

تحليل مضمون مجلة الأهرام الزراعي من حيث الشكل خلال السنة الزراعية 2014 - 2015

أ.د. عبد الحميد ابراهيم أحمد**

أ.د. هدى محمد الجنيهي *

م. وسام محي الدين على**

أ.د. عبد الشافي أحمد عزام *

* كلية الزراعة - جامعة القاهرة

** معهد بحوث الارشاد الزراعي والتنمية الريفية- مركز البحوث الزراعية

المستخلص

استهدف هذا البحث تحليل مضمون أعداد مجلة الأهرام الزراعي الصادرة خلال عام زراعي كامل 2014- 2015 من حيث الشكل، وذلك لتحديد القوالب أو الأشكال التحريرية الصحفية التي قدمت بها موضوعات المجلة وتحديد أهم عناصر الإبراز الصحفي بالمجلة (شكل العنوان، حجم الخط المستخدم في الكتابة بكلا من العنوان والمقدمة والعناوين الفرعية والزوايا والمتمن، تواجد العناصر التوضيحية والتأثيرية، استخدام البراويز، استخدام الألوان في العناوين والمتمن وخلفيات الموضوعات والصور)، ولتحقيق أهداف البحث تم حصر عدد مرات تكرار ورود الفئات والمساحة المقاسة بالسنتيمتر المربع في عرض معظم الفئات الخاصة بفئات الشكل، والعد تحت الفئات التي أمكن تحديدها وتعريفها مع توخي الموضوعية والشمول.

وتوصلت النتائج إلى استخدام معدي مادة الاتصال في مجلة الأهرام الزراعي العديد من القوالب أو الأشكال التحريرية الصحفية حيث بلغت ثلاثة عشر قالباً، واحتلت قوالب الإرشادات والتوجيهات والخبر والتحقيق والمقال الصحفي المراتب المتقدمة من حيث عدد مرات ورودها بالموضوعات المطروحة بمجلة الأهرام الزراعي، كما أوضحت النتائج استخدام ستة أشكال للعناوين واحتلال شكل العنوان على سطر واحد المرتبة الأولى في مجلة الأهرام الزراعي بنسبة تقترب من نصف عدد الموضوعات الواردة في المجلة، وفيما يتعلق بأحجام الخطوط المستخدمة في العنوان فقد احتلت فئة وجود أكثر من حجم في العنوان الواحد (أحجام متعددة) المرتبة الأولى، كما أوضحت النتائج أن الغالبية لحجم الخطوط المستخدمة في كتابة العنوان والعناوين الفرعية والمقدمة والزوايا والمتمن كان من فئة حجم خط صغير، كما أوضحت النتائج تواجد العناصر التوضيحية والتأثيرية في أغلب الموضوعات الواردة بمجلة الأهرام الزراعي وقد شغلت العناصر التوضيحية والتأثيرية نسبة مساحة تزيد عن ثلث المساحة الكلية لأعداد المجلة، واحتلت فئة الصور التوضيحية المرتبة الأولى وفقاً لعدد مرات ورودها والمساحة من إجمالي مساحة العناصر التوضيحية والتأثيرية بمجلة الأهرام،

كما أوضحت النتائج استخدام البرايز بنسبة تتجاوز النصف في موضوعات الأهرام الزراعي، كما توضح النتائج اهتمام المعدين للمجلة باستخدام الألوان في كتابة العناوين والمتمن والصور والخلفيات للموضوعات بنسب متفاوتة.

المقدمة والاستعراض المرجعي

تصبح نتائج الأبحاث العلمية وما يستتبعها من أفكار تكنولوجية صالحة للتطبيق عديمة الفائدة في برامج التنمية الاقتصادية إذا لم يتم نقلها من معاملها البحثية إلي المستفيد منها في مواقع الإنتاج، "Qamar" (2005: 1)، لذا تستخدم الدول العديد من طرق الإتصال لنقل تلك النتائج والأفكار وذلك لتحقيق أهدافها التنموية من خلال حشد وتعبئة الجماهير من أجل تحمل المسؤولية التنموية وإستخدامهم كطاقة دافعة لعمليات التنمية ومشروعاتها وخططها وبرامجها في كل مرحلة من مراحلها التخطيطية والتنفيذية والتقييمية وذلك من خلال توفير أبعاد الوعي الإجتماعي المستتير لدى الجماهير المساهمة والمستفيدة من العمليات التنموية بما يسمح بالتجديد والتحديث والإبتكار الخلاق "يوسف" (2003: 10، 11).

وتلعب وسائل الإعلام دوراً حيوياً في عمليات التنمية الاقتصادية والاجتماعية وتبرز أهميتها بوجه خاص في مجال الزراعة بالمناطق الريفية، وتكمن أهمية هذه الوسائل في مقدرتها على بيان الخطط القومية وتوضيح أهدافها للجمهور وتحفيزهم لتقديم أقصى جهد لخدمة أهداف وقضايا المجتمع ومسايرة تطوره، ولا يتحقق هذا إلا من خلال مخاطبة الرسالة الإعلامية للشخص العادي والعمل على جذب المستقبلين من خلال التفاعل مع المجتمع "غنيم" (2007: 15).

هذا وقد أدى ازدياد التعليم وحدث التطورات التي واكبت العالم في مختلف المجالات السياسية والعلمية والثقافية إلي انتشار الصحافة، ونشأت لدى القراء اهتمامات خاصة، وأصبح مطلوباً من الصحافة أن تعبر عن هذه الاهتمامات الخاصة إضافة إلي الاهتمامات التي تعمل الصحافة على التعبير عنها، ومن هنا ظهرت الحاجة إلي وجود الصحافة المتخصصة التي تتبنى الاحتياجات الذاتية لدى القارئ" عبد اللطيف" (1997: 11)، وتعد الصحافة الزراعية نوع خاص من الصحافة والتي تعتبر من أهم الطرق الاتصالية الجماهيرية للزراع والتي تتضمن كل ما اعتمد على الكلمة المطبوعة في نقل رسائل إرشادية زراعية إلي المزارعين وأسرهـم " الطنوبى" (2004: 297).

وتتعدى أهمية الصحف المتخصصة ومنها الصحافة الزراعية من مجرد نقل المعلومات إذ تهئئ منبراً للمناقشة ولنشر الأفكار والمبتكرات ولتبادل الخبرات والتجارب، كما قد تسعى إلى التأثير في متخذي القرارات أو لتعزيز الإبتكارية في كثير من المجالات، وبالرغم من أن اهتمام الدول المتقدمة بالصحافة المتخصصة يبدو جلياً إلا أن السنوات الأخيرة شهدت تزايداً ملحوظاً في اهتمام الدول النامية بالصحافة المتخصصة "أبو زيد، وليلى عبد المجيد" (2009: 17).

أ.د. هدى محمد الجنيهي أ.د. عبد الحميد إبراهيم أحمد أ.د. عبد الشافي أحمد عزام م. وسام محي الدين على

وتمثل المجلات المطبوعة على اختلاف أنواعها وأشكالها وتباين ألوانها وأذواقها وتعدد اتجاهاتها واحدة من أهم وسائل الاتصال الجماهيري وأبرز جسوره ودعائمه القائمة بحيث يندر أن يتواجد مجتمعا من المجتمعات يقوم بأداء دوره الملقى على عاتقه دون أن يعبر بأفكاره فوق سطور مجلة من المجلات لتنتقل إلى الجمهور العام أو المتخصص " شفيق" (2010: 7).

وتعد مجلة الأهرام الزراعي أول مجلة متخصصة في الزراعة بالشرق الأوسط والوطن العربي وتصدر بشكل دوري في منتصف كل شهر عن مؤسسة الأهرام الصحفية، وقد صدر العدد الأول منها في نوفمبر 1958، وتهتم المجلة بنشر العديد من الموضوعات التي تتعلق بقطاعات التقاوي والأسمدة والمبيدات والإنتاج الحيواني والداجني والأسماك والمكينة الزراعية، وتهدف المجلة إلى تقديم خدمة صحفية في المقام الأول لكل العاملين بمجال الإنتاج النباتي، وكل ما يتعلق به من قطاعات أخرى كالقطاع الحيواني والداجني ، كما يستهدف خدمة المستثمرين والباحثين والشركات العاملة في المجال الزراعي، إضافة إلى المزارعين الذين يتجاوز عددهم أكثر من 6 ملايين شخص.

كما تهدف المجلة لنشر الأبحاث والابتكارات العالمية والمحلية والاستفادة منها في تطبيق سبل الزراعة الحديثة بشكل يصب في مصلحة المزارعين من حيث زيادة إنتاجية المحاصيل ورفع جودتها مع خفض التكلفة الإنتاجية، كما تساعد المجلة على وضع أسس وكيفية تسويق المحاصيل وفتح فرص وأسواق جديدة لتصدير حاصلات مصر الزراعية (بيان صادر عن مجلة الأهرام الزراعي 2016).

