

## التناقض بين التحرير والاعلان فى الصحيفة

### وتأثيره فى الرأى العام

دكتور

عبدالوهاب أحمد محمد كحيل  
أستاذ مساعد - قسم الصحافة  
كلية الآداب بسوهاج  
جامعة أسيوط

مقدمة :

الحمد لله رب العالمين. والصلوة والسلام على سيدنا محمد  
رسول الله الكريم .

أما بعد :

فهذه دراسة اعلامية حول موضوع " التناقض بين التحرير  
والاعلان فى الصحيفة وتأثيره فى الرأى العام " .

أقصد بها محاولة تقديم وجهة نظر حول أهمية التناقض  
الصحفى بين مضامين الصحيفة . بمعنى الاتساق والتناسق بين  
موضوعاتها . حتى تخرج للقارىء فى صورة مضمون متلائم متناسق . رغم  
تعدد أشكاله التحريريه . أو بمعنى أدق أن تخرج فى وحده موضوعية  
قوية . تحقق أهدافها ، جهة الرأى العام من حيث اثاره القضايا  
والموضوعات المفيدة . ثم اثناء المناقشات بين أفراد وجماعات  
المجتمع بغية تكوين رأى عام صائب واضح ثابت تجاه القضايا  
والمشكلات الموجودة فى المجتمع .

أ - أهمية الدراسة وأسباب اجرائها :

يرجع السبب الأساسى فى اختيار هذا الموضوع كـمحل

للبحث والدراسة الى ملاحظته من وجود تناقض بين المضامين التى تحتوى عليها الاشكال التحريرية الصحفية من ناحية وبين الرسائل الاعلانية الصحفية من ناحية أخرى. والتى من المفروض أنها تصدر عن موعسة صحفية لها اتجاه محدد. وسياسة اعلامية واضحة المعالم ، تتسم بالتوافق والتلاوم. مما ينتج عنه وحدة موضوعية بين المضامين التى تحتوى عليها الأشكال التحريرية المختلفة بما فيها الاعلان والتى تتكون منها الصحيفة .

فالصحيفة هى وسيلة اعلامية تحمل رسالة اعلامية كبرىه تحتوى على مجموعة من الرسائل الاعلامية بداخلها . كل رسالة من هذه الرسائل سواء كانت خبرا أو تحقيقا أو حديثا صحفيا أو مقالا افتتاحيا أو عمودا أو رسالة اعلانية . المفروض انها تتكامل مع بعضها فى انسجام واتفاق لتكون الرسالة الاعلامية الكبيرة التى تريد الموعسة الصحفية باعتبارها " مرسل " أن توجهها الى الجمهور القارىء باعتباره " مستقبل " لتحدث تأثيرا معينا يوءدى فى حالة حدوثه الى احداث رد الفعل المطلوب سواء كان جهة الصحيفة أو عن طريق ظهوره منعكسا على أفكار واتجاهات وتصرفات القراء ازاء المواقف والأحداث والقضايا .

ومما يدل على أن الصحيفة يجب أن تمثل وحده موضوعية واحدة ذات اتجاه محدد من بدايتها الى نهايتها ذلك التساوع الذى ساقه الأستاذ جلال الدين الحمامسى فى احدى دراساته المبكره حيث يقول " أليست الصحف كلها من نوع واحد ؟ . ثم يجيب عن ذلك قائلا " الواقع أن الأمر ليس كذلك. لأن الصحف اليومية ليست كلها مما يصح أن يوضع فى سلة واحدة من حيث ماتقدمه للقراء من ماده . أو من حيث الاسلوب الذى تكتب أو تقدم به هذه المادة الصحفية . انها قد تتشابه فى الشكل الفنى العام ، ولكنها حتما تختلف فيما هو

وراء هذا الشكل العام .

ذلك لأن الصحف اليومية - فى كافة انحاء العالم - كانت ومازالت وستظل دائما تخضع الى تقسيم فرضته المبادئ الصحفية التى تسير عليها هذه الصحف . فهناك ما أطلق عليه اسم " الصحف المحافظة " وعلى الطرف الآخر من خط التقسيم الصحفى تقف الصحيفة التى اصطلح تسميتها " بالصحف الشعبية " وفى مكان ما من هذا الخط تقف بعض الصحف الوسط تنظر أحيانا ذات اليمين متتبعة سياسة الصحف المحافظة ، ولاتتردد كذلك فى أن تنظر ذات اليسار فتمزج الموسيقى الكلاسيكية بموسيقى الجاز، وتحاول أن ترضى بهذا المزيج نوعا من القراء لا يضايقه أن يستمع الى هذا النوع من "السلطة الموسيقية" .

وهكذا يتضح من هذا التقسيم أن هناك ثلاث مدارس صحفية ولكل مدرسة برنامجها التنفيذى الذى تطبقه بحذافيره . ولها أهداف الانصار الذين يرتاحون الى ما فى هذه البرامج من مادة صحفية (١) .

وتأسيسا على ما مضى فانه فى حالة وجود تناقض بين مضامين أشكال التحرير الصحفى من ناحية ومضامين الرسائل الاعلانية الصحفية من ناحية أخرى فى الصحيفة الواحدة فان هذا الأمر يدعو الى الدهشة ويدفع الى الدراسة . نظرا لما يثيره . من تساؤلات فى ذهن الباحث . ويدفعه الى تتبع الآثار التى يمكن أن تنجم عن هذا التناقض ، وأن تترتب عليه ذلك أنه بلاشك قد يوقع القارئ فى حيره وتدفعه الى البلبلة الفكرية بل أنها توعدى بالتالى الى تشويه الرأى العام كله وتجعله غير واضح .

---

(١) جلال الدين الحمامسى ، من الخبر الى الموضوع الصحفى (القاهرة دار المعارف ، ١٩٦٥) ص ١٧ ، ١٨ .

ان هذه البلبلة وهذا التشويه للرأى العام يمكن أن يحدث فى حالة وجود تناقض بين المضامين التى تحتوى عليها بعض الصحف الصادرة فى دولة واحده أو مجتمع واحد له قضايا موحدته فما هو الحال اذا وجد التناقض بين المضامين التى تحتوى عليها الصحيفة الواحدة التى تصدر لجمهور متقارب السمات والاتجاهات والافكار والاهتمامات داخل المجتمع ان الأمر بالتأكيد سيكون أكثر خطورة على الرأى العام وطريقة تكوينه ومن هنا كانت أهمية دراسة هذا الموضوع.

ذلك أن الصحافة مهمتها اجلاء الغموض حول الحقائق وتوضيح القضايا المثارة أمام الرأى العام . وهى كما يوجزها الدكتور ابراهيم امام " ان الفن الصحفى الناضج هو الذى يبسط دون تشويه , ويجسد دون مبالغة . ويصور دون مغالاة . ويحدث الجماهير دون اسفاف (١) .

#### ب - أهداف الدراسة :

ومن هنا فاننى قد اعتمدت فى اجراء هذه الدراسة بوصفها دراسة استكشافية على اعطاء نماذج وأمثلة لهذا التناقض بين التحرير والاعلان فى الصحيفة الواحدة وذلك من خلال بعض الصحف المصرية اليومية الصباحية حديثة الصدور والتى أرى أنها من أكثر الصحف اعتدالا فى اشارة قضايا الرأى العام ومناقشتها . كما أرى أنها من أكثر الصحف اليومية الصباحية توزيعا . وهذا يعنى بالتالى أنها أكثر أهمية لدى القراء وأكثر تأثيرا فيهم .

وقد اخترت اعطاء هذه النماذج نظرا لأن هذا التناقض لازال يمثل منعطفا فى بدايته وتيارا لم يستشر خطره بعد . لذا قصدت بهذه الدراسة هدفين :

---

(١) ابراهيم امام ، دراسات فى الفن الصحفى (مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٧٢) ص ١٢ .

**الأول :** استكشاف بُعد هذا التناقض ومداه حيث لاحظته من خلال قراءتى للصحف اليومية فأردت بهـذه الدراسة الاستكشافية أو الاستطلاعية أن أسبر غوره وأتعرف على أبعاده .

**الثانى:** أن نلفت نظر القارئ على أمر هذه الصحف الى أهمية وخطورة التناقض بين التحرير والاعلان على كل من الصحيفة والقراء .

وبذلك فقد رأيت أن هذه الدراسة يكفى فيها ضرب الأمثلة وعرض بعض النماذج ووفقا لما تسفر عنه من نتائج ربما تتبعها دراسه أو دراسات تحليلية وأخرى ميدانية .

#### ج - نوع الدراسة :

والدراسة من نوع الدراسات الاستطلاعية التى تعنى بكشف الحقائق حول هذا الموضوع بغية اجراء دراسات أخرى أكثر استفاضة فى هذا المجال .

#### د - محتويات الدراسة :

وقد اشتملت هذه الدراسة على مقدمة وأربعة مباحث .  
عرض المبحث الأول للمفهوم المستخدم فى الدراسة والخاص بمفهوم الأشكال التحريرية الصحفية والتحرير الصحفى والاعلان الصحفى، كما سنستخدمه فى الدراسة ليكون واضحا مانقصده منذ البداية .

أما المبحث الثانى فقد عرض لأهمية الأشكال التحريرية الصحفية سواء كانت موضوعات تحريرية أو رسائل اعلانية- فى التأثير فى رأى العام من أهمية الصحافة فى هذا المجال عامة، ثم أهمية التحرير من حيث هو موضوعات اعلامية، وأخيرا لأهمية الاعلان فى

تكوين وتوجيه الرأي العام واستقراره فى المجتمع.

والمبحث الثالث عرضنا فيه للوحدة الموضوعية بين  
التحرير والاعلان مع بيان لأهميته من ناحية ومدى خطورته من ناحية  
على الرأي العام .

وعرض المبحث الرابع لنماذج وأمثلة من التناقض بين  
التحرير والاعلان فى الصحيفة الواحدة .

واستخلصنا أخيرا نتائج هذه الدراسة وتوصياتها . ثم عرضنا  
لقائمة بأهم المراجع والمصادر .

## المبحث الأول

### المقصود بالتحريز الصحفى والاعلان الصحفى " الأشكال التحريرية الصحفية " \*

تختلف عملية الكتابة بمفهوما اللغوى العام أو الواسع والمستخدم غالبا فى التأليف أو الأدب أو الشعر أو حتى النقل أو غيره عن المفهوم المقصود حينما نتحدث عن عملية التحرير فى مجال الاعلام سواء الصحافة أو غيرها من فنون الاعلام المختلفة .

فكتابة الخبر هى افراغه فى القالب الكتابى . ونقله من الفكره الى باب التدوين على الورق ، وفقا لأساليب الصياغة الاعلامية . أما تحرير الخبر مثلا فيعنى مراجعته مع احتمال اعاده كتابته ووضع العنوانات الملائمة له واعداده للنشر أو الاذاعة فى المكان الملائم له من الصحيفة أو نشرة الاخبار .

ومع ذلك فان عملية التحرير الاعلامى تشمل الكتابة كعنصر من عناصرها وجزئية من جزئيات الكسل التحريرى لابرار معطيات الشكل والمضمون فى الكيان التحريرى كروعا واتصال . وهذه العملية التحريرية يتداخل فيها التفسير والتحليل والتقويم وهذه العوامل الثلاثة هى السبيل الذى يسلكه المحرر الاعلامى فى طريقه الى الاستكشاف وتكوين الروعا ، التى تغدو بدورها أهم أسباب نجاح العملية الاتصالية الأم التى يعتبر التحرير جزءا لا يتجزأ منها .

\* هذا المفهوم خاص بهذه الدراسة . وقد وضحته منذ البداية ليكون استعماله فى ثنايا البحث واضحا ، ومحددا لسهولة تفهم المقصود بهذه الدراسة .

والعلاقة بين التحرير والكتابة تشبه من قريب علاقة التفكير بالكلمات. فان الاعلام لا يتم بدون تحرير الرسالة الاعلامية المقصود نقلها وتلقيها. كما أن التفكير لا يتم من غير استخدام للرموز. فالتحرير كعملية تشمل التفكير والتعبير، يعنى بصياغة الافكار من خلال الرموز، سواء كانت الرسالة الاعلامية مسموعة أو مطبوعة فانها تنقل الافكار والمعلومات والحقائق من خلال الرموز ليتلقاها الآخرون، بالأذن أو بالعين أو بهما معا (١).

وبذلك يصبح واضحا أن المقصود بالتحرير الاعلامى ليس فقط هو عملية الكتابة المعروفة أو المألوفة فى كل من مجالات الحياة، وانما هى فهم الموضوعات واستيعابها وتحليلها وتفسيرها وتقويمها وعرض كل ذلك للقارئ بما يتلاءم مع طريقة تفكيره.

وقد أشار الدكتور ابراهيم امام الى أهمية مراعاة الجمهور عند القيام بعملية التحرير الاعلامى من خلال الفن الصحفى، حيث يذكر أن " الفن الصحفى هو طريقة تفكير وروعية خاصة متميزة للحياة فالصحفى ينظر دائما الى جمهوره ويقرر اذا ماكان قادرا على فهم مايقول أو غير قادر على ذلك وهو لذلك يضى على عمله الفنى أبعادا ماكان ليضيفها عليه، لولا هذه النظرة العملية للجمهور. ان الفن الصحفى هو جعل الاحداث والمعلومات والثقافة بل والفلسفة والعلم فى متناول الجميع. بطريقة واضحة مشوقة درامية " (٢).

وعلى ذلك فاننا يمكن أن نخلص الى أن مانقصه بالتحرير الاعلامى يتفق تماما مع تعريف الدكتور عبد العزيز شرف وهو " فن

---

(١) عبدالعزيز شرف، فن التحرير الاعلامى (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨٠) ص٤٦.

(٢) ابراهيم امام، مرجع سابق، ص ٢٧.



تطبيق الكلام المناسب للموضوع وللحالة وللوسيلة الاعلامية على حاجة القارئ أو السامع" (١) .

فكل موضوع له طريقه فى التحرير يتفق فى جوهره ومضمونه ، وكل وسيلة لها طريقة فى التحرير يتفق مع تقنياتها وطريقة العمل فيها فالطباعة والمطبعة والكلمة المكتوبة والمساحة فى الصحيفة تختلف عن الكلمة والميكروفون وعنصر الزمن فى الراديو وهذا وذاك يختلفان عن التليفزيون. كما أن الجمهور المستقبل له دوره البارز والمؤثر فى عملية التحرير الاعلامى حيث لابد من مراعاته بدقة لأنه المستهدف المستهدف فى النهاية .

أما اذا انتقلنا الى تطبيق ذلك المفهوم السابق على مختلف ماتقدمه الصحيفة من مواد تعرضها على القارئ ليصبح المصطلح " الأشكال التحريرية الصحفية " فان المعنى به كل ماده من هذه المواد التى تعرضها الصحيفة على أنها شكل من أشكال التحرير . بمعنى أن الخبر شكل من أشكال التحرير الصحفى . والمقال الأفتتاحى شكل من أشكال التحرير الصحفى . والعمود الثابت شكل من أشكال التحرير الصحفى . والتحقيق الصحفى شكل من أشكال التحرير الصحفى . والحديث الصحفى شكل من أشكال التحرير الصحفى . والريبورتاج والماجريات من أشكال التحرير الصحفى ورسائل القراء حيث أنها تصنف ويقروءها صحفى متخصص ويقوم بالرد عليها . وهى فى عملية مرورها بالانتقاء والقراءة والتحليل والرد على شياها كونها تخضع لذلك فهى من أشكال التحرير الصحفى أيضا . والرسوم والكاريكاتير من أشكال التحرير الصحفى .

وتعتبر الاعلانات الصحفية على اختلاف أنواعها شكلا من أشكال التحرير الصحفى الهامة والمؤثرة فى جمهور القراء ، وذلك من

(١) عبد العزيز شرف ، مرجع سابق ، ص ٨٤ .

خلال ما تقدمه من معلومات هامه وصريحة حول المنتجات والسلع الاستهلاكية وأماكن وجودها . وأيضا طرق استعمالها وما توجهه من نداءات وارشادات وتوجيهات ونحو ذلك مما سبق الحديث عنه .

وترجع أهمية الاعلان أيضا الى أنه من عوامل كسر الملل وتخفيف الحدة فى الصحيفة بما يقدمه من صور ورسومات وألوان جذابه وهى بذلك واحدة من أهم الأشكال التحريرية الصحفية المؤثرة فى القارىء .

غير أننا نفضل بين التحرير الصحفى والاعلان الصحفى فى حديثنا فى هذه الدراسة لتوضيح المعانى المقصوده فيه .

كل شكل من أشكال التحرير الصحفى هذه يخضع للمفهوم السابق لكلمة التحرير الاعلامى . حيث يجب أن تتألف كل أشكال التحرير هذه معا لتقدم للقارىء فى صورة متكاملة رسالة اعلامية مفيدة له . تشرى معلوماته . وتزيده وعيا بالقضايا والأحداث والمواقف المحيطة به بصورة مباشرة أو غير مباشرة . مما يجعله يهتم بهذه القضايا ثم من خلال ذلك تقوم بتدعيم اتجاهاته لتساعده على تكوين رأى يسهم فى تكوين الرأى العام للمجتمع .

والذى أدى الى تنوع التحرير الاعلامى فى صورة أشكال مختلفة انما هو الهرب من الملل . فالصحافة تقدم للقارىء بصورة دورية غالبا ماتكون يومية . وهو يدفع ثمننا للحصول عليها . اذن لابد أن تصله فى صورة جذابة فلو أن الصحيفة كلها شكل واحد . كأن تكون أخبارا - مثلا - أو أحاديث صحفية ، لكانت ثقيلة على نفس وعين القارىء . كما أنها تصبح مملة مما يدفع معظم القراء الى العزوف عنها . والعكس هو المطلوب أن تحصل الصحيفة على عدد أكبر من القراء الجدد كلما

توالت فى الصدور . ولا يتأتى هذا الا عن طريق تنوع واختلاف الاشكال  
التحريرية فى الصحيفة . وتقديمها للقارىء ما يفيد فى شكل متناسق  
مترابط يتسم بالوحده الموضوعية .

## المبحث الثانى

ممم

### أهمية الأشكال التحريرية والاعلانية الصحفية

#### فى التأثير فى الرأى العام

ممممم

يتضمن هذا المبحث استعراض سريع لأهمية الصحافة بمكوناتها من تحرير بأشكاله المختلفة . و اعلان على مختلف أنواعه وأهدافه ، فى عملية تكوين الرأى العام لدى قرائها . ذلك أن الصحفيه تعتبر كما هائلا من المعلومات المتنوعة والجذابة ، والتي لايمكن اغفال تأثيرها فى القارىء . فهى تمده بالمعلومات . وتثرى أفكاره بما تعرضه عليه من القضايا التى تحتاج الى التأمل والتفكير . وتجمع له الاخبار والمعلومات من كل مكان فى العالم لتجعلها بين يديه بصورة متجدده غالبا ماتكون يومية . ثم هى تدفع اليه بأخبار السلع والمنتجات ومتطلبات السوق من سلع ووظائف وغيرها من خلال ماتنشره من الرسائل الاعلانيه . فهى فى حد ذاتها أشكال تحريرية أقرب ماتكون فى صورة الأخبار الواضحة والصريحة للدعاية عن سلعة أو منتج معين . أو طلب معين ، وهى من خلال هذا وذاك تلعب دورا فعلا وموعثرا فى عمليات تكوين الرأى العام وامكانية التحكم فى اتجاهاته والتأثير عليه .

وليست الصحفيه هى الموعثر الوحيد على الرأى العام فى هذا العصر . بل ليس الاعلام كله بمختلف وسائله هو الموعثر الوحيد أيضا على الرأى العام فى هذا العصر . وانما وسط هذه الثوره التكنولوجيه الهائلة التى نعيشها هناك العديد من الموعثرات فالتعليم المتطور من أكبر الموعثرات . ومعايشة الانسان لمختلف وأشكال وأساليب الحضارة من استخدام الكهرباء ووسائل الاتصالات السلكية واللاسلكية ، ووسائل المواصلات السريعة سواء برية أو جوية

أو بحرية أيضا من أكبر الموعثرات .

كل هذه الموعثرات الأخرى وغيرها أدت الى توافر المعلومات . والى زيادة تطلعات الأفراد وطموحاتهم فى كل مجتمع من المجتمعات وهذه بدورها من أكبر عوامل تكوين الرأى العام . لأنها تدفع الى مناقشة القضايا المحلية المثارة تأسيا بما يراه الانسان أو يسمع عنه فى المجتمعات الأخرى من تغيرات وتطورات . ولا أدل على ذلك من اندفاع معظم الدول الشيوعية والاشتراكية الى اعادة النظر فى أوضاعها وسياساتها فور اعلان الرئيس السوفيتى ميخائيل جورباتشوف لسياسة الاصلاح التى تسمى " البروسترويكا " وحدث ماحدث بعدها فى الاتحاد السوفيتى نفسه من اجراءات داخلية . ثم توالى الأحداث منتقلة الى رومانيا ومختلف دول أوربا الشرقية ثم محاولة بعض جمهوريات الاتحاد السوفيتى الاستقلال وهكذا . كل ذلك من جراء تأثر الرأى العام فى هذه الدول بالقضايا التى يقف عليها مما يدفعه الى المناقشة واتخاذ المواقف .

ومع كل هذه الموعثرات وقوتها وعدم امكانية اغفال دورها الا أننا نجد أن الاعلام يقف بارزا بين هذه الموعثرات باستمراريته وبريقه وحيويته وحميميته . وأساليبه الجذابة وتنافس وسائله فى تقديم أكبر كم ممكن من المعلومات فى أسرع وقت ممكن وبأدق صورته مدليا على ذلك بالأسانيد والوقائع الحية مستخدما أكثر الأساليب تنوعا لجذب المستقبل . ومن هنا كانت أهمية الاعلام فى التأثير على الرأى العام فهو يشترك مع غيره من الموعثرات فى الدقة واستخدام التكنولوجيا المتقدمة . ويتفوق على هذه الموعثرات فى السرعة وامكانية استخدام الأساليب الجذابة والمتنوعة التى تتناسب وتتماشى مع الزمن والمكان والجمهور والمضمون أيضا .

