لحركة السوق. - سياسة إغراق السوق بالإصدارات. - التوزيع الليلي. - التكبير في الطبع. - المنافسة على أساس سعر البيع وتخفيض الاشتراكات. - الترويج للصحف من خلال الإعلان عنها في وسائل الإعلام المرئية.

Out Puts

اتجاه معدلات توزيع الصحف
أو المبيعات من الصحف

الدراسات السابقة:

يمكن استعراض الدراسات السابقة في موضوع البحث من خلال محورين

هما:

- ١- الدراسات التي تناولت العوامل المؤثرة في توزيع الصحف بشكل عام.
- ٢- الدراسات التي تناولت تأثير وسائل الإعلام الجديدة على قارئية الصحافة المطبوعة ومستقبلها.

• المحور الأول: الدراسات التي تناولت العوامل المؤثرة في توزيع الصحف
بشكل عام:

١- دراسة Piet Bakker (٢٠١٢)^(٣):

سعت للتعرف على أرقام توزيع الصحف المجانية والمدفوعة في قارة أمريكا اللاتينية التي تشهد زيادة في مبيعات الصحف مقارنة بغيرها من القارات، واعتمد الباحث على تعداد السكان وأرقام توزيع الصحف، وخلصت النتائج إلى أن الزيادة في أرقام توزيع الصحف ترجع إلى أن هذه القارة تشهد استهلاك إعلامي كثيف ولم تصبح الصحف المجانية بديلاً عن الصحف المدفوعة، وأثبتت النتائج أيضاً أن التطور الاقتصادي للقارة كان عاملاً مهماً أدى لتزايد أرقام توزيع الصحف المجانية التي تعتمد على الإعلانات بشكل أساسي.

٢- دراسة Karen (٢٠١٢)^(٤):

هدفت أيضاً هذه الدراسة التعرف على تأثير الصحافة المجانية على مبيعات الصحف المدفوعة وهل أصبحت بديلاً لها في السوق الأمريكية، وذلك بتحليل البيانات الخاصة بنسب القارئية ونسب التوزيع لـ ١٠ صحف أمريكية قبل وبعد دخول الصحف المجانية وتحليل المعلومات الديموغرافية المتعلقة بقراء الصحف وتحليل مضمون الصحف المجانية للتعرف على طبيعة ما تقدمه للقراء، وخلصت النتائج إلى أن الصحف المجانية لم تؤثر على مبيعات الصحف المدفوعة وليست بديلاً لها وأكدت النتائج أن تراجع أرقام توزيع الصحف في السنوات الأخيرة بسبب الانتشار الواسع للإنترنت والهاتف المحمول أو بسبب ضعف مستوى المحتوى المقدم في الصحف المدفوعة.

٣- دراسة Kevin (٢٠١١)^(٥):

استهدفت التعرف على تأثير انتشار الإنترنت في المنازل والاعتماد عليه في الحصول على الأخبار والمعلومات على اشتراكات القراء بالنسبة للصحف المطبوعة وذلك من خلال تحليل البيانات الخاصة باشتراكات القراء في بعض الصحف والبيانات الخاصة بمدى انتشار الإنترنت في المنازل خلال الفترة من ١٩٩٨ حتى ٢٠٠٣، وتوصلت النتائج إلى أن المشتركين من القراء والمستخدمين للإنترنت في الوقت ذاته هم الأكثر توجهاً لإلغاء اشتراكاتهم في الصحف، كما أثبتت النتائج أنه بالرغم من اعتماد طلبة الجامعات على الإنترنت بشكل كبير إلا

أنهم لم يلجأوا إلى إلغاء الاشتراك في الصحف وكذلك المشتركين الذين يعتمدون على برامج دفع اشتراكات بطريقة ميسرة.

٤- دراسة Suzanne (٢٠١٠)^(٦):

ناقش فيها الباحث ما تعرضت له صناعة الصحافة المطبوعة في الولايات المتحدة الأمريكية خلال الأزمة الاقتصادية في الفترة من ٢٠٠٨ وحتى أوائل ٢٠١٠ وخلص الباحث إلى بعض التأثيرات لهذه الأزمة الاقتصادية على الصحف المطبوعة تمثلت في:

- تراجع عائدات التوزيع وإعلان ثمانية من كبريات السلاسل الصحفية إفلاسها، وإغلاق عدد كبير من الصحف.
- قلصت بعض الصحف من عدد المحررين العاملين بها والبعض الآخر قلل من عدد صفحات الصحيفة المطبوعة وتحولت بعض الصحف إلى نسخ إلكترونية وأشار الباحث إلى اختلاف عادات القراءة ولجوء كثير من القراء في الحصول على المعلومات والأخبار المجانية من خلال شبكة الإنترنت.

٥- دراسة قام بها مركز Scarborough للأبحاث (٢٠١٠)^(٧):

أشارت هذه الدراسة إلى أهمية دراسة كلاً من توزيع الصحف Circulation (عدد النسخ المباعة) والقارئية readership (العدد الفعلي الذي يقرأ نسخة الصحيفة المطبوعة) وتوصلت إلى انخفاض أرقام توزيع الصحف اليومية المطبوعة في أمريكا بنسبة ١٨% في الفترة من ٢٠٠٧ إلى ٢٠٠٩، في حين انخفضت القارئية بنسبة ١١% وهذا يعني أن عدد الأفراد الفعليين الذين يقرأون الصحف المطبوعة لم يقل بنفس درجة عدد النسخ المباعة من هذه الصحف وأشارت إلى أن البيانات المتوفرة عن أرقام توزيع الصحف والقارئية تعطي صورة كاملة للمعلنين عن سمات وخصائص جمهور الصحف المطبوعة.

٦- دراسة Bakker (٢٠٠٧)^(٨):

قامت بتحليل أسباب تراجع أرقام توزيع الصحف نتيجة لانتشار الصحف المجانية من خلال دراسة (١٤) سوق صحفي في أوروبا ودراسة الأسواق التي لم تشهد دخول الصحف المجانية لرصد التطور في مبيعات الصحف وأسباب التراجع وتوصلت النتائج إلى أن الصحافة المجانية في أيسلندا أصبحت بديلاً للصحافة

المدفوعة، بينما كان لها تأثير محدود على الصحف المدفوعة في كل من الدنمارك، وهولندا وسويسرا وبلجيكا. وشهدت الأسواق التي لم تدخل فيها الصحف المجانية تراجع أيضاً في أرقام توزيع الصحف، وأمكن تفسير ذلك في ضوء لجوء فئات كثيرة وخاصة الشباب إلى مصادر أخرى للحصول على الأخبار بدلاً من الصحف المطبوعة.

٧- دراسة Glenn (٢٠٠٦) ^(٩):

حاولت الإجابة على سؤال رئيسي وهو كيف تتعايش الصحف اليومية الأمريكية في ظل التطور التكنولوجي الهائل من خلال دراسة أجريت على (١٩٥) صحيفة يومية أمريكية استعان فيها الباحث بمعلومات عن سياسات توزيع هذه الصحف وحجم اشتراكات القراء بالنسبة للصحف المطبوعة وأجرى تحليل مضمون لمواقع الصحف الإلكترونية ومدى مشاركة الجمهور وتفاعله مع هذه المواقع وخلصت الدراسة إلى تراجع أرقام توزيع الصحف المطبوعة مقابل تزايد الاعتماد على النسخ الإلكترونية منها.

٨- دراسة Cho وآخرون (٢٠٠٤) ^(١٠):

أثبتت أن تطوير محتوى الصحف والاهتمام بالأخبار المحلية وإجراء تغييرات في تصميم الجريدة وزيادة عدد المحررين والاهتمام بالتحقيقات الاستقصائية كان له تأثير إيجابي على أرقام توزيع الصحف من خلال دراسة (٣٧) صحيفة أمريكية، وهو ما يؤكد أن الاستثمار في غرف الأخبار ينتج عنه تأثير مباشر على مبيعات الصحيفة.

٩- دراسة Cao وآخرون (٢٠٠٤) ^(١١):

قامت بدراسة مسحية على عينة من المحررين في الصحف الإلكترونية والناشرين للصحف للتعرف على تأثير تزايد عدد المواقع الإلكترونية للصحف على الصحافة المطبوعة في الولايات المتحدة الأمريكية، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن تزايد الاعتماد على الصحف الإلكترونية كان له تأثير سلبي بسيط على توزيع الصحف المطبوعة حيث شهدت الصحف الصغيرة والمتوسطة في الحجم تراجع في أرقام توزيعها منذ عام ١٩٩٠ بينما لازالت بعض الصحف الكبيرة تحتفظ بأرقام توزيعها.

١٠- دراسة Brian (٢٠٠٤)^(١٢):

سعت إلى التعرف على تأثير جودة المنتج الصحفي على أرقام توزيع الصحف التي حصلت على جوائز بوليتزر للصحافة انطلاقاً من مناقشة الإشكالية الخاصة بدافع الربحية الذي تسعى له المؤسسات الإعلامية والذي يتصارع مع جودة المنتج الصحفي وأن الصحافة الجيدة ربما لا تزيد من أرقام التوزيع لعدم تقدير الجمهور للمجهود المبذول من قبل الصحفيين وخلصت الدراسة إلى أن الصحف الحاصلة على جوائز بوليتزر هي الأكثر توزيعاً لاهتمامها بجودة المضمون الصحفي الذي تقدمه.

١١- دراسة Jeffrey (٢٠٠١)^(١٣):

أجابت على سؤال طرحته الدراسة وهو: هل الاهتمام بتغطية الأخبار المحلية له تأثير على توزيع الصحف وذلك من خلال تحليل مضمون (١٦) صحيفة صادرة في شمال شرق الولايات المتحدة الأمريكية على مدار خمس سنوات، وقام الباحث بتحليل البيانات الخاصة بأرقام توزيع هذه الصحف والبيانات الديموغرافية لقراء هذه الصحف. وتوصلت الدراسة لعدم وجود علاقة بين تقديم الأخبار المحلية وزيادة مبيعات الصحف بشكل عام وكشفت النتائج أنه كلما زادت الأخبار المحلية في بعض الصحف عينة الدراسة كلما تراجعت مبيعات هذه الصحف بشكل ملحوظ.

١٢- دراسة Robert وآخرون (٢٠٠٠)^(١٤):

لرصد العوامل المؤثرة في توزيع الصحف في الولايات المتحدة الأمريكية عبر دراسة تتبعية في الفترة من ١٨٥٠ حتى ١٩٧٠ وخلص الباحث لوجود ثلاثة عوامل تؤثر في أرقام توزيع الصحف وهي ارتفاع سعر بيع الصحيفة والذي يؤدي إلى تراجع أرقام التوزيع والمستوى التعليمي والمنافسة التي شهدتها الصحافة المطبوعة من الراديو والتلفزيون والتي كانت عاملاً مؤثراً في تناقص أرقام توزيع الصحف خاصة في الولايات الأمريكية التي يتمتع فيها الفرد بمستوى معيشي مرتفع سمح له بشراء أجهزة الراديو و TV في حين لم تشهد أرقام توزيع الصحف انخفاضاً في الولايات الأمريكية الفقيرة.

١٣- دراسة نعيم محمود القطان (١٩٨٩)^(١٥):

لتقييم السياسات التسويقية المؤثرة في توزيع الصحف بالتطبيق على دار الجمهورية للصحافة، ومن النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة تركيز توزيع

إصدارات المؤسسة في أسواق القاهرة بما يمثل خلافاً واضحاً في تخطيط منافذ التوزيع حيث تتركها المؤسسة تنشأ عشوائياً، وتعتمد المؤسسة بشكل أساسي على أسلوب التوزيع غير المباشر من خلال متعهدي التوزيع والذين يعانون من مشكلات تتعلق بتوقيت وصول الصحف وغياب مفتش التوزيع وعدم متابعته لمشكلاتهم والعمل على حلها.

● **المحور الثاني: الدراسات التي تناولت تأثير وسائل الإعلام الجديدة على قارئية الصحافة المطبوعة ومستقبلها:**

١- دراسة مبارك الحازمي (٢٠١٢) (١٦):

للكشف عن العلاقة بين الصحافة المطبوعة والصحافة الإلكترونية كما يراها القارئون بالاتصال في الصحف السعودية، وأجريت الدراسة على عينة بلغت (١٥٠) مفردة من الصحفيين العاملين بالصحف السعودية اليومية التي لها إصدار إلكتروني (الجزيرة- الرياض- الوطن- المدينة- عكاظ)، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن ٥٢,٥% من المبحوثين عينة الدراسة يرون أن العلاقة تكاملية بين الصحافة المطبوعة والإلكترونية إذ قد يتوجه القارئ إلى الصحيفة الإلكترونية في إطار البحث عن المضمون الذي لا يجده في الصحيفة المطبوعة ويلجأ بعض الصحفيين أحياناً إلى الصحف الإلكترونية بحثاً عن المعلومة لتقديمها للقارئ في صحيفته المطبوعة.