وتعتبر عملية كتابة ومعاملة الرسائل الإرشادية بالمجلات من العمليات الفنية التي تحتاج إلى دراية عميقة، ودقة فائقة من قبل القائمين بها لتأثرها بالكثير من العوامل المرتبطة بمضمون الرسائل الإرشادية، والعوامل المرتبطة بالإخراج الجيد لتلك الرسائل.

بعد الإخراج الصحفي خطوة من خطوات إصدار الصحيفة أو المجلة وتلك الخطوة تتعلق بمظهرها الخارجي وشكلها الفني، وتعنى كلمة إخراج في اللغة العربية إخراج الشيء وإبرازه وإظهاره للوجود من خلال التنويع في العرض "البطل" (2011: 13)، وفي هذا الصدد يرى علم الدين أن الإخراج الصحفي هو تلك العملية التي يتم من خلالها عرض المضمون الصحفي الذي تحمله المادة التحريرية والإعلانية بعد كتابتها وتحريرها وتقديمه في شكل مناسب يروق لقارئ الصحيفة، كما يتناسب مع طبيعتها كوسيلة اتصال مطبوعة لها سماتها المميزة، ولها قراؤها ذوي الاهتمامات والميول والعادات الاتصالية "علم الدين" (2000: 181).

ويعد تحليل المضمون أحد الأدوات البحثية التي تستخدم في عملية جمع المعلومات في الدراسات الإعلامية وغيرها من الدراسات في مختلف العلوم الاجتماعية والتي تهتم برصد وتوصيف وتحليل المضامين المختلفة سواء كانت مكتوبة أو مسموعة أو مرئية " اللبان ، وعبد المقصود" (2008: 92)، ويعرفه حسين (1983: 22) بأنه أسلوب أو أداة للبحث العلمي يمكن أن يستخدمها الباحثون في مجالات بحثية متنوعة وعلى الأخص في علم الإعلام، لوصف المضمون الظاهر والمحتوى الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها- من حيث الشكل والمحتوى- تلبية للاحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات البحث أو فروضه الأساسية طبقاً للتصنيفات الموضوعية التي يحددها الباحث، وذلك بهدف استخدام هذه البيانات بعد ذلك أما في وصف هذه المواد الإعلامية التي تعكس السلوك الاتصالي العلني للقائمين بالاتصال أو لاكتشاف الخلفية الفكرية أو الثقافية أو السياسية أو العقائدية التي تتبع منها الرسالة الإعلامية، أو للتعرف على مقاصد القائمين بالاتصال من خلال الكلمات والجمل والرموز والصور وكافة الأساليب التعبيرية شكلاً ومضموناً والتي يعبر بها القائمون بالاتصال عن أفكارهم ومفاهيمهم وذلك بشرط أن تتم عملية التحليل بصفة منتظمة ووفق أسس منهجية ومعايير موضوعية وإن يستند الباحث في عملية جمع البيانات وتبويبها وتحليلها على الأسلوب الكمي بصفة أساسية.

وقسم (1969:24-29) "Holsti" استخدامات تحليل المحتوى وفقاً لعناصر العملية الاتصالية إلى: وصف وتحليل المحتوى من الجوانب الموضوعية والشكلية، ووصف القائمين بالعمليات الاتصالية وكشف مقاصدهم ونواياهم، ووصف الجمهور المستهدف، ووصف تأثيرات المحتوى، والمساعدة في إجراء البحوث ورصد التغيرات الفكرية والثقافية، وبين التهامي(1974: 22) أنه يتوقف نجاح أو فشل تحليل المضمون على الفئات التي يستعملها الباحث، وقد نجحت في ذلك دراسات معينة في تحقيق أهدافها إلى حد بعيد لأنها اصطنعت فئات للتحليل واضحة الحدود إلى جانب أنها كيّفتها مع مشكلة البحث ومع طبيعة المحتوى.

وأوضحت "هدى الجنجيبي"(1980: 35) أنه ينبغي في إعداد الفئات التفارقة منذ البداية بين المادة والشكل أي بين ماذا كتب أو قيل، وكيف كتب أو قيل، حيث أن هناك عدة فئات تدرج تحت ماذا قيل في مادة الاتصال أهمها فئة موضوع الاتصال وهذه الفئة أكثر الفئات عمومية في دراسات تحليل المحتوى، وهي تجيب على السؤال المبدئي علام تدور مادة الاتصال وهو السؤال الأساسي الذي يثيره الباحث أثناء التحليل وذلك لتحديد الفئات الرئيسية والفرعية التي يتضمنها الموضوع ومدى الأهمية التي توليها مادة الاتصال لكل فئة من الفئات، أما فئة كيف كتب أو كيف

أ.د. هدى محمد الجنيهي أ.د. عبد الحميد إبراهيم أحمد أ.د. عبد الشافي أحمد عزام م. وسام محي الدين على

قيل: فيقصد بها الشكل أو القوالب التي أُفرغت فيها مادة الاتصال كوضعها في صورة خبرا أو مقال أو إعلان أو صورة أو غيرها من هذه الأشكال.

مشكلة الدراسة

يعد النشاط الزراعي القاعدة الأساسية للإنتاج، وعلى الرغم من كل المبادرات التي بذلت ومازالت تبذل من أجل التصنيع، فإن الزراعة ستظل الجانب الرئيسي في الدخل القومي، هذا بالإضافة إلى دورها في التنمية الصناعية من خلال تزويد المصانع بالمواد الخام، لذا وعلى الرغم من جميع المشكلات التي تواجه قطاع الزراعة والمشتغلين بالزراعة، خاصة بعد تطبيق سياسة التحرر الإقتصادي، حيث انخفضت نسبة اسهام الزراعة في اجمالي الناتج القومي من 25.4% في عام 1980 و19.3 في عام 1985 إلى 13.2 في عام 2008، ولم يخل الامر من عزم الدولة للنهوض بالقطاع الزراعي من خلال رفع كفاءة استخدام الموارد الأرضية والمائية وخفض تكلفة وحدة الإنتاج، ومن هذا المنطلق فقد كلفت الدولة الارشاد الزراعي بالقيام بهذا الدور، وعلية فقد قام الجهاز الإرشادي باستخدام العديد من الطرق الارشادية لتوعية الزراع والعاملين والمعنيين بالقطاع الزراعي بكل تكنولوجيا زراعية مستحدثة تحقق أهداف الدولة في رفع كفاءة القطاع الزراعي (تقريرمعهد بحوث الارشاد الزراعي والتنمية الريفية، مركز البحوث الزراعية : 2017)، ولعل المطبوعات الإرشادية الزراعية تعتبرأحد أهم الطرق الإرشادية الاتصالية الجماهيرية التي يعتمد عليها الجهاز الإرشادي في ذلك، حيث تتحمل هذه الطرق مسئولية هامه وأساسية في توسيع قاعدة الحوار حول خطط التنمية وإحداث نوع من الفهم المشترك فيما بين واضعي الخطط التنموية وبين منفذيها والمستفيدين منها، بالإضافة إلى المميزات التي تتمتع بها تلك الطرق كمصدر موثوق به للمعلومات وإمكانية الاحتفاظ بها كمرجع يمكن الرجوع إليه وقراءته في الوقت الذي يناسب القارئ إمكانية تداولها بين أكثر من قارئ، هذا بالإضافة إلى تزايد تكلفة إنتاج المواد المطبوعة والجهد الكبير الذي يبذل في إعدادها، وعلى الرغم من هذا فإن هناك العديد من الدراسات التي أفادت نتائجها إلى عدم احتلال المطبوعات الإرشادية المكانة المتقدمة كمصدر لمعلومات مختلف المستهدفين، وقد يرجع هذا إلى قصور في اعداد الموضوعات التي تتضمنها تلك المطبوعات أو في اخراجها، من هنا تتضح الحاجة إلى إجراء هذه الدراسة.

ولما كانت مجلة الأهرام الزراعي من المطبوعات الإرشادية المعنية بتحقيق الأهداف السابقة وبالرغم من انقضاء العديد من السنوات على صدور هذه المجلة الزراعية إلا أن هناك ندرة في

الدراسات التي تناولت هذه المجلة بالدراسة وتحليل مضمونها من حيث الشكل (كيف قيل؟) واهتمامها باستخدام بأشكال المعالجة الطباعية المختلفة من حيث استخدام العناصر الإيضاحية والتأثيرية و أحجام الخطوط التي تستخدمها واستخدام الألوان في كتابة العناوين والمتن والصور وخلفيات الموضوعات.