ولايمكن القول مع ذلك بأن الاعلام يخلق الرأى العام من

العدم . بمعنى أنه يطرح قضية لوجود لها . لا أهمية لها فى المجتمع ثم يدفع الجمهور الى مناقشتها ثم اتخاذ موقف يمثل رأيا عاما بالنسبة لهذه القضية . ومن قال ذلك فان هذا ادعاء باطل . ولا أساس له من الصحة . وانما الرأى العام يساعد على تكوين الرأى العام ويوجهه بمعنى أنه ينقل القضايا المثارة بالفعل من مكان الى مكان أو من مجتمع الى مجتمع سواء كان المجتمع دوليا أو غير ذلك . ثم عن طريق الأشكال التحريرية المختلفة كالمقالات والأحاديث والآراء يثير المناقشات وتقليب الآراء حول هذه القضايا ويوعى ذلك الى ظهور الرأى العام فى صورة من صورته . كما يمكن أن يغير الاعلام صور الرأى العام فيحول أو بالأحرى يوجه الرأى العام الكامن الى أن يصبح ظاهرا أو فعليا . ويوجه رأى الأقلية لأن يصبح رأى أغلبية أو العكس . وبذلك فالاعلام يساعد على تكوين الرأى العام . لأن القضايا ان لم تكن موجودة ولها أهمية لدى أفراد المجتمع فلن يهتموا بها . ولن يناقشوها ولن يتخذوا منها موقفا نهائيا واضحا . كما أن الاعلام يساعد من ناحية أخرى على ادخال طائفة جديدة من المواطنين الى حيز المهتمين بقضايا الرأى العام عن طريق تعرضهم للمعلومات التى يبثها الاعلام بوسائله المختلفة . وأيضا عن طريق أولئك المهتمين بالرسائل الاعلانية ومطالعتها فعن طريق التعرض للمضمون التحريرى والاعلانى هم يصبحون من المهتمين بالقضايا المطروحة ويصبحون من المناقشين ثم من المكونين للرأى العام .

وإذا كنا بصدد التحدث عن الأشكال التحريرية والاعلانية الصحفية فى التأثير فى الرأى العام فاننا سوف نتناول فى البداية أهمية التحرير الصحفى بأشكاله المختلفة . وأهميته بالنسبة للرأى العام ومدى تأثيره فيه ثم نتناول أهمية الرسائل الاعلانية من حيث المتن الاعلانى والصور والرسوم والمضمون بصفة عامة ، وأهمية ذلك

بالنسبة للرأى العام ومدى تأثيره فيه .

### ١- أهمية الصحافة فى التأثير فى الرأى العام :

تعتبر الصحافة من أهم وسائل الاعلام فى التأثير على الرأى العام . فرغم كل مانراه الآن ونعايشه من التدفق الحر والبث المباشر للمعلومات والأخبار عبر الموجات القصيرة والأقمار الصناعية الستى تجتاح العالم من أقصاه الى أقصاه فى نفس الوقت . ومايلزم ذلك من كل وسائل الجذب والاغراء لجمهور المستقبلين الا أن الصحافة لها تأثيرها الواضح على الرأى العام وقد عرض لذلك الدكتور عبد اللطيف حمزه بوضوح حيث يذكر أن " الصحافة أقدر من غيرها على التأثير فى الجمهور . وهى بلاشك أقوى فى هذه الناحية من الاذاعة والخطابة . بل هى أخطر منهما فى الوصول الى هذه الغاية والسبب فى ذلك أن الصحيفة تستطيع بخلاف الخطب والاذاعة أن تدعو الى فكرة من الأفكار أو رأى من الآراء، وأن تكرر هذه الدعوة يوماً بعد يوم بصور مختلفة . والصحيفة بهذا التكرار أشبه شىء بقطرات الماء التى تسقط تباعاً وباستمرار على صخرة قوية . ولا بد لها يوماً أن تخرق هذه الصخرة وقد تصل الى تحطيمها وتهشيمها فى نهاية الأمر .

غير أنه من الخطأ مع هذا وذاك أن نعتقد أن الصحافة تصنع الرأى العام بكل ما فى هذه الكلمة من معنى فان الأولى من ذلك أن يقال أن الصحافة تأخذ من هذا الرأى وتعطى . توعثر وتتأثر به . تقود الشعب وتنقاد له . توجه الحكومات وتلقى توجيهاتها، وهكذا .

ومن ثم نجد الفرق واسعا بين الرأى العام فى أمة متعلمة ناهضة واعية . والرأى العام فى أمة جاهلة نائمة متغافله .

الأولى : تستطيع الاستفادة من الصحافة أو بعبارة أخرى توعثر فيها وتتأثر بها .

**الثانية :** عاجزة عن الانتفاع بالصحافة . ولادخل لها تقريبا  
فى تكوين الرأى العام الذى تعنى به الصحيفة .<sup>(١)</sup>

وإذا كان الاعلام كله بصفة عامة مهنته نقل الحقائق وتزويد الجماهير بالمعلومات الصحيحة فان هذه المهمة نجدها تتجسديبوضوح فى تقديم هذه الحقائق والمعلومات فى شكل مادة مطبوعة عن طريق الصحافة . هذه المادة تتمتع بصفة البقاء فى يد القارئ لوقت طويل . كما أنه يستطيع أن يعيد قراءتها أكثر من مرة . أو أن يمعن النظر فى بعض الجمل أو بعض الأفكار أو الصور لامكان فهمها بصورة أوضح أو بشكل أدق وهذه الميزة لا تتميز بها وسيلة أخرى غير الصحيفة .

فالمادة أو المضمون الذى تحمله الرسالة الاعلامية —سبر الراديو أو التليفزيون تنتهى فور الاستماع أو المشاهده . وبالتالي فان عملية اعادة الاستماع أو المشاهدة عملية تصبح مستحيلة . وهنا يمكن أن تأخذ المعلومات والأخبار منعطفا خطيرا وهو الاقتراب من شكل الشائعات . ذلك أن الذاكرة الخاصة بالمستمع أو بالمشاهد يمكن أن يلعب دورا فعالا فى عمليات التذكر أو اعادة رواية المعلومات للآخرين . ومن هنا تبدأ المعلومات والأخبار فى التعرض للتحريف عن طريق الحذف أو الزيادة سواء كان ذلك عمدا من راوى هذه المعلومات ويساعده على ذلك أن المادة الاعلامية الاصلية غير موجوده حيث هى انتهت فور بثها . وقد تكون عملية التحريف التى تتعرض لها المعلومات غير مقصودة أيضا عن طريق ضعف ذاكرة راوى هذه المعلومات ، ولا يخفى دور خبرات الفرد السابقة ومايمكن أن تلعبه عوامل التراث والبيئة والنشأة والثقافة وغيرها من التدخل فى شكل

---

(١) عبد اللطيف حمزة ، المدخل فى فن التحرير الصحفى ، ط ٢ ،  
( القاهرة : دار الفكر العربى ، ١٩٥٦ ) ص ٢٦ ، ٢٧ .



وطريقة تحريف المعلومات. وهذا كله يوعدي الى التأثير السئ فى  
الرأى العام فى النهاية. وهذا التأثير السئ أو السلبى نجد أن  
الصحافة بعيدة عنه لتقديمها للمعلومات والأخبار فى شكل مطبوع.

وربما تبادر الى الأذهان أن المادة الاعلامية المقدمة عن  
طريق الراديو أو التليفزيون يمكن الآن الاحتفاظ بها لاعادة سماعها أو  
مشاهدتها مره أو مرات عن طريق أجهزة التسجيل الصوتى أو أجهزة  
الفيديو. الا أن ذلك مردود عليه بأن عمليات التسجيل هذه قد لاتكون  
جاهزة حين يريد المستمع أو المشاهد ذلك. وربما تعثرت هـذـه  
العمليات نتيجة لانقطاع التيار الكهربائى. وربما استحال ذلك نتيجة  
لمفاجأة المادة الاعلامية للمستقبل. وربما كان فى مكان لاتوجد فيه  
أجهزة التسجيل هذه. كما أنها فضلا عن ذلك كله غير خفيفة الحمل فلا  
يمكن اصطحابها الى كل مكان. ومن هنا كان تقديم الصحافة لأشكالها  
التحريرية مطبوعة جذابة مسلية خفيفة الحمل، جاهزة للقراءة أو  
للاحتفاظ بها- دورها البارز من بين وسائل الاعلام فى التأثير فى الرأى  
العام.

ومما يزيد من أهمية الصحافة أيضا فى هذا المجال السابق  
ذكره أنها دورية أى تصدر تباعا فى أوقات محددة ثابتة "وصفة الدورية  
هى التى تميز الفن الصحفى وتؤكد خطره على الرأى العام. لأن  
الصحيفة اليومية مثلا تطرق نفوس القراء - عقولهم ومشاعرهم - مره  
كل أربع وعشرين ساعه. وهذا التكرار مع الانتظام له أثره العميق فى  
الأفهام والنفوس. فتستطيع الصحف أن تتناول نقطة واحدة من الموضوع  
كل يوم اذا ما أرادت أن تعالج موضوعا من الموضوعات فتكون على  
صلة مستمرة بالقراء، وتستطيع أن تحقق أهدافها وغاياتها (١).

---

(١) ابراهيم امام ، مرجع سابق ، ص ٢٦ ، ٢٧ .

ومع تقدم العلم وتطوره فى العصر الحديث أصبحت مشكلة  
الأمية أقل خطورة مما كانت عليه فى الماضى. ذلك أن أجيال الشباب  
التي نشأت فى عصور التحرر والاستقلال قد أصبح مكفولا لها حقوق  
التعليم المجانى. وأدى هذا بدوره الى اتساع القاعدة العريضة من  
قراء الصحف. " اذن فالصحافة أصبحت أداة سهلة لتكثيف الرأى  
العام خصوصا وأن معظم الناس لم تتهيأ لهم فرص متساوية لكى  
يتعلموا ويتثقفوا \* .

ومعنى هذا أن الصحافة غدت مدرسة الشعب ، وهى  
تستطيع - من غير شك - أن تسدى للمجتمع خدمات جلييلة . اذا ما  
أحسن توجيه القوة الخطيرة التي فى قبضتها .

نعم أن المحررين لا يصلون فى الغالب الى نفس النتائج  
التي يرجونها من وراء مقالاتهم الرئيسية. ولكن موالاة الكتابة عن فكره  
معينة فى قالب مختلف من وقت الى آخر تثبت الفكرة فى النهاية  
فى أذهان القراء<sup>(١)</sup> .

ولا يقف دور الصحافة وأهميتها فى التأثير فى  
الرأى العام عند حد تزويد جماهير القراء بالأخبار والمعلومات على  
اختلافها فقط. وانما يتعدى ذلك الى أن الصحافة هى المنبر المعبر  
عن رأى هذه الجماهير أيضا . ان الصحافة هى حق المواطنين فى  
ابداء آرائهم فى شئون المجتمع وسياسة الحكومة تعبيرا أميناً . يقوم  
على قاعدة واحدة هى الحرية والصراحة<sup>(٢)</sup> .

\* لا يختلف هذا القول مع ما ذكرناه قبله مباشرة . حيث أن  
محاولة القضاء على مشكلة الأمية يتفق مع أن معظم الناس لم  
تتهيأ لهم فرص متساوية لكى يتعلموا ويتثقفوا .

(١) حسنين عبد القادر، الرأى العام والدعاية وحرية الصحافة -

( القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية ، ١٩٥٧ ) ص ٥٠ ، ٥١ .

(٢) عبد اللطيف حمزة ، الصحافة العربية فى مصر ، ج٢ ( القاهرة : دار الفكر

غير أن هذا الدور الذى تلعبه الصحافة فى التعبير عن آراء الجماهير يجب أن يتميز بالموضوعية أيضا دون تحيز لرأى أو طرف أو طائفة من الجماهير. فكما أن الصحافة يجب أن تنقل الأخبار والمعلومات بموضوعية وصدق وأمانة ودقة فان الصحافة أيضا " كمنبر للرأى العام تقع عليها مسئولية فتح صفحاتها لمناقشة المسائل ذات الصبغة العامة دون تحيز لطرف من الأطراف ودون فرض لوجهة نظر معينة " (١) .

فالرسالة الاعلامية الصحفية اذن ليست رسالة من طرف واحد يأخذ اتجاه صب المعلومات من أعلا الى أسفل. وانما هى ذات اتجاه متبادل. حيث أنها تنقل المعلومات الى القراء كما تنقل آراء القراء واتجاهاتهم الى المسئولين والحكام وبذلك فتأثير الصحافة فى الرأى العام تأثير ايجابى متبادل مما يجعل الصحافة شيئا حيويا بالنسبة للجماهير. ويلعب دورا موعثرا فى تكوين وتوجيه الرأى العام فى المجتمع.

## ٢ - التحرير الصحفى والتأثير فى الرأى العام :

إذا كانت الصحافة بمثل هذا القدر- الذى وقفنا عليه - من الأهمية بالنسبة للتأثير فى الرأى العام سواء كان ذلك بتزويده بالمعلومات، أو كان عن طريق التعبير عنه. فان هذه الأهمية التى تتميز بها الصحافة فى هذا المجال انما تنبثق من خلال فنون وأشكال التحرير الصحفية التى تنشر وتبث الصحافة مضامينها من خلالها.

وهذه الأشكال التحريرية انما هى عملية فنية معقدة فهى

---

(١) مختار التهامى ، الاعلام والتحول الاشتراكى ( القاهرة ) ، دار المعارف ، ١٩٦٦ ) ص ١٣ .

وان كانت تبدو للقارىء سهلة الا أنها فى الحقيقة غير ذلك. فالتنوع بين الخبر والتحقيق والحديث الصحفى والمقال الافتتاحى والأعمدة الثابتة. والصور والرسوم والكاريكاتير ، والصفحات المتخصصة والرسائل الاعلانية وغيرها كل هذه الأشكال التحريرية تحتاج الى كثير من الجهد والفكر والتأمل والتخيل . لامكان صب هذه المحتويات. أو هذا الكم الهائل من المعلومات فى هذه الأشكال الجذابه المبسطه المريحه للقارىء.

وتعرف الدكتوراه اجلال خليفه فن التحرير الصحفى بأنه "فن تحويل الأحداث والخبرات والقضايا الانسانية ومظاهر الكون والحياة الى مادة صحفية مطبوعة ومفهومة سواء عند صاحب الثقافة العالية والذكاء الخارق. وصاحب الثقافة المتوسطة والذكاء العادى. وعند رجل الشارع الذى يقرأ ليفهم ويعرف . فالأساس فى فن التحرير الصحفى هو الافهام أولاً والتعريف بما يجرى من حول القارىء فى أرجاء الكرة الأرضية ثانياً. وهو جذب القارىء وتشويقه للقراءة. ثالثاً: ثم الاقناع والارشاد والتوجيه رابعاً.

أما أهمية فن التحرير الصحفى ومهمته . فهو الركن الأول فى تكوين الصحيفة واخراجها. والأساس فى نجاحها ورواجها . فالصحيفة هى التحرير أولاً. وكل نجاح تحققه انما هو نتيجة لجودة التحرير ونجاحه . فعلى قدر مايكون فى الصحيفة من تقدم فى فن التحرير الصحفى يكون رواجها وانتشارها بين الناس ويكون نجاحها فى تبليغ رسالتها (١) .

ويؤكد هذا المعنى أيضا الدكتور عبد العزيز شرف بقوله

---

(١) اجلال خليفة، اتجاهات حديثه فى فن التحرير الصحفى، الطبعة الثانية (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٨١) ص ١٣.

" اذا كان التحرير يعنى دائما أمرين هما : التفكير من جهة . والتعبير من جهة أخرى. فان تعريف التحرير الاعلامى يذهب الى أنه جزء من عملية الاعلام " يقصد به اعداد الرسالة الاعلامية التى تنتقل الى الجماهير عن طريق احدى وسائل الاعلام بهدف تزويد الناس بالأخبار الصحيحة ، والمعلومات السليمة ، والحقائق الثابتة . من خلال عمليات عرض فنى تساعد الناس على تكوين رأى صائب فى واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات بحيث يعبر هذا الرأى تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم . ومعنى ذلك أن غاية عملية التحرير الاعلامى هى تيسير عملية الاقناع عن طريق عرض المعلومات والحقائق والأرقام والاحصاءات ونحو ذلك (١) .

يتضح لنا مما سبق أن أشكال التحرير الصحفى يجب أن تتفق فى مضامينها لتقدم للقارئ المعلومات والآراء والحقائق الدقيقة الصادقة والموضوعية فى شكل متناسق يسوده الانسجام بين مختلف المضامين التى تحتوى عليها هذه الأشكال التحريرية .

ويرى الدكتور مختار التهامى انه يمكن تقسيم محتويات الصحيفة - أى صحيفة - الى ثلاثة أقسام بالنسبة لمدى تأثيرها على الرأى العام . القسم الأول ليس له علاقة بتوجيه الرأى العام ويمثله فى رأيه النشرة الجوية وصفحة الوفيات والاجتماعيات والقصاص المسلية ونشرة برامج الاذاعة . والقسم الثانى له علاقة غير مباشرة بتوجيه الرأى العام ويمثله المواد الغيبية والهزلية والمثيرة التى توعش فى المستوى الثقافى والخلقى للجمهور وكذلك أخبار الطلاق والفضائح والجريمة والمحاكمات المثيرة .

---

(١) عبدالعزيز شرف ، مرجع سابق ، ص ١٧ .

والقسم الثالث له علاقة مباشرة بتوجيه الرأى العام كالاتتاحيات والكاريكاتير والأعمدة والخطابات الموجهة الى المحرر والمقالات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والنقد الأدبى والفنى (١).

وهذا القسم الثالث الذى يشير اليه الدكتور مختار التهامى يمثل معظم المواد والأشكال التحريرية فى الصحيفة . وهو الذى يوءثرا تأثير مباشر فى الرأى العام من حيث تكوينه وتوجيهه .

### ٣ - أهمية الرسائل الاعلانية فى التأثير فى الرأى العام :

يعتبر الاعلان أحد الأشكال التحريرية الهامة فى الصحيفة . حيث تمثل الرسائل الاعلانية الصحفية مساحات لا يستهان بها . من المساحة الكلية للصحيفة . كما أنها بدورها تحمل قدرا هائلا من المعلومات التى تعتبر فى حد ذاتها بمثابة الاعلام عن بعض السلع أو الأماكن السياحية أو نحو ذلك فهى تمثل عملية اخبارية كما أنها تزيد من معلومات القراء فى كثير من نواحى الحياة حيث تقدم المعلومات التاريخية أو الجغرافية أو الاقتصادية أو تقوم بتعريف القراء ببعض أنماط السلوك المعينة أو تلقينهم بعض العادات والتقاليد التى تنقلها لهم من المجتمعات الأخرى تبعا لاستخدام أو استهلاك أو اقتناء بعض السلع المعينة .

وهكذا نرى أن الاعلان يمثل شكلا تحريريا هاما بالنسبة للأفراد فى أى مجتمع حيث يقوم بتزويدهم بكثير من أخبار السلع والمنتجات والمصانع والمخترعات أو الاكتشافات العملية كما يقوم بتزويدهم بالمعلومات التى تثرى عملية المعرفة لدى هؤلاء الأفراد مما يجعلهم قادرون على التفكير بطريقة تسير العصر الذى يعيشونه .

(١) مختار التهامى، مرجع سابق ، ص ١٠ .

وبالتالى فهم يواكبون مشكلاته وقضاياها وهذا يوعده بدوره الذى  
المساعدة فى تكوين الآراء لدى القراء كما يمكنهم من المشاركة فى  
ابداء الرأى واجراء المناقشات مع غيرهم . وهذه هى الخطوات الأولى  
الخاصة بتكوين الرأى العام وتوجيهه والتأثير فيه ودور الاعلان فى  
هذه الناحية لا يقل عن دور أى شكل من أشكال التحرير الصحفى .

ولا يتوقف دور الاعلان بوصفه شكلا من أشكال التحرير  
الصحفى عند حد اثراء معلومات الأفراد والتأثير فيهم بل يتعدى ذلك  
الى التأثير فى المجتمعات أيضا بصورة تكاد تكون أكثر خطورة حيث  
أن مهمته الأولى فى المجتمع اقتصادية ومن خلال هذه المهمة الاقتصادية  
يلعب دوره الموعثر فى الرأى العام .

يلعب الاعلان دورا فى النشاط الاقتصادى اذ أنه يقرب بين  
المنتجين والموزعين والمستهلكين وله وظائفه الارشادية والابخارية  
الهامة التى تشرح للجمهور مدى توفر السلع وكيفية الحصول عليها  
وشروط شرائها الى جانب وظيفته التعليمية التى تهدف الى تعريف  
الجمهور بحاجاته الى السلع وكيفية استعمالها ووظيفته التذكيرية .  
ووظيفته الاعلانية التى تحيط الجماهير علما بالحقائق والمنشآت  
والأجهزة التى تعمل فى خدمتها ، ومن هنا كان الاعلان ضرورة اقتصادية  
 واجتماعية حتى فى المجتمعات الاشتراكية . ولكن مما لا شك فيه أن  
الاعلان لابد وأن يركز على أسس سليمة من العلم والذوق والاخلاق<sup>(١)</sup> .

ويوضح الدكتور سمير حسين أيضا أن الاعلان يسهم فى تحقيق  
بعض الأهداف الاجتماعية عن طريق معالجة بعض المشكلات الاجتماعية  
فى المجتمع فى مرحلة نموه وذلك عن طريق البرامج الاعلانية الصحيحة .

---

(١) ابراهيم امام ، مرجع سابق ، ص ٨١ ، ٨٢ .

ويذكر أن الاعلان فى مثل هذه الحالات يوعدى دورا بالغ الأهمية اذا ما استخدم بذكاء وعلى أساس علمى. كما يمكن للاعلان أيضا أن يقوم بعملية اعلام فئات الشعب بالمشروعات الجديدة التى تنشأ والمصانع الجديدة. والتطوير المستمر للمشروعات القائمة ومدى ماتسهم به هذه المشروعات فى تقدم المجتمع ونموه ورفاهيته. وهكذا يسهم الاعلان فى توصيل فلسفة العمل الوطنى الى المواطنين وبالطريقة الأكثر ملائمة لكل منهم (١).