٢- دراسة حسني نصر وعبد الله الكندي (٢٠١٢) (١٧):

طرح أحد التحديات التي تواجه الصحافة المطبوعة وهي ظهور الصحافة المجانية في العالم وفي عينة من الدول العربية (سلطنة عمان- مصر- المغرب- الإمارات) والعوامل التي أدت إلى ظهورها في وقت تتراجع فيه أرقام توزيع الصحف المطبوعة وتواجه فيه الصحافة المطبوعة منافسة شديدة من الصحف الإلكترونية المنشورة على شبكة الإنترنت وخلصت الدراسة إلى أن الخريطة الصحفية في غالبية الدول العربية تفتقد لمثل هذه الصحف المجانية الأسبوعية، إلا أن مجانيته قد تساهم في تدني النظرة الجماهيرية للصحف المطبوعة والتأثير السلبي عليها خاصة الصحف اليومية.

٣- دراسة أحمد رضوان (٢٠١٢) (١٨):

استخدمت استمارة استبيان أجاب عليها (٣٠٠) من مستخدمي الإنترنت للتعرف على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة التي اعتمد عليها الجمهور المصري

خلال أحداث ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١ م. وخلصت الدراسة إلى اعتماد الجمهور عينة الدارسة على القنوات الإخبارية العربية (ممثلة في قناة الجزيرة وقناة العربية) حيث جاءت في مقدمة وسائل الإعلام، تلتها الصحف الخاصة المصرية سواء نسخها المطبوعة أو مواقعها الإلكترونية وجاءت الصحف القومية المصرية في الترتيب الأخير.

٤- دراسة وليد النجار (٢٠١١) (١٩):

قامت بقياس درجة مصداقية المواقع الصحفية الإلكترونية وعلاقتها بدرجة الاعتماد عليها عبر دراسة ميدانية على عينة قوامها (٣٠٠) مفردة من جمهور الصفوة الإعلامية، وخلصت الدراسة إلى أن اعتماد المبحوثين على المواقع الصحفية الإلكترونية جاء في الترتيب الأول ضمن قائمة المصادر التي يعتمدون عليها للحصول على المعلومات وأنها تحتل درجة مصداقية عالية جداً لديهم.

٥- دراسة ماجد تريان (٢٠١٠) (٢٠):

عن استخدامات الصفوة الفلسطينية للصحف المطبوعة والإلكترونية من خلال دراسة ميدانية على عينة قوامها (١٢٠) مبحوثاً بقطاع غزة، وأشارت النتائج إلى اهتمام المبحوثين باستخدام الصحف كمصدر للمعلومات خاصة الإلكترونية التي شهدت انتشاراً كبيراً في المجتمع الفلسطيني نتيجة لارتفاع عدد مستخدمي الإنترنت في فلسطين بشكل كبير.

٦- دراسة Yang وآخرون (٢٠١٠) (٢١):

لاختبار العلاقة بين الموقع الإلكتروني للصحيفة والنسخة المطبوعة وبين الموقع الإلكتروني وغيره من المواقع الإخبارية الإلكترونية وأظهرت النتائج أن كثير من ناشري الصحف يرون أن العلاقة تكاملية بين النسخة المطبوعة من الصحيفة والنسخة الإلكترونية من نفس الصحيفة؛ فمن يقرأون الصحف الإلكترونية في السوق المحلي يقرأون نفس النسخة المطبوعة.

٧- دراسة Chyi (٢٠١٠) (٢٢):

قامت بإعادة اختبار العلاقة بين الصحف الإلكترونية والمطبوعة في تايوان من خلال مسح عينة من مستخدمي الإنترنت قوامها (٧٧٠٦) مستخدم وأوضح النتائج أن العلاقة تكاملية بين النسخة المطبوعة والنسخة الإلكترونية للصحيفة حيث يقبل قراء النسخة الإلكترونية على قراءة نفس النسخة المطبوعة من الصحيفة.

٨- دراسة Chyi وآخرون (٢٠٠٩) (٢٣):

عن قارئية الصحف المحلية في القرن الحادي والعشرين في الولايات المتحدة الأمريكية واهتمت الدراسة بما حدث من تغيير في عادات قراءة الصحف المطبوعة من خلال دراسة على عينة بلغت (١٣٣٣٨) من مستخدمي الإنترنت وتم تقسيمهم لمجموعتين:

المجموعة الأولى (Hybrid readers) وهم الذين يجمعون بين قراءة الصحيفة الإلكترونية والنسخة المطبوعة منها.

والمجموعة الثانية (online- only readers) الذين يعتمدون على الصحف الإلكترونية فقط وأوضحت النتائج أن مستخدمي الصحف الإلكترونية والمطبوعة يستخدمون النسخة الإلكترونية للحصول على الأخبار المحلية ويرجعون إلى النسخة المطبوعة لتلبية بعض الاحتياجات الأخرى To Fulfill some other needs.

٩- دراسة Lee (٢٠٠٩) (٢٤):

ناقشت أزمة صناعة الصحافة المطبوعة حيث أوضحت تراجع قارئية الصحف المطبوعة، الأمر الذي انعكس على العائدات الإعلانية بالانخفاض وفي ضوء المحاولات التي يقوم بها الباحثون والمهنيون لإيجاد الطرق لإحياء صناعة الصحافة المطبوعة تفترض هذه الدراسة أن المفتاح لإحياء هذه الصناعة هو فهم الدوافع التي تدفع قراء الصحف لقراءة الأخبار.

١٠- دراسة سالم الرشيد (٢٠٠٨) (٢٥):

اهتمت بالتعرف على تأثير الإنترنت على نسب توزيع الصحافة المطبوعة في سلطنة عمان من خلال تقييم لمواقع الصحف العمانية الأربعة الموجودة على الإنترنت (صحيفة الوطن- جريدة عمان- جريدة تايمز أوف عمان- جريدة ديلي أوبزرفر) وكذلك إجراء مقابلات مع رؤساء تحرير هذه الصحف وأظهرت النتائج حول مستقبل الصحف المطبوعة أن الصحف الإلكترونية لن يكون لها تأثير على الصحافة المطبوعة فالعلاقة بينهما تكاملية وذكر أحد رؤساء التحرير أن استخدام القراء للصحيفة الإلكترونية ساعد في بيع الصحيفة المطبوعة واعتبرها وسيلة من وسائل الترويج للصحافة المطبوعة.

١١- دراسة محرز غالي (٢٠٠٧) (٢٦):

عن مستقبل صناعة الصحافة في مصر، وأبرز التحديات التي تواجه هذه الصناعة وذلك من خلال تحليل رؤى عينة قوامها (١١٣) مفردة من النخب الصحفية المصرية (الأكاديميين والممارسين) لبناء عدد من السيناريوهات لمستقبل هذه الصناعة خلال العقد القادم (٢٠٠٤-٢٠١٤)، وخلصت الدراسة إلى أن مجموعات النخب الصحفية بنسبة (٩٧,٣%) ترى أن الصحف الإلكترونية لا يمكن أن تكون بديلاً للصحف التقليدية المطبوعة خلال العقد القادم لارتفاع نسبة الأمية التكنولوجية في المجتمع المصري واستمرارية تفضيل النخبة المثقفة للصحافة المطبوعة مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى ولقدرة الصحف المطبوعة على تقديم خدمات إعلامية لا تستطيع الصحف الإلكترونية تقديمها أهمها نشر التحليلات والتعليقات المتعمقة التي تتضمن التفاصيل والخلفيات المرجعية عن الأحداث والقضايا المطروحة.

١٢- دراسة هند بداري (٢٠٠٧) (٢٧):

للتعرف على تأثير استخدام عينة قوامها (٥٠٠) مفردة من الجمهور المصري من محافظتي القاهرة وأسيوط لوسائل الاتصال الإلكتروني على علاقتها بوسائل الإعلام المطبوعة وخلصت الدراسة إلى أن نسبة كبيرة من الباحثين يرون أن استخدام وسائل الاتصال الإلكترونية ليس له تأثير على استخدام الجمهور للصحف (جرائد/ مجلات) وفسرت الباحثة هذه النتيجة بأن ثلث العينة من أبناء الصعيد (محافظات أسيوط) وهم الأكثر تحفظاً في استخدام الوسائل الإلكترونية.

١٣- دراسة مركز نيكولاس للأبحاث بالتعاون مع شركة ستورم للمعرفة (٢٠٠٧) (٢٨):

للتعرف على تأثير الصحافة الإلكترونية على قراءة الصحف المطبوعة من خلال دراسة ميدانية على عينة قوامها (٣٨٣) مفردة من مستخدمي الإنترنت وأوضحت النتائج أن أكثر من نصف العينة (٥٦%) يتقنون في الوسائل المطبوعة خاصة ما تقدمه من الأخبار السياسية.

١٤- دراسة سعيد الغريب (٢٠٠٦) (٢٩):

ناقشت دوافع استخدام طلاب جامعة البحرين للصحف الإلكترونية بالتطبيق على عينة قوامها (٣٠٠) مفردة من الكليات العملية والنظرية وخلصت إلى اعتماد نسبة كبيرة من العينة خاصة من الذكور من الكليات العملية على الصحف الإلكترونية للتعرف على الأخبار وأرجعوا ذلك إلى المزايا التي تتمتع بها الصحف

الإلكترونية مقارنة بالمطبوعة ومنها سهولة الحصول عليها في أي وقت وأنها أقل تكلفة من الصحف المطبوعة علاوة على إمكانية الرجوع إلى الأعداد السابقة من خلال الأرشفة الإلكتروني.

١٥- دراسة مركز بيو للأبحاث (٢٠٠٦) (٣٠):

أثارت سؤالاً هاماً حول الدور الذي يمكن أن تقوم به الصحف الإلكترونية في الدعم والتشجيع على قراءة الصحف المطبوعة وذلك من خلال دراسة ميدانية على عينة بلغت (٣٢٠٤) مفردة. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الصحف الإلكترونية تساهم في تعزيز قارئية الشباب للصحف المطبوعة على الرغم من انخفاض معدل القارئية لها بشكل عام.

١٦- دراسة سامي النجار (٢٠٠٥) (٣١):

عن رؤية الخبراء للعوامل المؤثرة على مستقبل قارئية الصحف المطبوعة في مصر بالتطبيق على (٢٠٠) مفردة من الخبراء من الصحف القومية والحزبية والخاصة والأكاديميين من كلية الإعلام وأقسام الصحافة والإعلام بالجامعات المختلفة. وخلصت الدراسة إلى أن نسبة كبيرة من عينة الدراسة (١٢٣) مفردة يرون أن الخصائص التي تتمتع بها الصحافة الإلكترونية حيث تقدم مضمون يتميز بالحالية والآنية وإمكانية مشاركة القارئ والتعليق على أي قصة أو مقال وتلبية احتياجات متنوعة غير متجانسة للجمهور تعكس في مجملها من وجهة نظر الخبراء عوامل تأثير على قراءة الصحف المطبوعة خلال السنوات القادمة.

١٧- دراسة محمد عبد الله إسماعيل (٢٠٠٥) (٣٢):

طبقت استمارة الاستبيان على عينة قوامها (١١٠) صحفي من الصحف الحزبية (مايو- الأحرار)، والصحف القومية (الأهرام- الأخبار- الجمهورية) والصحف المحلية (أخبار الشرقية- صوت الشرقية) والصحف المستقلة (نهضة مصر- الاتحاد العربي) للتعرف على رؤيتهم لمستقبل الصحافة الإلكترونية وعلاقتها بالصحافة المطبوعة وخلصت النتائج إلى اتفاق نسبة كبيرة من عينة الدراسة من الصحفيين العاملين بالصحف المطبوعة على عدم التعارض بين وجود الصحافتين المطبوعة والإلكترونية وأن كلاً منهما يكمل الآخر وأن الاستفادة بينهما متبادلة، ولكن ضعف الإمكانيات المادية والفنية المخصصة للصحافة الإلكترونية وفرض السرية والقيود على بعض المعلومات ومخاطر المساءلة القانونية للصحفيين في الصحف الإلكترونية وغيرها من المعوقات من أهم العوامل المؤثرة سلبياً على الواقع العملي للصحافة الإلكترونية، كذلك هناك ثقة مشوبة بالحد بين الصحفيين العاملين بالصحف الورقية وما تقدمه الصحافة الإلكترونية من مضمون.