أهداف الدراسة: تحليل المضمون لمجلة الأهرام الزراعي من حيث الجوانب الشكلية من خلال ما يلي:

أ- تحديد القوالب أو الأشكال التحريرية الصحفية التي قدمت بها موضوعات المجلة محل الدراسة.

ب- تحديد أهم عناصر الإبراز الصحفي بالمجلة وهي كما يلي:
شكل العنوان.

ج- حجم الخط المستخدم في الكتابة بكلا من العنوان والمقدمة والعناوين والفرعية والزوايا والمتن.

د- تواجد العناصر التوضيحية والتأثيرية.

هـ - استخدام البرايز.

و- استخدام الألوان في العناوين والمتن وخلفيات الموضوعات والصور.

الإجراءات البحثية

تمثلت شاملة الدراسة في جميع ما ورد في أثني عشر عدداً من مجلة الأهرام الزراعي التي صدرت خلال عام زراعي كامل من الخامس عشر من أكتوبر لعام ألفين وأربعة عشر حتى الخامس عشر من سبتمبر لعام ألفين وخمسة عشر، هذا وقد بلغ عدد صفحات أعداد المجلة محل الدراسة 801 صفحة، وتم تحديد حجم الصفحة الفعلي للمجلة بعد استبعاد الهوامش والفراغات فأصبحت المجلة تنقسم إلى محتويين رئيسيين هما الموضوعات والعناصر التوضيحية والتأثيرية التي تثري تلك الموضوعات، وقد تم تحليلها من حيث الشكل.

المنهج البحثي المستخدم: يعد هذا البحث من البحوث الوصفية باستخدام تحليل المضمون كمنهج لتحقيق أهداف البحث لتحليل الشكل، ولتحقيق الهدف الأول تم حصر عدد مرات تكرار ورود الفئات والمساحة المقاسة بالسنتيمتر المربع في عرض معظم الفئات الخاصة بفئات الشكل، والعدت تحت الفئات التي أمكن تحديدها وتعريفها مع توخي الموضوعية والشمول وذلك استرشاداً بالدراسات السابقة في هذا المجال.

التعريفات الاجرائية

فئات الشكل

- أ- الأشكال أو القوالب التحريرية: يقصد بهذه الفئة أشكال فنون التحرير الصحفي المستخدمة في المعالجة الصحفية لموضوعات الدراسة أي القوالب التي أفرغت فيها مادة الاتصال أو كيف قيل (المضمون الزراعي)، وقد تم تصنيفها إلى الفئات الرئيسية التالية:
 - 1- **المقال**: شرح لفكرة أو رأي مرتبط بالأخبار والأحداث الجارية يدلي فيها الكاتب برأيه لتوضيح وتفسير وتحليل القضايا والأحداث، ويمثل وجهة نظر كاتبه سواء كان عرضه لرأيه أو لوجهات نظر مختلفة يبين فيها الكاتب الاتجاه الذي يؤيده ويدافع عنه، ولهذا يتسم المقال بالطابع الذاتي، وهذه الفئة الرئيسية تتضمن الفئات الفرعية التالية:
 - **المقال الافتتاحي**: ويقصد به نوع من الكتابات التي يعبر فيها عن رأي المجلة في بعض المشكلات الراهنة سواء كانت سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو زراعية، ويقوم بكتابتها رئيس تحرير مجلة الأهرام الزراعي.
 - **المقال المتخصص**: ويقصد به نوع من الكتابات العلمية لموضوع يتعمق الكاتب في بحثه وتفسيره ويقوم بعرضه بشكل مبسط يسهل على القارئ فهمه واستيعابه.
 - **المقال العام**: ويقصد به نوع من الكتابات التي تتسم بالعمومية والشمول وتقع في مجال اهتمامات الجمهور المستهدف.
 - **العمود**: مساحة محدودة ويتسم بالتعبير عن رأي أحد الكتاب أو أفكاره أو خواطره دون الالتزام بسياسة المجلة مع الحرص على عدم المعارضة القوية لها في تلك الآراء أو الأفكار أو الخواطر، وعادة يكون تحت عنوان ثابت لهذا الكاتب.
 - 2- **التحقيق**: هو عبارة عن جمع معلومات عن موضوع رئيسي وهام وإعلانها للجمهور بما يسمح بتناول بعض الجوانب المختلفة للموضوع، بما يشكل إثارة واهتمام بالموضوع، كما يتضمن ذلك ما يبديه كاتب التحقيق من تعليقات وآراء شخصية له مع الاستعانة بآراء المعنيين.
 - 3- **الحديث والحوار**: الحديث هو عرض رأي شخصي لذوي الخبرة والاختصاص في ذات الموضوع أو الموضوعات ذات الأهمية الخاصة لأفراد المجتمع، وقد تعرضه المجلة دون تعليق. أما الحوار فهو تبادل الحديث بين شخص وآخر قد يكون أحدهم مندوب المجلة أو من ذوي الاختصاص والشخص الآخر من ذوي الاختصاص أو من أحد المسؤولين في الدولة أو شخص آخر.

- 4- **الخبر:** وهو عرض موضوعي للأحداث والوقائع المستقاه من وكالة أنباء أو مندوب المجلة أو مصادر أخرى، وذلك دون تفسير أو شرح، وقد يكون الخبر بأحد الصيغ التالية ماضي، حاضر، مستقبل.
 - 5- **التقرير:** هو تفسير وتوضيح لحقائق موضوع ما يتصل بأحداث قائمة بالاعتماد على أرشيف المجلة وما يتوفر لديها من معلومات لدى الكاتب دون إبراز رأي شخصي أو وجهة نظر خاصة.
 - 6- **الماجريات:** هي متابعة ما يدور في جلسات المؤتمرات والندوات والمعارض وورش العمل الزراعية المتخصصة أو ذات الصلة بقطاع الزراعة.
 - 7- **الدراسات:** تتناول موضوعاً معيناً بعرض أبعاده المختلفة من الناحية النظرية وبشكل تفصيلي وواضح لمتخصص أو لعدة متخصصين ويدخل ضمنها عرض للرسائل والبحوث العلمية.
 - 8- **ملخص كتاب:** عرض لفكرة كتاب ما أو لمحتويات الكتاب، مع تليخيص لمضمونه العام، وفي بعض الأحيان يتم عرض رأي أو تعليق للمحرر.
 - 9- **بريد القراء:** ويقصد به ما ورد على صفحات التواصل الإجتماعي المتخصصة Agriculture facebook من منشورات بشأن مشكلات زراعية أو مشكلات تتعلق بالمستهدفين حيث يتم اختيارها من قبل محرري المجلة وعرض تلك المنشورات والتعليق عليها من قبل رواد وأعضاء الصفحات.
 - 10- **إرشادات أو توجيهات:** وهي معلومات تم تقديمها ومعالجتها بشكل مبسط وقصير حول موضوعات وخبرات يريد المحرر أن يرسلها للقارئ بهدف نصحه وإرشاده اعتماداً على الحقائق العملية من المتخصصين.
 - 11- **مقدمة أو تمهيد:** هي ذكر لعناصر موضوع ما أو موضوعات متعددة أو للفكرة الرئيسية لتلك الموضوعات التي يتضمنها الباب أو الملف.
 - 12- **الإعلان:** ويقصد به نشر معلومات أو بيانات هامة تتعلق بتنظيم معارض زراعية أو ما ينشر بقصد تقديم سلعة أو خدمة معينة من كيماويات أو آلات ومعدات زراعية أو بذور منتقاة أو مركبات عضوية أو شركات زراعية أو مواقع زراعية متخصصة أو الموقع الإلكتروني للمجلة أو الدليل الزراعي للمجلة في شكل كلمات وصور مناسبة.
 - 13- **الزجل:** معلومات تتعلق بالزراعة يتم تقديمها ومعالجتها باللغة العامية وبطريقة ارتجالية مع استخدام المحسنات اللفظية.
- ب- **عناصر الإبراز الصحفي:** ويقصد بها الأشكال التي تظهر بها المادة في صفحات المجلة من حيث حجم الخط المستخدم سواء في العناوين أو المتن والصور والرسوم والإطارات والبروايز

والألوان بهدف جذب انتباه القراء والتأكيد على أهمية المضمون وكذا المساحة ويقصد بها هنا عدد الصفحات المخصصة لعرض المحتوى الزراعي عليها، وهي مقسمة للفئات الرئيسية التالية:

1- **شكل العنوان:** ويقصد بها الكيفية أو الهيئة التي كتب بها العنوان، وتنقسم إلى عنوان على سطر واحد، وعنوان على شكل سلم متدرج، وعنوان على شكل هرم معتدل، وعنوان على شكل هرم مقلوب، وعنوان على أسطر متساوية البدايات والنهايات، وعنوان على أسطر متساوية النهايات فقط، وعنوان على أسطر متساوية البدايات فقط، وعنوان على أسطر غير متساوية البدايات والنهايات.