ولا يخفى أهمية هذا الدور الهام الذى يقوم به الاعلان على هذا النحو السابق فى التأثير فى الرأى العام. ذلك أن المواطن اذا ما شعر أنه يعيش فى مجتمع متقدم متطور فانه يصبح أكثر استقرارا وأمانا مما يوعدى به الى التفكير السليم. والمشاركة بايجابية فى قضايا المجتمع الذى يعيش فيه. وبالتالي يشارك مشاركته فعالة فى تكوين الرأى العام الصحيح.

ويرى الدكتور مختار التهامى أن الاعلان يمكن أن يستخدم أيضا لاحداث تأثير سلبى أو سىء فى الرأى العام عن طريق زعزعة ثقة المواطنين فى حكوماتهم: أو مجتمعهم ويضرب أمثلة ذلك حيث يقول: " لقد شاهدنا فى بعض صحفنا أمثلة لاستخدام الاعلان لأغراض سياسية بحته موجهة مباشرة لمحاولة التأثير فى الرأى العام. مثل الاعلان المغرض الذى نشرته شركة أرامكو فى جريدة الأخبار عن استمرار تدفق البترول فى أنابيه وكان ذلك فى صبيحة خطاب رئيس الجمهورية فى خضم العدوان الثلاثى على مصر عام ١٩٥٦. الذى أعلن فيه تدمير الشعوب العربية لأنابيب البترول الماره ببلادها تضامنا مع الشعب

---

(١) سمير محمد حسين، مداخل الاعلان ( القاهرة: موعسة دار الشعب ١٩٧٣ ) ص ١٠٥ ص ١٠٦.



المصري. ومن أمثلة استغلال الاعلان أيضا فى أغراض سياسية تلك الفقرات التى كانت تنشرها السفارة الأمريكية بالقاهرة فى صحفنا اليومية نقلا عن مشروع أيزنهاور لملء الفراغ فى الشرق الأوسط. بعد اندحار العدوان الثلاثى على مصر. وهو المشروع الاستعماري المقمع الذى رفضته الشعوب العربية قاطبة. (١)

ويلعب الاعلان دوره الهام والحيوى فى التأثير على الرأى العام فى أى مجتمع من المجتمعات من خلال استخدامه للأساليب الجذابة. والصور والرسوم حيث يبذل القائمون على أمور الاعلان وتحريره جهدا فائقا فى عملية التحرير حيث يحاولون أن تكون الرسالة الاعلانية مفيدة ومختصرة وجذابة وموعظه فى ذات الوقت. وذلك لأن القارئ للاعلان لا يقصده لذاته الا نادرا. فى حالة احتياجه لسلعة معينة أو معلومات عن بعض السلع أو من باب حب الاستطلاع فقط. فالقارئ للاعلان اذن قارئ عابر. لابد من عوامل جذب انتباهه. ومراعاة وقته. ثم محاولة افادته وتسليته فى ذات الوقت لامكان التأثير فيه. لذلك فالتحرير الاعلانى كما يقول الدكتور عبد العزيز شرف- من أنواع التحرير الاقناعى الذى يستخدم من فنون التحرير " أوسطها وأطيبها " (٢)

وإذا كانت الدقة واستخدام الأساليب الجذابه هى سمة الاعلان أو التحرير الاعلانى فى وسائل الاعلام بصفة عامه. فان الاعلان الصحفى له مميزات تجعله أكثر تأثيرا من غيره من الاعلان فى الوسائل الأخرى لأنه يستفيد من خصائص الصحافة التى تحدثنا عنها من قبل وهى الدورية والحالية والمرونة والتنوع واستخدام الكتابة التى هى

(١) مختار التهامى ، مرجع سابق ، ص ١٠ .

(٢) عبدالعزيز شرف، مرجع سابق ، ١٧ .

أكثر بقاء فى يد القارىء وأمام ناظره طالما بقيت الصحيفة .

"وفن الاعلان الصحفى هو مزيج من الكلمة والصورة والعنوان والرسم واللون وهذه جميعا تتضافر بطريقة فعالة لإبلاغ الرسالة الاعلامية الى القارىء. ولا تنبت الاعلانات الجذابة المبتكرة من تلقاء نفسها ولكنها فى واقع الأمر نتيجة تفكير عميق وتصميم دقيق. وهى أشبه بعمل المهندس المعمارى الذى يبدأ بعمل تصميم عام للعمارة، التى ينوى اقامتها ثم يأخذ فى رسم تفاصيلها قطعة قطعة حتى يصبح عملا فنيا متكاملًا. فيبدأ انتاج الاعلان بمرحلة التصميم والتفكير. ثم تأتى مرحلة اعداد الرسوم والصور، وفى المرحلتين يتضافر المحرر مع الفنان لإخراج اعلان جيد. وفى جميع الأحوال يلعب التجسيم دورا رئيسيا فى الابرار والتشويق. ولا بأس من الاستعانة بالرسوم البيانية والصور الكاريكاتورية لأنها من المعينات الأساسية للكلمة المطبوعة فى الفن الصحفى " (١) .

مما سبق يتضح لنا أن الاعلان الصحفى يعتبر شكلا من أشكال التحرير الصحفية الموعثرة فى الرأى العام لدى جمهور القراء للصحيفة بما يمتلكه من طرق وأساليب التأثير الجذابه، فضلا عن استغلاله للحاجات النفسيه للقراء واستخدامه للموعثرات العاطفية جنبا الى جنب مع استخدام الأدلة وأساليب الاقناع .

"والصحافة تتمتع بخاصية نفسيه فريدة . فهى وسيلة الاعلام الوحيدة التى يدفع فيها القارىء ثمن اطلاعه على مادتها المقروءة . ويقوم بدفع هذا الثمن بدافع من رغبته وحدها . وكثيرا ما يستجيب للاعلان الصحفى لأنه يطرق تفكيره، وهو فى حالة نفسية طيبة ومتأهب للعمل. فى حين أن الاعلان الاذاعى أو التليفزيونى أو السينمائى أو

(١) ابراهيم امام ، مرجع سابق ، ص ٨٠ .

اعلان الملصقات ، تطرق ذهنه أثناء الاسترخاء. كما أن الصحافة تنشر اعلانات متخصصة فى الصفحات المناسبة لها. كصفحة المرأة واعلانات الأثرياء وأدوات التجميل. وصفحة الشباب واعلانات الملابس الرياضية وهكذا " (١) .

ومما يزيد من قوة تأثير الاعلان فى القارئ من ناحية وفى عملية تكوين الرأى العام لدى القراء جميعا من ناحية أخرى أن يكون هناك ارتباط بين الاعلان والمادة التحريرية كلما كان موضوع الاعلان قريب من الموضوع التحريرى الملائق له. كان ذلك أكثر تأثيرا فى الرأى العام . وهذا يدل بالتالى على أن عملية التناقض بين المضمون التحريرى والمضمون الاعلانى لها نتائج سلبية فى التأثير على الرأى العام أيضا بمعنى أنها توثر تأثيرا سيئا فيه .

وقد اثبتت احدى الدراسات التجريبية أن الاعلانات التى تلى مادة تحريرية هامة أو تتخللها تزيد من درجة جذب الانتباه الى الاعلان ومشاهدته فكلما كانت المادة التحريرية تحظى بدرجة كبيرة من اهتمام القراء بحيث تجذبهم الى قراءتها كلها أو بعضها كلما أعطى ذلك الفرصة للاعلانات المنشورة بجوارها أو التى تتخللها الصفحات التى تشغلها لجذب انتباه القراء بنسبة عالية لأن القارئ سيركز تفكيره فى الحيز أو الصفحة أو مجموعة الصفحات التى يشغلها الموضوع وبالتالى يدخل فى دائرة تركيز انتباهه الاعلان أو مجموعة الاعلانات المنشورة مع الموضوع فتتحقق بذلك نسبة عالية من التذكر لمثل هذه الاعلانات (٢) وهذا يوضح لنا أن الاعلان شكل تحريرى صحفى هام له تأثيره الفعال فى تكوين وتوجيه الرأى العام لدى القراء.

(١) المرجع السابق ، ص ٧٩،٧٨ .

(٢) سمير حسين، مرجع سابق ، ص ١٥٦ .

#### ٤ - كيفية تأثير الأشكال التحريرية الصحفية فى الرأى العام :

تعنى عملية تكوين الرأى العام قيام وجهة نظر جماعة أو اتجاه مشترك حول مسألة تعنى الجماعة التى تتخذ هذا الموقف عقب مناقشة أوجه النظر فى الأمر (١) .

وهناك عوامل كثيرة ومتشابهة تلعب دورا هاما فى عملية تكوين الرأى العام . من أهم هذه العوامل البيئة التى ينشأ فيها الفرد حيث أنه يتأثر ببيئته وبمجتمعه . فىكون سلوكه وتصرفه على نحو ما هو موجود فى ذلك المجتمع وحسب ما تقتضيه العادات والتقاليد والقيم السائدة فيه . وذلك لأن الانسان يتأثر بالآخرين كما يؤثر فيهم . كما تعتبر الثقافة السائدة فى ذلك المجتمع والظروف الاجتماعية المختلفة من عوامل تكوين الرأى العام أيضا لدى الأفراد .

فلا مفر من تأثر الفرد بقوى العادات والتاريخ والأدب والعلم والأفكار السائدة بين جماهير المجتمع الذى يعيش فيه ، كما أنه لا مفر من التأثر بالقوى الطبيعية فى البيئة فلا غرابة أن يكون الطفل المولود فى باكستان مسلما ، والآخر المولود فى الفاتيكان كاثوليكيًا ، كما يصبح المولود فى روسيا شيوعيا ، والآخر المولود فى أمريكا ميالا الى النظم الرأسمالية (٢)

وللوراثة أيضا دور هام فى تكوين رأى الفرد الذى هو نواة

(١) أحمد أبو زيد ، سيكولوجية الرأى العام ( القاهرة : عالم الكتب

١٩٦٨ ) ص ١٥٦ .

(٢) ابراهيم امام ، العلاقات العامة والمجتمع ( القاهرة : مكتبة

الانجلو المصرية ، ١٩٧٦ ) ص ١٩٣ ، ١٩٤ .

الرأى العام. فللنواحى الجسمية تأثير فى عقلية الفرد وأفكاره. كما أن هناك عوامل نفسية قد تكون وراثية أيضا مثل الخوف أو حب الاستطلاع أو السيطرة. ومن عوامل تكوين الرأى العام أيضا الحضارة والموعثرات الثقافية. كما قد تكون لوقوع الكوارث والأزمات تأثير كبير فى تكوين الرأى العام. والى جانب ذلك هناك موعثرات أخرى مثل الجنس والدين والمستوى الاقتصادى والطبقة الاجتماعية وغير ذلك (١).

مما سبق يتضح لنا أن عملية تكوين الرأى العام ليست عملية بسيطة. وإنما هى عملية معقدة. وأن دراسة تكوين الرأى العام من الدراسات الشائكة التى تحتاج الى معرفة كثير من الظروف والملابسات الخاصة بالفرد والمجتمع ومايسوده من عوامل التأثير والسيطرة سواء كانت سيطرة ثقافية أو اجتماعية متمثلة فى العادات والتقاليد أو سيطرة تتعلق بنوع الحكم السائد فى ذلك المجتمع حيث أن هذه العوامل وغيرها نوءثر بصورة فعالة فى عملية تكوين الرأى العام.

وتمر عملية تكوين الرأى من الناحية العملية بثلاثة مراحل: الأولى نشأة المشكلة أو القضية التى تتطلب اتخاذ موقف أو رأى عام حولها. الثانية مناقشة أبعاد هذه المشكلة. والثالثة هى التوصل الى رأى نهائى يسود المجتمع حول تلك المشكلة أو القضية وهو الذى يسمى بالرأى العام.

وهذه المراحل الثلاثة لاتظهر بصورة ملموسة فى المجتمع وإنما هذا التقسيم تقسيم دراسى فقط. كما أنه لايمكن الفصل بين مرحله وأخرى. ولايمكن أيضا تحديد حجم كل مرحلة. وان كانت مرحلة

(١) عبدالوهاب كحيل، الرأى العام والسياسات الاعلامية، ط٢ (القاهرة: مكتبة المدينة ١٩٨٧) ص ٩٢، ٩٣.

المناقشة هي أكثر المراحل ظهوراً لأنها هي التي يمكن أن تطول أكثر من غيرها. أما ظهور المشكلة فلا وقت له. كما أنه يفرضه واقع المجتمع وظروفه. والتوصل الى رأى نهائى لا وقت له أيضا حيث أن الرأى العام يختلف عن الرأى الخاص فى أنه يتكون من غير اتفاق بين أطرافه. كما أن هذا الرأى النهائى ليس بالضرورة أن يكون كلاما وانما يكون غالبا فى صورة موقف أو سلوك ايجابى أو سلبى تجاه المشكلة المطروحة للمناقشة. ومن هنا كان التشابك بين هذه المراحل الثلاثة.

وبذلك نخلص الى أن نشأة المشكلة أو وجودها انما هو وليد الواقع الذى يعيشه المجتمع، والتوصل الى رأى عام انما هو نتيجة طبيعية لمناقشة المشكلات أو القضايا المطروحة فبدون وجود مشكلة تشغل أفراد المجتمع وتتطلب تفكيرا فى حلها لايمكن أن يوجد الرأى العام. كما أنه لا بد بعد ذلك من مناقشة هذه المشكلة. ولا بد أيضا أن تنتهى هذه المناقشات الى رأى أو سلوك نهائى يسمى الرأى العام حيث أنها لا تنتهى الى فراغ.

وترجع أهمية الأشكال التحريرية الصحفية سواء كانت مواد اعلاميه أو اعلانية الى أنها تلعب دورا فعلا فى طرح المشكلات لكل أفراد المجتمع. فهى بذلك تزيد من أعداد المهتمين بقضايا الرأى العام فبدون وجود الأشكال التحريرية الصحفية بمميزاتها التى تحدثنا عنها من قبل لأصبح عدد المهتمين بالمشكلات التى تخص المجتمع قليلا. اذ يتوقف عدد هؤلاء عند حد عدد الذين علموا بها وهم المسئولون أو المهتمون بالقضايا العامه. أما نشر هذه القضايا وطرحها من خلال الأشكال التحريرية الصحفية المختلفه فقد زاد من عدد الأفراد الذين تفهموا هذه المشكلات وبالتالي يمكن لهؤلاء أن يتدخلوا فى المناقشات ثم تظهر مواقفهم بعد ذلك تجاه هذه المشكلات

وبذلك تصبح القاعدة التى يتكون منها الرأى العام قاعده جماهيرييه عريضة ، وبذلك أيضا تكون أقرب الى الرأى الصحيح .

وتساهم الأشكال التحريرية الصحفية أيضا فى نقل القضايا الخاصة بالمجتمعات الأخرى الى داخل المجتمع مما يجعل الأفراد يقفون على حقيقة مايجرى فى كل مجتمع وينقل اليهم الخبرات فيجعلهم قادرون على اثاره القضايا العامه الهامة .الخبرات مناقشتها واتخاذ موقف أو رأى عام صائب منها .

وبصفة عامة فان " أهمية الصحافة تبرز فى هذه المرحلة كواضعة لجدول أعمال الشعب تقوم بتحديد أولويات اهتمامات الجماهير والعمل على اثارها ونشرها بكافة أبعادها وجوانبها،وعلى أوسع نطاق ، والعمل على توسيع رقعة الجماهير المهمة بالقضية (١) "

وإذا ما انتقلنا الى المرحلة الثانية من مراحل تكوين الرأى العام نجد أن دور وسائل الاعلام بصفة عامه يبدو بارزا فى تزويد الفرد بالمعلومات ، ذلك أن ماتقدمه وسائل الاعلام من مواد يمثل كما هائلا من الثقافة والمعلومات العامة يلعب دورا فعلا فى اثراء معلومات الأفراد " فلا شك أن تعرض الناس لوسائل الاعلام يجعلهم يتعلمون الكثير منها . ونحن لا نصدر هنا حكما تقييميا على ما يتعلمه الناس ولكننا نقول فقط ان الفرد الذى يتعرض ست ساعات يوميا لوسائل الاعلام يستوعب ويخزن قنبرا كبيرا مما يتعرض له من الحقائق عن الشئون العامه .والأمور الترفيهيه ، فهو يعرف مثلا شكل رئيس جمهوريته وكيف يتكلم . ويعرف شيئا عن وزير الخارجية الأمريكى أو رئيس وزراء اسرائيل وعن الاشتراكية وعن سياسة الانفتاح الاقتصادى

(١) صابر حارص محمد، تأثير الصحافة المصرية على الرأى العام المحلى ، رسالة ماجستير غير منشورة .كلية الآداب بسوهاج ،١٩٨٨، ص ٨١ .

وعن الحرب بين الحبشة والصومال وأزمة الشرق الأوسط وعن هبوط  
الانسان على سطح القمر. وعلاوة على هذا فهو يعرف الشخصيات  
الاذاعية والتلفزيونية والممثلين السينمائيين " (١) .

ويوضح هذا أن الاعلام بصفة عامه له أهمية فى تزويد الأفراد  
بالمعلومات وذلك من خلال المضامين التى تحتوى عليها الأشكال  
التحريرية المختلفة التى تبثها وسائل الاعلام .

وترجع أهمية الأشكال التحريرية الاعلامية بصفة عامة والصحفية  
بصفة خاصة فى أنها أشكال جذابه تحقق المتعة والحصول على  
المعلومات والاقناع بهذه المعلومات فى ذات الوقت " فاقناع الرأى  
العام فى أى بلد من البلاد بعدالة قضية بعينها لا يكفى فيه أن  
تكون القضية عادله . وانما يقتضى هذا الاقناع التوصل الى الطريقة  
المثلى التى تعرض منها القضية بحيث تقنع الرأى العام وتحركه  
معا " (٢) .

وللصحافة دورها فى اثراء معلومات القراء . وبالتالى نقل  
المناقشات الخاصة بالقضايا المطروحة اليهم عن طريق ماتقدمه من  
تحقيقات صحفيه وأحاديث وتفسير وتحليل للأنباء . وكذلك عن طريق  
المقالات الافتتاحية والأعمدة اليومية التى تحمل آراء الكتاب والصفوه  
وأىضا عن طريق الرسائل الاعلانية التى تقدم الجديد من المنتجات  
وتشرح كيفية استعماله فتقوم بتعليم الأفراد عادات وسلوكيات جديدة .  
ومن خلال ذلك كله تدفع الصحافه قراءها الى ادارة المناقشات بينهم

---

(١) جيهان رشتى، الأسس العلمية لنظريات الاعلام ( القاهرة : دار  
الفكر العربى ، ١٩٧٨ ) ص ٦٢٣ .  
(٢) مختار التهامى ، الرأى العام والحرب النفسية ، ط ٢ ( القاهرة :  
دار المعارف ، ١٩٧٢ ) ص ١٢ .



وبين بعضهم من خلال ما قدمته لهم عبر أشكالها التحريرية .

وفى هذا يقول دانييل كاتز " هناك طائفة من القراء ترى الصحيفة اليومية ضرورة لا غنى عنها كمصدر للاعلام عن العالم الهام للشئون العامة . وتفسير مايجرى فى هذا العالم . ومن المهم أن نؤكد بهذه المناسبة أن هذه المنفعة لاتقتصر على تغذية القارئ بأعلام كامل عن أخبار الأحداث فحسب فان كثيرا من الناس معنيون أيضا بالتعليقات على الأحداث الجارية التى يستقونها من الافتتاحيات والمقالات المركزه فى عمود واحد من أعمدة الصحيفة التى يتخذونها كمحك لآرائهم الخاصة " (١) .

" لذلك يجب أن تقدم الصحافة مواد اعلامية تساعد على اعطاء معلومات صحيحة واستكمال المعلومات المنقوصة . وتصحيح المعلومات الخاطئة وتحويل الرأى السلبى الى ايجابى . والتأثير فى الأفكار والمعتقدات السلبية الخاطئة " (٢) .

وإذا ماتوافرت المعلومات للجماهير أمكنها ادارة المناقشات وامكنها التعرف على وجهات النظر المختلفة فيما يختص مياشرة بالمشكلات المطروحة أو فيما يتعلق بالتعرف على مشكلات المجتمعات الأخرى .

وتعتبر عملية المناقشة هى جوهر عملية تكوين الرأى العام " فالرأى العام لايتألف من الآراء الخاصة أو للآراء الفردية . ولكن

---

(١) دانييل كاتز وآخرون، الاعلام والرأى العام ترجمة محمود كامل المحامى (القاهرة : دار نهضة مصر للطبع والنشر، ١٩٨٢) ص ٢٣٢، ٢٣٣ .  
(٢) سمير محمد حسين، الاعلام والاتصال بالجماهير والرأى العام (القاهرة : عالم الكتب، ١٩٨٤) ص ٣٦٣ .

الآراء يتألف من المناقشات والجدل بين الأفراد ويكون ثمرة لها " (١)

أما المرحلة الثالثة والأخيرة من مراحل تكوين الرأى العام فهى مرحلة الوصول الى الرأى العام وأهمية الأشكال التحريرية الصحفية فى هذه المرحلة فى التعبير عن الرأى العام . وابرازها لرأى الأغلبية لاقناع كثير من أفراد الجمهور بهذا الرأى كما تقوم الصحابة أيضا بدور هام فى هذه المرحلة من خلال كشفها لاتجاهات الرأى العام وذلك توطئة لبلورته وظهوره فى صورته واضحه .

ومن هذا المنطلق يقول الدكتور عبداللطيف حمزة مشيرا الى أهمية التحرير الصحفى " الحق أن الصحافة مرآة الأمة ولسانها الناطق بأفكارها وآرائها ورغباتها وحاجاتها وآمالها . ومن هنا جاءت قوتها وطريق الصحافة الى ذلك هو التحرير - أعنى تحرير الخبر أو المقال - وهما مادتا الصحف على اختلاف ألوانها ونزعاتها " (٢) .