١٨- دراسة وائل عبد الباري (٢٠٠٥) (٣٣):

لاستشراف مستقبل الصحافة المطبوعة في المجتمع المصري من خلال دراسة ميدانية على عينة بلغت (٢٢١) مفردة من مستخدمي الإنترنت. وتوصلت الدراسة إلى أن (٥٤,٣%) ممن يتعرضون للمواقع الإلكترونية الإخبارية يرون أنها أكثر مصداقية من الصحافة المطبوعة وأكدت نسبة (٦٣%) أن تعرضهم للمواقع الإلكترونية الإخبارية أثر على شراءهم للصحف المطبوعة.

١٩- دراسة Mill Ward (٢٠٠٥) (٣٤):

للتعرف على الكيفية التي تتصدى بها الصحف المطبوعة لشبكة الإنترنت من خلال دراسة ميدانية تم تطبيقها على (٣٠٠٠) قارئ للصحف ومستخدم لشبكة الإنترنت في الولايات المتحدة الأمريكية وأظهرت النتائج أن شبكة الإنترنت تأتي في مقدمة الوسائل التي تعتمد عليها عينة الدراسة للحصول على المعلومات بشكل أسرع.

٢٠- دراسة مها عبد المجيد (٢٠٠٤) (٣٥):

على عينة قوامها (٤٠٢) مفردة من مستخدمي الإنترنت في مصر للتعرف على دوافع استخدامهم للصحف اليومية الإلكترونية. وتوصلت الدراسة إلى أن النسخ الإلكترونية من الصحف المطبوعة تلبي حاجات جديدة لمستخدميها ترتبط بخصائصها التي تميزها كوسيلة اتصال فورية وتفاعلية.

٢١- دراسة سليمان صالح (٢٠٠١) (٣٦):

حول مستقبل الصحافة المطبوعة في ضوء المنافسة التي تتعرض لها من الوسائل الاتصالية الحديثة مثل الإنترنت من خلال تحليل لآراء علماء الاتصال والصحفيين المنشورة على الإنترنت وما نشر منها في كتب وجرائد ومجلات ومن نتائج هذه الدراسة أنه بالرغم من تمتع الصحف الإلكترونية بمميزات إلا أنها لا تشكل بديلاً عن وسائل الاتصال التقليدية خاصة الصحف المطبوعة.

واقترح الباحث لإنقاذ الصحافة المطبوعة: أن يتم تحديد دقيق لجمهور الصحافة المطبوعة واهتماماته واحتياجاته وتحديد الوظائف المجتمعية للصحافة المطبوعة والبحث عن شخصية متميزة لها من خلال تطوير خدماتها الإعلامية التي يجب أن تنفرد بها والتحرر من التقنيات القديمة في كتابة الأخبار وإخراج الصحيفة وتدريب الصحفيين على معايشة الأحداث.

التعليق على الدراسات السابقة:

- قدمت هذه الدراسات من خلال موضوعاتها ومجموعة المتغيرات التي أخضعتها للبحث عدداً من العوامل المؤثرة في توزيع الصحف والتي استفادت منها الباحثة أثناء إعداد استمارة الاستقصاء.
- ساهمت نتائج هذه الدراسات -خاصة الأجنبية- في طرح بعض الحلول للعاملين في حقل الصحافة المطبوعة للتطوير سواء على مستوى المضمون الصحفي أو على مستوى ما تنتهجه المؤسسات الصحفية من سياسات توزيع لمواجهة التحديات الخطيرة التي تواجه الصحافة المطبوعة.
- لازالت أرقام توزيع الصحف في مصر وفي بعض الدول العربية سرّاً من أسرار المؤسسة الصحفية وما يتم الإعلان عنه من أرقام توزيع هي أرقام غير صحيحة، مما أدى إلى إجماع الكثير من الباحثين من الاقتراب من مثل هذه الموضوعات، وفي المقابل نجد اعتماد الباحثين الأجانب في دراساتهم -في مجال توزيع الصحف- على تحليل البيانات الخاصة بأرقام توزيع الصحف وبنسب القارئية وهي بيانات موثقة ومعتمدة توفرها لهم جهات رسمية ومكاتب تختص بذلك مثل (Audit Bureau of Circulation).
- استفاد الباحثون -خاصة الأجانب- من المسح الإلكتروني لعينات كبيرة من المبحوثين عبر شبكة الإنترنت وهو ما سمح بظهور مجموعات غير متجانسة من المبحوثين وإخضاع العديد من المتغيرات في هذه الدراسات للبحث والدراسة.
- أكدت هذه الدراسات على وجود اتجاهين حول مستقبل الصحافة المطبوعة، **الاتجاه الأول** يرى بقاءها في ظل ما تتعرض له من تحديات خطيرة لعل أخطرها كما أثبتت هذه الدراسات هو الصحافة الإلكترونية لوجود القارئ التقليدي الذي لا يزال يجد في الصحيفة الورقية وسيلته للحصول على المعرفة وأخر تطورات العالم من حوله ولصعوبة القراءة عن طريق الشاشات الإلكترونية. وأصحاب **الاتجاه الثاني** يرون أنها ستنتهي بفعل ما اكتسبته الصحافة الإلكترونية من مميزات وخصائص.

أهداف الدراسة وتساولاتها:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي يتمثل في التعرف على العوامل المؤثرة في توزيع الصحف من واقع الخبرة العملية لعينة من موزعي الصحف في مصر.

وفي إطار تحقيق هذا الهدف تسعى هذه الدراسة للإجابة عن التساؤلات الآتية:

- ما الأسباب التي تؤدي إلى تزايد/ تراجع أرقام توزيع الصحف من وجهة نظر عينة الدراسة؟
- هل للأوضاع السياسية والاقتصادية التي شهدتها المجتمع المصري منذ ثورة ٢٥ يناير تأثير على معدلات توزيع الصحف في مصر؟
- ما أهم ملامح السياسات التوزيعية للمؤسسات الصحفية المصرية؟ وأي المؤسسات الصحفية المصرية التي تجدد باستمرار في سياستها التوزيعية؟
- أيهما أكثر توزيعاً (الجرائد أم المجلات) ولماذا؟
- ما معدلات توزيع الصحف (القومية- الحزبية- الخاصة)؟
- هل للموزع الحرية في اختيار الصحف التي يقوم بتوزيعها؟ وما أسباب اختياره لصحف معينة يقوم ببيعها دون غيرها؟
- كيف تعمل المؤسسات الصحفية المصرية على تنشيط أساليبها لتوزيع إصداراتها؟
- ما التحديات التي تواجه عملية توزيع الصحف في مصر من وجهة نظر موزعي الصحف عينة الدراسة؟ وما مقترحاتهم لمواجهة هذه التحديات؟

الإجراءات المنهجية للدراسة:

- نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة -بطبيعة المشكلة التي تتصدى لها والأهداف والتساؤلات التي تطرحها- إلى الدراسات الوصفية التي تهدف إلى جمع الحقائق والبيانات عن الظاهرة المدروسة ثم محاولة تفسيرها وتحليلها وذلك من خلال رصد وتوصيف وتفسير العوامل المؤثرة في توزيع الصحف في مصر.

- مناهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح من خلال مسح عينة من موزعي الصحف من عينة من محافظات مصر (إقليم القاهرة الكبرى ويضم ثلاثة محافظات- أربعة محافظات من الوجه البحري- خمسة محافظات من الوجه القبلي) للتعرف على العوامل المؤثرة في توزيع الصحف في مصر، واتجاه معدلات توزيع الصحف، وأبرز ملامح السياسات التوزيعية للمؤسسات الصحفية المصرية.

- أدوات الدراسة:

وبناء عليه تم الاستعانة بصحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات من جمهور عينة الدراسة وتضمنت (١٩) سؤالاً بالإضافة إلى البيانات الشخصية للمبحوث.

وتم عرض الاستمارة على عدد من المحكمين^(٣٧) ثم وضعت الاستمارة في صورتها الأخيرة لإجراء الاختبار القبلي عليها وكذلك اختبار الثبات بأسلوب إعادة التطبيق الميداني Retest ومن ثم أصبحت الاستمارة صالحة للتطبيق النهائي في الميدان وتم ملأ الاستمارات في الفترة الزمنية من مايو إلى سبتمبر ٢٠١٢م بمساعدة بعض الزملاء والطلبة بالكلية من ساكني المحافظات عينة الدراسة.

وقامت الباحثة بالمراجعة الميدانية والمكتبية للاستمارات ثم تم ترميز الإجابات ومراجعتها وإدخالها الحاسب الآلي وتحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS.

اعتمدت الدراسة أيضاً على أسلوب المقابلة غير المقتنة مع مديري إدارات التوزيع بالمؤسسات الصحفية القومية (الأهرام- أخبار اليوم- دار التحرير للطبع والنشر).

توصيف عينة الدراسة:

- أجريت هذه الدراسة على عينة قوامها (١٠٠) مفردة من موزعي الصحف منهم ٤٠% من إقليم القاهرة الكبرى الذي يضم محافظات (الجيزة- القاهرة- القليوبية)، و ٣٠% من محافظات الوجه البحري (الإسكندرية- الغربية- الشرقية- كفر الشيخ)، و ٣٠% من محافظات الوجه القبلي (بني سويف- المنيا- قنا- أسوان- الأقصر).
- ومن حيث النوع تتوزع العينة الإجمالية بين الذكور حيث يبلغ عددهم في العينة (٧٦) موزع مقابل (٢٤) موزع من الإناث توارثن مهنة بيع الصحف من آبائهن.
- ومن حيث متغير السن توزعت عينة الدراسة على النحو التالي: ٥٠% من موزعي الصحف عينة الدراسة أقل من ٤٠ عاماً، و ٣٨% تتراوح أعمارهم من ٤٠ عاماً إلى أقل من ٦٠ عاماً، و ١٢% من المبحوثين أكبر من ٦٠ عاماً.
- وبالنسبة للمؤهل تنوعت عينة الدراسة فمنهم ٤٥ موزع حاصل على مؤهل متوسط (دبلوم)، و ١٥ موزع حاصلين على مؤهل فوق المتوسط ونفس النسبة حاصلين على مؤهل أقل من المتوسط (حاصلين على الشهادة الابتدائية أو الإعدادية)، ثم ١٤ موزع حاصلين على مؤهل عال و ١١ موزع بدون مؤهل.
- ومن حيث الخبرة في مجال توزيع الصحف توزعت العينة على النحو التالي: ٧٢% من العينة يعملون بتوزيع الصحف أقل من ٢٠ عاماً، و ١٩% تراوحت سنوات خبرتهم من ٢٠ عاماً إلى أقل من ٤٠ عاماً وأخيراً ٩% منهم خبرتهم في هذا المجال أكثر من ٤٠ عاماً.

نتائج الدراسة الميدانية:

- اتجاه معدلات توزيع الصحف من واقع الخبرة العملية لموزعي الصحف عينة الدراسة:

جدول رقم (١)

يوضح اتجاه معدلات توزيع الصحف وفقاً لتقديرات موزعي الصحف عينة الدراسة

معدلات توزيع الصحف تتجه نحو	ك	%
النقصان	٤٠	٤٠
الزيادة	٣٨	٣٨
متذبذبة	١٥	١٥
ثابتة لا تتغير	٧	٧
الإجمالي	١٠٠	١٠٠

توضح نتائج الجدول السابق أن نسبة كبيرة من عينة الدراسة (٤٠%) ترى أن هناك تراجع في أرقام توزيع الصحف في مصر، تليها وبنسبة غير قليلة (٣٨%) ترى أنها تتجه نحو الزيادة، في حين أشارت نسبة ١٥% من الموزعين عينة الدراسة أن معدلات التوزيع متذبذبة أي تتجه أحياناً نحو الزيادة وأحياناً أخرى تتراجع مقابل ٧% يرون أنها معدلات توزيع ثابتة لا تتغير.

- أسباب تراجع أرقام توزيع الصحف في مصر من وجهة نظر موزعي الصحف عينة الدراسة:

جدول رقم (٢)

يوضح أسباب تراجع أرقام توزيع الصحف في مصر

أسباب تراجع أرقام توزيع الصحف	ك	%
كل ما يحتاجه القارئ من الصحيفة يجده في الوسائل المرئية والمسموعة	٢٨	٧٠
إقبال القراء على النسخ الإلكترونية من الصحف الورقية مما أثر على معدلات توزيعها	٢٣	٥٧,٥
سعر بيع الصحيفة يمثل عبءاً اقتصادياً على القارئ	١٢	٣٠
انخفاض المستوى الثقافي والتعليمي للقراء	٦	١٥
أخرى	٣	٧,٥
ن = ٤٠		

بقراءة نتائج الجدول السابق يتضح أن هناك عاملان يأتيان في مقدمة العوامل التي أدت إلى تناقص أرقام توزيع الصحف من وجهة نظر موزعي الصحف عينة الدراسة يتمثل العامل الأول في اعتماد الجمهور بشكل كبير على الوسائل المرئية خاصة الفضائيات حيث أشار إلى ذلك (٧٠%) من عينة الدراسة. والثاني يتمثل في إقبال القراء على قراءة النسخة الإلكترونية من الصحيفة المطبوعة والانصراف عن شراء الصحف المطبوعة مما أثر على معدلات توزيع الصحف وذلك من وجهة نظر (٥٧,٥%) من عينة الدراسة، تليها نسبة (٣٠%) من العينة ذاتها ترى أن سعر بيع الصحيفة يمثل عبءاً اقتصادياً على كثير من القراء ذوي الدخل المنخفضة، وأشار (١٥%) من موزعي الصحف عينة الدراسة إلى أن تناقص أرقام توزيع الصحف يرجع إلى انخفاض المستوى الثقافي والتعليمي لقراء الصحف.