2- **حجم الخطوط:** وهي تحتوي على الفئات تحت الفرعية التالية: حجم العنوان وحجم خط العناوين الفرعية والمقدمة وحجم خط الزوايا وحجم خط المتن يقصد بها أحجام الخطوط المستخدمة في الكتابة بالمجلة بهدف إبراز الموضوعات بها وتأكيد المعلومات الواردة بها وأهميتها، وفيما يلي تعريف لكل فئة تحت فرعية:

- **وبالنسبة للفئة تحت الفرعية حجم العنوان فقد قسمت إلى فئتين هما:** تعدد أحجام الخط في العنوان الواحد وهي بدورها قسمت إلى عنوان مكتوب بحجم خط واحد وعنوان مكتوب بأكثر من حجم خط (أحجام خطوط متعددة)، أما الفئة الثانية في حجم خط العنوان وهي مدى أحجام الخطوط في العناوين المستخدمة في مجلة الأهرام الزراعي، وقد تراوح هذا المدى في أعداد مجلة الأهرام الزراعي محل الدراسة بين 11-194 وقد قسم إلى ثلاث فئات هي: حجم خط عنوان صغير (من حجم خط 11 إلى أقل من 73 حجم خط)، حجم خط متوسط (من 73 حجم خط إلى أقل من 135 حجم خط)، حجم خط عنوان كبير (من 135 حجم خط فأكثر).

- فيما يتعلق بالفئة تحت الفرعية الأولى حجم خط العناوين الفرعية فقد تراوح المدى لها بين (11-160) وبناءً عليه تم تقسيمها إلى الثلاث فئات التالية: حجم خط عنوان فرعي صغير من (من 11 إلى أقل من 60)، وحجم خط عنوان فرعي متوسط (من 60 إلى أقل من 110)، وحجم خط عنوان فرعي كبير (من 110 فأكثر).

- أما بالنسبة للفئة تحت الفرعية الخاصة بحجم خطوط مقدمة الموضوعات الواردة بمتن المجلة فقد تراوح المدى لها بين (11-28) وبناءً عليه تم تقسيمها إلى الثلاث فئات التالية: حجم خط مقدمة صغير من (من 11 إلى أقل من 17)، وحجم خط مقدمة متوسط (من 17 إلى أقل من 23)، وحجم خط مقدمة كبير (من 23 فأكثر).

- وفيما يتعلق بالفئة التحت فرعية لحجم خطوط زوايا الموضوعات بمتن المجلة محل الدراسة فقد تراوح المدى لها بين (12-30) وبناءً عليه تم تقسيمها إلى الثلاث فئات التالية: حجم خط زوايا صغير من (من 12 إلى أقل من 18)، وحجم خط زوايا متوسط (من 18 إلى أقل من 24)، وحجم خط زوايا كبير (من 24 فأكثر).

- وأخيراً بالنسبة للفئة التحت فرعية حجم خط المتن بالموضوعات الواردة بالمجلة محل الدراسة، فقد تراوح المدى لها بين (10-18) وبناءً عليه تم تقسيمها إلى الثلاث فئات التالية: حجم خط متن صغير من (من 10 إلى أقل من 13)، وحجم خط متن متوسط (من 13 إلى أقل من 16)، وحجم خط متن كبير (من 16 فأكثر).

3- العناصر التوضيحية والتأثيرية: وهي تتضمن تواجد أيّاً مما يلي: الصور والرسوم والأشكال التوضيحية والنقوش (الموتيفات) والشعارات والخرائط وصور لوثائق ومستندات وبيانات وإحصاءات، وهذا للتعريف وشرح وتفسير لأبعاد الموضوع المطروح بغرض التأثير في القارئ، وفيما يلي تعريف للفئات الفرعية السابقة:

- الصور التوضيحية: يقصد بها تواجد صور ذات صلة بالموضوع المطروح من عدمه، وتنقسم تلك الفئة الفرعية إلى صور مرتبطة بالموضوع وتتمثل في: صور فوتوجرافية مرتبطة بالموضوع لنبات أو لحيوان أو لحدث ما (مثل ندوة أو مؤتمر أو معارض وغيرها)، أو قد تكون صور منشورات (posts) على صفحات التواصل الاجتماعي والتعليقات المتصلة بها، أما الفئة الأخرى فتتمثل في فئة الصور الشخصية وقد تكون صور شخصية للكاتب أو للمحرر أو لأشخاص معينين بالموضوع.

- الرسوم التوضيحية: يقصد بها تواجد الرسوم التوضيحية ذات الصلة بالموضوع المطروح من عدمه.

- النقوش (الموتيفات): هي تواجد نقوش من عدمه ذات صلة بالموضوع المطروح أو محايدة، يتم وضعها بهدف شغل مساحة فارغة.

- الشعارات: هي عبارة عن تواجد صورة ملونة وعنوان من عدمه لباب ثابت بالمجلة، وتتسم بالثبات في كل الأعداد.

- الخرائط: تواجد خرائط جغرافية وهي توضح المواقع ذات الصلة بالموضوع المطروح من عدمه.

- صور لوثائق ومستندات: هي تواجد صور لوثائق أو مستندات تثبت أو تدلل على صحة الموضوع المطروح من عدمه.

أ.د. هدى محمد الجنيهي أ.د. عبد الحميد إبراهيم أحمد أ.د. عبد الشافي أحمد عزام م. وسام محي الدين على

-بيانات وإحصاءات: عرض بيانات وإحصاءات ذات صلة بالموضوع في جداول أو أشكال توضيحية ذات صلة بالموضوع المطروح.

4- البراويز: هي الإطارات التي تستخدم في إحاطة الخبر أو الموضوع بهدف إبرازه وتأكيد أهميته.

5- الألوان: وتعكس وجود ألوان في عناوين ومنتن وخلفيات المجلة محل الدراسة، وهي تنقسم إلى الفئات الفرعية التالية:

-ألوان العنوان والمنتن: يقصد بها استخدام الألوان غير اللون الأسود في كتابة العنوان أو المنتن أو بعض أجزاء منهما من عدمه.

-ألوان الخلفيات: وهي يقصد بها استخدام اللون الأبيض فقط كخلفية أو استخدام خلفية ملونة (لون واحد أو أكثر) أو استخدام صور كخلفية أو استخدام أكثر من معالجة من المعالجات السابقة في تصميم الخلفية.

-استخدام صور ملونة أو غير ملونة: ويقصد وجود صور ملونة أو أبيض وأسود مضمونها يتعلق بالموضوع.

النتائج ومناقشتها

أولاً: الأشكال أو القوالب التحريرية

تبين النتائج الواردة بالجدول رقم (1) استخدام معدي مادة الاتصال في مجلة الأهرام الزراعي العديد من القوالب أو الأشكال التحريرية الصحفية حيث بلغت ثلاثة عشر قالباً مع تنوعها لتناسب مختلف الموضوعات المطروحة بها، واحتلت قوالب الإرشادات والتوجيهات والخبر والتحقيق والمقال الصحفي المراتب الأولى والثانية والثالثة والرابعة على الترتيب من حيث تكرار وردوها بالموضوعات المطروحة بمجلة الأهرام الزراعي بنسب 29.52% و 26.11% و 8.67% و 7.29% من إجمالي الموضوعات، بينما جاءت تلك القوالب في المراتب السابعة والخامسة والأولى والثالثة من حيث المساحة المخصصة لطرح تلك القوالب بنسب 7.20% و 7.85% و 31.70% و 11.57% من إجمالي المساحة المخصصة ل طرحها بالمجلة.

ويتضح مما سبق استخدام معدي مادة الاتصال في مجلة الأهرام الزراعي للعديد من القوالب التي طرحت بها موضوعات المجلة، حيث تنوعت بين القوالب المتعارف عليها في المطبوعات (المقال، والخبر، والتحقيق، والحديث والحوار، ...إلخ) مع استخدام قوالب تم تطويرها لمواكبة عصر تكنولوجيا المعلومات مثل قالب بريد القراء الذي كان في صورة حديثة حيث عكس ما

تم تداوله من معلومات على الصفحات الزراعية المتخصصة في مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك، كذلك استخدام قالب الإرشادات والتوجيهات كرسائل إرشادية تعليمية في التوقيت المناسب لتطبيق التوصية الزراعية، كذلك استخدام قالب الزجل وهو قالب غير متعارف عليه في المجالات الزراعية المتخصصة ويعتبر أكثر استخداماً في الطرق الإرشادية التعليمية السمعية المرئية، وقد جاء في محاولة لنقد بعض المشكلات الزراعية المتأصلة مثل العزوف عن زراعة محصول استراتيجي مثل القطن، كما أن هذا التنوع المستخدم في القوالب قد يسهم في الوصول إلي جميع الفئات المستهدفة من المجلة وبخاصة للسن الصغير مع تعريض الفئات المستهدفة ذات السن الكبير لما يتم عرضه على وسائل الاتصال الحديثة.