وقد أشار الدكتور مختار التهامى الى أهمية الاشكال التحريرية الصحفية على اختلافها وتنوعها فى التأثير فى الرأى العام قائلا :  
" يمكننا أن نلخص مهمة الصحافة ازاء الرأى العام فى النقاط التالية :

**أولا :** الايجابية بمعنى اطلاع الرأى العام على الامور الهامة التى تمس حياة الجماهير وفتح المجال لمناقشتها مناقشة واعية شاملة لاستجلاء كافة أوجه النظر . وتوضيح جميع جوانبها بعيدا عن سيطرة عوامل الاثارة الرخيصة .

---

(١) عبداللطيف حمزه ، الاعلام والدعاية ، ط٢ (القاهرة : دار الفكر العربى ، ١٩٧٨) ص ٤٧ .

(٢) عبداللطيف حمزه ، المدخل فى فن التحرير الصحفى ، مرجع سابق ، ص ١٧ .

ثانيا : عدم الاكتفاء بنشر أخبار الاحداث الهامه ولكن لايد أيضا من تفسير معنى هذه الاحداث عن طريق الافتتاحيات والاعمدة والكاريكاتير... الخ.

وهذا يستدعى ارتباط الصحفيين بعهد شرف مهنى يقوم على أساس قيم اجتماعية وانسانية واضحة . مستمدة من حقائق المجتمع الذى نعيش فيه . ومن مصالح الجماهير . ويتم فى ضوءها كافة التفسيرات للاحداث دون انحراف أو تحيز ينجم عن المصالح الخاصة أو سوء الفهم أو الجهل وانعدام الوعى .

ثالثا : مراعاة التبسيط فى شرح المسائل والاحداث الهامة بحيث يمكن ايصال جوهر الامور الى الجماهير الشعبية القليلة الحظ من الثقافة وهذا يستدعى تدريب طائفة من الكتاب المتخصصين على التبسيط والشرح على المستوى الشعبى دون ابتذال أو تهريج .

رابعا : مراعاة العمل على مستوى الجماهير فكريا وثقافيا وفنيا (١) .

مما سبق يتضح لنا أن الاشكال التحريرية الصحفية والرسائل الاعلانية الجادة ذات المحتوى الثقافى والاقتصادى المفيد تلعب دورا موعثرا فى تكوين وتوجيه الرأى العام فى أى مجتمع من المجتمعات وذلك من خلال ماتقدمه من مضامين مفيدة ومسلية وجذابة ومقنعة لجمهور قرائها .

---

(١) مختار التهامى، الاعلام والتحول الاشتراكى، مرجع سابق، ص ٢٢، ٢٣

### المبحث الثالث

—مم—

## الوحدة الموضوعية بين التحرير والاعلان الصحفى وعلاقته بالرأى العام

—مم—

### ١ - أهمية الاتساق بين التحرير والاعلان فى الصحيفة :

من الضرورة بمكان أن يكون هناك اتساق بمعنى عدم التناقض بين مضامين أشكال التحرير الاعلامية " الصحفية " من ناحية وبين الرسائل الاعلانية الصحفية من ناحية أخرى، فى الصحيفة الواحدة . أو بالاحرى فى العدد الذى يصبح بين يدي القارىء من أعداد الصحيفة . والمقصود بعدم التناقض انما هو التجانس والتوافق من حيث الدلالة والاتجاه الذى ترمى اليه الصحيفة من جراء تقديم هذه المضامين للقارىء . فمن المعلوم بداهة أن الصحيفة بصفقتها وسيلة اعلامية تحمل بين طياتها رسالة تريد أن تصل بها الى ذهن القارىء ودائرة تفكيره من أجل الوصول الى هدف معين فالعملية الاتصالية عامة والعملية الاتصالية الاعلامية خاصة لا بد لها من هدف محدد وواضح ترمى اليه . وتشير الى ذلك الدكتور جيهان رشتى بقولها " ان هدفنا الاساسى من الاتصال هو أن نصبح عوامل أو قوى موعثرة . أى توعثر فى الآخرين وفى الظروف المادية المحيطة بنا . وأن يصبح لنا صوت فى الطريقة التى تدار بها الامور . باختصار نحن نتصل لنوعثر . ونوعثر بهدف " (١) .

وبناء على ذلك فان عدم تحديد الهدف من الرسالة الاعلامية التى تنشرها الصحيفة لقراءها بصورة دورية يومية يجعلها غير مترابطة

---

(١) جيهان أحمد رشتى ، مرجع سابق ، ص ٦٥ .

وغير واضحة كما أنها تصبح عملية عشوائية عديمة القيمة بالنسبة للقارىء. وبذلك تفقد الصحيفة جمهور قرائها. وبالتالي تفقد تواجدتها بين مثيلاتها من الصحف الأخرى فالهدف ان لم يكن واضحا فهذا يعنى موت الصحيفة ونهايتها.

وحتى يصبح الهدف واضحا لابد أن تظهر الصحيفة عبارته عن وحدة موضوعية واحدة، مترابطة متألّفة متناسقة حيث لابد وأن تبدو وكأنها موضوع واحد. أو رسالة واحدة. موجهة من المرسل " القائمون بالاتصال الصحفى " الى المستقبل " جمهور القراء " .

وهذا الاتجاه نحو الاتساق والوحدة الموضوعية يظهر بوضوح فى الصحف الكبرى التى تقيم وزنا لقرائها واتجاهاتهم وأذواقهم وميولهم. ويعبر عن ذلك جون هونبرج قائلا " ان المادة التحريرية تعكس عموما ذوق وشخصية الكاتب. وكذلك اتجاه الصحيفة. وفى الصفحات التحريرية للصحف الكبرى تعقد اجتماعات يومية لاختيار الموضوعات المناسبة ، ومناقشة المهام التى يقوم بها الصحفيون. واختلاف الاسلوب لكل كاتب. وفى الصحف الصغيرة التى يكتب فيها المحرر موضوعات صحيفته بنفسه فان الاسلوب عادة يكون قويا وجيدا".<sup>(١)</sup>

فهذه الاجتماعات التى تعقدها الصحف الكبرى - بصورة يومية - أو بالاحرى قبل البدء فى اختيار المواد التحريرية الخاصة بالعدد قبل صدوره. ماهى الا للقيام بعملية التنسيق بين هـذـه الموضوعات وماتحتويه من مضامين. حتى يظهر الخبر متقفا مع التفسير وهذا وذاك لايتعارضان مع التحقيقات الصحفية المنشورة فى نفس العدد أو مع الحديث الصحفى أو الكاريكاتير أو المقالات أو نحوها

---

(١) جون هونبرج الصحفى المحترف ، ترجمة ميشيل تكللا ، الطبعة الرابعة ( القاهرة : موعسة سجل العرب ، ١٩٨٢ ) ص ٨٠٧ .

وبالمثل فان هذه المواد التحريرية الاعلامية يجب أن تتفق مع ما تنشره الصحيفة من رسائل اعلانية حيث لا بد أن يكون هناك مراجعة للمتسوق الاعلامية من وجهة نظر القائمين على أمور التحرير بمعنى أنه لا بد من وجود سياسة محددة وواضحة للصحيفة يلتزم بها قسم الاعلان قبل قبوله لأي رسالة اعلانية وقد وضعت بعض الصحف قواعد لنشر الاعلان وليس هذا شيئا جديدا " فصحيفة التايمز مثلا لا تلتزم بنشر أى اعلان، ويجب أن توافق ادارة الصحيفة على صيغة الاعلان ومحتوياته، واذا دعيت الضرورة تجرى الادارة ماتراء من التعديلات فى الاعلان لى تحافظ على مستوى التايمز " (١) .

وترجع أهمية الاتساق بين المواد والموضوعات التحريرية الاعلامية من ناحية والرسائل الاعلامية الصحفية من ناحية أخرى الى أن هذا الاتساق يوعدى الى تزويد القارىء بالمعلومات بصورة مرتبة يعضد بعضها بعضا ويوعدى هذا الترتيب الى اقناع القارىء بصدق ما يصله من موضوعات ومعلومات وبالتالي فان هذا يزيد من ثقته فى الصحيفة كلها .

" فالاعلان الصحفى من أهم مميزاتة أن يتصف بالصدق وتحرى الدقة فيما يراد به من معلومات، وذلك لأن الصحف ذاتها تعتبر وسيلة أساسية لنشر الاخبار والمعلومات المختلفة . وهى فى هذا تعمل على أن تتحرى الصدق فيما تنشره من معلومات لى توطد الصلة التى تربطها بالقراء وتحافظ عليها " (٢) وزيادة الثقة بين القارىء والصحيفة واطمئنانه الى صدق معلوماتها واقتناعه بها يوعدى به الى

(١) حستين عيد القاير، ادارة الصحف ( القاهرة : دار الاسناوى للطباعة، ١٩٦٢ ) ص ٥٦ .

(٢) على العنتيل، أسس الدعاية والاعلان ( القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨٢ ) ص ٩٦، ٩٧ .

الاعتماد عليها بصفة أساسية فى تكوين رأيه وهذا يساعد بدوره على أن يكون الرأى العام فى المجتمع صائبا ومنظما ودقيقا وواضحا .

ومن الضرورة بمكان أن نشير هنا الى أن القارئ للصحيفة مهما كانت ثقته فى ماتقدمه من معلومات فانه لايفرغ عقله وتفكيره من المعلومات كما أنه لا يخلع عن نفسه صفة الرأى ويقف خاويا ينتظر ما تقدمه له الصحيفة من آراء . بل انه من منطلق ثقته فى صحيفته وما تقدمه من آراء ومعلومات فانه يتقمص آراء كتاب الصحيفة ومفكريها وماينشر فيها ثم يفكر فيه ، ويتناقش مع غيره من أقرانه أو أصدقائه أو أفراد مجتمعه مستعملا هذه الآراء فى إثراء هذه المناقشات ومن خلال كل ذلك تثبت عملية الرأى لديه وتستقر . وهو بذلك قد استقى هذا الرأى من الصحيفة .

ولولا وصول المواد الصحفية على اختلافها من تحرير واعلان فى صورة متناسقة متجانسة لاصبحت هذه المواد كلها عديمة القيمة بالنسبة للقارئ ، حيث يرى أن بعضها يكذب بعضا وبالتالي فانه يقع فى حيرة من أمره . وتصبح العملية التفكيرية لديه مشوهة . مما يجعله يخلص نفسه من ذلك كله . بترك الصحيفة وماتقدمه له من معلومات غير منظمة أو متناسقة .

ويلعب هذا دوره الخطير - بالتالى على الرأى العام فى المجتمع . وعلى طريقة تكوينه وتوجيهه والتأثير فيه . حيث يمر ذلك بخطوات مختلفه من حيث التوعية بقضايا ومشكلات المجتمع . وإثراء المعلومات ونقل المناقشات وإدارة الحوار بين طبقات الشعب المختلفة من خلال ماتقدمه الصحف بمختلف مضامينها وأشكالها التحريرية الاعلامية والاعلانية . ثم يصل ذلك بجمهور القراء فى النهاية الى تكوين رأى عام صائب وواضح ومحدد تجاه قضايا المجتمع .

ومن هنا يتضح لنا أهمية الاتساق وضرورته بين التحرير الصحفى والاعلان الصحفى حيث لابد أن تصل الصحيفة الى القارىء متناسقة متجانسة عبارته عن موضوع واحد أو تمثل وحده موضوعية واحده يكمل كل شكل تحريرى منها الاخر ويمهد له لتكون الصحيفة كلها فى النهاية فى خدمة القارىء لتحقيق أهدافها .

## ٢ - خطورة التناقض بين التحرير والاعلان على الرأى العام :

إذا كنا قد وقفنا فيما مضى على أهمية الاتساق بين التحرير والاعلان بالنسبة للرأى العام والتأثير فيه فان التناقض بين مختلف الاشكال التحريرية الصحفية من ناحية والرسائل الاعلانية الصحفية من ناحية أخرى يوءدى الى زعزعة القارىء وبلبله أفكاره وفقدان ثقته بينه وبين الصحيفة وعلى ذلك فالخسارة متبادلة لأن القارىء لئن يقتنع بما يقدم له من موضوعات وأفكار وآراء . والصحيفة أيضا سوف تفقد قراءها الذين تلتزم تجاههم بتقديم الحقائق والمعلومات بأمانة وصدق وموضوعية وهى بذلك سوف تفقد أداؤها لدورها الاجتماعى .

فالصحيفة تعتبر مسئولية اجتماعية هامة وخطيره تجاه الأفراد والمجتمعات شأنها فى ذلك شأن أى موعسة من الموعسسات فى المجتمع بل تعتبر الصحيفة موعسة ذات طابع متميز نظرا لاحتكاكها المباشر بعملية تكوين الرأى العام .

" فالمسئولية الاجتماعية قد بدأت بالمشروعات الصناعية ثم امتدت . لتشمل كل الموعسسات والمنظمات داخل المجتمع وهى تعنى أنه لم يعد مقبولا من الادارة العليا فى المشروعات الصناعىة أن تحقق أهدافها التقليدية ممثلة فى التزايد المستمر لقوتها الاقتصادية وانما أصبح لزاما عليها أن تتحمل مسئوليتها الاجتماعية أيضا فى مواجهة الظروف والمتغيرات التى حدثت فى المجتمع كاطار لعلاقتها



مع جماهيرها وكأسلوب للتوافق والتكيف مع مجتمعاتها " (١) .

وإذا كان هذا الدور مطلوب من المشروعات الصناعية فإن عملية التكيف هذه والقيام بالمسئولية الاجتماعية مطلوبة من الصحافة، بالدرجة الأولى غير أن بعض الصحف تهتم بالاعلان الى حد اهمالها لمسئوليتها الاجتماعية وذلك من خلال تأثير الاعلان على القيم الاجتماعية لدى الافراد أو من خلال تأثير المعلن على المادة التحريرية الصحفية فى الصحيفة .

وترجع خطورة التأثير السئ للاعلان على القيم الاجتماعية لدى الأفراد إلى تفسير نظرتهم للحياة وتحولهم من طريقة التفكير السليمه الى التفكير بمقاييس أخرى مثل النظرة المادية وطغيانها على تفكير الفرد . ويؤدى هذا بالتالى الى التأثير فى الرأى العام بحيث يصبح غير سليم . وغير صائب ويؤدى هذا الى تغيير معايير الحكم على الأشياء لدى الفرد وذلك يعنى تحول رأيه وتغييره وفقا لمعايير أخرى بثها الاعلان وغرسها بأساليبه الجذابة . وما يحمله من وسائل الاغراء والعرض وهذا يؤثر بالتالى فى الرأى العام فى المجتمع كله .

فهناك من يرى أن الاعلان قد أثر على قيم الأفراد وأفكارهم وآمالهم وجعلهم أكثر مادية ، أكثر اهتماما بالأشياء من الاشخاص ، أكثر اهتماما بالمال والنجاحات الاجتماعية من الفضيله والنباله ويؤكد روعة الممتلكات الدنيوية على حساب قيم أخرى . ويجعل الناس يقيمون أقرانهم وفقا لحجم الدخل أو السيارة وأناقة المنزل وما فيه من ممتلكات أكثر من الفضيلة (٢) .

- (١) محمد محمد البادى، العلاقات العامة والمسئولية الاجتماعية ( القاهرة : مكتبة الانجلو المصرية ١٩٨٠ ) ص ١٠٠ .  
(٢) محمد عيه القادر أحمد ، دور الاعلام فى التنمية ( الجمهورية العراقية ، دار الرشيد للنشر ، ١٩٨٢ ) ص ٩٥ ، ٩٦ .

ومن المعروف بدهاءة أن المواد والموضوعات التحريرية الصحفية لن تدعو الى مثل هذه الافكار الهدامه وانما تدعو الى القيم الاجتماعية الصحيحة والتي تتعارض وتتناقض مع مايدعو اليه الاعلان ومن هنا تأتي واحدة من أهم أسباب التناقض بين التحرير والاعلان. ويعتبر التأثير النفسى للاعلان أيضا من أهم الاشياء التى لا يمكن اغفالها فى التأثير على الرأى العام. فمن الانتقادات الموجهه الى الاعلان أنه يثير فى النفس آلاما نفسية بسبب عرض بضاعة لايمكن الحصول عليها لعدم توفير المال أو الوقت لذلك.

وقد لخص كولستون أستاذ الاقتصاد بجامعة مشيغان المآخذ على الاعلان فى عشر نقاط هى :

- ١ - يؤكد فيما لايعتد بها .
- ٢ - يقدم روعية زائفة فى تقويم المنتجات . وغالبا مضله أكثر مما تكون اخبارية .
- ٣ - يهبط بالمعايير الاخلاقية عن طريق المناشدة الغير صادقة المتكررة تكرارا كثيرا للغاية .
- ٤ - يفسد الاخبار ويشوهها .
- ٥ - يبدد كمية كبيرة من الاخشاب والمواد الكيماوية ويفسد الكثير من المناظر الطبيعية .
- ٦ - يعوق الاستخدام السريع للعلاج الصحيح .
- ٧ - يخلق الكثير من المشاكل للآباء نتيجة البرامج الاذاعية الممقوته .
- ٨ - يحول المجتمع الى مجتمع تسيطر عليه الازياء والمواد والرغبة فى مجارة الأسر الأخرى فهو يشجع التبذير ويخلق اهمالا مصطنعا للسلع فتجعل المستهلك يتبرم منها قبل أن تبطل منفعتها له بوقت طويل .

٩ - يعطل التنمية الاقتصادية بالتأكيد على الانفاق العاجل وتكريس جزء كبير من الجهد القابل للانتاج لمهمة غير انتاجية .

١٠ - تشجيع الاحتكار . بحيث كلما زادت المبيعات قوى موقف المعلن في المنافسة (١) .

ومن أمثلة التأثير النفس السىء للتناقض بين التحريـر والاعلان ماتشره بعض الصحف فى بعض أشكالها التحريرية الصحفية كالتحقيقات أو الاحاديث أو الاخبار عن ماتعانيه بعض موعسسات الدولة أو مصالحها من حالة أو موقف اقتصادى سىىء ثم نجد اعلانا فى ذات الصحيفة تطلب فيه هذه الموعسسة أو موعسسة أو مصلحة تابعة لها تطلب عرض تزويد أجهزة تكييف أو سيارات ركوب فاخره أو موكيت لغرس الارضيات مثلا فما هو موقف القارىء من هـذا التناقض اذن ؟

انه يتساءل فورا هل هذه الموعسسة أو هذه المصلحة التابعة لها مع كونها تعانى حالة اقتصادية سيئة تطلب شراء أجهزة تكييف ؟ ان القارىء سوف يصاب بالاحباط ويوءثر هذا على عملية تكوين الرأى لديه والسبب فى ذلك عدم التناسق الموجود بالصحيفة اذ ربما كانت هذه الموعسسة تطلب شراء هذه الأجهزة لاغراض تجارية أو تصنيعية أو للمساعدة فى سرعة نقل بعض المواد اذا كان المطلوب شراؤه سيارات مثلا . لكن الصحيفة لم تشرح ذلك وكان يمكنها أن تجنب القارىء والموعسسة هذا الموقف السىىء بشىء من التنسيق بين محتوياتها التحريرية والاعلانية .

ومن أمثلة التأثير السىء للتناقض بين التحرير والاعلان

---

(١) المرجع السابق ، ص ٧٦ ، ٩٧ .

الصحفى فى المجال الاخلاقى والاجتماعى دعوة التحرير الى عدم التدخين ثم نشر اعلانات عن أنواع السجائر ومميزاتها .

نشير فى النهاية الى أن المعلن قد يكون له تأثيره على الصحيفة عن طريق تحكمه فى اعطاء الاعلان للصحيفة اذا نشرت له وجهة نظر معينة أو العكس، غير أن هذا الاتجاه لم يعد الآن موجودا بالصورة التى كان عليها من قبل، فاتجاه العالم نحو التقدم قد قضى على هذا الحكم كثيرا من جانب المعلن، كما أن القارئ لم يعد غير واع بحيث يمكن للمعلن أن يوجهه . وفى هذا يقول ادجار ديل " اذا اعتقدنا أن فى استطاعة أحد كبار المعلنين الاشراف على توجيه سياسة الجريدة، فمما لاشك فيه أن هذا الاعتقاد يكون خاطئا، ومن المعروف أن الصحف الكبرى تتعامل مع عدد من المعلنين الذين تختلف مصالحهم، وإذا فضلت واحد منهم على الآخرين، فانهم حتما سينصرفون للاعلان فى جريدة أخرى .

وزيادة فى ذلك فمن الجائز أن يعلم القراء، أن الصحيفة فضلت نشر الاعلان، على نشر الاخبار، وذلك اذا تجاهلت نشر الانباء الهامة وهنا تساورهم الشكوك فى الجريدة (١) .

غير أن هذا لايعنى أنه لم يعد للمعلن أى تأثير على التحرير فى الصحيفة فمما لاشك فيه أن هذا التأثير موجود بصورة أو بأخرى لكنه لا يصل الى حد التأثير فى رأى العام غالبا .

والتناقض بين التحرير والاعلان قد لا يكون سافرا . وانما قد يكون موجودا بين السطور . وهذا التناقض أكثر تأثيرا، لأنه لا يتأثر به .

---

(١) ادجار ديل، كيف نقرأ الجريدة، ترجمة حسن سلومه وادجار موصلى (القاهرة : مطبعة الشعب، مجهول التاريخ) ص ١٤٩، ١٥٠ .

الا أولئك القراء الذين يستطيعون التحليل والاستقراء والفهم وهم بدورهم غالبا قادة الرأي، ولايعنى هذا أن الاعلان شىء ضار على خط مستقيم بالنسبة للصحيفة وبالنسبة للفرد والمجتمع، وانما الاعلان ضرورة لابد منها للصحيفة لمساعدتها فى التمويل، ولل فرد لامداده بأخبار السلع وطرق استعمالها . وللمجتمع لانعاش اقتصاده .