وأشارت نسبة (٧,٥%) من المبحوثين عين الدراسة -في فئة أخرى- إلى عدم اهتمام الصحف بالأخبار والأحداث الرياضية وبأخبار الحوادث والجرائم. ولكن جدير بالذكر الإشارة إلى عدم اهتمام الصحف المصرية بشكل عام بالأخبار والأحداث الرياضية لأن الفترة بعد ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١ وخلال عام ٢٠١٢ أي وقت إجراء هذه الدراسة كان النشاط الرياضي يكاد يكون متوقفاً نتيجة للظروف التي مرت بها مصر خلال هذه الفترة.

وهي نتائج أكد عليها سعيد عبده رئيس مجلس إدارة اتحاد الموزعين العرب ومدير شركة توزيع أخبار اليوم حيث أشار إلى أن أرقام توزيع الصحف في مصر تتجه نحو النقصان بسبب الوسائط الجديدة والإنترنت علاوة على الزيادة في أسعار ورق الجرائد والمجلات والذي انعكس على سعر بيع الصحيفة الذي يخسر مما أدى إلى تراجع أرقام توزيع الصحف في مصر^(٣٨).

وأكد على ذلك أيضاً أ. / أحمد علاء عفيفي مدير عام الإدارة العامة للتوزيع بمؤسسة الأهرام قائلاً "أن أكبر تحدي للصحف الورقية في مصر هو المواقع الإخبارية الإلكترونية والتي أدت إلى تناقص أرقام توزيع الصحف في مصر بشكر كبير"^(٣٩).

- أسباب تزايد أرقام توزيع الصحف من وجهة نظر موزعي الصحف عينة الدراسة:

جدول رقم (٣)

يوضح أسباب تزايد أرقام توزيع الصحف في مصر

أسباب تزايد أرقام توزيع الصحف في مصر	ك	%
التغيرات السياسية التي طرأت على المجتمع المصري بعد ثورة ٢٥ يناير	٣٨	١٠٠
تغيير بعض القيادات الصحفية على مستوى رؤساء مجالس الإدارات ورؤساء التحرير لبعض الصحف مما أثر على مستوى الخدمة الصحفية المقدمة	١١	٢٩
تحسين مستوى الخدمة الصحفية نتيجة المنافسة	٦	١٥,٧
استخدام أساليب جديدة لتنشيط التوزيع	٣	٨
ن = ٣٨		

بقراءة نتائج الجدول السابق يتضح اتفاق عينة الدراسة (٣٨) موزع وبنسبة (١٠٠%) والتي ترى أن أرقام توزيع الصحف تتجه نحو الزيادة أن ما شهده المجتمع المصري من تغيرات سياسية بعد ثورة ٢٥ يناير وحالة الحراك السياسي التي يعيشها المجتمع المصري حتى الآن تأتي في مقدمة العوامل التي أدت إلى تزايد أرقام توزيع الصحف في مصر، تليها نسبة (٢٩%) من عينة الدراسة ترى أن تغيير بعض القيادات الصحفية على مستوى رؤساء مجالس الإدارات ورؤساء التحرير لبعض الصحف أثر على مستوى الخدمة الصحفية المقدمة والذي انعكس على أرقام توزيع الصحف، وأشارت نسبة (١٥,٧%) أن المنافسة بين الصحف خاصة القومية والخاصة نتج عنها تحسين في مستوى المنتج الصحفي أدى إلى تزايد أرقام توزيع الصحف، في حين رأت نسبة (٨%) أن إتباع بعض المؤسسات الصحفية لأساليب جديدة لتنشيط توزيع إصداراتها أدى إلى زيادة أرقام التوزيع.

- مدى الحرية المتاحة للموزع في اختيار الصحف التي يقوم بتوزيعها:

جدول رقم (٤)

يوضح مدى حرية الموزع في اختيار الصحف التي يقوم بتوزيعها

حرية اختيار الموزع للصحف	ك	%
لا	٦٥	٦٥
نعم	٣٥	٣٥
الإجمالي	١٠٠	١٠٠

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن نسبة كبيرة من الموزعين عينة الدراسة (٦٥%) من الذين يعملون كموظفين لدى المؤسسات الصحفية ليست لديهم الحرية في اختيار الصحف التي يقومون بتوزيعها أو بيعها ولكن أشارت نسبة (٣٥%) من المتعهدين أو الوكلاء يقومون باختيار الصحف التي يقومون بتوزيعها والتي يقبل عليها القراء من وجهة نظرهم.

- أسباب اختيار الموزعين لصحف يقوم بتوزيعها دون غيرها:

جدول رقم (٥)

يوضح أسباب اختيار الموزعين لصحف يقومون بتوزيعها دون غيرها

أسباب اختيار الموزع لصحف معينة يقوم بتوزيعها	ك	%
إقبال القراء على هذه الصحف لأن موضوعاتها تخاطب اهتماماتهم ومشكلاتهم	٢٤	٦٨,٥
لأن أسعارها مناسبة للقراء مقارنة بغيرها	١٣	٣٧
تستعين بكتاب جدد يتمتعون بالمصداقية	٨	٢٢,٨
لأنها صحف ذات طباعة جيدة	٦	١٧
لأنها تهتم باستمرار بالتجديد وإجراء تغييرات شاملة لصفحاتها وأبوابها	٥	١٤,٣
تجدد باستمرار في أساليبها لتنشيط التوزيع	٥	١٤,٣
لأنها صحف ذات تصميم فني وإخراج متميز	٤	١١,٤
أخرى	٣	٨,٥
ن = ٣٥		

يسأل عينة المبحوثين ممن لهم الحرية في اختيار الصحف التي يقومون بتوزيعها - و عددهم ٣٥ موزع- عن أسباب اختيارهم لهذه الصحف دون غيرها أكدت نسبة كبيرة منهم (٦٨,٥%) أن هذه الصحف يقبل عليها القراء لأنها تخاطب احتياجاتهم واهتماماتهم، تليها نسبة (٣٧%) من العينة ذاتها ترى أن أسعار بيع هذه الصحف مناسبة للقارئ مقارنة بغيرها، مقابل (٢٢,٨%) يرون أن هذه الصحف تستعين بكتّاب يتمتعون بالمصداقية لدى القراء، تليها نسبة (١٧%) ترى أنها صحف ذات طباعة جيدة، في حين ترى نسبة (١٤,٣%) أن هذه الصحف تهتم بإجراء تغييرات شاملة لصفحاتها وأبوابها ونفس النسبة أشارت إلى أن هذه الصحف تجدد باستمرار من أساليبها لتنشيط توزيعها، وأشارت نسبة (٨,٥%) من الموزعين عينة الدراسة إلى أنهم يختارون الصحف التي تفرد مساحات كبيرة للموضوعات الرياضية أو لأن عناوين موضوعاتها تجذب انتباه القارئ خاصة عناوين الصفحة الأولى.

- اتجاه معدلات توزيع الجرائد والمجلات من وجهة نظر الموزعين عينة الدراسة:

جدول رقم (٦)

يوضح أيهما أكثر توزيعاً الجرائد أم المجلات

الصحف الأكثر توزيعاً	ك	%
الجرائد	٩٩	٩٩
المجلات	١	١
الإجمالي	١٠٠	١٠٠

تشير نتائج الجدول السابق إلى إجماع الموزعين عينة الدراسة (٩٩%) منهم يرون أن الجرائد هي الأكثر توزيعاً مقابل موزع واحد فقط أشار إلى أن المجلات هي الأكثر توزيعاً وهي نتيجة تراها الباحثة منطقية بسبب ارتفاع أسعار بيع المجلات مقارنة بالجرائد مما أدى إلى تراجع أرقام توزيعها بشكل كبير.

وأكد على ذلك رئيس مجلس إدارة اتحاد الموزعين العرب قائلاً أن "المجلات انهارت بشكل غير طبيعي"^(٤٠).

- اتجاه معدلات توزيع الصحف (القومية- الحزبية- الخاصة) من وجهة نظر الموزعين عينة الدراسة:

جدول رقم (٧)

يوضح الصحف الأكثر توزيعاً (القومية- الحزبية- الخاصة)

أيهما أكثر توزيعاً	ك	%
الصحف القومية	٦٦	٦٦
الصحف الخاصة	٣٠	٣٠
الصحف الحزبية	٤	٤
الإجمالي	١٠٠	١٠٠

توضح نتائج الجدول السابق أن أكثر من نصف العينة (٦٦%) أشاروا إلى أن الصحف القومية هي الأكثر توزيعاً مقابل (٣٠%) يرون أن الصحف الخاصة هي الأكثر توزيعاً، وأخيراً نسبة (٤%) فقط يرون أن الصحف الحزبية هي الأكثر توزيعاً؛ وهي نتيجة تفسرها الباحثة بأنه في ظل المنافسة خاصة بين الصحف القومية والصحف الخاصة بعد ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١ أصبحت الصحف القومية تحاول من تغيير الاعتقاد السائد لدى كثير من القراء بأنها صحف مملوكة للدولة ولسان حال النظام والحكومة وبدأت تغيير من سياساتها التحريرية وتحاول إقناع القراء بأنها صحف مملوكة للشعب لسان حال اهتماماته ومشكلاته.

وفي هذا الصدد يقول أ. / أيمن النجار مدير عام شركة التوزيع المتحدة لجريدة الجمهورية "أن التآكل في أرقام توزيع الصحف القومية الثلاث (الأهرام- الأخبار- الجمهورية) بدأ مع ظهور الصحف الخاصة، ولكن بعد ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١ اهتز عرش الصحافة الخاصة حيث لم يعد لها كواليس سياسية فكانت قائمة على المعارضة الموجهة ولتحقيق أهداف معينة، واختلفت الخريطة التوزيعية بعد الثورة حيث تصارعت الصحف على اختلاف أنماط ملكيتها لتقديم خدمة صحفية متميزة، صحيح أن أرقام توزيع الصحف القومية هبط أثناء الثورة ولكن بعد الثورة الميزان انقلب حيث هبط توزيع الصحف الخاصة وارتفعت أرقام توزيع الصحف القومية ولذلك لجأت بعض الصحف الخاصة إلى منح الموزع عمولة وصلت ١٠% فوق الربح الأساسي"^(٤١).

ويؤكد ذلك أ. أحمد علاء قائلًا "أن بعض الجرائد التي يتم توزيعها من خلال مؤسسة الأهرام اضطرت للذهاب للبائعين مباشرة وإعطائهم عمولة لحجب بعض الجرائد" (٤٢).

• أكثر الجرائد توزيعاً من وجهة نظر الموزعين عينة الدراسة:

توضح نتائج الجدول رقم (٨- ملحق الدراسة) أن جريدة المصري اليوم احتلت الترتيب الأول كأكثر الجرائد توزيعاً من وجهة نظر الموزعين عينة الدراسة، تلتها جريدة الأخبار في الترتيب الثاني ثم جريدة الأهرام، وجاءت الجمهورية في الترتيب الرابع، وحصلت جريدة الشروق على الترتيب الخامس وذلك خلال الفترة الزمنية التي أجريت فيها الدراسة الميدانية من مايو إلى نهاية سبتمبر ٢٠١٢م.

• أكثر المجالات توزيعاً من وجهة نظر الموزعين عينة الدراسة:

تشير نتائج الجدول رقم (٩- ملحق الدراسة) أن هناك مجالات تحظى بنسب توزيع مرتفعة هي مجلة الإذاعة والتلفزيون حيث حصلت على الترتيب الأول يليها مجلة زهرة الخليج ثم مجلة أخبار النجوم في الترتيب الثالث، وحصلت مجلة روز اليوسف على الترتيب الرابع، ثم مجلة أخبار الرياضة في الترتيب الخامس.