وبحساب معامل ارتباط الرتب لسبيرمان بعد ترتيب القوالب بأعداد مجلة الأهرام المدروسة حسب عدد مرات ورودها والمساحة المخصصة ل طرحها، وذلك باستخدام معامل سبيرمان وجد أن قيمته تساوي 0.652 معنوية عند مستوى 0.05، بما يشير إلى وجود ارتباط بين عدد مرات الورد والمساحة المخصصة ل طرحها بكل القوالب، كما قد ترجع نتيجة أن قالب الإرشادات والتوجيهات والخبر يأخذان مساحة صغيرة في طرح المعلومات بهما وذلك لطبيعة المعالجة في القالبين من حيث تلخيص المعلومات مع تركيزها وجعلها في عدد محدود من الكلمات تقدم بطريقة إرشادية تعليمية، لذا فإن المساحات المخصصة لهم أقل من أغلب القوالب، وهذا على العكس في قالب التحقيق والمقال اللذان يقدمان شرحاً تفصيلياً للجوانب الذي تناولتها الموضوعات.

توضح النتائج الواردة بالجدول رقم (2) احتلال قالب المقال المتخصص المرتبة الأولى من حيث عدد مرات وروده والمساحة المخصصة ل طرحه بنسبتي 45.60% و 66.51% على الترتيب، بينما جاء قالب العمود الصحفي في المرتبة الثانية من حيث عدد مرات الورد بنسبة 30.40% بينما كان في المرتبة الرابعة من حيث المساحة المخصصة له بنسبة 9.33%، في حين أتى المقال العام في المرتبة الثالثة من حيث عدد مرات الورد بنسبة 15.20% بينما جاء هذا القالب الفرعي في المرتبة الثانية من حيث المساحة المخصصة له بنسبة 14.43%، وأخيراً احتل المقال الافتتاحي المرتبة الرابعة من حيث عدد مرات الورد بنسبة 8.86% وكان في المرتبة الثالثة من حيث المساحة المخصصة ل طرحه بنسبة 9.73%.

وتبدو منطقية نتائج تحليل الشكل السابقة، من حيث احتلال المقال المتخصص المرتبة الأولى في عدد مرات الورد والمساحة المخصصة له لطبيعة المجلة المتخصصة في مجال الزراعة سواء الإنتاج النباتي أو الحيواني أو ما يتصل بها من مجالات أخرى، كما أن القالب الفرعي العمود الصحفي هو ثابت في جميع أعداد المجلة المدروسة لمحررين ثابتين وتحت عنوان ثابت وهو متواجد

بمعدل عمودين في كل عدد (عمود في حب مصر، وعمود كلمتين ويس) وطبقاً لطبيعة هذا القالب لا يأخذ مساحة كبيرة مما جعله يحتل المرتبة الرابعة من حيث المساحة المخصصة له.

ثانياً: عناصر الإبراز الصحفي

1- **شكل العنوان:** تبين النتائج الواردة بالجدول رقم (3) احتلال شكل العنوان على سطر واحد المرتبة الأولى في مجلة الأهرام الزراعي بنسبة 48.93%، وهذه النسبة تكاد تقترب من نصف عدد الموضوعات الواردة في المجلة، حيث وجد أن شكل العنوان على سطر واحد جاء في شكلين أحدهما أن يكون لموضوع واحد فقط بعدد 429 مرة، والآخر لعدة موضوعات بعدد 73 مرة وهذا الشكل ورد في قالب الخبر (عنوان لقطات سريعة لعدة أخبار)، في حين جاءت أشكال العناوين أسطر غير متساوية البدايات والنهايات وهرم مقلوب وهرم معتدل وسلم متدرج في المراتب الثانية والثالثة والرابعة والخامسة في مجلة الأهرام الزراعي بنسب 13.74% و 10.82% و 10.33% و 5.95% على الترتيب.

وقد يرجع احتلال شكل العنوان في صورة سطر واحد ما يقرب من نصف الموضوعات في مجلة الأهرام الزراعي إلي أن النسبة الأكبر للموضوعات الواردة في المجلة كانت تقع في قالب الأخبار والإرشادات والتوجيهات وقد تم استخدام العنوان على السطر الواحد حيث كان الأنسب من حيث عدد الكلمات المعبرة والمساحة المخصصة لتلك الموضوعات.

2- حجم الخط

أ- حجم الخط في العنوان: وهي تنقسم إلى ما يلي:

1- **تعدد أحجام الخطوط في العنوان الواحد:** توضح النتائج الواردة بالجدول رقم (4) احتلال فئة وجود أكثر من حجم في العنوان الواحد (أحجام متعددة) جاءت بالمرتبة الأولى بأعداد مجلة الأهرام الزراعي محل الدراسة بنسبة 75.34%؛ وقد ترجع تلك النتيجة لتعدد أشكال العناوين في مجلة الأهرام الزراعي وأنها موجودة على أكثر من سطر كذا لتتبع وتنوع الموضوعات المطروحة بها وتعدد المجالات الزراعية وغير الزراعية، كذلك تعدد القوالب الصحفية المستخدمة بها، مع ملاحظة أنه قد تم استبعاد عدد الإعلانات في أعداد المجلة محل الدراسة وهي 58 إعلان.

2- **حجم خط العنوان:** جاءت فئة حجم خط عنوان صغير بالمرتبة الأولى بمجلة الأهرام الزراعي بنسبة عالية جداً بلغت 95.29%، تلاها فئتي حجم خط العنوان المتوسط ثم حجم خط العنوان الكبير بنسبتين قليلتين 4.05% و 0.66% كما ورد بالجدول رقم (5)

ب- **حجم خطوط العناوين الفرعية:** تشير النتائج الواردة بالجدول رقم (6) إلى احتلال حجم خط العنوان الفرعي الصغير (من 11 إلى أقل من 60) المرتبة الأولى في مجلة الأهرام الزراعي محل الدراسة بنسبة 98.60%، بينما الفئتين المتوسطة والكبيرة لحجم خط العنوان الفرعي ظهرت في الأهرام الزراعي بنسبة ضعيفة جداً.

ج- **حجم الخط في مقدمة الموضوعات بالمتن:** توضح النتائج الواردة بالجدول رقم (7) إلى احتلال حجم خط مقدمة الموضوعات الصغير (من 11 إلى أقل من 17) المرتبة الأولى في مجلة الأهرام الزراعي محل الدراسة بنسبة 58.14%، بينما الفئتين المتوسطة والكبيرة لحجم خط مقدمة الموضوعات بالمتن ظهرت في أعداد مجلة الأهرام الزراعي محل الدراسة بنسبة تكاد تقترب من النصف.

د- **حجم الخط في زوايا الموضوعات بالمتن:** تبين نتائج تحليل المحتوى الواردة بالجدول رقم (8) إلى احتلال حجم خط الزوايا بالموضوعات الصغير (من 12 إلى أقل من 18) المرتبة الأولى في مجلة الأهرام الزراعي بنسبة 80.13%.

هـ- **حجم الخط في متن الموضوعات:** توضح نتائج تحليل المحتوى الواردة بالجدول رقم (9) إلى احتلال حجم خط متن صغير (من 10 إلى أقل من 13) المرتبة الأولى في مجلة الأهرام الزراعي محل الدراسة بنسبة 96.10%، بينما الفئتين المتوسطة والكبيرة لحجم خط العنوان الفرعي ظهرت بنسبة ضعيفة.