وقد رأى فريق من الصحفيين ان الاعلانات دخيلة على الصحافة وأنها منفصلة عن التحرير فالتحرير موضوعى ناقد للحوادث اليومية عارض للكوارث والازمات بينما الاعلان ذاتى يعد كل انسان بالجمال والصحة والنجاح وجميع أسباب السعادة فى الدنيا. اذا اشترى كل شىء أعلنت عنه الصحيفة. حتى ان الاعلانات قد طغت على مساحة الصحيفة واستجابة لذلك أصدر بعض أرباب الصحف صحفا بدون اعلانات .

ورغم أن هذه الصحف كان لديها مشتركون مخلصون كثيرون . ورغم جودتها من الناحية الفنية وعنايتها بالصور . الا أنها باءت بالفشل الذريع واضطرت لأن ترضخ لقبول الاعلانات (١) .

ويدل هذا دلالة قاطعة على أن الصحف لاتستغنى عن الاعلانات. غير أن ما نود أن نلفت النظر اليه أنه لابد من وجود سياسة موحده . تمنع وجود التناقض بين التحرير والاعلان. حتى لا يكون الرأى العام هو كبش الفداء. أو الفريسة التى يقع عليها عبء هذا التناقض .

وقد كان هذا هو الدافع الاساسى لاجراء هذا البحث. وهو أن نلفت نظر الصحف والقائمين على أمرها. الى عدم الوقوع فى هذا

---

(١) حسنين عبد القادر ، ادارة الصحف ، مرجع سابق ، ص ٥٩، ٥٨ .

المنعطف الخطر الذي يقع الرأى العام ضحية له . والذى بدأ يظهر فى صحفنا نتيجة لعدم التنسيق بين موادها .  
وسوف نشير فيما يلى الى بعض النماذج الخاصة بأمثلة لهذا التناقض حتى يمكن أن نستخلص نتائج هذه الدراسة .

## المبحث الرابع

### نماذج تطبيقية

نستعرض فى هذا المبحث نماذج واقعية مصورة. من بعض الصحف المصرية اليومية حديثة الصدور. والتي تمثل وتجسد التناقض الواضح بين التحرير والاعلان. وتبين أن كلا منهما يتجه اتجاهها بعيدا عن الآخر. وكأنهما لا تصدران عن موعسة صحفية واحدة. علما بأن هذه النماذج انما تم اختيارها من نفس العدد الصادر من الصحيفة.

وقبل أن أستعرض هذه النماذج أشير الى بعض الملحوظات:

(أ) أن هذه النماذج ليست عينة مختارة بطريقة تسمى بتعميم نتائجها. وانما هى مجرد أمثلة. تبين صدق ما ورد فى البحث. وذلك لأن الدراسة من نوع الدراسات الاستكشافية كما ذكرنا من قبل.

(ب) أن هذه النماذج تم اختيارها من صحف صباحية مصرية يومية رأى الباحث أنها من أكثر الصحف توزيعا واهتماما بقضايا رأى العام المصرى. وبالتالي فهى من أكثر الصحف تأثيرا فى جماهير القراء. كما انها من صحف حديثة الصدور، وهذا وذاك يضى على المعلومات الواردة فى ثنايا البحث مصداقية. ويؤكد صحة اتجاهاته.

(ج) تؤكد هذه النماذج صحة ملاحظة الباحث والتي أدت به الى اجراء هذه الدراسة وهو أن التناقض بين التحرير والاعلان يمثل منعطفا خطيرا له تأثيره السلبي على رأى العام. وهذا يعنى أن هذه الدراسة الاستكشافية تفتح أبواب الدراسات الأخرى

لمشيلاتها من الدراسات الأكثر عمقا .

(د) تسهيلا للمقارنة قمنا بتصغير هذه النماذج وتصويرها على نفس الصفحة . لامكان مشاهدتها فى نفس الوقت .

وقد قسمنا هذه النماذج الى ثلاثة أقسام لامكان الاستفادة منها بسهولة على النحو التالى :

### القسم الأول :

ويختص بالنماذج الدالة على التناقض بين المعلومات الواردة فى الموضوعات التحريرية . والمعلومات الواردة فى الرسائل الاعلانية . ويمثله النماذج أرقام (١،٢،٣،٤،٥،٦) .

النموذج الأول ويمثل تناقضا بين مقال صلاح منتصر الذى يدعو الى الامتناع عن التدخين والاعلان عن سجائر ونستون ودعوة القارىء الى أن يكون ناجحا مثل رجل ونستون . وكلاهما وارد فى صحيفة الاهرام الصباحية المصرية العدد الصادر يوم ١٠/٥/١٩٩٠م ، وكذلك النموذج رقم (٢) يحمل صورة لخبر وارد عن مؤتمر علمى يحذر من أضرار التدخين ، ويبين ما يترتب عليه من أمراض . وصورة لاعلان عن سجائر ونستون . وكلاهما وارد فى الاهرام الصادر فى ٢٣/٥/١٩٩٠م .

أما النموذج الثالث فمن عدد الاهرام الصادر يوم ٨/٤/١٩٩٠ ويحمل صورة للمقال الافتتاحى للصحيفة وهو عبارة عن تصريحات وزير التعمير حول بناء شقق منخفضة التكاليف . وصوره لاعلان شقق سكنية بمقدم حجز خمسة عشر ألف جنيه . ويحمل النموذج الرابع أيضا خبرا عن طبيب مصرى ينجح فى اقامة أول عيادة للاقلاع عن التدخين بقطر ، وأعلها فى ذات الصفحة صورة لاعلان عن سجائر ونستون ، وذلك فى عدد الاهرام الصادر يوم ١٣/٥/١٩٩٠م .

أما النموذج الخامس فيحمل معلومات متناقضة بين الاعلان



والتحرير عن بيع القطاع العام كما يتضح من المقال الافتتاحى للاهرام  
يوم ٣٠/٤/١٩٩٠م، وافتتاح فروع جديدة لمحلات القطاع العام. كما  
يتضح بين الاعلان الوارد فى نفس العدد ونفس الصفحة . ويحتمل  
النموذج السادس أيضا تناقضا بين ما يحمله التحرير. من بحث مجلس  
الشعب لاعطاء اعانة بطالة للخريجين. والاعلان عن افتتاح مصنع اعلاف  
ضخم بالطبع يتيح فرص العمالة لكثير من الخريجين. فهل الاتجاه نحو  
اعطاء اعانة بطالة، أم الاتجاه نحو زيادة المصانع وكثرة الانتاج  
وتشغيل الايدى العاملة .

### القسم الثانى :

ويختص بالنماذج الدالة على التناقض بين المعايير والقيم  
الاجتماعية والخلقية والدينية . وتمثله النماذج أرقام ( ١٠،٩،٨،٧ ) ،  
( ١٢،١١ ) . وهذه النماذج فيها تناقض واضح بين التحرير والاعلان فى  
الدعوة الى تطوير الطفولة فى التحرير. فى النموذج رقم (٧) ودعوة  
الاعلان للاطفال الى الاقبال على الموضة الشقية . والتناقض أيضا فى  
ورود المقالات الدينية من ناحية والصور العارية الخليعة فى الاعلانات  
السينمائية من ناحية أخرى (نموذج رقم ٩،٨) والتناقض فى الدعوة فى  
مقال دينى الى الاعتكاف . ودعوة الاعلان الى احياء الليالى مع نجوم  
الاستعراض الغنائى والرقص الشرقى (نموذج رقم ١٠) .

والتناقض أيضا بين الدعوة الى الاصلاح الاقتصادى فى التحرير  
ودعوة الاعلان الى السلع الكمالية . وليالى الرقص والسهر ( نماذج  
(١٢،١١) .

وهذا التناقض بين التحرير والاعلان فى هذا المجال يوعدى  
الى تمزق المعايير والقيم الاجتماعية والخلقية والدينية لدى القراء  
فأين الاعتكاف من ليالى الرقص الشرقى ، وهذا يوعدى الى التأشير

السلبى فى الرأى العام من حيث تكوينه وتوجيهه .

### القسم الثالث :

ويختص بالنماذج التى تحمل تناقضا بين التحرير والاعلان يوعدى الى التأثير فى الحالة النفسية للقراء وتمثله النماذج من رقم (١٣) وحتى رقم (٢٣) .

وتتحدث هذه النماذج فى جملتها عن التناقض بين التحرير والاعلان فى المجال الاقتصادى . فموضوعات التحرير تتحدث عن أزمة الديون ، والاصلاح الاقتصادى وزيادة الانتاج . وعجز الميزانية والبطالة والخسائر فى المحاصيل الزراعية ، ومحدودى الدخل والتوازن بين الاجور والاسعار . والاتفاق مع صندوق النقد الدولى .

أما موضوعات الاعلان فهى تحمل الدعوة الى اقتناء أجهزة الفيديو والسيارات الفارهة ( بى ام دبليو ) ، وأجهزة التكييف والملابس المستوردة والعمود الباريسية والحج السريع الفاخر الذى يتكلف بـ ٢٨٧٠ جنيه ٣٠٨٠٠ دولار أمريكى للفرد الواحد واعلانات أيضا عن لىالى شيراتون الجزيرة .

وبالقاء نظرة واحدة على كل نموذج يتضح التناقض الذى يوعدى الى التأثير النفسى على القارئ الذى يعيش الواقع الاقتصادى لبلاده ويعلم أيضا أن هذه الاعلانات ليست الا لمستهلك هذه السلع الذى يعيش فى نفس المجتمع . فالمعلن لن يدفع شيئا لاعلان إلا وهو يعلم أن هناك من يقروءه ويشترى سلعته . وهنا تتضح الفوارق الطبقيه بين القراء . والذى تؤدى الى التأثير النفسى الذى يترك تأثيره السلبى والسلبى فى الرأى العام .

ومن هنا يتضح لنا أن التناقض بين المضمون والمحتوى الذى

تحمله الموضوعات التحريرية من ناحية والمضمون الذي يحمله الاعلان  
من ناحية أخرى له تأثير سلبي وسىء فى عمليات تكوين وتوجيه الرأى  
العام فى أى مجتمع. لذا يجب أن يكون هناك نوع من التنسيق بين  
هذا وذاك محافظة على القارىء وعلى المجتمع كله.

## نتائج الدراسة

—مم—

مما سبق يتضح لنا أن الصلة بين الصحافة والرأى العام صلة وثيقة ، حيث أن الصحافة توعثر فى الرأى العام بمختلف أشكالها التحريرية ، والاعلان يعتبر واحدا من أهم هذه الأشكال التحريرية الصحفية - ويعتبر وجود التناقض بين المضمون .أو المحتوى الذى تحمله الأشكال التحريرية - الاعلامية - الصحفية وبين المضمون الذى تحمله الرسالة الاعلانية الصحفية شىء له تأثير ضار بالرأى العام . ويمكن أن نبلور ذلك فى النتائج التالية :

١ - أمكن تحديد أهم أوجه النقاط التى يظهر فيها هذا التناقض، فى ثلاثة نقاط :

الأولى : التناقض بين المعلومات التى تحملها المعلومات التحريرية والمعلومات التى يحملها الاعلان .

الثانية : وتتعلق النقطة الثانية بالتأثير على المعايير والقيم الخلقية والدينية والاجتماعية .

الثالثة : وتتعلق النقطة الثالثة بالتأثير النفسى على قارىء الصحيفة .  
وتفاصيلها كالتالى :

أولاً : يوعدى التناقض بين المعلومات التى تحملها الموضوعات التحريرية وبين المعلومات التى تحملها الرسائل الاعلانية الى حدوث بلبلة فكرية لدى القارئ . حيث توقعه فى الحيرة . وتوعدى به الى عدم وضوح الرؤيا، وذلك أنه يصبح حائرا بين المعلومات الواردة فى الموضوعات التحريرية سواء فى الخبر أو فى التحقيق الصحفى أو المقال . وبين المعلومات الواردة فى الاعلانات ، خاصة وأن ذلك ينتشر فى عدد واحد من الصحيفة بمعنى أن القارئ يستقبل هذه المعلومات فى حالة نفسية واحدة وينفس

الظروف من حيث الاستعداد والظروف المحيطة ونحو ذلك ،  
ويوعدى هذا بدوره الى عدم امكانية القارئ القدرة على تكوين  
رأى واضح محدد حول كثير من القضايا ، وبالتالي يصبح الرأى  
العام مشوشا مشوها .

( انظر النماذج الخاصة بذلك فى المبحث الرابع من رقم احتري رقم ٦ ) .

ثانيا : تقوم الصحيفة بدورها من خلال موضوعاتها التحريرية الصحفية فى  
الدعوة الى القيم الخلقية ونشر الفضيله . وتوثيق روابط المجتمع .  
وحت القراء الى الابتعاد عن مواطن الضرر المادى والمعنوى ،  
وهذه احدى وظائف الصحافة بلاشك ، غير أنها تنتشر اعلانات فى  
كثير من الاحيان تحمل مضامين مضادة لذلك . فاذا كان التحرير  
مثلا ينشر أخبارا . أو تحليلات صحفية . أو مقالات عن أضرار  
التدخين . نجد اعلانات فى نفس العدد من الصحيفة يحث على  
التدخين . مستعملا الالوان الجذابة . والاعلان عن المسابقات لاولئك  
الذين يشتررون أكثر من هذا النوع من السجائر . ويدعو دعوة صريحة  
فى النهاية كل قارئ لأن يكون مدخنا مثل عبارة " فلتكن ناجحا  
مثل رجل ونستون " .

وهذا التناقض يوعدى الى هدم المعايير والقيم الاجتماعية  
والخلقية والدينية حيث نجد ذلك التناقض يتكرر كثيرا فى مثل  
هذه الحالات . ولاتخفى أهمية هذه المثل والقيم فى بناء الرأى  
العام الصائب . كما لا يخفى دور الرأى العام فى المحافظة عليها .  
( انظر النماذج المرفقة فى المبحث الرابع من رقم لا حتر رقم ١٠ ) .

ثالثا : تقوم الصحف بدعوة القراء الى ترشييد استهلاك . وزيادة الانتاج .  
والحث على البعد عن الترف . وذلك فى الموضوعات التحريرية  
الصحفية . أما الاعلان فيأخذ اتجاها آخر وهو الاعلان عن السلع  
الكمالية مثل مكيفات الهواء ، والسلع المستوردة مثل العطور

والملابس..والسلع مرتفعة الثمن مثل السيارات الفارهة .  
( انظر النماذج المبحث الرابع من رقم ١٣ حتى رقم ٣٣ ) .

وهذا يضيّب القارئ بالاحباط النفسى . ويدهه فريسه سهلة  
للدعوة الى السلبية واللامبالاه . فلماذا ينتج ويكد ويتعب . وغيره  
يشترى هذه السلع . ان القارئ يعلم أن المعلن لا يدفع ثمننا  
للاعلان الا اذا كان هناك من يعلن له . وهذا يعنى أن هناك  
طبقات من الاغنياء الذين يشترون هذه السلع ، وهذا يصيب الطبقة  
الكادحة - وهى الاغلبية - من أبناء المجتمع . يصيبهم بالاحباط  
والقلق النفسى . ويوجد شروخا فى أنفسهم من الصعوبة بمكان  
معالجتها .

ولا يخفى ما لهذا الاحباط النفسى من تأثير فى الرأى العام .  
حيث يدعه سلبيا ، لا يعبر عن اتجاه واضح محدد ، أو موقف معين  
تجاه قضيه من القضايا أو مشكلة من المشكلات .

- يوعدى التناقض بين الموضوعات التحريرية والرسائل الاعلانية الى  
فقدان القراء لثقتهم فى الصحيفة . وبالتالي فالضرر هنا لا يقع  
على الرأى العام وحده ولكن على الصحيفة أيضا .

٣ - يدل التناقض بين التحرير والاعلان الى أنه لا توجد سياسة محددة  
للصحيفة ، بمعنى عدم وجود ضوابط لما تنشر وما لا تنشر من  
الاعلانات . وهذا يمكن أن يجعل بعض الصحف ، أداة طيعة فى  
أيدي كثير من المعلنين . وهذا يعنى بالتالى نهاية الصحيفة  
اذا وصلت الى ذلك المستوى .

٤ - من خلال هذه النتائج لابد من وجود معايير وضوابط لما تقبله  
الصحيفة من اعلانات . ولا بد أن تكون صاحبة الرأى الاخير فى  
كيفية وأسلوب نشره . حتى لا تلبيل أفكار قرائها وحتى لا توعثر

على المعايير والقيم الاجتماعية، وحتى لاتؤثر على أحوالهم النفسية تأثيرا سيئا، وبالجملة حتى لاتؤثر تأثيرا سلبيا فى رأى العام من ناحية ، وحتى لا يلحقها الضرر من جراء ذلك فيفقد القارئ ثقته فى صحيفته أو يتحول عنها الى صحيفة أخرى.

٥ - أخيرا لابد من التنسيق والوحدة والموضوعية بين كل أشكال التحرير الصحفى بما فيها الاعلان. لتكون الصحيفة رسالة واحدة متكاملة الاجزاء، مترابطة الاطراف توعدى دورها الصحيح بالنسبة للقارئ وللمجتمع. فمن غير المقبول أن يكون التحرير فى اتجاه والاعلان فى اتجاه آخر. فالاعلان فى النهاية شكل من أشكال التحرير الصحفى الذى يلعب دوره الفعال فى خدمة الفرد والمجتمع. ولا يجب أن يلعب دورا منفردا فى خدمة الصحيفة وحدها عن طريق التمويل. مع اهمال شئون القراء وحقوق المجتمع وعمليات تكوين وتوجيه رأى العام فيه .

٦ - يتأتى هذا التنسيق بشىء يسير من الترابط والتفاهم ووضوح الاتجاه بين القائمين على أمور التحرير من ناحية والقائمين على أمور الاعلان من ناحية أخرى.

هذا وبالله التوفيق والسداد ونسأله لامتنا العربية الرشيد والصواب،

دكتور/عبدالوهاب كحيل

المراجع

—

أولا : كتب عربية :

١ - ابراهيم امام

- دراسات فى الفن الصحفى القاهرة: مكتبة الانجلو، ١٩٧٢ .
- العلاقات العامة والمجتمع القاهرة: مكتبة الانجلو، ١٩٧٦ .

٢ - اجلال خليفة

- اتجاهات حديثة فى فن التحرير الصحفى، ط٢ القاهرة :
- مكتبة الانجلو ، ١٩٨١ .

٣ - أحمد محمد أبو زيد

- سيكولوجية الرأى العام القاهرة: عالم الكتب، ١٩٦٨ .

٤ - جلال الدين الحمامسى

- من الخبر الى الموضوع الصحفى القاهرة : دارالمعارف،
- . ١٩٦٥

٥ - جيهان أحمد رشتى

- الاسس العلمية لنظريات الاعلام القاهرة : دار الفكر
- الفكر العربى ، ١٩٧٨ .

٦ - حسنين عبد القادر

- الرأى العام والدعاية وحرية الصحافة القاهرة: مكتبة
- الانجلو ، ١٩٥٧ .

- ادارة الصحف القاهرة: دار الاساوى للطباعة، ١٩٦٢ .

٧ - سمير محمد حسين

- مداخل الاعلان القاهرة: موعسة دارالشعب، ١٩٧٣ .



- الاعلام والاتصال بالجمهور والرأى العام القاهرة : عالم  
الكتب ، ١٩٧٤ .

٨ - عبد العزيز شرف

- فن التحرير الاعلامى القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب ،  
١٩٨٠ .

٩ - عبداللطيف حمزه

- الاعلام والدعاية ، ط٢ القاهرة : دار الفكر العربى ، ١٩٧٨ .  
- المدخل فى فن التحرير الصحفى ، ط٢ القاهرة : دار الفكر  
العربى ، ١٩٥٦ .

- الصحافة العربية فى مصر ، ط٢ القاهرة : دار الفكر العربى  
١٩٨٥ .

١٠ - عبد الوهاب كحيل

- الرأى العام والسياسات الاعلامية ، ط٢ القاهرة :  
مكتبة المدينة ، ١٩٨٧ .

١١ - على العنتيل :

- أسس الدعاية والاعلان القاهرة : الهيئة المصرية العامة  
للكتاب ، ١٩٨٢ .

١٢ - محمد عبد القادر أحمد

- دور الاعلام فى التنمية الجمهورية العراقية : دار الرشيد  
للنشر ، ١٩٨٢ .

١٣ - محمد محمد البادى

- العلاقات العامة والمسئولية الاجتماعية القاهرة : مكتبة  
الانجلو ، ١٩٨٠ .

١٤- مختار محمد التهامي

- الاعلام والتحول الاشتراكي القاهرة: دارالمعارف، ١٩٦٦ .
- الرأى العام والحرب النفسية، ط٢، القاهرة: دارالمعارف، ١٩٧٢ .

ثانيا : كتب مترجمة :

- ١ - ادرجار ديل
- كيف تقرأ الجريدة، ترجمة حسن سلومة وادرجار موصلى ، القاهرة: مطابع الشعب، م.ت. .

٢ - جون هونبرج

- الصحفى المحترف، ترجمة ميشيل تكلا، ط٤، (القاهرة: موعسسة سجل العرب، ١٩٨٢).

٣ - دانييل كاتز وآخرون

- الاعلام والرأى العام، ترجمة محمود كامل المحامى (القاهرة: دار نهضة مصر للطبع والنشر، ١٩٨٢).

ثالثا : رسائل جامعية غير منشورة

١ - صابر حارص محمد

- تأشير الصحافة المصرية على الرأى العام المحلى، رسالة ماجستير غير منشورة ( كلية الآداب بسوهاج ، ١٩٨٨ ) .





