

تأهيل القائم بالاتصال في القنوات المحلية
تأهيل القائم بالاتصال في القنوات المحلية وعلاقته باتجاهات النخبة نحوها
"دراسة تطبيقية"

الباحثة/ سمر السيد أحمد السيد سليمان

لدرجة الماجستير في الآداب قسم الإعلام (شعبة الإذاعة والتلفزيون-إنتاج مواد إذاعية)
جامعة المنصورة

إشراف

د/ ولاء إبراهيم حسان

مدرس الإذاعة والتلفزيون- كلية الآداب
جامعة المنصورة
مشرفاً مشاركاً

أ.د/ محمد إبراهيم معوض

أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الدراسات
العليا للطفولة- جامعة عين شمس
مشرفاً رئيساً

مقدمة الدراسة:

تمثل القنوات المحلية جزءاً مهماً من الإعلام الذي يهدف إلى نشر الوعي والمعرفة المستندة إلى الحقائق والمعلومات، حيث تتسم بالموضوعية في رسالتها الإعلامية، كما تشكل وسائل الإعلام المحلية لغة العصر، خاصة في ضوء التطورات التي يشهدها العالم مؤخراً، حيث كان لها انعكاسات على وسائل الإعلام ونظمه.

وتبرز أهمية الإعلام المحلي في أنه يمثل الأداة الأساسية في تنمية المجتمعات المحلية، نظراً لأنه لسان حال الشارع والمجتمع المحلي، ويعايش قضاياها أولاً بأول؛ مما يجعله أكثر قدرة على إيجاد الحلول ومعالجة ومناقشة المشكلات في البيئة التي يعمل بها وهذا ما يميز الإعلام المحلي عن الإعلام المركزي.

كما يعتبر الإعلام المحلي مصدرًا من مصادر التوجيه والتثقيف في أي مجتمع، حيث إن له تأثيراً كبيراً لدى جمهور المتلقين المتباينين في اهتماماتهم وتوجهاتهم الفكرية والاجتماعية ويسهم في تشكيل ملامحهم، كما يعتبر المصدر الأساسي للقادة السياسيين والدبلوماسيين وكل من لهم صلة بالعملية السياسية في المجتمع، وإبراز المشكلات التي تواجه المجتمع المحلي، ومساهمة المواطنين في التصدي لها وحماية هويته الثقافية.

وعلى الرغم من أهمية الإعلام المحلي في مصر وأدواره ومسؤولياته وضرورته، إلا أنه أصبح ضعيفاً أمام منافسة وسائل الإعلام الخاصة والقنوات الفضائية لعدة أسباب، من

بينها: عدم الرضا الوظيفي لدى القائمين بالاتصال في الإعلام المحلي، ضعف سياسات التوزيع والإعلام، ضعف التمويل والعجز في الميزانيات، ندرة الإعلانات وعدم جاذبيتها، عدم القدرة على لا استكتاب المتخصصين أو كبار الكتاب أو استضافتهم في البرامج التلفزيونية المحلية.

وبما أن وسائل الإعلام تعد ركيزة رئيسية في بناء المجتمعات وتقدمها؛ فمن الضروري الاهتمام بالممارسة المهنية لدى أجهزة الإعلام، ورغم أهمية وضخامة قطاع الإذاعة والتلفزيون المصري، إلا أن صناعة التدريب المهني والأكاديمي الإعلامي في مصر تكاد تكون مظلومة، الأمر الذي يتطلب زيادة دعم وثقافة العاملين بها، فضلاً عن افتقاد سوق التدريب الإعلامي إلى عوامل رئيسية، أبرزها: قلة مؤسسات التدريب التي تغطي احتياجات القنوات المحلية المصرية، بما يتواءم مع متغيرات وأحدث معايير الإعلام الخاص والعالمي، بالإضافة إلى ضعف المحتوى المقدم بالدورات التدريبية، والذي يصل إلى الاعتماد على مدربين غير مؤهلين، وإهمال ثقافة التطوير والتدريب لدى القائمين بالاتصال بالقنوات المحلية المصرية، لاسيما بالدرجات المهنية العليا.

ويمكن القول بأن صناعة التدريب المهني والأكاديمي للقائمين بالاتصال في القنوات المحلية لا تتمتع بفرص وفيرة، للقدرة على تطوير والنهوض بالمحتوى المقدم بتلك القنوات، لاسيما في ظل غياب ثقافة التدريب للقائم بالاتصال في المجال الإعلامي، والتي تنعكس على مستوى ممارسته المهنية وأدائه الإعلامي.

