

الفصل الثانى:

مستقبل صناعة الإعلان الصحفى فى
مصر خلال العقد القادم

يتضمن هذا الفصل مقدمة نظرية عن أسلوب بناء السيناريوهات، ثم نتائج الدراسة المستقبلية حول صناعة الإعلان الصحفى فى مصر خلال العقد القادم (٢٠١٥ - ٢٠٢٥) من خلال استعراض مجموعة من المحاور التى يمثل كل منها جانبًا من جوانب صناعة الإعلان الصحفى، بالإضافة إلى السيناريوهات المتعلقة باستشراف مستقبل هذه الصناعة خلال العقد القادم، وذلك على النحو التالى:

المبحث الأول: العوامل المؤثرة على مستقبل صناعة الإعلان الصحفى فى مصر:

ويتضمن رؤية الخبراء عينة الدراسة للجوانب المختلفة المرتبطة بصناعة الإعلان الصحفى فى مصر واستشرافهم لمستقبل هذه الصناعة خلال العقد القادم (٢٠١٥ - ٢٠٢٥)، ويتم عرض هذه النتائج على مستويين هما:

(١) على مستوى العوامل والمتغيرات المجتمعية المؤثرة على مستقبل صناعة الإعلان الصحفى فى مصر، وتشمل العوامل والمتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

(٢) على مستوى العوامل الداخلية المرتبطة بصناعة الإعلان الصحفى فى مصر، وتشمل:

- (أ) الجوانب العامة للصناعة والإنفاق الإعلاني.
- (ب) التحديات التى تواجه صناعة الإعلان الصحفى فى مصر.
- (ج) الكفاءة الاقتصادية لإدارات الإعلان بالصحف.
- (د) العلاقة بين الوسائل المطبوعة والإلكترونية والمستحدثة على المستوى الإعلاني.
- (هـ) الجانب الأخلاقى والتنظيمى لنشر الإعلان الصحفى.

المبحث الثانى: ويتضمن سيناريوهات صناعة الإعلان الصحفى فى مصر خلال العقد القادم (٢٠١٥ - ٢٠٢٥)، بالإضافة إلى رؤية مقترحة لتطوير الصحف المصرية على المستوى الإعلاني.