مما سبق يتضح احتلال فئة وجود أكثر من حجم خط في العنوان الواحد (أحجام متعددة) بالمرتبة الأولى بأعداد مجلة الأهرام الزراعي محل الدراسة، كذلك احتلال فئة حجم الخط الصغير في كلا من حجم خط العنوان وحجم خط العنوان الفرعي وحجم خط مقدمة الموضوعات وحجم خط الزوايا وحجم خط المتن في مجلة الأهرام الزراعي محل الدراسة؛ وقد ترجع تلك النتائج باستخدام أحجام الخطوط الصغيرة للفئات تحت الفرعية السابق ذكرها إلى تساوي أهمية أغلب الموضوعات المطروحة بأعداد المجلة، وبالنسبة لانخفاض عدد مرات التكرار للفئات المتوسطة والكبيرة في الفئات تحت الفرعية السابقة فقد يرجع إلى استخدام معدي المادة الاتصال في مجلة الأهرام الزراعي محل الدراسة لهذه الأحجام الكبيرة والمتوسطة من الخطوط ليعكس الأهمية القصوى للموضوعات المطروحة ومحاولة لفت انتباه القارئ لتلك الموضوعات بكون حجم الخط.

2- العناصر التوضيحية والتأثيرية

أ- **تواجد العناصر التوضيحية والتأثيرية إجمالاً:** تبين النتائج الواردة بجدول رقم (10) تواجد العناصر التوضيحية والتأثيرية في أغلب الموضوعات الواردة بنسبة 80.02% وبنسبتي مساحة بلغت

أ.د. هدى محمد الجنيهي أ.د. عبد الحميد إبراهيم أحمد أ.د. عبد الشافي أحمد عزام م. وسام محي الدين على

96.79%؛ وهذا يساعد على شرح وتفسير أغلب المعلومات المطروحة بالمجلة محل الدراسة مع تأكيد لصحة ودقة تلك المعلومات، بما يدعم تلك المعلومات ويثبتها في ذهن القارئ.

ب- العناصر التوضيحية والتأثيرية المتواجدة: وفقاً لنتائج تحليل المحتوى فقد شغلت العناصر التوضيحية والتأثيرية نسبة مساحة تزيد عن ثلث المساحة الكلية لأعداد المجلة بنسبة 37.99% من إجمالي المساحة الكلية للمجلة، وتوضح النتائج الواردة بالجدول رقم (11) تواجد فئة الصور التوضيحية بالمرتبة الأولى وفقاً لعدد مرات ورودها بالمجلة بنسبة عالية 88.34% وبنسبة مساحة عالية مخصصة لها 94.98% من إجمالي مساحة العناصر التوضيحية والتأثيرية، في حين تلت العناصر التوضيحية والتأثيرية الشعارات والنقوش وصور لوثائق ومستندات وبيانات وإحصاءات والخرائط والرسوم التوضيحية بالمراتب الثانية والثالثة والرابعة والخامسة والسادسة والسابعة وفقاً لعدد مرات الوجود بنسب 4.724% و4.04% و1.64% و0.67% و0.39% و0.20% على الترتيب، وبنسب مساحة مخصصة لها 0.96% و1.72% و0.95% و0.77% و0.51% و0.11%.

وقد وردت الصور التوضيحية في شكلين بمجلة الأهرام الزراعي وهما: الصور الشخصية بنسبة عدد مرات ورود 25.41% وبنسبة مساحة مخصصة لها 14.23% من إجمالي المساحة المخصصة للصور التوضيحية، وكان الشكل الثاني هو الصور المرتبطة بالموضوع بنسبة عدد مرات ورود 74.59% وبنسبة مساحة 85.77% كما يتضح بالجدول رقم (12).

ومما سبق يتضح اهتمام معدي مادة الاتصال في أعداد مجلة الأهرام الزراعي محل الدراسة بالعناصر التوضيحية والتأثيرية لاحتلالهما نسبتين أكبر من الثلث في مجلة الأهرام الزراعي، بما يؤكد أهمية تلك العناصر في قدرتها على توضيح وتوصيل المعلومات الواردة بالموضوعات بأبسط صورة ممكنة للمستهدفين من المجلة، كما أن فئة الصور التوضيحية هي الفئة الغالبة للعناصر التوضيحية والتأثيرية مع احتلال الصور المرتبطة بالموضوع الفئة العليا من الصور التوضيحية، وقد تبدو منطقية تلك النتيجة لتفسير وتدعيم تلك الموضوعات ولتنشيط المعلومات الواردة بالموضوعات.

4- البراويز: تبين النتائج الواردة بالجدول رقم (13) احتلال فئة وجود البراويز في موضوعات مجلة الأهرام الزراعي المرتبة الأولى بنسبة 50.97%، وبنسبة مساحة بلغت 16.00%.

وقد ترجع تلك النتيجة إلى تعدد القوالب أو الأشكال الصحفية التحريرية بمجلة الأهرام الزراعي مع احتلال قالب الإرشادات والتوجيهات المرتبة الأولى بنفس المجلة وقالب الخبر للمرتبة الثالثة وهذان القالبان يعالجان معالجة إرشادية بعدد كلمات أقل بما يستدعي معدي مادة الاتصال إلى وضعه في إطار لجذب انتباه القارئ إليه.

5- الألوان

أ- استخدام الألوان في العناوين والمتمن: تشير النتائج الواردة بالجدول رقم (14) إلى وجود العناوين الملونة بنسبة النصف في أعداد مجلة الأهرام الزراعي محل الدراسة بنسبة 50.00%؛ وهذا لزيادة جذب انتباه القراء للموضوعات المطروحة بالمجلة.

تبين النتائج الواردة بالجدول رقم (15) إلى أن أكثر من ثلاثة أرباع متن مجلة الأهرام الزراعي كان متن غير ملون بنسبة 78.46%.

ب- استخدام الألوان في الخلفيات: توضح النتائج الواردة بالجدول رقم (16) إلى احتلال فئة استخدام اللون الأبيض فقط كخلفية للموضوعات المطروحة بأعداد مجلة الأهرام الزراعي محل الدراسة المرتبة الأولى بنسبة تكاد تقترب من الثلثين بلغت 64.42%، بينما احتلت فئات استخدام خلفية ملونة (بلون واحد أو أكثر) واستخدام أكثر من معالجة واستخدام صورة كخلفية المرتبة الثانية والثالثة والرابعة على الترتيب بنسبة تزيد عن الثلث وينسب 18.81% و 13.65% و 3.12% على الترتيب.

ج- استخدام الألوان في الصور: تشير النتائج الواردة بالجدول رقم (17) إلى أن الغالبية العظمى من الموضوعات في أعداد مجلة الأهرام الزراعي قد تضمنت صوراً ملونة بنسبة 99.27% في حين أن الموضوعات التي تضمنت صور ملونة وغير ملونة احتلت الترتيب الثاني بنسبة 0.61% في حين أن الموضوعات التي تضمنت صور غير الملونة (أبيض وأسود) فقط احتلت الترتيب الثالث بنسبة 0.12%.

ويشير ما سبق إلى اهتمام القائمين على مجلة لأهرام الزراعي محل الدراسة باستخدام ألوان مختلفة عن اللون الأسود في كتابة العناوين والمتمن واستخدام صور ملونة وخلفيات ملونة غير الأبيض وذلك في محاولة منهم لزيادة جذب انتباه القارئ نحو الموضوعات المطروحة والتركيز على النقاط الرئيسية التي تشرح وتوضح أبعاد وعناصر الموضوعات.

الجداول

جدول رقم 1 : التكرار والمساحة بسم² والنسب المئوية لأشكال القوالب الصحفية الواردة بمجلة الأهرام الزراعي خلال عامي 2014-2015

م	فئات الشكل	تكرار	%	الترتيب	المساحة ب سم ²	**%	الترتيب
1	المقال	79	7.29	4	43695.2	11.57	3
2	التحقيق	94	8.67	3	119735.3	31.70	1
3	الحديث والحوار	47	4.34	8	45711.5	12.10	2
4	الخبر	283	26.11	2	29626.05	7.85	5
5	التقرير	53	4.89	7	37225.5	9.86	4
6	الماجريات	19	1.75	10	7109.5	1.88	11
7	الدراسات	15	1.38	11	13048.5	3.45	9
8	ملخص كتاب	2	0.19	12	362.50	0.096	12
9	بريد القراء	77	7.10	5	8500	2.25	10
10	إرشادات أو توجيهات	320	29.52	1	27200	7.20	7
11	مقدمة	35	3.23	9	15725	4.16	8
12	الإعلان	58	5.35	6	28475	7.54	6
13	الزجل	2	0.18	12	1275	0.34	13
	المجموع	1084	100.00		377689	100.00	

* حسبت النسبة المئوية إلى إجمالي مجموع الموضوعات الواردة بأعداد مجلة الأهرام الزراعي محل الدراسة،

** حسبت النسبة المئوية إلى إجمالي مجموع المساحة الكلية للموضوعات الواردة بأعداد مجلة الأهرام الزراعي محل الدراسة.

جدول رقم 2: العدد والمساحة ب سم² والنسب المئوية لأشكال قالب المقال الصحفي الواردة بمجلة الأهرام الزراعي