والقائم بالاتصال هو المحور الأساسي بالمؤسسة الإعلامية، ويشكل رأس المال البشري القائم على تحقيق أهداف المؤسسة، كما تنبثق منه المعرفة والمهارات والتنظيمات والدوافع، ولذلك فإن التعليم والتدريب والتطور للقائم بالاتصال هو بمثابة تطوير البنية التحتية للمؤسسة، والتي تحافظ من خلالها على رأس مالها واستقرارها والمحافظة على مكانتها التنافسية ومواكبة، المنافسات الشرسة في ظل التطور الهائل للتكنولوجيا والاتصال والمعلومات، والتي أدت إلى ظهور إشكاليات جديدة تتعلق بتحديد مهارات وأدوار القائم بالاتصال في إعداد الرسائل الإعلامية.

تأهيل القائم بالاتصال في القنوات المحلية

ويواجه القائم بالاتصال ضغوطات كثيرة فيما يتعلق بعمله اليومي، ومدى توافر الظروف المهنية الملائمة لمزاولة نشاطه المهني، وما يتعلق بعوامل ومتغيرات داخل الوسيلة الإعلامية نفسها، ومن تأثير العوامل المهنية والإدارية، ومستوى علاقته بزملائه ورؤسائه في العمل، وتأثير القيم الشخصية وأيدلوجيته التي يتبناها، ومستوى الرضا الوظيفي، فضلاً عن مدى الموضوعية، ومن جانب آخر الضغوط التي يواجهها، والمتمثلة في بيئة العمل الخارجية بما تتضمنه من عوامل تتمثل في تأثير السلطة والقيود التشريعية والقانونية والأمنية، وتأثير المصدر أو الضيف بإحدى البرامج، واتجاهات الجمهور، وتأثير قيم المجتمع وتقاليده، وعلاقته بمصادر معلوماته الإخبارية، فضلاً عن المنافسة بين وسائل الإعلام المحلية والخاصة.

وفي هذا الإطار تسعى الدراسة الحالية إلى الوقوف على جهود التأهيل المهني والأكاديمي التي تبذلها المؤسسات الإعلامية، لاسيما القنوات التلفزيونية المحلية، والتي يكون محورها القائم بالاتصال في هذه القنوات، والتي تسعى إلى زيادة مهاراته وخبراته ومعلوماته، بما يدعم من أداءه وممارساته الإعلامية ويمكنه من أداء رسالته الإعلامية بكفاءة وفاعلية، وكذلك التعرف على آراء وتقييمات واتجاهات النخبة المصرية نحو أداء القنوات التلفزيونية المحلية والعاملين بها، ووضع الحلول والمقترحات التي من شأنها الارتقاء بمستوى الممارسات الإعلامية في القنوات التلفزيونية بشكل عام، والمحلية منها بشكل خاص.

الدراسات السابقة:

قامت الباحثة بمسح الدراسات السابقة وتقسيمها إلى محورين بناءً على الاتجاهات البحثية المرتبطة بموضوع الدراسة.

1. المحور الأول: الدراسات السابقة التي تناولت القائم بالاتصال بالقنوات التلفزيونية.

2. المحور الثاني: الدراسات التي تناولت القنوات التلفزيونية المحلية.

المحور الأول: الدراسات السابقة التي تناولت القائم بالاتصال بالقنوات التلفزيونية:

دراسة عبير محمد حمدي (2021)، بعنوان: "أثر القيادة التحويلية على تحسين الأداء الإعلامي للقنوات الفضائية المصرية من منظور القائم بالاتصال". (1)

تهدف هذه الدراسة إلى قياس أثر القيادة التحويلية على تحسين الأداء الإعلامي للقنوات الفضائية المصرية من منظور القائم بالاتصال، ولتحقيق أهداف الدراسة صممت استمارة استقصاء، ووزعت على القائمين بالاتصال بعدة قنوات فضائية مصرية، وبلغ عدد الردود 155 مفردة (العينة المتاحة)، وتم استرجاعها بالكامل صالحة للتحليل والدراسة، حيث تم تحليل البيانات واختبار الفروض باستخدام برنامج SPSS للتحليل الإحصائي، وقد توصلت الدراسة إلى وجود أثر معنوي للقيادة التحويلية على تحسين الأداء الإعلامي في القنوات الفضائية المصرية من منظور القائم بالاتصال، حيث تبين وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين القيادة التحويلية وتحسين الأداء الإعلامي بأبعاده الأربعة (تحسين موضوعية الأداء الإعلامي - زمن الأداء الإعلامي - دقة الأداء الإعلامي - عمق التغطية الإعلامية). دراسة عبد الله عمران (2021)، بعنوان: "أيدولوجيا الإنتاج الإخباري في ظل التنافسية الرقمية: دراسة مسحية للقائم بالاتصال في القنوات الإخبارية". (2)

هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة الأيدولوجيا الحاكمة لعملية الإنتاج الإخباري التلفزيوني، والعوامل المؤثرة فيها، والآليات التي تنتهجها المؤسسات الإعلامية لتمرير أيدولوجيتها، ورصد أيدولوجيا وسائل الإعلام الرقمية، ودور وأثر التطور التقني والتكنولوجي في تطوير الإنتاج الإخباري التلفزيوني، وأيضًا الكشف عن العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في البيئة الإعلامية التقليدية، والفرق بينه وبين القائم بالاتصال في البيئة الرقمية ومدى تأثير أيدولوجيته الذاتية في عملية الإنتاج الإخباري. تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفي إطار ذلك اعتمدت على منهج المسح بشقيه (الوصفي والتحليلي)، واعتمدت على العينة المتاحة من القائمين بالاتصال بقنوات: (العربية- النيل للأخبار- سكاى نيوز عربية EXTRA NEWS) -، بلغت 60 مفردة، استخدمت استمارة استبيان لجمع البيانات من القائمين بالاتصال، وتوصلت النتائج إلى تعدد العوامل المؤثرة في أيدولوجيا الإنتاج الإخباري التلفزيوني في ظل التنافسية الرقمية المتسارعة ما بين «الأيدولوجيا الفكرية والممارسة السياسية للسلطة، ونمط ملكية القنوات ومصدر تمويلها، وكذلك القيود التشريعية والقانونية»، وكلها عوامل تتناقض مع دعوات تطوير وإصلاح

تأهيل القائم بالاتصال في القنوات المحلية

الإعلام التقليدي في المنطقة؛ فالسعي لتحقيق ذلك يجب أن يتوافق مع تحرير المؤسسات الإعلامية من تلك القيود، حيث إنه لا يمكن الحديث عن مفاهيم الديمقراطية والشفافية والحرية دون الحديث عن حرية الإعلام.

دراسة نها غالي (2021)، بعنوان: "توظيف التكنولوجيا الرقمية في الممارسة المهنية بوسائل الإعلام الإقليمية واتجاهات القائم بالاتصال نحوها: دراسة ميدانية". (3)

تهدف هذه الدراسة إلى دراسة توظيف التكنولوجيا الرقمية في الممارسة المهنية بوسائل الإعلام الإقليمية واتجاهات القائم بالاتصال بها، وقد طبقت هذه الدراسة على عينة من القائمين بالاتصال في شبكة الإذاعات والقنوات الإقليمية المصرية، وتبرز أهمية هذه الدراسة من سعيها للوقوف على رؤية القائم بالاتصال بالإعلام الإقليمي المصري للتكنولوجيا الرقمية، واتجاهاته نحو توظيفها واستخدام تقنياتها في ممارسته المهنية للعمل الإعلامي بالمؤسسات الإعلامية التي ينتمي إليها، وجاءت أبرز النتائج كما يلي: وجود فروق دالة إحصائيًا بين العاملين بالإذاعات والقنوات التلفزيونية من القائمين بالاتصال وفق المستوى التعليمي (ما بين متوسط، وجامعي، وفوق الجامعي) في استجاباتهم لأسئلة مقياس مدى توظيف التقنيات التكنولوجية الرقمية بوسائل الإعلام الإقليمية والاتجاه نحوها. وجود فروق دالة إحصائيًا بين العاملين بالإذاعات والقنوات التلفزيونية من القائمين بالاتصال وفق طبيعة وظائفهم؛ ما بين (مذيع، مصور، مخرج، مذيع، مهندس صوت، مونتاج، إعداد، وغيره) في استجاباتهم لأسئلة مقياس مدى توظيف التقنيات التكنولوجية الرقمية بوسائل الإعلام الإقليمية والاتجاه نحوها.