• أسباب إقبال القراء على شراء هذه الإصدارات:

جدول رقم (١٠)

يوضح أسباب إقبال القراء على شراء هذه الإصدارات

أسباب إقبال القراء على شراء هذه الإصدارات	ك	% (°)
لأن موضوعاتها تخاطب اهتمامات واحتياجات القراء	٦٨	٦٨
تهتم هذه الصحف بالانفرادات والسبق الصحفي	٢٤	٢٤
تبحث باستمرار عن كتاب لهم مصداقية لدى القارئ	٢٢	٢٢
تلبى اهتمامات وتطلعات القراء بإجراء تغييرات شاملة لصفحاتها وأبوابها	١٨	١٨
تفرد مساحات كبيرة للموضوعات الرياضية خاصة كرة القدم	١٧	١٧
من أكثر الصحف التي تقدم خدمات للقراء	١٦	١٦
تتميز بطباعة جيدة	١٢	١٢
تتميز بتصميم فني وإخراج متميز	١٠	١٠
أخرى	٦	٦
	١٠٠	=
		ن

بقراءة نتائج الجدول السابق نجد أن أكثر من نصف موزعي الصحف عينة الدراسة (٦٨%) يؤكدون على أن إقبال الجمهور على شراء هذه الإصدارات لأنها تلبي اهتماماتهم واحتياجاتهم، تليها نسبة (٢٤%) من العينة ذاتها ترى أن هذه الصحف تهتم بالسبق الصحفي ، بينما أرجعت نسبة (٢٢%) أن هذه الإصدارات تستعين بكتاب لهم مصداقية لدى القراء وترى نسبة (١٨%) أن هذه الإصدارات تلبي اهتمامات وتطلعات القراء بإجراء تغييرات شاملة لصفحاتها وأبوابها تليها نسبة (١٧%) ترى أنها صحف تفرد مساحات كبيرة للموضوعات الرياضية خاصة كرة القدم مما يؤدي لإقبال القراء على شراءها وأشارت نسبة (٦%) من الموزعين عينة الدراسة -في فئة أخرى- إلى أن ارتفاع درجة ثقة القراء فيما تقدمه هذه الصحف من مضامين صحفية من أسباب إقبال القراء على شراءها.

- أهم ملامح السياسات التوزيعية للمؤسسات الصحفية المصرية من وجهة نظر موزعي الصحف عينة الدراسة:

جدول رقم (١١)

يوضح أهم ملامح السياسات التوزيعية للمؤسسات الصحفية المصرية

ك	%	أهم ملامح السياسات التوزيعية
٥١	٥١	التبكير في الطبع والتوزيع لتصل الصحيفة للقارئ في الوقت الذي اعتاده
٣٦	٣٦	التوسع باستمرار في زيادة نقاط البيع مما يؤثر إيجاباً على معدلات التوزيع
١٩	١٩	التوزيع الليلي خاصة للإصدارات اليومية
١٧	١٧	إغراق السوق بكميات كبيرة من الإصدارات بشكل يزيد عن حاجته ويزيد من المرتجعات
١٢	١٢	المنافسة بين المؤسسات الصحفية على أساس سعر بيع الصحيفة
ن = ١٠٠		

توضح نتائج الجدول السابق أن أكثر من نصف العينة (٥١%) من موزعي الصحف عينة الدراسة يرون أن أهم ملامح من ملامح السياسات التوزيعية للمؤسسات الصحفية المصرية هو التبكير في الطبع والتوزيع لتصل الصحيفة للقارئ في الوقت الذي اعتاده، تليها نسبة (٣٦%) ترى أن هناك مؤسسات صحفية تتوسع باستمرار في زيادة نقاط البيع مما يؤثر إيجابياً من وجهة نظر العينة على معدلات التوزيع، في حين ترى نسبة (١٩%) من العينة ذاتها أن التوزيع الليلي خاصة للإصدارات اليومية من أهم هذه الملامح وتؤكد نسبة (١٧%) أن بعض

المؤسسات تتبع سياسة إغراق السوق بكميات كبيرة من الإصدارات بشكل يزيد عن حاجته مما يؤدي إلى زيادة المرتجات، وأخيراً ترى نسبة (١٢%) منهم أن المؤسسات الصحفية تتنافس فيما بينها على أساس سعر بيع الصحيفة لجذب القارئ.

- المؤسسات الصحفية المصرية التي تجدد باستمرار من سياساتها التوزيعية:

جدول رقم (١٢)

يوضح أكثر المؤسسات الصحفية المصرية التي تجدد باستمرار من سياساتها التوزيعية

الترتيب	الوزن المرجح		الثالث		الثاني		الأول		الترتيب أكثر المؤسسات تجديداً
	النقاط	الوزن المئوى	%	ك	%	ك	%	ك	
١	١٨٥	٤١,٢٩	١,٢٩	٥	٤,٦٦	١٨	١٢,٤٤	٤٨	الأخبار
٢	١١٦	٢٥,٨٩	٢,٠٦	٨	٦,٩٩	٢٧	٤,٦٦	١٨	الأهرام
٣	٥٨	١٢,٩٥	١,٨٠	٧	٢,٢٣	٩	٢,٨٥	١١	المصري اليوم
٤	٥٣	١١,٨٣	٤,٩٠	١٩	٢,٠٧	٨	١,٥٥	٦	الجمهورية
٥	١٧	٣,٧٩	٠,٢٦	١	٠,٥٢	٢	١,٠٤	٤	الشروق
٦	٧	١,٢٦	٠,٥٢	٢	٠,٢٦	١	٠,٢٦	١	اليوم السابع
٧	٣	٠,٦٧	-	-	-	-	٠,٢٦	١	الصحف القومية
٨	٣	٠,٦٧	-	-	-	-	٠,٢٦	١	الفجر
٩	٢	٠,٤٥	-	-	٠,٢٦	١	-	-	صوت الأمة
١٠	٢	٠,٢٤	-	-	٠,٢٦	١	-	-	الحرية والعدالة
١١	١	٠,٢٢	٠,٢٦	١	-	-	-	-	دار الهلال
١٢	١	٠,٢٢	٠,٢٦	١	-	-	-	-	روز اليوسف
		٤٤٨							مجموع الأوزان

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن مؤسسة أخبار اليوم تحتل الترتيب الأول بين قائمة المؤسسات الصحفية التي تجدد باستمرار من سياساتها التوزيعية وذلك من وجهة نظر موزعي الصحف عينة الدراسة، تليها في الترتيب الثاني مؤسسة الأهرام، ثم جريدة المصري اليوم، وجاءت جريدة الجمهورية الصادرة عن مؤسسة دار التحرير للطبع والنشر في الترتيب الرابع، وحصلت جريدة الشروق على

الترتيب الخامس، واحتلت مؤسسة دار الهلال وروز اليوسف ترتيباً متأخراً بين المؤسسات الصحفية التي تهتم بالتجديد في سياساتها التوزيعية.

- أساليب تنشيط توزيع الصحف التي تتبعها المؤسسات الصحفية المصرية لجذب القراء من وجهة نظر موزعي الصحف عينة الدراسة:

جدول رقم (١٣)

يوضح أساليب تنشيط توزيع الصحف التي تتبعها المؤسسات الصحفية المصرية

ك	%	أساليب تنشيط التوزيع الأكثر جذباً للقراء
٤٢	٤٢	الدروس والمراجعات من خلال تخصيص صفحات تعليمية للطلاب
٤٠	٤٠	السبق والانفراد الإخباري
٣٦	٣٦	توزيع هدايا مع الإصدار مثل C.D
٣٤	٣٤	إصدار أعداد أو ملاحق خاصة
٢٩	٢٩	الجودة التحريرية والإخراجية للصحيفة
١٣	١٣	فتح باب للقراء للتعبير عن آرائهم
٩	٩	عمل المسابقات ذات الجوائز المادية
٩	٩	أن تكون الاشتراكات بأسعار مخفضة
٨	٨	نشر المذكرات أو الأعمال الأدبية المسلسلة
ن = ١٠٠		

توضح نتائج الجدول السابق أن (٤٢%) من موزعي الصحف عينة الدراسة ترى أن من أكثر أساليب تنشيط التوزيع جذباً للقراء هي تخصيص صفحات تعليمية للدروس والمراجعات للطلاب من المراحل المختلفة (الابتدائية-الإعدادية-الثانوي)، ولعل المثال الواضح هو جريدة الجمهورية والتي جاءت ضمن أكثر الجرائد توزيعاً، كما أوضحت نتائج هذه الدراسة، تليها نسبة (٤٠%) من العينة ذاتها ترى أن السبق والانفراد الصحفي من أهم وسائل تنشيط التوزيع خاصة مع الإعلان في القنوات التلفزيونية عن هذا الانفراد قبل طرح الصحيفة في السوق.

وترى نسبة (٣٦%) من عينة الدراسة أن توزيع الهدايا مع الإصدار مثل C.D يزيد من أرقام التوزيع، تليها وبنسبة قريبة منها (٣٤%) ترى أن إصدار عدد خاص من الصحيفة أو صدور ملاحق مع الصحيفة من أساليب تنشيط التوزيع.

وأشار أحد الموزعين إلى أهمية الملاحق التي تصدر مع الصحيفة كأسلوب من أساليب تنشيط التوزيع فعلى سبيل المثال يرتفع توزيع الجمهورية يوم السبت بسبب ملحق "دموع الندم".

- التحديات أو المشكلات التي تواجه عملية توزيع الصحف في مصر من وجهة نظر موزعي الصحف عينة الدراسة:

جدول رقم (١٤)

بوضوح التحديات التي تواجه عملية توزيع الصحف في مصر

ك	%	أبرز التحديات التي تواجه عملية توزيع الصحف
٤٢	٤٢	زيادة التوجه نحو الصحف الإلكترونية خاصة من قبل الشباب
٣٢	٣٢	المنافسة الشرسة التي تواجهها الصحافة المطبوعة من الفضائيات
٣٠	٣٠	عدم وجود إطار قانوني ينظم العلاقة بين معظم البائعين والمؤسسة الصحفية
٢٦	٢٦	عدم وجود سياسات توزيع واضحة لكل مؤسسة
٢٤	٢٤	تأخر وصول الصحف للمحافظات
٢٢	٢٢	تركيز توزيع الصحف في العاصمة والمدن الحضرية
١٦	١٦	ارتفاع سعر الصحيفة مقارنة بانخفاض دخول القراء
١٥	١٥	ارتفاع معدلات الأمية في مصر
١٠	١٠	تراجع معدلات الاشتراك في الصحف المصرية
ن = ١٠٠		

بقراءة الجدول السابق نجد أن أكثر التحديات التي تواجه توزيع الصحف في مصر من وجهة نظر (٤٢%) من موزعي الصحف عينة الدراسة هي زيادة التوجه من قبل الشباب نحو الصحف الإلكترونية، تليها وبنسبة (٣٢%) من عينة الدراسة ترى أن المنافسة الشرسة التي تواجهها الصحافة المطبوعة من الفضائيات من أهم هذه التحديات وهي نتائج أكدتها نتائج الدراسات السابقة سواء العربية أو الأجنبية التي رجعت إليها هذه الدراسة، وأشارت نسبة (٣٠%) من موزعي الصحف عدم وجود إطار قانوني ينظم العلاقة بين معظم البائعين والمؤسسة الصحفية، تليها نسبة (٢٦%) ترى أنه لا توجد سياسات توزيع واضحة للمؤسسات الصحفية المصرية، واتفقت نسبة (٢٤%) على أن تأخر وصول الصحف لبعض المحافظات يمثل تحدياً آخر، تليها وبنسبة (٢٢%) من العينة ذاتها يرون أن الصحف تهتم بالوصول للعاصمة والمدن الحضرية فقط، وأخيراً جاءت التحديات

الخاصة بارتفاع أسعار بيع الصحف مقارنة بانخفاض دخول القراء وارتفاع معدلات الأمية في مصر من أبرز المشكلات التي تواجه عملية توزيع الصحف.

أما أبرز التحديات التي تواجه توزيع الصحف في مصر من وجهة نظر القيادات الإدارية العاملة في هذا المجال هي المحليات، حيث يقول أ. / سعيد عبده "أن المحليات أكبر عقبة أمام إقامة نقاط توزيع للصحف في المحافظات، فأصحاب القرار في الدولة لا يهتمون بالثقافة من ٣٠ سنة، والمساحة الجغرافية لمصر كبيرة ولا زالت نقاط التوزيع خاصة في الوجه القبلي مرتبطة بمحطة القطار فقط حتى المدن الجديدة تواجه فيها نفس المشكلة لأنها تتبع هيئة المجتمعات العمرانية والتي لا تسمح بإقامة نقاط للتوزيع"^(٤٣).