خلال عامي 2014-2015

م	فئات المقال	العدد	%	ت	المساحة ب سم ²	**%	ت
1	الافتتاحي	7	8.86	4	4250	9.73	3
2	المتخصص	36	45.60	1	29061.5	66.51	1
3	العام	12	15.20	3	6307	14.43	2
4	العمود	24	30.40	2	4076.7	9.33	4
	المجموع	79	100.00		43695.2	100.00	

* حسبت النسبة المئوية لإجمالي عدد الموضوعات الواردة بالمجلة، ** حسبت النسبة المئوية إلى إجمالي مجموع

المساحة الكلية للموضوعات التي تقع في قالب المقال

جدول رقم 3: العدد والنسب المئوية لأشكال العناوين في أعداد مجلة الأهرام الزراعي محل الدراسة

م	فئات شكل العناوين	مجلة الأهرام الزراعي		
		العدد	%	الترتيب
1	سطر واحد	502	48.93	1
2	سلم متدرج	61	5.95	5
3	هرم معتدل	106	10.33	4
4	هرم مقلوب	111	10.82	3
5	أسطر متساوية البدايات والنهايات	26	2.53	8
6	أسطر متساوية النهايات فقط	28	2.73	7
7	على أسطر متساوية البدايات فقط	51	4.971	6
8	أسطر غير متساوية البدايات والنهايات	141	13.74	2
المجموع		1026	100.00	

* حسبت النسبة المئوية لإجمالي عدد الموضوعات الواردة في أعداد مجلة الأهرام الزراعي محل الدراسة مع خصم قالب الإعلان وعددهما 58 .

جدول رقم 4: العدد والنسب المئوية لفئات الخطوط الواردة في عناوين مجلة الأهرام الزراعي محل الدراسة خلال عامي

2015-2014

م	فئات الخطوط في العناوين	مجلة الأهرام الزراعي		
		العدد	%	الترتيب
1	حجم خط واحد	253	24.66	2
2	أكثر من حجم خط (أحجام متعددة)	773	75.34	1
المجموع		1026	100.00	

* حسبت النسبة المئوية لإجمالي عدد الموضوعات الواردة بأعداد مجلة الأهرام الزراعي محل الدراسة مع خصم قالب الإعلان وعدده 58 .

جدول رقم 5: التكرار والنسب المئوية لفئات أحجام الخطوط الواردة في عناوين مجلة الأهرام الزراعي خلال عامي

2015-2014

م	فئات حجم الخطوط في العناوين	مجلة الأهرام الزراعي		
		التكرار	%	الترتيب
1	حجم خط عنوان صغير (من حجم خط 11 إلى أقل من حجم خط 73)	1011	95.29	1
2	حجم خط عنوان متوسط (من حجم خط 73 إلى أقل من حجم خط 135)	43	4.05	2
3	حجم خط عنوان كبير (من حجم خط 135 فأكثر)	7	0.66	3
المجموع		1061	100.00	

* حسبت النسبة المئوية لإجمالي مجموع التكرارات

أ.د. هدى محمد الجنجيهي أ.د. عبد الحميد ابراهيم أحمد أ.د. عبد الشافي أحمد عزام م. وسام محي الدين على

جدول رقم 6: التكرار والنسب المئوية لفئات أحجام الخطوط الواردة في العناوين الفرعية بمجلة الأهرام الزراعي محل الدراسة خلال عامي 2014-2015

م	فئات حجم خطوط العناوين الفرعية	مجلة الأهرام الزراعي	
		التكرار	%
1	حجم خط عنوان فرعي صغير من 11 إلى أقل من 60	214	98.60
2	حجم خط عنوان فرعي متوسط من 60 إلى أقل من 110	2	0.92
3	حجم خط عنوان فرعي كبير من 110 فأكثر	1	0.46
	المجموع	217	100.00

* حسبت النسبة المئوية لإجمالي مجموع التكرارات

جدول رقم 7: التكرار والنسب المئوية لفئات أحجام الخطوط الواردة في مقدمة الموضوعات بمجلة الأهرام الزراعي محل الدراسة خلال عامي 2014-2015

م	فئات حجم خطوط مقدمة الموضوعات	مجلة الأهرام الزراعي	
		التكرار	%
1	حجم خط مقدمة صغير من 11 إلى أقل من 17	125	58.14
2	حجم خط مقدمة متوسط من 17 إلى أقل من 23	65	30.23
3	حجم خط مقدمة كبير من 23 فأكثر	25	11.63
	المجموع	215	100.00

* حسبت النسبة المئوية لإجمالي مجموع التكرارات

جدول رقم 8: التكرار والنسب المئوية لفئات أحجام الخطوط الواردة في زوايا موضوعات المتن بمجلة الأهرام الزراعي محل الدراسة خلال عامي 2014-2015

م	فئات حجم زوايا موضوعات المتن	مجلة الأهرام الزراعي	
		التكرار	%
1	حجم خط زوايا صغير من 12 إلى أقل من 18	125	80.13
2	حجم خط زوايا متوسط من 18 إلى أقل من 24	29	18.59
3	حجم خط زوايا كبير من 24 فأكثر	2	1.28
	المجموع	156	100.00

* حسبت النسبة المئوية لإجمالي مجموع التكرارات

جدول رقم 9: التكرار والنسب المئوية لفئات أحجام الخطوط الواردة في متن الموضوعات بمجلة الأهرام الزراعي محل الدراسة خلال عامي 2014-2015

م	فئات حجم خطوط متن الموضوعات	مجلة الأهرام الزراعي	
		العدد	%
1	حجم خط متن صغير من 10 إلى أقل من 13	986	96.10
2	حجم خط متن متوسط متن 13 إلى أقل من 16	34	3.31
3	حجم خط متن كبير من 16 فأكثر	6	0.59
المجموع		1026	100.00

* حسبت النسبة المئوية لإجمالي مجموع عدد الموضوعات الواردة بمجلة الأهرام الزراعي محل الدراسة مع حذف عدد الإعلانات الواردة بأعداد المجلة محل الدراسة وهي 58 .

جدول رقم 10: العدد والمساحة والنسبة المئوية لتواجد العناصر التوضيحية والتأثيرية من عدمه في أعداد مجلة الأهرام الزراعي محل الدراسة خلال عامي 2014-2015

م	فئات تواجد العناصر التأثيرية من عدمه	مجلة الأهرام الزراعي			
		العدد	%	الترتيب	المساحة ب سم ²
1	موضوعات تتضمن عناصر تأثيرية	821	80.02	1	337818
2	موضوعات لا تتضمن عناصر تأثيرية	205	19.98	2	11396
المجموع		1026	100.00		349214

* حسبت النسبة المئوية لإجمالي عدد الموضوعات الواردة في مجلة الأهرام مع خصم قالب الإعلان وعددهما 58، **

حسبت النسبة المئوية إلى إجمالي مجموع المساحة مع خصم مساحة قالب الإعلان ومساحته 28475

أ.د. هدى محمد الجنجيهي أ.د. عبد الحميد إبراهيم أحمد أ.د. عبد الشافي أحمد عزلم م. وسام محي الدين على

جدول رقم 11: التكرار والنسب المئوية والمساحة والنسب المئوية للعناصر التوضيحية والتأثيرية في أعداد مجلة الأهرام الزراعي محل الدراسة

م	فئات العناصر التوضيحية والتأثيرية	مجلة الأهرام الزراعي			
		التكرار	%	الترتيب	المساحة ب سم ²
1	الصور التوضيحية	917	88.34	1	126032.1
2	الرسوم التوضيحية	2	0.2	7	140.50
3	النقوش (الموتيفات)	42	4.04	3	2281.40
4	الخرائط	4	0.39	6	676.10
5	الشعارات	49	4.72	2	1276.6
6	صور لوثائق ومستندات	17	1.64	4	1264.98
7	بيانات وإحصاءات	7	0.67	5	1015.64
	المجموع	1038	100.00		132687.3

* حسبت النسبة المئوية لإجمالي تكرار العناصر التوضيحية والتأثيرية الواردة في أعداد مجلة الأهرام الزراعي محل الدراسة

** حسبت النسبة المئوية إلى إجمالي مجموع مساحة العناصر التوضيحية والتأثيرية الواردة في أعداد مجلة الأهرام الزراعي محل الدراسة

جدول رقم 12: العدد والمساحة والنسب المئوية لأنواع الصور المختلفة المتواجدة في أعداد مجلة الأهرام الزراعي محل الدراسة

م	أنواع الصور	مجلة الأهرام الزراعي			
		العدد	%	الترتيب	المساحة ب سم ²
1	صور شخصية	233	25.41	2	17940.19
2	صور مرتبطة بالموضوع	684	74.59	1	108091.95
	المجموع	917	100.00		126032.1

* حسبت النسبة المئوية لإجمالي تكرار أنواع الصور الواردة في أعداد مجلة الأهرام الزراعي محل الدراسة

** حسبت النسبة المئوية إلى إجمالي مجموع مساحة أنواع الصور الواردة في أعداد مجلة الأهرام الزراعي محل الدراسة الواردة في أعداد مجلة الأهرام الزراعي محل الدراسة

جدول رقم 13: العدد والنسب المئوية والمساحة والنسبة المئوية لتواجد البراويز بالموضوعات الواردة في أعداد مجلة

الأهرام الزراعي محل الدراسة خلال عامي 2014-2015

مجلة الأهرام الزراعي						م	فئات تواجد البراويز
الترتيب	**%	المساحة ب سم ²	الترتيب	%	العدد		
2	16.00	55895.33	1	50.97	523	1	توجد
1	84.00	293318.7	2	49.03	503	2	لا توجد
	100.00	349214		100.00	1026		المجموع

* حسبت النسبة المئوية لإجمالي عدد الكلي للموضوعات الواردة في أعداد مجلة الأهرام الزراعي محل الدراسة مخصص منها عدد الإعلانات وهو 58.