دراسة غادة نصار (2020)، بعنوان: "استراتيجيات تعامل القائم بالاتصال بالقنوات الفضائية الحكومية والخاصة في التصدي للشائعات". (4)

هدفت هذه الدراسة إلى رصد وتحليل استراتيجيات القائم بالاتصال بالقنوات الفضائية الحكومية والخاصة في التصدي للشائعات. وآليات التدقيق والتحري التي يتبعها القائم بالاتصال بالقنوات الفضائية الحكومية والخاصة قبل نشر الأخبار لضمان عدم الترويج للشائعات، ورصد تقييم المعايير المهنية والأخلاقية التي تحكم أداء القائم بالاتصال بالقنوات الفضائية الحكومية والخاصة عند التعامل مع الشائعات. واعتمدت هذه الدراسة في إطارها

النظري على نظريتي المسؤولية الاجتماعية وحارس البوابة الإعلامية في تصميم استمارة الاستبيان، حيث طبقت هذه الدراسة على عينة من المعلنين والمذيعين بالقنوات الفضائية الحكومية والخاصة قوامها (١٢٠) مفردة، مقسمة إلى (٦٧) مفردة بالقنوات الفضائية الخاصة والمتمثلة في قناة (CbC) ، والحياة، وصدى البلد، والقاهرة والناس، و(٥٣) مفردة بالقنوات الفضائية الحكومية والمتمثلة في القناة الفضائية المصرية، وقناة النيل للأخبار، والقناة الفضائية الثانية تم اختيارها بطريقة العينة المتاحة. وخلصت نتائج الدراسة التحليلية إلى مجموعة من النتائج: أن على رأس الآليات التي يستخدمها القائمون بالاتصال في القنوات الحكومية والخاصة بالتحري والتدقيق قبل نشر الخبر الاتصال بمصدر من المصادر الذي يتعلق بالخبر، بينما جاء في الترتيب الثاني لآليات التحري والتدقيق إرسال مراسلين لموقع الحدث للتأكد من صحة الخبر من عدمه، يليها في الترتيب الثالث وجود كتيب استرشادي يحوي إجراءات للكشف عن الشائعات. وأن أكثر الاستراتيجيات استخداماً من قبل القائم بالاتصال للتصدي للشائعات استراتيجية التركيز، والتي تشير إلى تواصل القائم بالاتصال مع الزملاء في مختلف الوسائل الإعلامية لتقديم مضامين تركز على نقاط محددة في معالجة الشائعة للوصول إلى كافة الجماهير. وارتفاع درجة التزام القائم بالاتصال بالقنوات الفضائية الحكومية والخاصة بالمعايير الأخلاقية أثناء تصديهم للشائعات، وجاءت العدالة على رأس هذه المعايير. ارتفاع درجة التزام القائم بالاتصال بالقنوات الفضائية الحكومية والخاصة بالمعايير المهنية أثناء تصديهم للشائعات، وجاء على رأس هذه المعايير حق الجمهور في المعرفة والحصول على المعلومات الصحيحة.

دراسة ولاء الناغي (2020)، بعنوان: "العوامل المؤثرة على إدراك القائم بالاتصال لأدواره الإعلامية وعلاقتها بالسلطة المحلية: دراسة مسحية للقائم بالاتصال في الإعلام التقليدي والجديد في محافظة بورسعيد". (5)

تهدف الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة على إدراك القائم بالاتصال لأدواره الإعلامية وعلاقتها بالسلطة المحلية، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي اعتمدت على كل من منهج المسح الإعلامي والمنهج المقارن، حيث تم عمل مسح للقائم بالاتصال

تأهيل القائم بالاتصال في القنوات المحلية

بمحافظة بورسعيد بوسائل الإعلام المحلية (صحف مطبوعة- إذاعة القناة- تلفزيون القناة الرابعة- المواقع الإلكترونية- إذاعات الإنترنت)، وقامت الباحثتان بالتطبيق باستخدام أسلوب المسح الشامل والعينة المتاحة، والتي بلغت (٢٥٢) مبحوثاً، وذلك باستخدام أداة الاستقصاء، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أهمها: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى تأثير كل من العوامل الذاتية والداخلية والخارجية ومستوى إدراك القائم بالاتصال لأدواره الوظيفية. وتوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى تأثير العوامل الذاتية والداخلية والخارجية ومستوى تقييم القائم بالاتصال لأدوار مؤسسته. وتوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى تأثير العوامل الذاتية والداخلية والخارجية ومستوى النمط الغالب في علاقة المؤسسات الإعلامية بالسلطة المحلية. كما توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع الوسيلة التي يعمل بها القائم بالاتصال بورسعيد (صحافة- إذاعة- مواقع صحفية- إذاعة إنترنت- تلفزيون) في مستوى إدراكه لأدواره الوظيفية. وكذلك توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع الوسيلة التي يعمل بها القائم بالاتصال بورسعيد (صحافة- إذاعة- مواقع صحفية- إذاعة إنترنت- تلفزيون) في مستوى النمط الغالب في علاقة المؤسسة الإعلامية بالسلطة المحلية.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت القنوات التلفزيونية المحلية:

دراسة فانت حسان (2023)، بعنوان: "دور برامج التلفزيون المحلي في توعية مشاهديها بمشروعات التنمية القومية في جمهورية مصر العربية: دراسة تطبيقية". (6) تهدف الدراسة إلى التعرف على دور برامج التلفزيون المحلي في توعية الجمهور بمشروعات التنمية القومية في جمهورية مصر العربية ومستوى ثقة الجمهور بها، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي، باستخدام استمارة تحليل محتوى لعينة من البرامج على قنوات التلفزيون المحلي ل يتم إجراء الدراسة التحليلية عليها خلال الفترة الزمنية المخصصة لكل من (برنامج حياة كريمة، وبرنامج مصر بتغيير)، وكذلك المسح الميداني لعينة المبحوثين وتوصلت الدراسة إلى أن أكثر القوالب الإعلامية المستخدمة في البرامج محل الدراسة هو قالب "الحوار" بنسبة (61.1%) لبرنامج مصر بتغيير، وبنسبة (77.8%) لبرنامج حياة كريمة وفي المركز الثاني

قال "تحقيق" بنسبة (25%) لبرنامج مصر بتغيير، وبنسبة (22.2%) لبرنامج حياة كريمة، وفي المركز الثالث "خبر وتقارير من موقع الحدث" بنسبة (13.9%) لبرنامج مصر بتغيير، وبنسبة صفر لبرنامج حياة كريمة، كما أن جميع البرامج عينة الدراسة قد استخدمت اللغة العربية الفصحى والعامية الإعلامية فقط، وخلت البرامج محل الدراسة من اللغات الأجنبية والأجنبية المترجمة والفرنكو أريك، فقد احتلت اللغة العامية الإعلامية (63.9%) لبرنامج مصر بتغيير، وبنسبة (94.5%) لبرنامج حياة كريمة من برامج عينة الدراسة وجاءت في الترتيب الأول، بينما جاءت اللغة العربية الفصحى المبسطة في الترتيب الثاني بنسبة (36.1%) لبرنامج مصر بتغيير، وبنسبة (5.5%) لبرنامج حياة كريمة.

دراسة عادل مكي وآخرين (2021)، بعنوان: خطة مقترحة لتطوير البرامج الرياضية بالتلفزيون المحلي لجنوب الصعيد: قناة طيبة". (7)

هدف البحث إلى وضع خطة مقترحة لتطوير البرامج الرياضية بالتلفزيون المحلي لجنوب الصعيد قناة طيبة. واستخدم البحث المنهج الوصفي، وتمثلت أداة البحث في استمارة الاستبيان، وتم تطبيق البحث على عينة قوامها (440) مشاهدًا من مشاهدي التلفزيون المحلي بجنوب الصعيد، ومن القاطنين بمحافظات جنوب الصعيد. وجاءت نتائج البحث مؤكدة على الاهتمام بالارتقاء بالفكر والسلوك، وتعكس قيم المجتمع، وتتنوع وفق رغبات كافة المشاهدين، والمساهمة في نشر الثقافة الرياضية، والحياد في عرض كافة القضايا الرياضية المحلية بالأقاليم، والألعاب الجماعية تسيطر على الرياضيات المقدمة التي تعرض في البرامج الرياضية، ثم الرياضيات الفردية بنسبة أقل من المتوسط، وتنفيذ البرامج الرياضية يراعي تنوع القوالب الفنية للبرنامج الواحد، والزمن المخصص للبرامج الرياضية لا يناسب كافة المراحل العمرية. وأوصى البحث بالعمل على إعادة صياغة أهداف البرامج الرياضية لتكون واضحة ومحددة للعاملين، على أن تراعي كافة احتياجات ورغبات المشاهدين حسب ما ظهر من نتائج استطلاع رأيهم، والاهتمام بالرياضيات التي تختص بالسيدات والأطفال، وعمل فقرات خاصة بهم خلال البرامج بما يتناسب مع ميولهم ورغباتهم، وتطبيق الخطة المقترحة لتطوير أداء البرامج الرياضية بالتلفزيون المحلي لجنوب الصعيد قناة طيبة.