ويتفق معه أ. / أيمن النجار قائلاً "إن مهنة موزعي الصحف مهددة بالانقراض لأن العائد الخاص به ضعيف مع عدم وجود بدائل فعالة نظراً لتعصب الأجهزة المحلية في انتشار نقاط التوزيع على مستوى القطر المصري؛ فالتوزيع مهنة تحتاج إلى الأرض (فرش الصحف على الأرض) وهو ما ترفضه المحليات"^(٤٤).

- أكثر الأوقات التي يقبل فيها القراء على شراء الصحف من واقع خبرة موزعي الصحف عينة الدراسة:

جدول رقم (١٥)

يوضح أكثر الأوقات التي يقبل فيها القراء على شراء الصحف

أكثر الأوقات	ك	%
صباحاً	٨٥	٨٥
بعد الخروج من العمل	١١	١١
ليلاً	٤	٤
الإجمالي	١٠٠	١٠٠

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن (٨٥%) من موزعي الصحف عينة الدراسة تؤكد على أن إقبال القراء على شراء الصحف يكون صباحاً قبل الذهاب للعمل، في حين ترى نسبة (١١%) أن القراء يقبلون على الشراء بعد الانتهاء من العمل، مقابل (٤%) فقط يحرصون على شراء الصحف ليلاً.

• أكثر الفئات العمرية شراءً للصحف:

جدول رقم (١٦)

يوضح أكثر الفئات العمرية شراءً للصحف

ك	%	أكثر الفئات شراءً للصحف
٧٠	٧٠	كبار السن
٢٧	٢٧	الشباب من الذكور
٣	٣	الشباب من الإناث
١٠٠	١٠٠	الإجمالي

توضح نتائج الجدول السابق أن كبار السن هم أكثر الفئات العمرية إقبالاً على شراء الصحف؛ حيث أكد ذلك (٧٠%) من موزعي الصحف عينة الدراسة ويمكن تفسير ذلك من وجهة نظر الباحثة بارتباط كبار السن بعادات قراءة الصحف المطبوعة وإحجام كثير منهم عن استخدام التكنولوجيا الحديثة للحصول على الأخبار والمعلومات، مقابل (٢٧%) يرون أن الشباب من الذكور هم الأكثر إقبالاً على شراء الصحف، تليها وبنسبة قليلة جداً (٣%) من العينة ترى أن الشباب من الإناث هن الأكثر إقبالاً على شراء الصحف.

• مدى سعي الصحيفة أو المؤسسة الصحفية لتحسين علاقتها بالموزع:

جدول رقم (١٧)

يوضح مدى سعي المؤسسة الصحفية لتحسين العلاقة مع الموزع

ك	%	هل تسعى المؤسسة الصحفية لتحسين العلاقة مع الموزع
٥١	٥١	نعم
٤٩	٤٩	لا
١٠٠	١٠٠	الإجمالي

أظهرت نتائج الجدول السابق أن (٥١%) من موزعي الصحف عينة الدراسة يرون أن المؤسسات الصحفية تسعى لتحسين العلاقة معهم، مقابل (٤٩%) يرون أنها لا تقدم لهم أية خدمات أو امتيازات لتحسين هذه العلاقة.

• أساليب تحسين العلاقة بين المؤسسة الصحفية والموزع:

جدول رقم (١٨)

يوضح أساليب تحسين العلاقة بين المؤسسة الصحفية والموزع

ك	%	أساليب تحسين العلاقة بين المؤسسة الصحفية والموزع
٢٣	٢٣	تزيد باستمرار من نسبة الربح للبائع أو الموزع
١٨	١٨	تتيح تعاقد قانوني ينظم العلاقة بين المؤسسة والبائع
١٨	١٨	تهتم بالتأمينات الاجتماعية والصحية للموزعين
٥	٥	تسهل لهم إمكانية الحصول على القروض من البنوك أو من الصندوق الاجتماعي للتنمية
٤	٤	تقدم بعض الخدمات الترفيهية مثل الاشتراك في الرحلات والمصايف
ن = ٥١		

بقراءة نتائج الجدول السابق يتضح أن (٢٣%) من موزعي الصحف عينة الدراسة يرون أن الصحف تزيد من نسبة الربح للبائع أو الموزع كأسلوب من أساليب تحسين العلاقة بين الطرفين، تليها نسبة (١٨%) ترى أن بعض المؤسسات تهتم بوجود إطار قانوني (عقد) ينظم العلاقة بين الموزع والمؤسسة بشكل يحدد للموزع حقوقه وواجباته، وبنفس النسبة (١٨%) من عينة الدراسة ترى أن بعض المؤسسات وفرت للموزعين تأمينات اجتماعية وصحية، وأشارت نسبة (٥%) منهم أن بعض المؤسسات الصحفية تسهل لهم إمكانية الحصول على القروض من البنوك أو من الصندوق الاجتماعي للتنمية، وأخيراً أشارت نسبة (٤%) أن بعض الصحف تقدم لهم الخدمات الترفيهية مثل الاشتراك في الرحلات والمصايف.

وفي هذا الصدد يقول أ. / أحمد علاء "أن البائع أو الموزع عنصر أساسي في عملية التوزيع فلا شك أن عرض البائع للصحيفة بأسلوب جيد يغري القارئ على الشراء واهتمامه بنظافة مكان العرض أو فتح الجريدة على بعض الصفحات والعناوين المهمة وغيرها من الإجراءات تؤثر على أرقام توزيع الصحف، ولذلك فمهمة جهاز التفتيش والمراقبة التابع لإدارة التوزيع لا تقتصر على مراقبة السوق وحركة الإصدارات الجديدة ومراقبة عرض الإصدارات بالشكل اللائق بل يسعى إلى معرفة المشكلات التي يواجهها الموزع وتدرس حالياً المؤسسات الصحفية القومية الثلاث (الأهرام - الأخبار - الجمهورية) فكرة عمل نقابة لبائعي الصحف أو

إنشاء شعبة لهم داخل النقابة العامة للعاملين بالصحافة والطباعة والإعلام وتم ملأ الاستمارات من بعض البائعين وفي سبيلنا للتنفيذ^(٤٥).

ويشير أ. / أيمن النجار إلى أن زيادة نسبة الربح أو العمولة للموزع أو البائع باستمرار إجراء مهم خاصة مع استمرار ظاهرة الإقراء أو تأجير الصحيفة التي لازالت مستمرة حيث يقوم البائع بتأجير الصحيفة للقارئ ويذهب المقابل المادي لجيب البائع ثم يقوم القارئ بإرجاع الصحيفة للبائع مرة أخرى بعد قراءتها، وصحيح أن مخزن المرتجعات يلاحظ ذلك ولكن الظاهرة مستمرة وسوف تزيد كلما شعر الموزع أو البائع بعدم اهتمام الصحيفة أو المؤسسة الصحفية به وكما زاد سعر بيع الصحف^(٤٦).

● مقترحات موزعي الصحف عينة الدراسة لمواجهة التحديات والمشكلات التي تواجه توزيع الصحف في مصر:

في سؤال مفتوح للتعرف على مقترحات عينة الدراسة لتنشيط عملية توزيع الصحف ومواجهة ما تتعرض له من مشكلات قدم المبحوثون عينة الدراسة هذه المقترحات:

- النظر في إمكانية تخفيض أسعار بيع الصحف (جرائد- مجلات).
- أن تكون الاشتراكات بأسعار رمزية.
- إصدار ملاحق خاصة بالرياضة والفن والسيارات والتعليم.
- عمل المسابقات ذات الجوائز.
- إعطاء هدايا مع العدد مثل C.D.
- نشر الأعمال الأدبية والمذكرات.
- التجديد والتحديث المستمر في أبواب وصفحات الصحيفة.
- الإعلان عن الإصدارات في وسائل الإعلام.
- زيادة المساحة المخصصة للرياضة.
- زيادة نسبة الربح للبائع.
- عدم تأخر الوصول للمحافظات خاصة محافظات الصعيد.
- التركيز على مشكلات واهتمام واحتياجات المواطن.
- مزيد من الموضوعية في تناول والبعث عن الدعاية الفجة أو النفاق والانحياز للحكومة في تناول الموضوعات والقضايا المختلفة.

- زيادة نقاط التوزيع في القرى الكبرى.
- الاهتمام بالموزع وتقديم الخدمات له لأنه عصب عملية التوزيع.
- إصدار الأعداد الأسبوعية المتميزة.
- الاهتمام بالتوزيع الليلي.
- الجودة التحريرية والفنية والإخراجية.
- فرد مساحات كبيرة للقراء للتعبير عن آرائهم.
- الاهتمام بالصعيد وقضايا ومشكلاته.

خلاصة:

توصلت هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من النتائج في حدود ما طرحته من أهداف وتساؤلات من أهمها:

- اتفاق نسبة كبيرة من موزعي الصحف عينة الدراسة (٤٠%) على تراجع أرقام توزيع الصحف في مصر بفعل مجموعة من العوامل جاء في مقدمتها اعتماد الجمهور بشكل كبير على الوسائل المرئية خاصة الفضائيات في الحصول على المعلومات والأخبار، كذلك أصبحت الصحف الإلكترونية بديلاً للصحف المطبوعة لدى قطاعات كبيرة من القراء خاصة الشباب لما تتمتع به من خصائص جعلتها من أسرع الوسائل للحصول على المعلومات والأخبار وأقل تكلفة في الوقت الذي يعاني فيه كثير من القراء من ارتفاع أسعار بيع الجرائد والمجلات وأكد ذلك مديري إدارات التوزيع بالمؤسسات الصحفية القومية (الأهرام - الأخبار - الجمهورية).
- وفي المقابل ترى نسبة (٣٨%) من موزعي الصحف عينة الدراسة أن حالة الحراك السياسي التي يعيشها المجتمع المصري منذ ثورة ٢٥ يناير كانت من أهم العوامل التي ساهمت في زيادة أرقام توزيع الصحف حيث شهدت هذه الفترة وما بعدها احتجاجات ووقفات للعاملين في المؤسسات الصحفية ينادون فيها بإعادة هيكلة المؤسسات الصحفية الأمر الذي تبعه تغيير على مستوى القيادات الإدارية والتحريرية للمؤسسات الصحفية خاصة القومية والخاصة وتحسين مستوى الخدمة الصحفية المقدمة للقارئ مما انعكس على أرقام توزيع الصحف بالزيادة.

- لا يمكن الفصل بين العوامل الخارجية وهي الظروف التي يعيشها المجتمع المصري منذ ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١ من تغييرات سياسية وحالة ركود اقتصادية وارتفاع أسعار السلع بشكل مستمر في ظل دخول منخفضة وارتفاع نسبة البطالة والامية وبين العوامل الداخلية المتمثلة في السياسات التحريرية للصحف وما تضعه من سياسات توزيع لأن الصحيفة في النهاية هي منتج بحاجة إلى التسويق والترويج له في ظل المنافسة الشرسة التي تتعرض لها الصحافة المطبوعة من الصحافة الإلكترونية كلها في النهاية مجموعة من العوامل الخارجية والداخلية والتي تؤثر بلا شك إيجاباً أو سلباً على أرقام توزيع الصحف.
- أدى الارتفاع في أسعار ورق الصحف خاصة ورق المجلات والأخبار والألوان والطباعة إلى ارتفاع سعر بيع المجلات مما أدلى إلى إجماع كثير من القراء على شراء المجلات وهي نتيجة أكدها ٩٩% من موزعي الصحف عينة الدراسة.
- استطاعت الصحف الخاصة منذ ظهورها أوائل التسعينيات من القرن الماضي أن تستحوذ على الكثير من قراء الصحف القومية ولكن مع التغييرات السياسية التي شهدتها المجتمع والتغييرات التي حدثت داخل المؤسسات الصحفية شهدت أرقام توزيع الصحف القومية ارتفاعاً وأكد ذلك (٦٦%) من موزعي الصحف عينة الدراسة.
- ذكر موزعو الصحف عينة الدراسة مجموعة من العوامل تساهم في إقبال القراء على شراء صحف بعينها دون غيرها جاء في مقدمة هذه العوامل اهتمام الصحيفة باحتياجات القراء ومشكلاتهم، ثم جودة المنتج الصحفي التحريرية والإخراجية، ومدى تلبية الصحيفة لاهتمامات وتطلعات القراء من خلال إجراء تغييرات شاملة لصفحاتها وأبوابها باستمرار، كذلك الاستعانة بكتّاب مشهورين لهم مصداقية عند القراء، واهتمام الصحيفة بالموضوعات الرياضية خاصة كرة القدم.
- حدد موزعو الصحف عينة الدراسة أهم الملامح للسياسات التوزيعية للمؤسسات الصحفية المصرية في التكبير في الطبع والتوزيع الليلي لتصل الصحيفة للقارئ في الوقت الذي اعتاده وعدم التخطيط لنقاط البيع الأمر الذي أدى إلى إغراق بعض نقاط البيع بالإصدارات بشكل يزيد عن حاجتها ويؤدي

في النهاية إلى زيادة المرتجعات وأن المؤسسات الصحفية تتوسع باستمرار في زيادة نقاط البيع رغم ما تواجهه من معوقات.