** حسبت النسبة المئوية إلى إجمالي مجموع المساحة الكلية للموضوعات الواردة في أعداد مجلة الأهرام الزراعي محل الدراسة مخصص منها مساحة الإعلانات وهي 28475 سم².

جدول رقم 14: العدد والنسب المئوية لتواجد ألوان بعناوين أعداد مجلة الأهرام الزراعي

مجلة الأهرام الزراعي			م	فئات تواجد الألوان في العناوين
الترتيب	%	العدد		
2	50.00	513	1	عناوين ملونة
1	50.00	513	2	عناوين غير ملونة
	100.00	1026		المجموع

* حسبت النسبة المئوية لإجمالي العدد الكلي للموضوعات الواردة في أعداد مجلة الأهرام الزراعي محل الدراسة مخصص منها عدد الإعلانات وهو 58.

جدول رقم 15: العدد والنسب المئوية لتواجد ألوان بمتن مجلة الأهرام الزراعي محل الدراسة خلال عامي 2014-

2015

مجلة الأهرام الزراعي			م	فئات تواجد الألوان في المتن
الترتيب	%	العدد		
2	21.54	221	1	متن ملون
1	78.46	805	2	متن غير ملون
	100.00	1026		المجموع

* حسبت النسبة المئوية لإجمالي العدد الكلي للموضوعات الواردة في أعداد مجلة الأهرام الزراعي محل الدراسة مخصص منها عدد الإعلانات وهو 58.

أ.د. هدى محمد الجنجيهي أ.د. عبد الحميد ابراهيم أحمد أ.د. عبد الشافي أحمد عزام م. وسام محي الدين على

جدول رقم 16: التكرار والنسب المئوية لتواجد ألوان بخلفيات الموضوعات الواردة بمجلة الأهرام الزراعي محل الدراسة

م	فئات تواجد ألوان في خلفيات الموضوعات	مجلة الأهرام الزراعي	
		العدد	% *
1	استخدام اللون الأبيض فقط	661	64.42
2	استخدام خلفية ملونة (لون واحد أو أكثر)	193	18.81
3	استخدام صورة كخلفية	32	3.12
4	استخدام أكثر من معالجة	140	13.65
	المجموع	1026	100.00

* حسبت النسبة المئوية لإجمالي العدد الكلي للموضوعات الواردة في أعداد مجلة الأهرام الزراعي محل الدراسة مخصص منها عدد الإعلانات وهو 58.

جدول رقم 17: التكرار والنسب المئوية لتواجد الصور الملونة في أعداد مجلة الأهرام الزراعي محل الدراسة

م	فئات تواجد الصور الملونة	مجلة الأهرام	
		التكرار	% *
1	موضوعات تتضمن صور ملونة	815	99.27
2	موضوعات تتضمن صور غير ملونه (أبيض وأسود)	1	0.12
2	موضوعات تتضمن الاثنین معا	5	0.61
	المجموع	821	100.00

* حسبت النسبة المئوية لإجمالي العدد الكلي للموضوعات التي تضمنت عناصر توضيحية وتأثيرية والواردة في أعداد مجلة الأهرام الزراعي محل الدراسة

المراجع

- أبو زيد، فاروق، وليلى عبد المجيد (2009). الصحافة المتخصصة. الدار العربية للنشر والتوزيع.
البطل، هاني إبراهيم (2011). الإخراج الصحفي فن وعلم، عالم الكتب.
التهامي، مختار محمد (1974). تحليل مضمون الدعاية في النظرية والتطبيق. دار المعارف بمصر
القاهرة .
الجنجهي، هدى محمد(1980). المطبوعات الإرشادية في جمهورية مصر العربية: تحليل مضمون
مجلة الإرشاد الزراعي. رسالة دكتوراه، كلية الزراعة، جامعة القاهرة.
الطنوبى، محمد عمر(2004). الإعلام الزراعي، سلسلة الإرشاد الزراعي في الوطن العربي
العدد(5)،المكتبة المصرية للطباعة والتوزيع.
اللبان، شريف درويش، هشام عطية عبد المقصود(2008). مقدمة في مناهج البحث الإعلامي.
الدار العربية للنشر والتوزيع.
تقرير الدراسة الأولية لمشروع تحسين كفاءة استخدام المياه والدعم الاقتصادي لبعض قرى مركزى
كوم أمبو ونصر النوبة بمحافظة أسوان(2017). معهد بحوث الإرشاد الزراعى والتنمية
الريفية. مركز البحوث الزراعية.
حسين، سمير محمد(1983). تحليل المضمون. دار الكتب، القاهرة.
شفيق، حسين(2010). الأسس العلمية لتصميم المجلات. دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع .
القاهرة.
عبد اللطيف، صلاح(1997). الصحافة المتخصصة، دار الطباعة القومية بالفجالة.
علم الدين، محمود(2000). الصحافة في عصر المعلومات - الأساسيات والمستحدثات، دار
الكتب.
غنيم، غنيم محمد(2007). دراسة تحليلية لمجلة الإرشاد الزراعي في الأراضي الجديدة، رسالة
دكتوراه غير منشورة، كلية الزراعة، جامعة عين شمس.
يوسف، محمود (2003). الإعلام في خدمة المجتمع، مكتبة فيروز المعادي.
Holsti, Ole R. (1969). Content analysis for the social sciences and humanities.
Addison Wesley Publishing Company. Inc, 200 P.
Qamar, M. Kalim (2005). Modernizing National Agricultural Extension
Systems: A practical guide for policy- makers of developing
countries. Food and Agriculture Organization of the United Nations
(FAO) Rome.

A format Content analysis of Al–Ahram agricultural magazine during agricultural year 2014–2015

Prof.Hoda Mohamed El–Genghy* prof.Abdel Hamid ibrahem Ahmed**

Prof. Abdel–Shafiy Ahmed Azam Wesam Mohye Alden Ali ****

***Faculty of Agricultural, Cairo University**

**** Agricultural Extension and Rural Development Research Institute**

Abstract

This research aimed at format analyzing of Al–Ahram agricultural Magazine, which was issued during a full agricultural year 2014–2015, through: determining the press editorial forms or templates in which Al–Ahram topics presented, and determining the Al–Ahram magazine's most important make–up elements including the titles form, titles, introduction, subtitles, angles, topics font size, the presence of explanatory and effectives elements; the use of frames, the use of colors in the titles, topics, background topics, and images.

To achieve the research objectives, the frequencies of categories were surveyed and the measured area by square centimeters, which were presented in the most format categories, and counting under the categories that could be identified and defined with objectivity and comprehensiveness. The main findings and the extracted conclusions of the research were as follows:

- 1- Using Thirteen press editorial forms or templates in Al–Ahram magazine, the advices & instructions; press news and releases; press investigation; press articles occupied the first ranks in terms of the time of frequencies of existence topics.

- 2- Using six titles forms, occupied title form in one line in the first rank by nearly half the topics number.
- 3- Related to the fonts sizes: it was found, in first rank, the used more than one size in (multiple sizes) in writing title, the majority of writing titles; subtitles; introduction; angles; and topics were found in small font size category.
- 4- The majority of magazine topics showed that the presence of explanatory and effectives elements were nearly more than third of magazine total area, the photos illustration category was ranked first according to frequencies and area which were used, the results showed also that frames covered half magazine topics and finally that the magazine's editors are interested in using colors in writing titles, topics, pictures and backgrounds in varied percentages.