**اتحاد وملاك البناء**

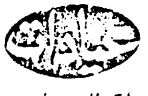
بم

**المروج الشمالي**

بأرتق مرفع بمصر الجديدة

ثقة سكنية

بمساحة ١٥٠٠٠ م<sup>٢</sup>



ميدان بالسرة الجدي

١٩٥٠ سنة ٢٦ يوليو أمام البازار، حمام الماريش القضاة / المصالح

تاسيخات (٢٤٦٩٦٤١ / ٢٤٦٩٦٤٢ / ٢٤٦٩٦٤٣ / ٢٤٦٩٦٤٥)

**شركة التنمية الحضرية للاستثمار والمقاولات**

شركة وشركاه

العدد ٢٧ ديسمبر ١٩٧٥  
 مدير قسم الشؤون الاقتصادية ١٩٧٦ مطبع ومطبعة للصحف  
 رئيس مجلس الإدارة ورئيس التحرير  
 ابراهيم فافع



الطبعة ١٢ شوال ١٤١٠ - ٨ مايو (البار) ١٩٩٠ - ٣٠ برصاة ١٧٠٦

# بناء ٤٥٨ ألف شقة منخفضة التكاليف خلال ١٥ شهرا

الكفراوي في تصريحات خاصة « للاهرام » :

- ٢,٢ مليار جنيه قروضا ميسرة لتمويل مشروعات الاسكان
  - بناء ١٥٣ ألف شقة بالقاهرة للاضواء قوائم الانتظار
  - اختفاء مشكلة الاسكان في مصر بعد ٣ سنوات
  - أول تقسيم اداري للمحافظات للتوسع في الصحراء
- يجري العمل حاليا في بناء ٤٥٨ الف وحدة سكنية من النوع منخفض التكاليف يتم تمويلها بقروض ميسرة قيمتها ٣,٢ مليار جنيه. ويتبنى العمل القاهرة بتكلفة مليارا و ٢٠٠ مليون جنيه. وتنتهي قوائم الانتظار بها لحوالى ٤٧ الف أسرة.

أحمد عبد المنعم مدير قسم الإسكان والمباني السكنية - وأصفى ابن واستاذ - الذى سيرصد على حدى البناء بعد ان اقترحه جيسون الجوز - هذا العزم الوطنى - سيجب الاقرار قويا عن عدم من اموالات التنمية الجارية بين ٢٠٠ الف و ١٠٠ الف وحدة القطاع الخاص.

وأكد الوزير ان مشكلة الاسكان في مصر تستحقى معه ثلاث سنوات طفا مساندة الوزارة وتجاهد سياستها. ويصحب ذلك بخصاص القروض الجديدة لسداد بين الكفاءات والتمويل واستمرار القروض الجديدة للخدمة وطعاما ١٠١ مليار جنيه سنويا. واعدت في بناء القروض المضمرة حول القاهرة الكبرى. وتصبح معها المخطط الامضى خاصة القروض الخاصة الامضى.

ان تقسيم اداري للمحافظات الجديدة واهية لغير سها على الصحراء تنبئ لها التوسع في اراضى البناء من

الزيادة من ثلثية اخرى. وقال المهندس الكفراوي - ل تصريحه بعد افتتاح ابراهيم ميمون - الاهرام - ان القروضا تقضى بمدة في اشد القروض الميسرة حول الطريق الدائرى للخدمة الميسرة. لا تقل الخمسة من الخمس.

وأكد انه تم اعداد خريطة جديدة لخصر القروض حاليا في قاعة الاجتماعات بوزارة الاسكان ليدرس الخفاء والمليون الميسرة قوائم عدم الطبيعية. ومحنة التكلفة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية. وأكد الوزير ان ٢,٨٠ من المصطلحات لتوحيد بها خطى اسكان.

ويما يتعلق بالبنين الجديدة. فل الوزير انه يجري العمل فيها بمعدلات تسبق اشد معدلات التنمية المصرية. في العمل. وتكتم بها ١١٥ الف وحدة سكنية من النوع منخفض التكاليف وقروض ميسرة تشمل ال ١٥٠٠ مليون جنيه - جهف جميع المقاطعة السكنية من

سكنية لثمن ٥١ الف أسرة من القاهرة. و ٤٥٠٠ من الفيوم و ١٨٤٠ أسرة من الاسكندرية. و ١٠٩٠٠ من اسيوط. و ٧٥٠٠ من بنى سويف. و ١٠٠٠ من البحيرة. و ١٣٠٠ من ليا. و ٢٢٠٠ من مطا.

وأكد الوزير انه تم تنفيذ ٩٠ الف وحدة الاسكان المزمرة. وانه يجري العمل هذا العام في إنشاء ١٣٢٠ وحدة سكنية في القاهرة. و ٤٥٠٠ بالماسرة. و ١٥٦٤ ببورسعيد. و ٤١٠ مطا. و ١٨٠ بفكفكة. و ٢١٦٨ بفسطاطية. و ١٢٠٠ بفقونية. و ١٣١٦ بطن القليق. و ١٠٠ بفارس. و ٦٠٠ بطونية. و ٧٦٢ بسانسيو. و ١٤٠ بامامية. و ١٣٦٩ بملقيا. و ٤٦٠ بملقيا. و ١٠٠٠ بطن. و ٤٠٠ بطن. و ٢٨٤ بطن. و ١٢٠ بطن. و ٢٢٢ بطن.

نموذج رقم (٣)

٢٩/٥/١٣

الأخبار  
للأمة  
والعالم العربي

الجمهورية  
العربية السورية

مجلس التحرير  
والإدارة  
بدمشق

الطبعة  
الرقم ١٠٠٠

العدد  
١٠٠٠

الطبعة  
الرقم ١٠٠٠

العدد  
١٠٠٠

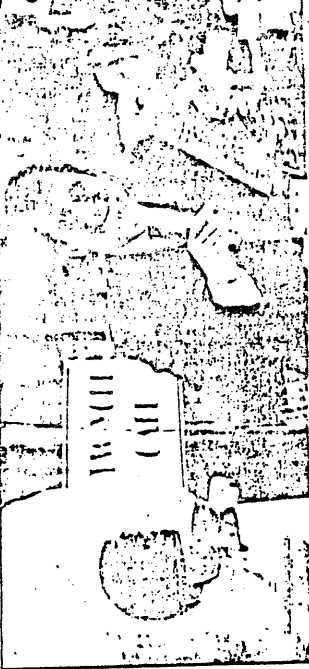
الطبعة  
الرقم ١٠٠٠

**وزارة الصحة القطرية لتبني أول**

الطبعة  
الرقم ١٠٠٠

العدد  
١٠٠٠

### تفوح نجاحك بتكفة ونسبتون



**الربيع**

الطبعة  
الرقم ١٠٠٠

العدد  
١٠٠٠

الطبعة  
الرقم ١٠٠٠

العدد  
١٠٠٠

الطبعة  
الرقم ١٠٠٠

العدد  
١٠٠٠

### من غير الحاشية

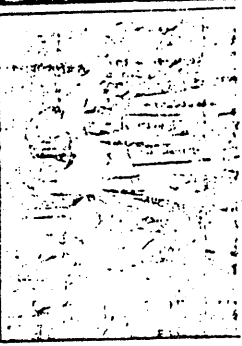
## وزارة الصحة القطرية لتبني أول

الطبعة  
الرقم ١٠٠٠

العدد  
١٠٠٠

الطبعة  
الرقم ١٠٠٠

العدد  
١٠٠٠



**الطبعة  
الرقم ١٠٠٠**

**العدد  
١٠٠٠**

**الطبعة  
الرقم ١٠٠٠**

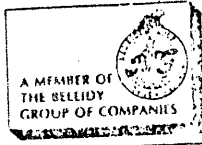
**العدد  
١٠٠٠**

**الطبعة  
الرقم ١٠٠٠**

**العدد  
١٠٠٠**

نفسى ١٧ ديسمبر ١٩٧٥  
صدر العدد الأول - أغسطس ١٩٧٦ - مطبوع ومطبعة ١٩٧٦

رئيس مجلس الإدارة ورئيس التحرير  
ابراهيم نافع



الانتشرون ١٠ شوال ١٤١٠ - ٣٠ ابريل (نيسان) ١٩٩٠ - ٢٢ برمودة ١٧٠٦

# وضع الخطوط النهائية لتطوير ٢٢٧٨ مشروع وتا بالمطبيسات في اجتماع صدقي بالمحافظين اليوم

رئيس الوزراء يؤكد :

التطوير يستهدف زيادة العائد الانتاجي  
وتفريغ المحافظات للمشروعات الاستراتيجية  
التي تلحق وتفتق التفتق تفتق في انارتها وتقوميلها  
الاتجاه وين حصر وقتها ١٢ بمقتضى نفسى أفتس  
يرأس الدكتور عاطف صدقي اجتماعا للمحافظين مساء اليوم لوضع  
الخطوط النهائية لتطوير ٢٢٧٨ مشروعا بالمحليات .

وصرح رئيس الوزراء بان هذا التطوير يستهدف زيادة العائد الانتاجي لتلك المشروعات بحيث  
تتفرغ المحافظات لمشاركتها الرئيسية تجاه المشروعات الكبرى والاستراتيجية او ذات التأثير المباشر  
على التنمية للمحافظات او المشروعات ذات الطبيعة الخاصة .

والعوامس . وذلك بحيث يختلف  
استوى التطوير في المشروع . طبقا  
لنوع النشاط وحجمه ومساهمة  
المصلحة في راس ماله .  
وتم عرض ١٢ مشروعا لاستدراج  
التطوير في هذه المشروعات هي :  
الاستثمار الاول . بيع حصص  
المحافظات في صورة اسهم . او اية  
وسيلة تملك اخرى . ويحق ذلك  
بصفة تدريجية .  
الاقتراح الثاني . بيع المشروعات  
بمقتضى . باستثناء الارض المملوكة  
عليها . حيث يتم تاجيرها لمدة طويلة  
لا تقل عن ٢٥ عاما . وذلك لضمان  
استمرار تشغيل هذه المشروعات في  
المحالات الانتاجية . ويجوز بيع  
الارض للمستثمر بعد مضي ٥ سنوات  
من بداية التاجير . بشرط فصل  
الاستثمار في التشغيل ذاته .  
الاقتراح الثالث : احتكالا للمحافظة  
بمقتضى المشروع . مع اعطاء حق  
الادارة . للمشروعات المتخصصة .  
بحسب طوع اذاعة بعد مقتضى التاجير  
في المشروعات السياحية والتجارية .  
اما الاقتراح الرابع : والتاجر  
فيختص بمشروعات الترميم  
والخدمات العامة . وبشروط ضرورة  
استمرار الخدمة . وفي حقه بيع  
المشروع يمكن ان يتخذ المستثمر  
به والمعاملون فيه شكل . جمعية  
تجارية . او - شركة مساهمة . او  
شركة ذات مسؤولية محدودة .

## تتضمن العمل ايضا

مجموعة ايران حيث الشهيرة لا تزال في  
سيدة ملبية وهي الفضيحة التي  
التي احدثت خلال السنوات الا  
الرئيس الامريكى السابق ريجان  
قد كشفت صحيفة نيويورك تايمز  
اس من سر جديد من اسرار فضيحة ا  
لقت الضحية . ملاح عن صفت  
الامريكى ان الارباح التي كسبت من  
امريكى سرا ان ايران استخدمت في  
اسرائيلية سرية عامي ١٩٨٥ و ٨٦  
والرؤسخت الضحية ان لجنة التفتق  
الامريكى كتمت انباء املاء هذا  
استمر سنوات اطلاق سلاح الرمح  
المختبرين في لبنان .

هيئة القطاع العام للسلع الاستهلاكية والزراعية



شركة  
رئيس مجلس الإدارة  
السادة العملاء  
على الاستقبال الذي لم يست له ميل

شاع الصراخ / اضداد شاع تكريم  
ويشع المراد ان يستمر تدفق  
الرضا عن بنفص السوق الراني  
الذي افتتح به الفرع ..





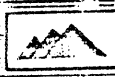


**NAF NAF**  
**الموضة الشقية**  
**أقبل عليها الأطفال والبنات**  
**بطريقة جنونية!**  
**وعلشان كده نفتتح اليوم**  
**فروع جديد بالاستكندرية**  
**شارع رشدي - رشدي**  
**وقريبا فروع أخرى جديدة**  
 زيادة على جلالاته الثانية  
 في القاهرية • وسلا الهلوه • صفر القاهرية • المنارات  
 التي • الاستكندرية



**NAF NAF**  
 Le grand méchant look.

الأرقام ٤٥١٠١٩٩



**وزارة الشؤون الاجتماعية تطلب :**  
**تطوير العمل في مجالات الطفولة والمعوقين والأسر المنتجة**  
**تحت - لولاية الكوئ :**  
 تفتت المعنورة لعل حدس وزارة الشؤون والطفولة الاجتماعية . العدمت  
 الاجتماعية بالمصنعت بطورة تطوير العمل في مختلف المجالات وخاصة طفولة  
 والمعوقين والأسر المنتجة ولقد التورت الشريفة للخدمة في هذه المجالات على  
 من بين المرزى والعمل والاستمعت بشراء المرزى القوي للبيوت الاجتماعية  
 لية لاصدار هذه المرحمة للطفلين في مجال المعوقين لسوة بما صدر في مجال  
 ولتت فعاليتها .  
 ولتت الوزارة بشريفة على للمات  
 مستنفا مع الطفلين في القطاع الأمل  
 بالأسر المنتجة ليعم العمل .  
 تدمج مرارها القية والشافة  
 تها وبشفتها على امتحانات بتتتم  
 المظا .

البلات القوية أن تطوير مشروع الأسر  
 شريفة على في الرحلة الحالية ول  
 الانتشار التي يمر بها امراض  
 ولابد من الامتداد بشريفة وتدمج مراكز  
 السلاج على المستويين المرزى والعمل  
 والاشتمالي لامتداد بجودة الانتاج  
 وتطويره ولقد لتعليق التعليل المظا  
 المصنعت بالأسر شريفة لتعمل  
 الترتيب من خلال المظا والقطاع العام .  
 ولتت انه تم التخلد على تصدير شفتات  
 الامم التفتة إلى التراج لمرزى المصنعت  
 والشامسية والشطبية والشامسية  
 التهدى التي يلاقي القيا كثيرا من

وأكدت الوزارة شريفة كتليب الجيوية في  
 المظا الشكسية والمرزى المصنعت  
 وبهدما أكثر من ١٢ ألف شكية في  
 لعل هذه المظا والاشتمام بسلا  
 شفتة بالمصنعت الشكسية على المصنعت  
 وشرفها .

تت القوية في التفتت لعل مظهر  
 صدم الادارات القيا ومصنعت  
 الاجتماعية بالمصنعت الذي على  
 بمر الاسم العام للمصنعت والشامسية  
 الشكسية بالقاهرة وحسنه كبر القليلين  
 وشفتات التفتة بالمرزاة وبشتمو بين  
 حلاليها المظا التي شتمت سير  
 بصنعت الشتمن بالقاهرة  
 والمصنعت .



# BEAUTY 90

ليزيوت  
٩٠

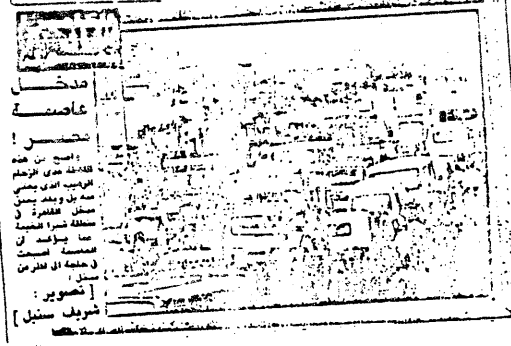
إذ اكتفى  
عن ١٧ - ٢٨ سنة  
غير متروكة  
من ١٣٠ سنة

لاختيار المنتجات  
مكيفة شركات التحميل  
بيوت الأرياء العالمية  
والصحة والإعلان  
شركة - القاهرة - الميزان

إختيار المنتجات  
مكيفة شركات التحميل  
بيوت الأرياء العالمية  
والصحة والإعلان  
شركة - القاهرة - الميزان

## أفكار بكميل

أفكار بكميل  
أفكار بكميل  
أفكار بكميل



## لاختيار من

# BEAUTY 90

تنظيم الشركة المصرية الدولية  
بمقرها في ميدان هليوبوليس  
٢٨ - ٤٠ أغسطس ٩٠

## بيوت الأرياء العالمية

بيوت الأرياء العالمية  
بيوت الأرياء العالمية  
بيوت الأرياء العالمية

الأرقام ١٩٩١٤١٤١

## أحمد عبد الباقى

أحمد عبد الباقى  
أحمد عبد الباقى  
أحمد عبد الباقى

أحمد عبد الباقى  
أحمد عبد الباقى  
أحمد عبد الباقى

## أحمد عبد الباقى

أحمد عبد الباقى  
أحمد عبد الباقى  
أحمد عبد الباقى

أحمد عبد الباقى  
أحمد عبد الباقى  
أحمد عبد الباقى

أحمد عبد الباقى  
أحمد عبد الباقى  
أحمد عبد الباقى

أحمد عبد الباقى  
أحمد عبد الباقى  
أحمد عبد الباقى

أحمد عبد الباقى  
أحمد عبد الباقى  
أحمد عبد الباقى

أحمد عبد الباقى  
أحمد عبد الباقى  
أحمد عبد الباقى

الإقامة ١٩٩٠/٤/١٧

١٩٩٠/٤/١٧

### الاعتكاف سنة عن الرسول صلى الله عليه وسلم

الاعتكاف سنة من سنن نبينا صلى الله عليه وسلم . ويتأكد في رمضان وخاصة في العشر الاواخر منه . انشاء الله صل الله عليه وسلم . هذا عن مختلف العشر الاواخر من رمضان . وترتبه بركة عظيمة في شوال واعتكاف في العشر الاوّل من رمضان . ثم الاوسط . ثم العشرة الاخيرة يلتزم ليلة العشر . ودارم على اعتكاف فيها . وكان يامر بنبيه بصبره له في المسجد . حتى يهرقه . وكان لا يدخل بيته حل اعتكافه الا لعيلة الانسان .



د . الحسيني ابو فرحة

استاذ ورئيس قسم الفقه جامعة الأزهر



والصالح العام الذي هو في اعتكاف العشر من الاواخر من رمضان . عن ابن عمر رضي الله عنهما قال : كان رسول الله صل الله عليه وسلم يعتكف في كل رمضان عشرة ايام . الا في شهرين . يوما . يراه البخاري وعن ابن عمر رضي الله عنهما قال : كان رسول الله صل الله عليه وسلم يعتكف العشر الاواخر من رمضان . معن عليه . وقال : الاعتكاف في رمضان عظيم . قال صل الله عليه وسلم : من اعتكف عشرة ايام رمضان كان فمعتكفين وعشرين . يراه البيهقي .

والاعتكاف فيه ادعاء العبد على الله . وشهدت ذلك في اي عرفه . لا يقسه الا الاصل على الله . على حصول الامام وفضل العلم والشراب . وحصول مخالفة النفس وحصول التمام . مما يزيد القلب شغفا . اي تحرقا . ويعدا عن الله . عفا من رحمة الله تعالى بعبد . ان شرع لهم الاعتكاف . الذين هم صومهم وروحهم عوف القلب على الله . وجماعته عليه الخلوقة والانتعاش عن الاستغناء بالخلق . ليس له ولا ما يراه به سواء صححه ومعال . له . ويهتبه ذلك فلا يبره في الميورحيس لا والاعتكاف . ان يخرج من المسجد . لغناء الصلابة والوضوء . ولا سانس للمعتكف ان يصوم . ان ياكل ويصوم في المسجد . والمصوم يري انه لا يعتكاف الا مع الصيام . وما الغلام عنه شرع لسلامة جسده . والفتن عن كل ما يقع في الآخرة . واما حصول التمام . فله شرع للمسلم من قيام الليل .

ما هو من افضل السهر . واحده عافية . وهو السهر المتوسط الذي يقع القلب واليد . ولا يهوق عن صلحة العبد . ولا يبيس للفتكف ان يتخذ من اعتكافه مجلبة للسرارين واخذهم بمطراف السمعة . منهم هذا يتطاف روح الاعتكاف . بل يصل وقت صلاة الفجر ان العبد مع الفحص على اداء تلاوة القران . حين الجاهلة . ويتطاف الله بالصلاة . واستغنى القلب . وحضور القلب أثناء التلاوة مع التعمير والتشوق . والاعمال على الله عز وجل . كما يظن من ذكوه صحفه بالاذن المتكثرة عنه صل الله عليه وسلم ومنها الاستغفار والصلاة والسلام على النبي صل الله عليه وسلم .

والاعتكاف من الذكر . ملاه الا الله هذا افضل الذكر . مع ذكره باسمه الحسيني لعله تعالى . وادرك سرورهم وتبذل اليه شيئا . ووقوله . . . وانظر اسررتي بكرة . واصيلا .

ومع اداء الفرائض في جماعة . فلا يعتكف هو المتك في المسجد سبه الاعتكاف ومن هنا يتبين له اداء الفرائض في جماعة . وذلك اداء صلاة القيام - التراويح - في جماعة . ولا يتكلم بصير ذكر الله الاحاجية . ولا يتكلم نفسه بالتعظيم في معتكفه بمصالح دينه .

والمسلم ان يعتكف في جميع ايام السنة . في اي وقت من قبل او نهار . على السوق او نهار . حين ان يبذل المسجد للصلاة او لمرأة العلم . او لسماع دروس العلم . ان يبوي الاعتكاف على منزله المسجد . فلما . تسويت الاعتكاف صامتة بالمسجد . فيبذل يتوكل الاعتكاف وتواب الصلاة في جماعة . وتواب دروس العلم .

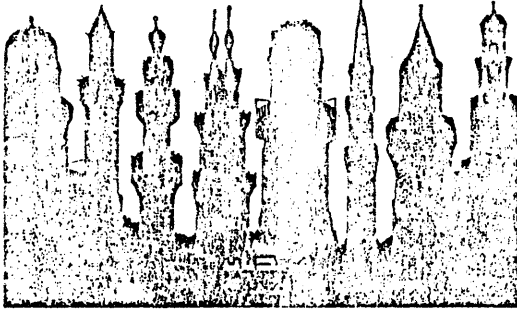
وعد اشرف الطب الحديث . الى العديد من فوائد الاعتكاف حسب الشرع الاسلامي . فعنه الكثير من العلاج النفسي . والعلاج ايضا للكثير من امراض العين . وعفا الله طاعته . والله التوفيق والهدى الى سواء السبيل .