- تتبع المؤسسات الصحفية المصرية مجموعة من الأساليب لتنشيط توزيع إصداراتها جاء في مقدمتها تخصيص بعض الصحف لصفحات الدروس والمراجعات والامتحانات لطلبة المدارس من المراحل التعليمية المختلفة والذي ساعد في ارتفاع أرقام توزيع الصحف بشكل كبير، يليها السبق والانفرادات الصحفية، ثم توزيع الهدايا مع الصحيفة مثل C.D وإصدار الأعداد الخاصة أو الملاحق.

- خلصت نتائج الدراسة إلى مجموعة من التحديات والمشكلات التي تواجه عملية توزيع الصحف في مصر جاء في مقدمتها زيادة التوجه نحو الصحف الإلكترونية كبديل للصحف المطبوعة خاصة من قبل الشباب، والمنافسة التي تتعرض لها الصحافة المطبوعة من التلفزيون خاصة الفضائيات، وتأخر وصول الصحف للمحافظات، كذلك عدم وجود إطار قانوني ينظم العلاقة بين الموزع والمؤسسة الصحفية، بالإضافة إلى تحديات أخرى تتعلق بارتفاع سعر بيع الصحف مقارنة بالدخول المنخفضة لكثير من القراء.

لذا ترى الباحثة أنه أصبح لزاماً على العاملين في حقل الصحافة المطبوعة بمختلف توجهاتها وملكيته العمل على ما تواجهه من تحديات من خلال:

- وضع سياسات تحريرية للصحف تُعلى وتُعظم من اهتمامات واحتياجات القراء المتنوعة.

- الاهتمام بإدارات التوزيع داخل المؤسسات الصحفية بتأهيل وتدريب العاملين بها من خلال الخبراء في مجال توزيع الصحف الأمر الذي سيساعد هذه الإدارات على وضع سياسات توزيع تساهم في زيادة أرقام توزيع الصحف.

- الاهتمام بالعاملين بمهنة توزيع الصحف بعد أن أصبحت مهنة طاردة والعمل على دعمهم مادياً ومعنوياً من خلال توفير الرعاية الصحية والاجتماعية لهم باعتبارهم عنصر مهم في عملية التوزيع.

- (1) Who Killed the news paper?: **Economist**, Vol. 380, Issue 8992, 2008.
(٢) رجعت الباحثة في هذه الجزئية إلى:
 - Daniel P. Modaff, Sue Dewine, and Jennifer A. Butler, **Organizational Communication: Foundations, Challenges, and Misunderstandings**, 2nd. Ed., (Boston: Pearson, 2008), p. 75.
 - Sven Windahl, and Benno H. Signitzer: **Using Communication Theory**, 2nd. Ed. (Los Angels: Sage, 2009), pp. 108-115.
- (3) haren Haff, Piet Bakker:, "the rise of free daily News paper in Latin America", **Revista de Communication** 11, 2012.
- (4) KAREN HOFF, The Impact Of Free Newspapers On Us Markets, **PHD Thesis**, (University of Missouri- Columbia, 2012).
- (5) Kevin Michael Payne, Why Pay for Paper? an Analysis of the Internet's Effect on Print Newspaper Subscriber Retention, **Master Thesis**, (Clemson University, 2011).
- (6) Suzanne M. Kirchhoff, "The U.S. Newspaper industry in Transition", Available online at: <http://www.fas.org/sgp/crs/misc/R40700.pdf>.2010.
- (7) Scarborough Research: Analysis Supports readership as Key Metric of planning and buying newspaper Advertising, April, 2010.
- (8) Bakker, Pieter: "The Impact of Free Daily Newspapers on the Circulation of Paid Newspapers", Paper presented at **the annual meeting of the International Communication Association**, TBA, San Francisco, CA, May 23, 2007.
http://citation.allacademic.com/meta/p172633_index.html.
- (9) Gleen Ward Scott: "Mapping Media Morphosis: How print Newspaper Circulation influences features of Audience participation". **Paper presented at the Annual conference**, of Journalism in New York. 2006.
- (10) Cho Sooyongy, Thorson Esther, And Lacy Steve: "Improvements in Newspapers Quality and Circulation Patterns in 37 Newspapers That "Did it Right", Paper presented at **the annual meeting of the International communication Association**, New Orleans Sheraton, New Orleans, LA, May 27, 2004, Online <PDF>.2014-07-01http://citation.allacademic.com/meta/p113216_index.html.
- (11) Cao Zhanwei, And Li Xigen: "Effect of Growing Internet Newspapers on Circulation of Print Newspapers in the U.S." Paper presented at **the Annual Meeting of the International Communication Association**, New Orleans Sheraton, New Orleans, LA, May 27, 2004 Online. http://citation.allacademic.com/meta/p112548_index.html.PDF. 2014-07-01.

- (12) Brian Logan, Daniel Sutter, "Newspaper Quality, Pulitzer Prizes and newspaper Circulation", 2004, Available Online at:
<http://216.230.79.154/Journal/2/aej/June04/sutter.pdf>.
- (13) Jeffrey Alan Byrd: A Study of Small City Newspapers: Does Local Reporting Produce Circulation Gains, **Master Thesis**, (Faculty of Liberal Arts Program in Candidacy, 2001).
- (14) Rober L-Bishop, KATHERINE sharma and Richard J. BRA Zee: "Determinants of newspaper Circulation, Apooled Cross- Sectional Time- Series Study in the United States, 1850-1970, **Communication Research**, Vol. 7, No. 1, January, 2000.
- (١٥) نعيم محمود القطان: "تقييم السياسات التسويقية المؤثرة في توزيع الصحف بالتطبيق على دار الجمهورية للصحافة"، رسالة ماجستير، كلية التجارة، جامعة عين شمس، ١٩٨٩.
- (١٦) مبارك بن واصل الحازمي: "رؤية القائمين بالاتصال في الصحف المطبوعة لواقع الصحافة الإلكترونية ومستقبلها"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة، العدد الأربعون، أبريل - يونيه ٢٠١٢م.
- (١٧) حسني محمد نصر، عبد الله بن خميس الكندي: "ظاهرة الصحافة المجانية- مع دراسة لخصائص المضمون في عينة من الصحف المجانية العربية، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة، العدد التاسع والثلاثون، يناير - مارس، ٢٠١٢م.
- (١٨) أحمد فاروق رضوان: "اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة، العدد التاسع والثلاثون، يناير - مارس، ٢٠١٢م.
- (١٩) وليد عبد الفتاح النجار: "مصادقية المواقع الصحفية الإلكترونية وعلاقتها بدرجة الاعتماد عليها كما يراها جمهور الصفوة الإعلامية المصرية- دراسة ميدانية"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة، العدد السابع والثلاثون، يناير - يونيه، ٢٠١١م.
- (٢٠) ماجد سالم تزيان: "استخدامات الصفوة الفلسطينية للصحف المطبوعة والإلكترونية والإشباع المتحققة"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة، العدد الخامس والثلاثون، يناير - يونيه، ٢٠١٠م.
- (21) Yang Mengchieh, And Chyi, Hsiang. "Competing With Whom? Where? And How? An Empirical Study of Online Newspaper Competition", **Paper Presented at the Annual Meeting of the International Communication Association**, Suntec Singapore, Jun 22, 2010 online.
http://citatin.allacademic.com/meta/p405161_index.html.<APPLICATION/PDF>.07-07-2014

-
- (22) Chyi H. Iris. And Huang J. Sonia. "Demystifying the Demand Relationship Between Online and Print Products under One Newspaper Brand: The Case of Taiwan and the Emergence of a Universal Pattern" **Paper Presented at the Annual Meeting of the Association for Education in Journalism and mass Communication**, The Denver Sheraton, Denver, CO, Aug 04, 2010 Online.
<http://ciation.allacademic.com/meta/p433793index.html>.
- (23) Chyi Hsiang., Yang Mengchieh., Lewis Seth. And Zheng, Nan. "Local Newspaper Readership in the 21st Century: Exploring Differences Between Hybrid and Online-Only Users", **Paper Presented at the Annual Meeting of the international Communication Association**, Marriott, Chicago, IL, May 21, 2009 Online.
http://citatin.allacademic.com/meta/p300949_index.html.<APPLICAIONPDF>.07-07-2014
- (24) Lee, Angela. "The Future of News? Examining Ritualistic News Consumption in Traditional and New media", **Paper presented at the Annual Meeting of the NCA 95th Annual Convention**, Chicago Hilton & Towers, Chicago, IL, Nov11, 2009 online
http://citatin.allacademic.com/meta/p320534_index.html.<PDF>.07-07-2014.
- (٢٥) سالم بن حمد الرشيدى: "تأثير الإنترنت على الصحافة في سلطنة عمان"، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثلاثون، أبريل- يونيو، ٢٠٠٨م.*
- (٢٦) محرز حسين غالى: "اتجاهات النخب الصحفية المصرية نحو مستقبل صناعة الصحافة في مصر خلال العقد القادم (٢٠٠٤-٢٠١٤)، رسالة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٧.
- (٢٧) هند أحمد بداري: "تأثير استخدام الجمهور المصري لوسائل الاتصال الإلكترونية المستخدمة على علاقته بوسائل الإعلام المطبوعة"، رسالة دكتوراه، غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٧م.
- (28) Nucleus Research: "Despite Internet Hyper Readers Look to Print for Political News", Available online at: www.computerworld.com.
- (٢٩) سعيد الغريب النجار: "استخدامات الشباب للصحيفة الإلكترونية- دراسة مسحية على عينة من طلاب جامعة البحرين"، *المؤتمر العلمي السنوي الثاني عشر، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٦.*
- (30) **The Pew Research Center**: "Online Papers modestly boost Newspaper readers", Available online at: www.peoplepress.org.

(٣١) سامي السعيد النجار: "رؤية الخبراء للعوامل المؤثرة على مستقبل قارئ الصحف المطبوعة في مصر"، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر، الجزء الثاني، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٥.

(٣٢) محمد عبد الله إسماعيل: "مستقبل الصحافة الإلكترونية كما يراها القارئون بالاتصال في الصحف المصرية"، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، الجزء الرابع، مايو ٢٠٠٥.

(٣٣) وائل إسماعيل حسن عبد الباري: "مصادقية المواقع الإخبارية على الإنترنت وعلاقتها بمستقبل الصحافة المطبوعة كما يراها الجمهور المصري"، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، الجزء الثاني، ٢٠٠٥.

(34) Mill Ward Brown Research: "How newspapers Stack Up against the internet as a news Corner" **paper presented at the Annual Conference of Journalism in New York. 2005.**

(٣٥) مها عبد المجيد: "استخدامات الجمهور المصري للصحف اليومية الإلكترونية على شبكة الإنترنت- دراسة تحليلية ميدانية"، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٤م.

(٣٦) سليمان صالح: "مستقبل الصحافة المطبوعة في ضوء تطوير تكنولوجيا الاتصال"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثالث عشر، أكتوبر/ديسمبر ٢٠٠١.

(٣٧) ضمت هيئة محكمي استمارة الاستبيان:

- أ. د/ محمود علم الدين : الأستاذ بقسم الصحافة- كلية الإعلام- جامعة القاهرة ووكيل الكلية

لشئون الدراسات العليا والبحوث

- د/ هاني محمد علي : المدرس بقسم الصحافة- كلية الإعلام- جامعة القاهرة

- د/ محرز غالي: المدرس بقسم الصحافة- كلية الإعلام- جامعة القاهرة

- أ/ سعيد عبده: رئيس مجلس إدارة اتحاد الموزعين العرب ومدير شركة توزيع أخبار اليوم.

(٣٨) مقابلة مع أ. / سعيد عبده: رئيس مجلس إدارة اتحاد الموزعين العرب ومدير شركة توزيع

أخبار اليوم بمكتبه بمؤسسة أخبار اليوم، ١٤/٥/٢٠١٢م.

(٣٩) مقابلة مع أ. / أحمد علاء عفيفي: مدير عام الإدارة العامة للتوزيع بمؤسسة الأهرام بمكتبه

بمؤسسة الأهرام، ٢٠/٥/٢٠١٢م.

(٤٠) مقابلة مع أ. / سعيد عبده: مصدر سابق.

(٤١) مقابلة مع أ. / أيمن النجار: مدير عام شركة التوزيع المتحدة لجريدة الجمهورية، بمكتبه بقصر النيل، ٢٢/٥/٢٠١٢.