تأهيل القائم بالاتصال في القنوات المحلية

دراسة رجاء الغمراوي (2019)، بعنوان: "معالجة الإعلام المحلي لتحديات التنمية السياحية المستدامة بإقليم الإسكندرية: دراسة تطبيقية على إذاعة وقناة الإسكندرية". (8)

هدفت الدراسة إلى التعرف على معالجة الإعلام المحلي لتحديات التنمية السياحية المستدامة بإقليم الإسكندرية. وعرضت الدراسة إطارًا مفاهيميًا تضمن المعالجة الإعلامية، الإعلام المحلي، التنمية السياحية المستدامة. واعتمدت الدراسة على المنهج التاريخي، وتمثلت أدوات الدراسة في استمارة استبيان، وتم تطبيقها على عينة قوامها (138) مفردة. وجاءت نتائج الدراسة مؤكدة على أن قناة الإسكندرية جاءت في المرتبة الأولى كأكثر الوسائل الإعلامية المحلية التي اعتمدت عليها عينة الدراسة أكثر في الحصول على المعلومات المتعلقة بقضايا السياحة البيئية والتنمية السياحية المستدامة وتحديات، بينما جاءت إذاعة الإسكندرية في المرتبة الثانية، مما يؤكد ضرورة الاهتمام أكثر بإذاعة الإسكندرية، اشترك كل من العاملين في الإعلام المحلي المرئي والمسموع بإذاعة وقناة الإسكندرية بنسبة كبيرة في التعرض للضغوط على مستوى كل من المسؤولين والجمهور. وأوصت الدراسة بإنشاء وحدة بحثية في قناة وإذاعة الإسكندرية لمتابعة تحديات التنمية السياحية المستدامة والتي تزايدت بشكل كبير في الفترة الأخيرة.

دراسة علي عبد الجواد (2018)، بعنوان: "معالجة التلفزيون الإقليمي لأخبار الجريمة: دراسة تحليلية بالتطبيق على قناة الصعيد". (9)

تحاول الدراسة الحالية رصد طريقة تناول التلفزيون الإقليمي لأخبار الجريمة، وتحليل أسباب وحلول الجريمة وفق المعالجة التلفزيونية، مع بيان أطر المعالجة المستخدمة في عرض أخبار الجريمة ونوعية الجرائم الأكثر نشرًا أو إذاعة في وسائل الإعلام المحلي، واعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون لحلقات برنامج عيون الشعب على مدار عام 2017 بواقع 47 حلقة عن طريق استمارة تحليل المضمون بالشكل الكمي والكيفي. وتوصلت الدراسة إلى استخدام البرنامج كل عناصر الإبراز من صور وموسيقى تصويرية وكتابة إلكترونية. وأن جرائم القتل هي أكثر أنواع الجرائم إذاعة في حلقات البرنامج وأغلب الجرائم المذاعة، وكانت في القرى، وتركزت أغلب أسباب الجرائم في صعوبة الظروف الاقتصادية، وإطار الإدانة هو

أكثر الأطر استخدامًا. جاء اهتمام الآباء بالأبناء وحل مشكلاتهم أكثر الحلول تكرارًا في حلقات البرنامج.

دراسة فوزية آل علي (2018)، بعنوان: "الفضائيات المحلية وتدعيم القيم في مجتمع الإمارات: دراسة ميدانية". (10)

هدفت الدراسة للتعرف على الفضائيات المحلية وتدعيم القيم في مجتمع الإمارات، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي. وقد اختيرت عينة الدراسة التي بلغ قوامها (180) مفردة قسمت إلى (110) مفردة من الحضر من مدن أبو ظبي والشارقة ودبي، و(70) مفردة من ريف خورفكان، والذيد ودبا الحصن، من مختلف مستويات العلمية والاجتماعية وفئات عمرية متنوعة. واستخدمت الاستبيان كأداة دراسة، استعرضت الدراسة أهم النتائج منها أهم القنوات الفضائية التي يقبل المبحوثون على مشاهدتها في المرتبة الأولى دبي، تليها سما دبي، أبو ظبي، الشارقة، (One TV)، قناة دبي الرياضية، عجمان، أهم المواد والبرامج التلفزيونية حسب أسباب مشاهدتها للقنوات الفضائية في المرتبة الأولى التسلية والترفيه، ثم تحافظ على العادات والتقاليد، تقديم برامج تهتم بالطفل، وتقديم برامج تهتم بالأسرة، تزويد بالمعلومات، تقديم برامج تهتم المرأة. واختتمت الدراسة بعدة توصيات، منها: ضرورة الاهتمام ببرامج المرأة لمدى أهمية المرأة في المجتمع الإماراتي، وما أحرزته من تقدم.