طوال  
شهر رمضان المبارك،  
بوفيه إظهار وسحور شرقي لذيق  
مع نهم الإجتراض الأول سمير صبري  
وفرقته  
أيام الخميس، السبت والثلاثاء،  
وكل ليلة مع

الفنان الشعبي  
سعد أمين

الصحن الشرقي

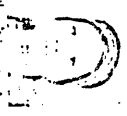
الفنائة  
مسيحة القرشي



هذا الإعلان هو بمثابة إعلان عن قيام بنك تجاري في جمهورية مصر العربية، وذلك بمقتضى القانون رقم ١٠٠ لسنة ١٩٧٢، والذي أقر إنشاء بنك تجاري عام، يهدف إلى خدمة الاقتصاد القومي وتنمية الاستثمارات المحلية والأجنبية، وذلك من خلال تقديم الخدمات المصرفية المختلفة، بما في ذلك: القروض، التوفير، التأمين، والحوافز، وذلك في إطار السياسة الاقتصادية التي تتبناها الحكومة المصرية.

يتمتع البنك بامتيازات قانونية خاصة، تمكنه من العمل في كافة المجالات الاقتصادية، وذلك من خلال: إصدار الأوراق المالية، وتنظيم المعاملات الخارجية، وتقديم الخدمات المصرفية المتخصصة، وذلك في إطار السياسة الاقتصادية التي تتبناها الحكومة المصرية.

يتمتع البنك بامتيازات قانونية خاصة، تمكنه من العمل في كافة المجالات الاقتصادية، وذلك من خلال: إصدار الأوراق المالية، وتنظيم المعاملات الخارجية، وتقديم الخدمات المصرفية المتخصصة، وذلك في إطار السياسة الاقتصادية التي تتبناها الحكومة المصرية.



أحدى شركات وزارة الصناعة

في أجهزة تنقية هواء

خارجياً :

معلومات عامة عن الشركة:

الاسم: شركة أجهزة تنقية هواء

العنوان: القاهرة

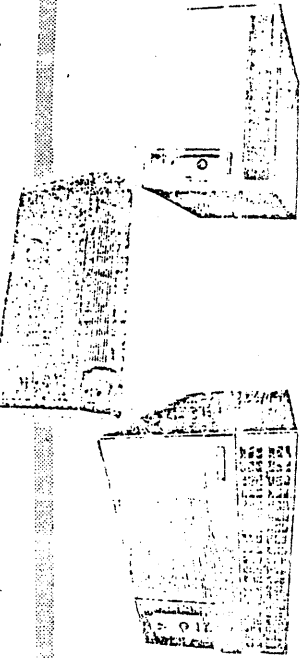
رقم الهاتف: ١١١١١١١

البريد الإلكتروني: info@company.com

معلومات إضافية:

تأسست الشركة في سنة ١٩٧٥، وذلك بهدف توفير أجهزة تنقية هواء عالية الجودة، وذلك في إطار السياسة الاقتصادية التي تتبناها الحكومة المصرية.

تتمتع الشركة بامتيازات قانونية خاصة، تمكنها من العمل في كافة المجالات الاقتصادية، وذلك من خلال: إصدار الأوراق المالية، وتنظيم المعاملات الخارجية، وتقديم الخدمات المصرفية المتخصصة، وذلك في إطار السياسة الاقتصادية التي تتبناها الحكومة المصرية.



أجهزة تنقية هواء - طلبة الاحصاءات الرسمية

الإدارة العامة

الإدارة العامة

محلها :

محلها : القاهرة

الاسم: شركة أجهزة تنقية هواء

العنوان: القاهرة

رقم الهاتف: ١١١١١١١

البريد الإلكتروني: info@company.com

معلومات إضافية:

تأسست الشركة في سنة ١٩٧٥، وذلك بهدف توفير أجهزة تنقية هواء عالية الجودة، وذلك في إطار السياسة الاقتصادية التي تتبناها الحكومة المصرية.

تتمتع الشركة بامتيازات قانونية خاصة، تمكنها من العمل في كافة المجالات الاقتصادية، وذلك من خلال: إصدار الأوراق المالية، وتنظيم المعاملات الخارجية، وتقديم الخدمات المصرفية المتخصصة، وذلك في إطار السياسة الاقتصادية التي تتبناها الحكومة المصرية.

# لتقاء الرئيس في مجال مصر.. وتفضيها الاصلاح الاقتصادي «٩»

## وزير الصناعة في اجتماع مع رؤساء اجيزة التوحيد القياسي والرقابة الصناعية : تكثيف الجهود لزيادة الرقابة على جودة الانتاج بالمرتكبات والمصانع



كتب - احمد العطار :

في خطبة اولى ادى مسئولية مدير العمل لدى الرئيس جنى مبارك على ان الاصلاح الاقتصادي يشهد التميز على زيادة الانتاج ورفع المستوى.

وزير الصناعة الدكتور ابي ايهود اجيزة اجيزة صيد الجودة الشاملة لوزارة الصناعة حضوره الدكتور محمد حلال رئيس الهيئة المصرية العامة لتوحيد القياسي وجودة الانتاج والدكتور محمود مطيبي رئيس مجلسه الرقابة الصناعية.



محمد حلال  
محمد عبد الوهاب

تتم الامكانيات البشرية والمادية لاجيزة ضبط الجودة  
وزر الصناعة تفضيها لزيادة الرقابة على جودة الانتاج بالمرتكبات والمصانع

والرئيس جنى جنى محمد عبد الوهاب، نائب رئيس الجمهورية على يد وزيره وشارك في الاجتماع الدكتور ابي ايهود اجيزة اجيزة صيد الجودة الشاملة لوزارة الصناعة حضوره الدكتور محمد حلال رئيس الهيئة المصرية العامة لتوحيد القياسي وجودة الانتاج والدكتور محمود مطيبي رئيس مجلسه الرقابة الصناعية.

### لقاءات الينا

## معرض الانتاج باروم

مكتبة الهدايا

راضة الاكاديمية  
الذكية

# مجان

معرض الرقابة على الانتاج

بعد الاذيات التي سببت ذلك الانتاج ل... والمنتجات التي يتم تصنيعها...  
في عام ١٩٩٠ إصدار مواصفات قياسية جديدة لـ ١٤٧ سلعة...  
بعد المواصفات القياسية الجديدة التي سيتم إصدارها...  
١٦٠ سلعة في عام ١٩٩٠...  
كما تم أيضا إجراء فحص للمصنع...  
وإعداد المواصفات القياسية...  
وإصدار المواصفات القياسية...  
التي تغطي جميع المنتجات...  
وإصدار المواصفات القياسية...  
التي تغطي جميع المنتجات...  
وإصدار المواصفات القياسية...  
التي تغطي جميع المنتجات...

والرئيس جنى جنى محمد عبد الوهاب، نائب رئيس الجمهورية على يد وزيره وشارك في الاجتماع الدكتور ابي ايهود اجيزة اجيزة صيد الجودة الشاملة لوزارة الصناعة حضوره الدكتور محمد حلال رئيس الهيئة المصرية العامة لتوحيد القياسي وجودة الانتاج والدكتور محمود مطيبي رئيس مجلسه الرقابة الصناعية.



الأرقام ١٩٩ / ٥ / ١٤

تعموا نرى اين يذهب هذا الدعم ؟  
ليه بعضه يؤخذ للمواشي  
فيه بعضه بيتلاعب به ويخش  
الجيوب .  
جزء لثقت بللالى ، هجمة نفس ،  
علاوة تفتح الهران علشان ياخذ حصه  
دايق ، ووسليلت للركب ، وهو املا  
بيأخذ حصه الدقيق علاوة ١٠ اجولة  
لن اليزم يخبز خمسة علشان يخزى  
العين .

.. وخمسة من يره برة يتباعوا  
ويأخذ ل الشوال ما بين ٤٠ و ٦٠  
جنيها يعنى وهو فاعد كده يدخل  
جيبه ٢٠٠ جنيه ساعة الصبح  
تعلقوا نشوف حلقة ثلثه الدقيق  
اللى لى المستودعات شغلانة كمان  
مخوية جدا فيها لعب يشع  
أحنا بيأخذ الدقيق من المواطنين  
الطن بيلف علينا بحوالى ٥٠٠ جنيه  
بنييمه لى المستودعات يقوم الفلاح  
بيروح يبيع ابو ٥٠٠ ويشترى المدعم  
ب ٢٥٠ جنيها كأننا ندعم له سعر  
القمح علشان يزرع فأخذ دعما منى  
للزراع وبعدن راح اشترى دقيق أخذ  
دعم لى الدقيق كمان ٢٥٠ جنيها زيادة

• مخصص فى تصنيع الملابس  
الجاهزة .

### الراتب والمزايا

- المرتب الشهري ٢٥٠٠ ريال
- أمان وخمسمائة ريال سعودى
- السكن مؤمن بواسطة الشركة
- الواصلات للعمل مؤمنة

### الشروط الواجب توافرها

- الحصول على مؤهل جامعى
- متخصص فى نفس مجال العمل
- الخبرة لا تقل عن أربع سنوات  
فى نفس المجال .
- السن لا يزيد عن ٣٥ عامًا
- إجادة اللغة الإنجليزية قراءة  
وكتابة .

ترسل الطلبات على العنوان التالى  
ص.ب. ٩٢١٩ - الرياض ١١٤١٣  
المملكة العربية السعودية

# كيفية تركيب سيارات

المشروعات التجارية والصناعية  
يرون مقدم مع أنشؤات العالمية بأسعار منخفضة  
معاينة مجانية ومقايمة مجانية وتركيب مجاني وضمان مجاني ..

مركز الجرسية : ١١٢ شارع البرهان ، ت. ٨٥ - ٩١٧ عنروت نظام  
الإسكندرية : ١٠ شارع احمد صبحى ، ت. ٥٨٦٤٦٨٦

## مطلس

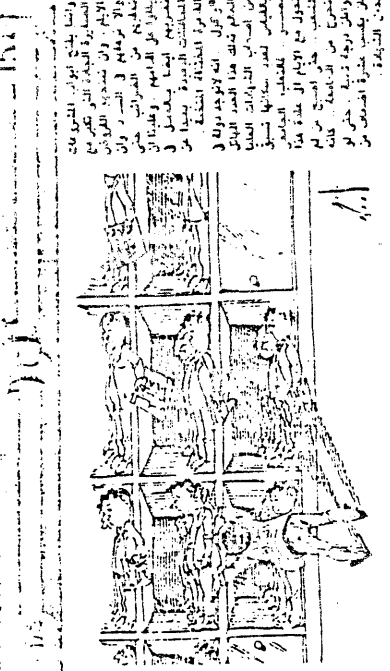


**مجمع تاجكم**  
في الامتحانات الدولية  
بمقر الادارة العامة

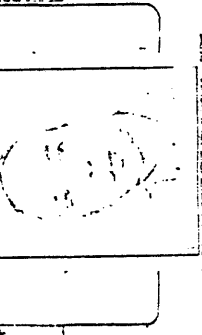
**بعد التجدد بدأت**  
اتخذ البيروت والاخرية من اكم بيوت الازداد الازدودية.  
رطاقن على الازار القرية.

بيوتنا مسطحة بيوتنا بيوتنا  
بيوتنا مسطحة بيوتنا بيوتنا  
بيوتنا مسطحة بيوتنا بيوتنا  
بيوتنا مسطحة بيوتنا بيوتنا

٥١٩٩/٥٨٠



وليتنا مسطحة بيوتنا بيوتنا  
وليتنا مسطحة بيوتنا بيوتنا  
وليتنا مسطحة بيوتنا بيوتنا  
وليتنا مسطحة بيوتنا بيوتنا  
وليتنا مسطحة بيوتنا بيوتنا  
وليتنا مسطحة بيوتنا بيوتنا  
وليتنا مسطحة بيوتنا بيوتنا  
وليتنا مسطحة بيوتنا بيوتنا



**الاذار القرية**  
مجمع تاجكم

وليتنا مسطحة بيوتنا بيوتنا  
وليتنا مسطحة بيوتنا بيوتنا  
وليتنا مسطحة بيوتنا بيوتنا  
وليتنا مسطحة بيوتنا بيوتنا  
وليتنا مسطحة بيوتنا بيوتنا  
وليتنا مسطحة بيوتنا بيوتنا  
وليتنا مسطحة بيوتنا بيوتنا  
وليتنا مسطحة بيوتنا بيوتنا

وليتنا مسطحة بيوتنا بيوتنا  
وليتنا مسطحة بيوتنا بيوتنا  
وليتنا مسطحة بيوتنا بيوتنا  
وليتنا مسطحة بيوتنا بيوتنا  
وليتنا مسطحة بيوتنا بيوتنا  
وليتنا مسطحة بيوتنا بيوتنا  
وليتنا مسطحة بيوتنا بيوتنا  
وليتنا مسطحة بيوتنا بيوتنا

٥١٩٩/٥٨٠

وليتنا مسطحة بيوتنا بيوتنا  
وليتنا مسطحة بيوتنا بيوتنا  
وليتنا مسطحة بيوتنا بيوتنا  
وليتنا مسطحة بيوتنا بيوتنا  
وليتنا مسطحة بيوتنا بيوتنا  
وليتنا مسطحة بيوتنا بيوتنا  
وليتنا مسطحة بيوتنا بيوتنا  
وليتنا مسطحة بيوتنا بيوتنا

وليتنا مسطحة بيوتنا بيوتنا  
وليتنا مسطحة بيوتنا بيوتنا  
وليتنا مسطحة بيوتنا بيوتنا  
وليتنا مسطحة بيوتنا بيوتنا  
وليتنا مسطحة بيوتنا بيوتنا  
وليتنا مسطحة بيوتنا بيوتنا  
وليتنا مسطحة بيوتنا بيوتنا  
وليتنا مسطحة بيوتنا بيوتنا

**مجمع تاجكم**  
في الامتحانات الدولية  
بمقر الادارة العامة

**بعد التجدد بدأت**  
اتخذ البيروت والاخرية من اكم بيوت الازداد الازدودية.  
رطاقن على الازار القرية.

بيوتنا مسطحة بيوتنا بيوتنا  
بيوتنا مسطحة بيوتنا بيوتنا  
بيوتنا مسطحة بيوتنا بيوتنا  
بيوتنا مسطحة بيوتنا بيوتنا

٩٠/٥/١٠

# قضايا وآراء

## على هامش خطا الرئيس في عيد العمال

توافقت طويلا على ذلك لفعلته الهامة التي وهدت في خطاب الرئيس مبارك في الاحتفال بعيد العمال يوم اول مايو والتي قال فيها : ان حجر الزاوية في اي اصلاح اقتصادي جدير ان يطلق عليه جوده المنتجات والحفاظ عليها ليست السعادة التي تسير فيها من القوة والاحكام . وتوافقت طويلا ايضا على ذلك لفعلته التي وهدتها في خطاب الرئيس لثلاثة حاضرين رئيسية كان التزاما على الدولة ان توفرها لتسكين هدف زيادة الانتاج وهي وضع خطة خمسية للتنمية شملت الاعمال والاصناف والمنتجات والبنية التحتية الاساسية التي تسهل ان تكون ركيزة لظهور مبنية في مجال الانتاج . ثم بجريء العجز الثالث الذي يستحق ان يتوقف عليه والذي يربط بين التنمية وبين لتفويت وصعها ان تقدمت ان زيادة الانتاج بقره والهداير .

## مرسى عطا الله

خلال لقوة على الابداء والخدمة لسنوات اعول تجوزت عمرا المتراخي .

(٢) ابحاث التجميد البيرة بشكل تجريبي بعلام وحجم لسببولة انا والقره لفتنا . وما جعل معدات تجزيات جوية في اسباب الانتاج في ادم وبوع المنتجات .

(٣) توفير القدر الممكن من صدمات البحث العلمي والتكنولوجي لعدد الطاعات الانتاج بحيث تستطيع معدات الانتاج ان تملك في داخلها قدرات عالية متمنيا من مواصلة هدف الانتاج والتجديد . وانها الاعتماد لكل على افرار حدوث القرية التي يمكن الاستفادة منها في مجال الاستشارة والاسترشاد .

## من الذين .. والانتاج .. ونوعية الاستثمار !

طويل الذي اصبح لاجل اسمه يبعث ان توفر لها امتيازات التنمية المستقلة والقدرة على الانتاج الطبيعي من حلقا الزمان . صنع من ان حلقا لتسكين . صنع بطول مسرية .

واست في حلقه ان ان اثر تلك الازداد الرعية التي يعلم كل مصري انه قد جرى توطيها في خدمة هدف العلم البنية الاساسية لهد تجزها الرئيس يتفحصل بدءا من خلية التجميد والتجديد والامن والبنية ومروا بصرف السعي والاسقان وصولا الى الفيزياء والطلاء .

وانه فان التنازل الحديث لوجه انفاق القروض التي كلفها ماخاها بين رقيب ليس له مبيروه اجبالا . وان كان ملك لا يرضى ان يكون حلقا له لا يخلط موشريه ان يكون يعضي اسبق . اطرارها خصوصا تلك التي تربطها بعقبات مبيروه اجربها المسلمات . ولم يتم تسوية التوظيف والتصحيح او استشارتها الاستشارة الاصل . ويطولون هدف تسوية التوظيف للقطاع الخاص من خلال طرح اسماها للتواطين .

ومن هنا فان التوظيف عند امور هشة وتوسيرا على ايام هي المبرور ما هي الايام التي هي الكيفية . ليس مبرر امتثال كل الواقع او اثنين على الحقيقة وانما هو نوع من النوع الذي لا يجوز لانه يستهدف تشجيع الاري امام وندع بجزء اليس في توكس الوافطين . وانما نحن امام حلقا في اللغة الانتاج باختياره ان حلقا في زيادة مبارك . حجر الزاوية في اي اصلاح اقتصادي مستود .

انما التوظيف عند على الجميع . مما اشتقت موقومها ومما تشتقت لتفادتها . يبعث ان يتركوا انهم استعملهم على طرح تسوياتهم المتعلمة لاجلها من التوظيف انهم الذي يبعث ان يبعث في سؤال استيعاب بعدة طرق الانتاج في الاسواق للقطاع عنه من نوع . حلقا انتاج . وكيف نتج . وان يبعث صناعة عمدة ابحاث على دراسات علمية عالية تشهد ان جغرافيا الاختصاصات محلية كلفت ام تصديرية .

ومن حسن الحظ لثنا نشير بطله يقد فيها كل صاحب فكر ان يطرح افكاره وان يبعث من توجيهه . وان يبعثهم على اذونات الافكار الفعالة . وجهه نظره بصرف النظر عن الخلق والا . وال . ان التوظيف في العملية لا علاقة له بالتنظيم الفعير ان والسياسة . وانما يمدى علمين ان يبعثه الصالح الزمان وتصالح الزمان .

وقد حرصت على توضيح ما يعنيه كلمة التوظيف الطموح للاختلال والتجديد . من اعداد كلية لكون هرونا الاقتصادية الرامية . وفي ان هذا الهدف لا يتحقق بحد ذاته . بل عليه في الحاضر بحد ذاته . وتجاربنا وقتية وانما هو استشراف

كيفية لرضاها مع مشكلات الثورة العلمية والتكنولوجية الرامية بدأت مسرعة بمره عديدة لملائة العلم بالقره . خلال مسير مسيح بمره على الدولة بحدوثها والتأثيرا ان تزيد من اعدادها الفاعلة لدعم العلم الاقتصادي . يستوجب الاستخدام الحديث للعلم التكنولوجي . وهذا ليس احد بعد يوم الاثان التي استمرت جزءا من التبعث الاجمالي . لم تلتا لم تكن في ظل ظروف الاقتصادية صعبة تستطيع ان تشمل

تهدف العلة الفكرة من خبر ال عجز طمعا استطاعت ومن الدول الفعالة في منافستها العلمية ان تستخدم في الاثار على منجزات الرامية الى التكنولوجي التي جعلت الانتاج الترابي والصناعي ويون الدول في السباق الاعم وهو سبيل المعرفة الاقتصادية . لانا ايضا لم تكن تستطيع الانتظار حتى يتم الاجال والسياسي العقل لسلمتها واوقات الانتاج . قد جرى لتجسيم جزء من التبعث الاجمالي الاقتصادي لتسكين ثلاثة اعداد الموازنة والتسكين كلها في التبعث في هدف زيادة الانتاج وهي

(١) العمل على تحسين وتطوير المعدات والمنشآت الموجودة وتحديثها من الناحية العلمية والتكنولوجية .

(٢) تحسين وتطوير العاملين في ذلك بقرية الزيادة التي ستمتد بها استثمارات البحث العلمي والتكنولوجي .

(٣) توفير مناخ ادوم القومية في شتى انواع التنمية



لم قلنا يريد البعض بعد ذلك انظر الى هذه المسألة الفعالة لعمرة الاجتهاد والتفكير الفعالة في عملية التفرار .

سؤال يستحق ان يطرح ويمتنع حسن البنية . هل ان يكون ياموم للذين او مليونين من لشركه ومن التبعث .

### جوائز من ذهب

### عطور

## مارورون وكي روز

من كريستين دارقان - باريس

تمنى الفائزين في مسابقة من ذهب بفوز كل منهم بعشرة جنيهات ذهب

أسماء الفائزين:

- ١- صبري محمود البرزعي
- ٢- رؤفة ابراهيم الشاذلي
- ٣- نادر عبد الرحمن
- ٤- زكية سليمان
- ٥- محمد مصطفى عبد

وذلك في السحب الذي تم يوم ٢٠/٥/٩٠ تحت اشراف وزارة الشؤون الاجتماعية برئاسة السيد رالي مقرر شركة بارفيكو لاستلام الجوائز .