(٤٢) مقابلة مع أ. / أحمد علاء، مصدر سابق.

(* للإجابة عن هذا السؤال اختار كل مبحوث أكثر من بديل والنسبة المئوية محسوبة من إجمالي

عدد الموزعين عينة الدراسة (١٠٠) موزع.

(٤٣) مقابلة مع أ. / سعيد عبده، مصدر سابق.

(٤٤) مقابلة مع أ. / أيمن النجار، مصدر سابق.

(٤٥) مقابلة مع أ. / أحمد علاء، مصدر سابق.

(٤٦) مقابلة مع أ. / أيمن النجار، مصدر سابق.

ملحق الدراسة:

جدول رقم (٨)

يوضح أكثر الجرائد توزيعاً من وجهة نظر الموزعين عينة الدراسة

الترتيب	الوزن المرجح		الخامس		الرابع		الثالث		الثاني		الأول		الترتيب الجرائد
	الوزن المئوي	النقاط	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٢	٢١,١٣	٣٠٧	١,٠٥	٤	٤,٤	١٧	٤,٦٤	١٨	٦,٤٨	٢٥	٥,٩٦	٢٣	الأخبار
٣	٢٠,٩٢	٣٠٤	١,٠٥	٤	٤,٦٦	١٨	٤,٦٤	١٨	٤,٤٨	٢٥	٥,٧	٢٢	الأهرام
٤	١١,٢٢	١٦٣	٤,٧٤	١٨	٤,٤	١٧	٤,١٢	١٦	١,٨١	٧	١,٨١	٧	الجمهورية
٦	٤,٩٦	٧٢	١,٥٨	٦	-	-	٤,٩	١٩	٠,٢٦	١	٠,٢٦	١	المساء
١	٢٤,١٦	٣٥١	٠,٧٩	٣	٢,٠٧	٨	٢,٨٤	١١	٥,٤٤	٢١	١١,١	٤٣	المصري اليوم
٥	٥,٧١	٨٣	٤,٢١	١٦	٣,١١	١٢	٠,٧٧	٣	١,٥٥	٦	٠,٥٢	٢	الشروق
٧	٢,٥٥	٣٧	٢,٣٧	٩	١,٣	٥	٠,٥٢	٢	٠,٧٨	٣	-	-	اليوم السابع
٨	١,٤٥	٢١	١,٨٤	٧	١,٣	٥	-	-	٠,٢٦	١	-	-	الحرية والعدالة
١٠	٠,٨٩	١٣	٠,٧٩	٣	٠,٧٨	٣	-	-	٠,٢٦	١	-	-	الوطن
٧	٢,٥٥	٣٧	١,٠٥	٤	١,٥٥	٦	٠,٧٧	٣	٠,٧٨	٣	-	-	التحرير
١١	٠,٧٦	١١	٠,٧٩	٣	-	-	-	-	٠,٥٢	٢	-	-	الفجر
١٢	٠,٦٩	١٠	٠,٧٩	٣	-	-	٠,٢٦	١	٠,٢٦	١	-	-	الوفد
١٣	٠,٦٢	٩	-	-	٠,٢٦	١	٠,٢٦	١	٠,٢٦	١	-	-	صوت الأمة
١٤	٠,٣٤	٥	٠,٢٦	١	-	-	-	-	٠,٢٦	١	-	-	اليوم
١٥	٠,٢١	٣	-	-	-	-	٠,٢٦	١	-	-	-	-	الموجز
١٥	٠,٢١	٣	-	-	-	-	٠,٢٦	١	-	-	-	-	المساء الرياضي
١٥	٠,٢١	٣	٠,٢٦	١	٠,٢٦	١	-	-	-	-	-	-	المصريون
١٨	٠,٠٧	١	٠,٢٦	١	-	-	-	-	-	-	-	-	الرحمة
١٦	٠,١٤	٢	-	-	٠,٢٦	١	-	-	-	-	-	-	العربي
٩	١,٠٣	١٥	٠,٥٣	٢	٠,٥٢	٢	٠,٧٧	٣	-	-	-	-	الدستور
١٧	٠,١٤	٢	٠,٥٣	٢	-	-	-	-	-	-	-	-	الأهرام المسائي
١٩	٠,٠٧	١	٠,٢٦	١	-	-	-	-	-	-	-	-	الغد
١٤٥٣												مجموع الأوزان	

جدول رقم (٩)

يوضح أكثر المجالات توزيعاً من وجهة نظر الموزعين عينة الدراسة

الترتيب	الوزن المرجح		الخامس		الرابع		الثالث		الثاني		الأول		الترتيب المجلات
	الوزن المئوي	النقاط	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٥	٥,٩٠	٦٦	٠,٢٦	١	-	-	٠,٢٦	١	٣,٣٧	١٣	٠,٥٢	٢	أخبار الرياضة
١	١٤,٠٣	١٥٧	٠,٥٣	٢	١,٥٥	٦	٠,٧٧	٣	٠,٢٦	١	٦,٧٤	٢٦	الإذاعة والتلفزيون
٦	٤,٦٥	٥٢	٠,٥٣	٢	٠,٧٨	٣	٠,٢٦	١	١,٠٤	٤	١,٣٠	٥	الشباب
٢	٧,٤٢	٨٣	٠,٢٦	١	٠,٥٢	٢	١,٠٣	٤	١,٠٤	٤	٢,٥٩	١٠	زهرة الخليج
٣	٦,٨٨	٧٧	٠,٥٣	٢	٠,٢٦	١	٢,٥٨	١٠	٠,٥٢	٢	١,٨١	٧	أخبار النجوم
٣١	٠,٧١	٨	-	-	-	-	٠,٢٦	١	-	-	٠,٢٦	١	لغة العصر
٣٣	٠,٥٤	٦	٠,٢٦	١	-	-	-	-	-	-	٠,٢٦	١	الوعي الإسلامي
٣٦	٠,٤٥	٥	-	-	-	-	-	-	-	-	٠,٢٦	١	الأهلى
٣٧	٠,٤٥	٥	-	-	-	-	-	-	-	-	٠,٢٦	١	مجلة الأزياء
١٥	١,٩٧	٢٢	٠,٢٦	١	٠,٥٢	٢	٠,٢٦	١	٠,٢٦	١	٠,٥٢	٢	حرיתי
١٩	١,٦١	١٨	-	-	٠,٢٦	١	٠,٢٦	١	٠,٥٢	٢	٠,٢٦	١	الأزهر
٢٦	٠,٨٠	٩	-	-	٠,٥٢	٢	-	-	-	-	٠,٢٦	١	سيتي
٨	٣,٧٥	٤٢	٠,٧٩	٣	٠,٧٨	٣	٠,٧٧	٣	٠,٢٦	١	١,٠٤	٤	المصور
٢٣	١,١٦	١٣	-	-	٠,٢٦	١	٠,٥٢	٢	-	-	٠,٢٦	١	الأهرام الرياضي
١٢	٣,١٣	٣٥	٠,٢٦	١	٠,٢٦	١	٠,٥٢	٢	١,٠٤	٤	٠,٥٢	٢	الحوادث
٤	٦,٧٩	٧٦	٠,٧٩	٣	١,٠٤	٤	٠,٧٧	٣	٢,٣٣	٩	١,٠٤	٤	روز اليوسف
١٤	٢,٠٦	٢٣	-	-	٠,٢٦	١	٠,٥٢	٢	-	-	٠,٧٨	٣	لها
١٣	٢,٥٠	٢٨	٠,٢٦	١	٠,٥٢	٢	٠,٥٢	٢	٠,٧٨	٣	٠,٢٦	١	الكواكب
٢١	١,٤٣	١٦	٠,٥٣	٢	٠,٢٦	١	٠,٢٦	١	٠,٢٦	١	٠,٢٦	١	كلام الناس
٢٣	١,١٦	١٣	-	-	٠,٢٦	١	٠,٥٢	٢	-	-	٠,٢٦	١	كلمتنا
١٦	١,٨٨	٢١	٠,٢٦	١	٠,٥٢	٢	٠,٢٦	١	٠,٥٢	٢	٠,٢٦	١	حواء
٩	٣,٦٦	٤١	٠,٧٩	٣	٠,٧٨	٣	٠,٧٧	٣	٠,٥٢	٢	٠,٧٨	٣	الحجاب
١١	٣,٣١	٣٧	٠,٢٦	١	٠,٧٨	٣	٠,٧٧	٣	١,٠٤	٤	٠,٢٦	١	آخر ساعة
٧	٣,٨٤	٤٣	٠,٧٩	٣	٠,٥٢	٢	١,٢٩	٥	١,٠٤	٤	٠,٢٦	١	نصف الدنيا
٣٤	٠,٥٤	٦	٠,٥٣	٢	-	-	-	-	٠,٢٦	١	٠,٠٠	-	علاء الدين
١٠	٣,٦٦	٤١	٠,٥٣	٢	١,٠٤	٤	١,٢٩	٥	١,٠٤	٤	٠,٠٠	-	ميكى

٢٤	١,٠٧	١٢	٠,٢٦	١	٠,٥٢	٢	٠,٢٦	١	٠,٢٦	١	٠,٠٠	-	البيت
٢١	١,٣٤	١٥	٠,٥٣	٢	٠,٢٦	١	٠,٢٦	١	٠,٥٢	٢	٠,٠٠	-	شاشتي
٣٨	٠,٤٥	٥	٠,٢٦	١	-	-	-	-	٠,٢٦	١	٠,٠٠	-	الديمقراطية
٢٠	١,٥٢	١٧	٠,٢٦	١	٠,٢٦	١	٠,٥٢	٢	٠,٥٢	٢	٠,٠٠	-	أكتوبر
٣٩	٠,٣٦	٤	-	-	-	-	-	-	٠,٢٦	١	٠,٠٠	-	النور
١٧	١,٨٨	٢١	-	-	٠,٢٦	١	٠,٢٦	١	١,٠٤	٤	٠,٠٠	-	التوحيد
٢٨	٠,٧١	٨	٠,٢٦	١	-	-	٠,٢٦	١	٠,٢٦	١	٠,٠٠	-	آخر موضة
١٨	١,٧٩	٢٠	١,٠٥	٤	٠,٧٨	٣	٠,٥٢	٢	٠,٢٦	١	-	-	العربي الكويتية
٢٩	٠,٧١	٨	٠,٥٣	٢	٠,٢٦	١	-	-	٠,٢٦	١	-	-	هو و هي
٤١	٠,٢٧	٣	-	-	-	-	٠,٢٦	١	-	-	-	-	الأهرام الاقتصادي
٢٧	٠,٨٠	٩	-	-	-	-	٠,٧٧	٣	-	-	-	-	قطر الندى
٢٥	٠,٨٩	١٠	٠,٥٣	٢	٠,٢٦	١	٠,٥٢	٢	-	-	-	-	أميرات
٣٢	٠,٦٣	٧	-	-	٠,٥٢	٢	٠,٢٦	١	-	-	-	-	فلاش
٣٠	٠,٧١	٨	٠,٢٦	١	٠,٥٢	٢	٠,٢٦	١	-	-	-	-	ماجد
٣٥	٠,٥٤	٦	٠,٢٦	١	٠,٢٦	١	-	-	-	-	-	-	صباح الخير
٤٤	٠,٢٧	٣	٠,٢٦	١	٠,٢٦	١	-	-	-	-	-	-	السياسة الدولية
٤٠	٠,٣٦	٤	٠,٥٣	٢	٠,٢٦	١	-	-	-	-	-	-	ويني الدوبوب
٤٥	٠,١٨	٢	-	-	٠,٢٦	١	-	-	-	-	-	-	مجلة النصر
٤٢	٠,٢٧	٣	٠,٢٦	١	٠,٢٦	١	-	-	-	-	-	-	منبر الاسلام
٤٦	٠,١٨	٢	-	-	٠,٢٦	١	-	-	-	-	-	-	عالم الكمبيوتر
٤٣	٠,٢٧	٣	٠,٢٦	١	٠,٢٦	١	-	-	-	-	-	-	روتانا
٤٧	٠,٠٩	١	٠,٢٦	١	-	-	-	-	-	-	-	-	الدوحة
٤٨	٠,٠٩	١	٠,٢٦	١	-	-	-	-	-	-	-	-	طبيبك الخاص
٤٩	٠,٠٩	١	٠,٢٦	١	-	-	-	-	-	-	-	-	ستلايت
٥٠	٠,٠٩	١	٠,٢٦	١	-	-	-	-	-	-	-	-	المطبخ
٥١	٠,٠٩	١	٠,٢٦	١	-	-	-	-	-	-	-	-	سمير
٥٢	٠,٠٩	١	٠,٢٦	١	-	-	-	-	-	-	-	-	الموعد
		١١١٩											مجموع الأوزان