التعليق على الدراسات السابقة:

أولاً: بالنسبة للموضوعات: تعددت الموضوعات والقضايا التي تناولتها الدراسات السابقة، فبالنسبة للدراسات التي تناولت القائم بالاتصال في القنوات التلفزيونية؛ اهتمت بعض هذه الدراسات بقياس أثر القيادة التحويلية على تحسين الأداء الإعلامي للقنوات الفضائية من وجهة نظره، كما اهتم بعضها بالتعرف على طبيعة الأيديولوجيا الحاكمة لعملية الإنتاج الإخباري التلفزيوني، وتناولت أيضًا توظيف التكنولوجيا الرقمية في الممارسة المهنية بوسائل الإعلام الإقليمية، وكذلك رصد وتحليل الاستراتيجيات التي يستخدمها في التصدي للشائعات، والتعرف على العوامل المؤثرة على إدراكه لأدواره الإعلامية وعلاقتها بالسلطة المحلية، والتعرف على رؤيته لتأثير بث البرامج الإخبارية على معدلات مشاهدة هذه

تأهيل القائم بالاتصال في القنوات المحلية

البرامج، التعرف على حجم الضغوط المهنية التي يتعرض لها، وتأثير الإنترنت على فنون التحرير الإخباري في الفضائيات، والتعرف على العوامل المؤثرة على خصائصه وخبراته في الأخبار المصرية الإذاعية والتلفزيونية، التعرف على طبيعة عمله في البرامج الحوارية، والضغوط التي يتعرض لها وتؤثر في قراراته، وكيفية اختياره لموضوعات وقضايا واستبعاد أخرى، التعرف على صورته في مجال الإذاعة المسموعة والمرئية.

أما الدراسات التي تناولت القنوات التلفزيونية المحلية؛ فتناولت التعرف على دور برامج التلفزيون المحلي في توعية الجمهور بمشروعات التنمية القومية، وضع خطة مقترحة لتطوير البرامج الرياضية بالتلفزيون المحلي، والتعرف على معالجة الإعلام المحلي لتحديات التنمية السياحية المستدامة، ورصد طريقة تناوله لأخبار الجريمة، وكذلك التعرف على دوره في تدعيم القيم، والتعرف على الأخلاقيات المهنية في الإعلام المحلي، والتعرف على مدى وعي والتزام الإعلاميين المحليين بأخلاقيات مهنتهم السامية، وتحليل محتوى البرامج الحوارية المقدمة من خلاله، والتعرف على مدى نجاح الإذاعة المحلية في عرض ومناقشة قضايا المجتمع المحلي، ومحاولة رصد الصورة الذهنية التي تتكون في أذهان المشاهدين عن هذه القنوات، والتعرف على دورها في تقديم المساعدة لدعم الأنشطة التنموية، والتعرف على دورها في ترتيب أولويات القضايا المحلية لدى الجمهور، وقياس دورها في إحداث التكامل المحلي من خلال طرق المنظور العام والخاص والمنظور المتوسط.

ثانياً: بالنسبة للمناهج: تنوعت المناهج التي اعتمدت عليها الدراسات السابقة، ما بين منهج المسح الإعلامي، والمنهج المقارن، المنهج الوصفي، المنهج التاريخي، منهج دراسة الحالة، وقد جمعت بعض الدراسات السابقة بين أكثر من منهج في نفس الدراسة.

بالنسبة للعينات: تنوع استخدام الدراسات السابقة للعينات، ما بين العينات المتاحة، والعينات العشوائية البسيطة، والعينات العمدية، بينما تم استخدام أسلوب المسح الشامل لجميع مفردات البحث في بعض الدراسات.

بالنسبة للأدوات البحثية: اعتمدت الدراسات السابقة في معظمها على استمارات الاستبيان، كما تم أيضاً استخدام أدوات المقابلة المقننة وتحليل المضمون في بعضها، وقد تم الجمع بين أكثر من أداة في بعضها الآخر.

بالنسبة للنظريات العلمية: تنوع استخدام النظريات والنماذج العلمية التي اعتمدت عليها الدراسات السابقة، إلا أن أبرزها تمثل في: نظرية المسؤولية الاجتماعية، ونظرية حارس البوابة الإعلامية، ونظرية وضع الأجندة.

أبرز النتائج: توصلت الدراسات السابقة للعديد من النتائج المهمة، والتي تؤكد على أهمية دراسة القائم بالاتصال في القنوات التلفزيونية، لاسيما القنوات المحلية، لما يمثله من حلقة وصل قوية بين القناة وجمهورها.