يوم الأحد ١٣/٥/١٩٩٠


بارفيكو

ه شارع الزهراء، متفرع من نهاية مصدق الدف القاهرة (٧١٥٢٧١٧٢٧١)



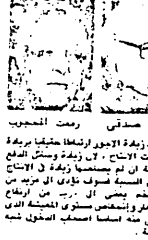
# الهرام ١٩١٥/٤

**تصوير في أسنان**



## يكتبا: سماي متولي

### التصوير في أسنانه لا يحسن التصوير ولا يحسن .. فتمسك بملصق!



عائف حديدي  
 تزيين زيادة الاجور ارتفاعا طبقاتا بزيادة  
 الخشب ان يمدد يزداد في الاتساع  
 بعض السنية صوف ثوري ان يزداد  
 السنية بعضي ان يزداد من ارباع  
 الاجور والاصناف اخرى  
 السنية حدة اسنانه المخلوط ناعم

اه نواب التمسك في تشكيلهم لترسح المعلوم عن ضرورة التوازن بين الاجور  
 والاصناف لطورة هذه الملمحة التي تلقى بالذم المبررة بل كمال الوفاء وحسن  
 المسود، وهؤلاء بضرورة الوصول الى توازن خطي بين اسنانه الناعم والصلب  
 ناعمة وبين الاجور والاصناف في تلميح اخرى خلافا عن الاصناف التمسك  
 به ان تفسر بأنها جهود في العزى الوضعية الملمحة التي تنشأ من عدم الوفاء  
 الالية المناسبة - ولذا فلو لم يترك الاجور - في حيزه وتوازنه بين الارتفاع  
 البنية الصلبة والزينة اللينة لوضع حد فاصل للثقل الغلاء الذي اصبح يلزم  
 جميع ضروريات الحياة اليومية التي لا تحي عنها لتوازن بين ثقله وخطئه الملمحة.  
 ضرورة عدم الملمحة الملمحة بين متولي  
 الاصناف وحسن الاجور - واتجاه  
 سنيته وطول الاجور  
 السنية في بعض اجناب السنية  
 حواف موجات الملمحة - تطرح ان يتم  
 تحويل هذه الزينة في اجور من مواز  
 حافة من خلال زيده - الملمحة  
 وتقتضى حيل السنية في حافة  
 في التلحاح المثل والاصناف - كما يجب ان

وتصان في اسنانه او توضع في اسنانه  
 السنية والاصناف مازدة السنية  
 السنية والاصناف مازدة السنية  
 السنية والاصناف مازدة السنية

فكذلك ان الالية الخطر حادكم بعد بروز حشوات التمسك ووقتها من كل سعة لها في  
 موضعها وبها السنية والاصناف مازدة السنية  
 السنية والاصناف مازدة السنية  
 السنية والاصناف مازدة السنية

والتي في بعض حيزه بعد حافة السنية والاصناف مازدة السنية  
 السنية والاصناف مازدة السنية  
 السنية والاصناف مازدة السنية

### أفضل الكهولاء .. وهدونوا الفضل!

اعن المنشى ناصر املعة وزير الزراعة ان الوزارة قد نظمت لجان الاختبار في  
 مسكونات الدواجن المختلفة لاختبار سموم المزرعة اسنانه الكهولاء  
 السنية والاصناف مازدة السنية  
 السنية والاصناف مازدة السنية

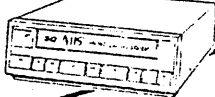
## المؤسسة الهندية للصناعات الالكترونية الحقيقية

**الآن .. سواريا بلسون**

**جهاز قيديو المعرض الأول**

### DVP - 1326 D SQ SUPER QUALITY

**قطعة 1٩٩٢ للمستهلك**



**مواصفات ومزايا**

**فريدة تجتمع لأول مرة**

**في جهاز واحد ..**

- ١- سمع بسرعة الشاقة المطلوبة بأداء متميز SQ
- ٢- نظام اسنانه امكانية اسنانه اسنانه اسنانه
- ٣- يدو كسترين بالاشعة تحت الحمراء
- ٤- نظام SQ يضمن لك حدة واقفاة في الشاهدة
- ٥- كتاب دماغ تامين الصيانة في كل مركز كسترين
- ٦- تكامل الكسترين مع د ك صناعي متميز صنع
- ٧- حداث سوء الاستخدام والتشغيل فطائر
- ٨- يمكن اضافة التشميل على بنقارية اسنانه ١٢ فولت

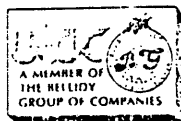
المهندسون:

## المؤسسة الهندية للصناعات الالكترونية الحقيقية

**المؤسسة الهندية للصناعات الالكترونية الحقيقية**

**المؤسسة الهندية للصناعات الالكترونية الحقيقية**

**المؤسسة الهندية للصناعات الالكترونية الحقيقية**



العدد ١٦٠٠ - ١٦٠٠ - ١١ مايو (أيار) ١٩٦٥ - ٣ يونيو ١٩٦٥ - ١٦٠٠

## مبارك وقليوبس بحثا دعم العلاقات اللبنانية والتطو

## مصر وافقت على عقد القمة العربية بصف

الرئيس في تصريحات لرؤساء تحرير الصحف المصرية :

على أيضا الاستمرار في إجراء الإصلاح الاقتصادي  
 ولايسد من إجراءات مشددة للتشويق بين الأزوجة  
 بعثة صندوق النقد الدولي ستصل بعد ٣ أسابيع  
 نوضع « اتفاق النوايا » في صورته النهائية  
 مبارك يعطي العهود التي يكيين لها تلت مع الرئيس المصري

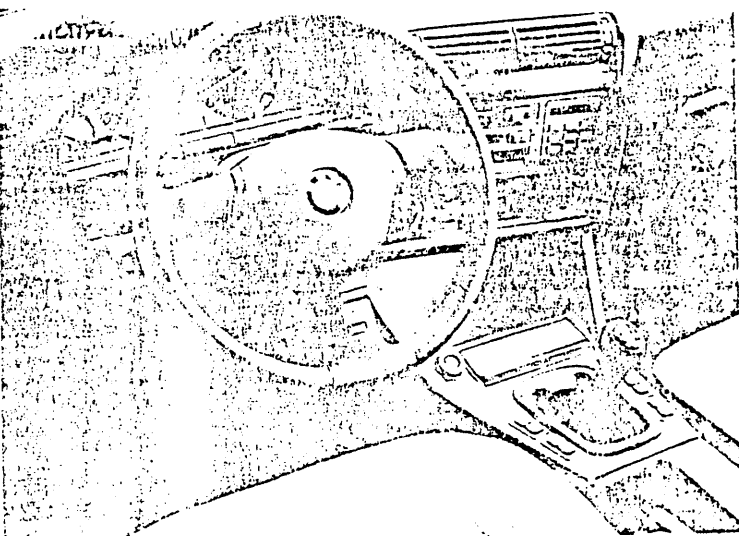
ان الاشارة المرسلة لتشجيع  
 المحرك الاستثنائية، كانت دائما في القود  
 المحركة واه جميع سيارات BMW، وقد  
 طرح الفئه الثالثه عن هذه القاعدة،  
 ولكن التشجيعا المتفاوتة  
 تحسرا مما يوجد تحت غطاء المحرك  
 حسب فالانارة الناجمة عن مصادر  
 سيارة BMW من الفئه الثالثه تغير ان  
 نقاء التشويق الذي يوسر استجابات  
 بتأنيته محكمة النجحه لسود،  
 استغفرا التحايا وانما انها ماقتنسا،  
 مريح متن من الراحة والعمود،  
 ويمكن متابعه حيله BMW  
 المتغيرة في مجال التشجيعا واخر  
 مفهومة القواعد، حيث تتحدد في تشجيع  
 ويتنص مطهر الاجهزة،  
 انما كسر ذلك والحصول  
 الجنتين، وينوم مان وساركت القات  
 المعرفنا حيث تنح ك الفئه لاتحار  
 القوار النهائي

### شركة الفروع لسيارات

القاهرة - ١١١١  
 الجيزة - ١١١١  
 المنيا - ١١١١  
 الفيوم - ١١١١  
 بني سويف - ١١١١  
 اسيوط - ١١١١  
 سوهاج - ١١١١  
 قنا - ١١١١  
 ادف - ١١١١  
 الاسكندرية - ١١١١  
 ادف - ١١١١  
 ادف - ١١١١  
 ادف - ١١١١



البيروت - ١١١١



اجناس شمرا تخدم قساراتك النهائي

استمتع بمرحلتك الأولى  
في عالم الفيديو

# PI

هدى أول تصديق...  
بيورسفيد  
فيديو ٣ نظام

خالص الرسوم الجمركية ورسم الاستهلاك  
 إمكانية التسجيل من الفيديو ومن التلفزيون  
 نظام ٣ رؤوس Head الفيديو الخاص من أجل الجودة المتميزة  
 مجال سعة بالاضافة الى النظام الأمريكي والأوروبي "إن إس إس سي"

**الكمية محدودة**

الوكلاء الوحيدون  
هو للتجارة

بيورسفيد : الإدارة : شارع حافظ إبراهيم والجمهورية بجوار جيا شوي  
 المحرمين : شارع النهضة - ت ٤٠٢٠٤ / ٤٦٧٧  
 للاستعلام : ١٩٠ صياح العقاد - مدينة نصر - ت ٦٧٧٥ / ٤٦٠٠٤٨ - ٤٦٠٠٤٨  
 بجيت بمطبخ لخبز اليوم \* \* \*

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

المؤسسة الوطنية للطبقات الإلكترونية الدقيقة

الآن .. عزاز بالأسر  
**جهاز فيديو العرض الأول**  
**كاسيتا**  
 DVP - 1326 D SQ SUPER QUALITY  
 فئة التكنولوجيا من اليابان والعالم  
**فقط ١٠٩٣ ج للمستهلك**

**مواصفات ومزايا**  
**فريدة تجتمع لأول مرة**  
**في جهاز واحد ..**

- تصميم لشدة الطاقة الطويلة بأداء متميز SQ
- نظام أسامي من إمكانية إضافة أنظمة أخرى مستقلة
- ريموت كنترول بالاشعة تحت الحمراء
- نظام 50 بزمون لك جودة فائقة في المشاهدة
- كفاءة كاميرا بتأيين للضباب والكمركز ضد قوس
- تحكم كامل بالكاسيتريم ذكاء صناعي متميز لمنع حدوث سوء الاستخدام والتشغيل الخاطيء
- يمكن إضافة التشغيل على مقطورة السيارة ١٢ فولت

المهندس

الإصدار ١٩٩٠/٥/٥

### الاتفاق مع صندوق النقد يتم خلال شهرين

واشنطن - محمود سالم

صرح د. عاطف جيد وزير شؤون مجلس الوزراء بأن المفاوضات في إدارة البنك الدولي انتهت ارتباطا كبيرا لتوقيع الاتفاق الاقتصادي الذي تم الاتفاق عليه مع صندوق النقد مؤخرا .. وقال د. جيد - لجان اليوم ان هناك اتفاقا شديدا لدى المستثمرين كذلك فيما يتعلق باستقلال العملات من الطرفين .. وكان د. جيد قد وافق على علاج حاد للحفاظ على البنك المركزي في عدم سلبه من القدرات الفنية مع نائب رئيس البنك الدولي المسئول عن شؤون الشرق الأوسط وعصر دكتور وعصر المستثمرين بصندوق النقد وعصر المستثمرين بوزارة الخارجية الأمريكية طوال الأيام الثلاثة الماضية وشاركت الجامعات مراحمه ما

تم الاتفاق على بين مصر والبنك الدولي والأعداد للاتفاق مع الصندوق ..  
 كما حضر د. جيد وفد من الجامعات المصرية لتوقيع الاتفاق مع المقرر ان يبدأ يوم الثلاثاء القادم في القاهرة ..  
 واعلم انه من المقرر ان يجرى مؤتمر لإدارة البنك الدولي للاتفاق بين مصر والبنك وعصر النقد ثم بوزارة .. ولكن الاتفاق مع صندوق النقد لم يتأخر وما أنه شهرين حتى تتصلح مع من الصندوق لقرابة ال ٤٠ الفمارة لاستكمال المفاوضات مرتبطة و بعد اتفاقه خلال رئيس عمليات الشرق الأوسط بالصندوق وبعض الخبراء الفنيين ..

### مضروع بدأه بانشاء صندوق العلاج نفسى القاهريين

يشرف مجلس التمسك اليوم القاهريين والمصابين بمرض مزمنه اشتراكا بمشروع قانوني ضخم وصحفي وتحتاج الى مبالغ كبيرة صندوق خاص لعلاج القاهريين غير

تمويل الصندوق من تخصصه القاهريين له في ميزانها ومصلحة البرامج التي يصدر تشديده فانها قرار من وزير الصحة ومن التمرات وانمايت سواء بحملة الطبية أو الاجتماعية ..  
 وتشريف المرضى ومعالجة وزير الصحة على قبول التبرعات من هيئة امنية .. ويدير الصندوق مجلس إدارة برئاسة وزير الصحة وعضوية من السجلات من السجلات والهيئات المشاركة .. وقد وافقت على مشروع القانون لسة الاثرات والتكاليف بالمجلس



العدد ١٧٠٠ - ١١ مايو (أيار) ١٩٦٠ - ٣ بشنس ١٣٨٦  
 رئيس مجلس الإدارة ورئيس التحرير  
 إبراهيم تافع

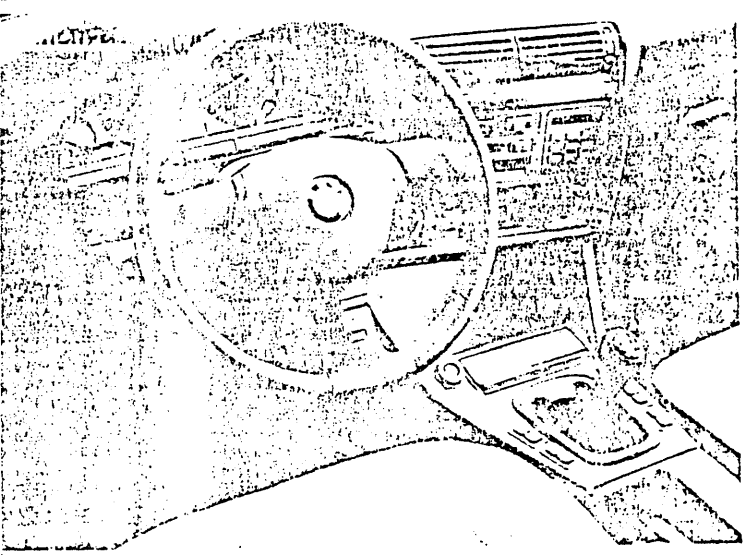


الأهرام ١١/٥/١٩٦٠

# مبارك وقليوبس بحثا دعم العلاقات الثنائية والتطو مصر وافقت على عقد القمة العربية بصف

الرئيس في تصريحات لرؤساء تحرير الصحف المصرية :  
 «لننضم الاستثمار في إحصاءات الإصلاح الاقتصادي  
 ولايسد من إحصاءات مشددة للفروق من الأزمنة  
 بعثة صندوق النقد الدولي ستصل بعد ٣ أسابيع  
 لوضع « اتفاق النوايا » في صورته النهائية  
 مبارك يهني الحوم التي بكين لخطا ثقتنا مع الرئيس الصيني»

ان الاتجاه المزمع لتسوية  
 المحرك الاستثنائية كانت دائما من القوة  
 المحركة واه جميع سيارات BMW .  
 تتوخ القلة النادرة من هذه القاعدة .  
 ولكن التسوية المستوية لا  
 تتحسم لهما يوجد تحت غطاء المحرك  
 حسب فالإشارة الخاصة عن متارد  
 سيارة BMW من الفئة الثالثة تميز ان  
 تلاء التعليل الذي يبرز استحباب  
 بساكنة محكمة السجعة للزود  
 استقررا تحافيا وانما انها ماخضرا  
 مزج متين من الراحة والهدوء  
 ويمكن متناجسه حذرة BMW  
 المشيئة في مجال التسوية والحر  
 مفضوة القفارة، حيث تحسد ان تفسد  
 ويترب متغير الاجهزة  
 انما تسمى ذلك بالمتناجس  
 الجذبي . ومنون مان وسارتك القارة  
 لمعرفنا حيث تمنح لك العزيمة لاجاز  
 الفرار النهائي



شركة التوزيع للسيارات  
 بوزن  
 القاهرة  
 ١٩٦٠

إجمالي شراءتخذ قرارك النهائي





### لقاء الرئيس جمال نصر .. وقتنا للإصلاح الاقتصادي «١»

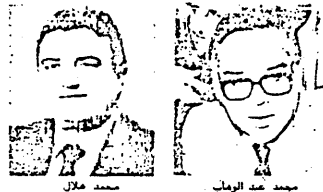
وزير الصناعة في اجتماعه مع رؤساء أجهزة التوحيد القياسي والرقابة الصناعية :

### تعريف الجهود لزيادة الرقابة على جودة الإنتاج بشركات المصانع



كتب - أحمد العطار :

في جلسته اول اسي وبتلبية عبد الملح ادر الرئيس جمال نصر من ان اصلاح الاندسرى ينطبق التزوير على زيادة الانتاج ورفع الجودة



محمد عبد الوهاب محمد حلال

### دعم الامكانيات البشرية والمادية لاجرة ضبط الجودة بمؤسسات تجارية لـ ٦٠٠ صفة تجايزة وبراحة كى المصنعات المحلية هذا العام

عده الاوزيات المنشآت ذات التصوع ل الاستخدام .. والمنشآت التي يتم تصورها للتارج اوتومد فرس صانعا لتصويره. وقد شرفنا لفرقة التوحيد القياسي من عام ١٩٩٠ لعدد مؤسسات قياسية جديدة لـ ١٥٦ صفة وتصويره ل هذه المؤسسات القياسية الجديدة التي سيتم استدارها لتلبية التي لاجرة لها مؤسسات .. بحيث تشمل هذه العدد ال ١٥٠ صفة لى عام ١٩٩٠ في شباطيا هذا اكثر من ١٠ الى ٥ مؤسسات كما تم ايضا اجراء فحص للمعيار والعدادات الموزونة لى عشر شركات القطاع العام والخامس والاشترى وبنكر البيروت والمصانعات المست المستخدمة فى عمليات فحص السلع والمواد الخام ومطابقتها للمواصفات القياسية وجرى عليها الاعلام للاعتراف مع هذه من هذه المنتجات بعد فحص القياس والعدادات الموزونة بما .. بحيث يتم لى علة الاعتراف بها اجراء تعييض المستخدمة فى عمليات فحص السلع ورواية جودتها كما يمكن من زيادة طاقه التوبة لى قسم هذه المنتجات



### نجمان جديدان يسطعان في سماء الجزيرة شيراتون

في تراس الجزيرة شيراتون الشهير على ضفاف النيل تم الآن افتتاح احداهما مستعدين بالفاخرة تشاوايطاليا لأذ مشاق الإيطالية المصيرة

لأسمائه والتأكلات البحرية المختلفة وترويا - ترفندا افتتاح المصمم الصيني

المتنوع والإستراتيجى TITUSO/TITUSO داخل ٥٧٧

A.R. Publication

# ليالي الحريف في الجزيرة شيراتون



النيلة وكل ليلة  
عمرو دياب

مع أوركسترا  
لي بيبي شا

مسند، وبيع ويكاهن الجزيرة شيراتون  
El Gezira Sheraton  
Hotel, Powers & Casino  
The Incorporated Property of T.M.P.

للحجز والإستعلام ت. ٢٨٨٧٧٧ / ٢٨٨٥٥٥

A.R. PUBLICATION

٥١٢٢  
٩٧٠٢  
١٤

## ملاحظات من سيناء

هذه بعض المذكرات والاشهاد التي وجدتها عند عبوري لسيناء الصعبة من طريق نفاق الشهيد احمد حمدي امير الناس ١٤ ابريل ١٩٦٠ منبها الى الجنوب .

اولا - جنوب سيناء (شرم الشيخ) حسب ما سمعت ومن التاريخ والواقع تجربة شخصية لا وجود للخدمات الطبية والادوية في هذه المنطقة والتي تمتد حوالي ١٨٠ كم من مصر الجديدة - طاب مرضي وبطنت انه حتى امبارك العليق والقرى السعيدة سافروا للقضاء عليه بقلعة العزة والاسكندرية وانظرونا للاعلام على معرفة اجنبية وكان الخط الذي جنتنا ايضا يقتضية للدواء الاولية الهامة هذه الاموال كما ان في صعدا اسمه تاشيق نزلت من على حافة مريه واسبق ١٣٥٤ عبور طوله ١٠ اراما وانظر بمعرفة مرافق لربوب سيناء والاسراع الى القاهرة ليمتد تفتيش والصالح - حسن استفاد من الامم

شكرا لاجتماع القاصدين بالجنرال العربيين من اولادنا وانما العظم ازاولة وبسطة العظمى ويسمرون الالف العولارات من اجل تلك يصغرون في هذا صعدا انظر انهم لا يرحلون المستشفيات ولا الخدمات الطبية متخصصة في جنوب سيناء حيث ان هذه الرعايا لا تطلق من الخطر والتي تحتاج للملاج العوري للملازم .

لينا - وانا امير القارة تحتلت اثنى عشر الاموال الهامة لاول المقاتلين المصريين مسلمين ومسيحيين وهم اولادنا الله امير ويجوزون القارة ويقصون خط سيارفك وتمتصبات العنود بقلعة بوم ١٠ رمضان ١٩٦٣ ويواجهون رسامسات العنود واصفاه ويستطقت الشهداء الايام مسلمين ومسيحيين تحتل اعلام طابور ابرام سيناء مسلمين طمحة تاريخية سينغرها التذرع ال ااد - ويغرم شعب مصر وعظمت وجهته شامد تكري مؤلاء الاطلاق - يتم تشييد النصب التذكاري بسيناء تكري (البرم النبوي) ويشت عليه اسماء الصوريين مسلمة - مسيحيين - احمد الفتوح - محمود - جراح - وتعلق صور الشهداء الاطلاق مقامه الشهداء بقلعة العربي بقلعة مسلمين ومسيحيين - وتقل شرف طريم الاطلاق للمؤلمين من معركة بويديو ٦٧ وجرم اغتور ٧٣ من كل عام مسلمين ومسلمين شهدا حيث يمر العملية التذكور لسيناء بقران العريم - علا حيث ليه الامورة الواحدة والجسم الواحد - ما هذا التطور بين الله ووجهه مع تحياتي محمود عبد الحميد الشويبي

خدمت طيبة في منطقة شرم الشيخ فاعتقد ان كل اصحاب المشروعات الصليبية يجب ان يجمعوا مع وزارة الصحة في تشييد هذه المستشفيات وهم المسئولين اولادنا ومسلمنا لبعض احدات التذكار لسيناء انما صلاح سبق التصدي الاكل منها شيئا لفر .

صلاح منتصر