فبالنسبة للدراسات التي تناولت القائم بالاتصال: فقد أكدت الدراسات السابقة على وجود أثر معنوي للقيادة التحويلية على تحسين الأداء الإعلامي في القنوات الفضائية المصرية من منظور القائم بالاتصال، كما أكدت وجود فروق دالة إحصائية بين القائمين بالاتصال وفق المستوى التعليمي تجاه توظيف التقنيات التكنولوجية الرقمية بوسائل الإعلام، كذلك وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى تأثير العوامل الذاتية والداخلية والخارجية ومستوى تقييم القائم بالاتصال لأدوار مؤسسته، وأظهرت النتائج أيضاً وجود ارتفاع في استخدام القائمين بالاتصال للإنترنت في تحرير الأخبار للرؤية المهنية من واقع ممارستهم للعمل الإخباري، وارتفاع نسبة استفادة القائمين بالاتصال بالإنترنت في تطوير الخدمة الإخبارية للقنوات الفضائية، كما أثبتت الدراسات تأثير نمط ملكية المؤسسة على وجهة نظر القائم بالاتصال، وأن الثقافة العامة والتأهيل المتميز واحدة من أهم الصفات التي يجب أن يتمتع بها الإعلامي.

وبالنسبة للدراسات التي تناولت القنوات المحلية: فقد أثبتت الدراسات أهمية القنوات المحلية، حيث جاءت في المرتبة الأولى بين القنوات في الحصول على المعلومات المتعلقة بقضايا السياحة البيئية والتنمية السياحية المستدامة، وأن مهنة الإعلام تقوم على أخلاقيات وقوانين ومواثيق تنظم العمل وتوجه نحو السلوك الحسن، وأن الإعلام بدون مسؤولية أخلاقية يصبح وسيلة لهدم لشخصية الفرد والمجتمع بأكمله، كما أكدت الدراسات وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين درجة اعتماد المبحوثين على القنوات الفضائية المحلية وتأثيرات الاعتماد (المعرفية، الوجدانية، السلوكية)، وكذلك ضرورة الاهتمام بالتخطيط الإعلامي المتكامل

تأهيل القائم بالاتصال في القنوات المحلية

للإذاعة وتقييم البرامج التي تبث إلى المستمعين. وعدم اقتصار دور القنوات المحلية على الاتصال ونقل الأخبار، بل العمل على تحسين معيشة وحياة أفراد المجتمع القبلي، والدور الكبير لها في الحفاظ على اللغة الأصلية لسكان المنطقة. وأشارت الدراسات أيضًا إلى ابتعاد قيادات الرأي الرسمية وغير الرسمية عن التعرض بشكل دائم لقنواتهم الإقليمية، وضآلة حجم الدور الذي يلعبه التلفزيون الإقليمي في بناء أجندة القيادات المحلية، وانخفاض نسبة البرامج المقدمة على الهواء في القناة السادسة والسابعة بشكل عام، مما يفقد هذه البرامج طابع الفورية، ويجعلها بعيدة عن مواكبة الأحداث، ويزيد من طابع التقليدية في الأداء.

ومن خلال تحليل الدراسات السابقة يلاحظ أن:

لم يتم التركيز بشكل وافٍ على عملية تأهيل وتدريب القائم بالاتصال في القنوات التلفزيونية، بالرغم من أهمية التدريب المتواصل والتطوير المستمر لمهاراته وأدواته، ليتمكن من أداء رسالته بشكل أكثر كفاءة ومهنية.

لم تهتم الدراسات بشكل كافٍ بالقائم بالاتصال في القنوات المحلية، على الرغم من أهمية هذه القنوات، والدور الكبير الذي تقوم به في خدمة المجتمع المحلي، مما يعكس بالتالي أهمية دور القائم بالاتصال بهذه القنوات.

تناولت بعض الدراسات العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال بالقنوات الفضائية والخاصة، من زاوية نوع الملكية والسياسات التحريرية وغيرها، دون التطرق لعامل التأهيل المهني وتأثيره على مهنية القائم بالاتصال.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

مثلت الدراسات السابقة رصيداً معرفياً، استعانت به الباحثة في تحديد متغيرات بحثها والمصطلحات والمفاهيم العلمية والإجرائية الخاصة بالدراسة الحالية.

أمكن الاستفادة من الدراسات السابقة في تحديد النظريات التي اعتمدت عليها الدراسة، وهي نظرية المسؤولية الاجتماعية ونظرية حارس البوابة، وتحديد نوع العينة المناسبة للدراسة، والاسترشاد بنتائج الدراسات السابقة في إعداد الدراسة الاستطلاعية، حيث ساعدت في تحديد المشكلة الدراسية، والاسترشاد بنتائج الدراسات السابقة في تحديد طبيعة بعض الأسئلة في

صحيفة تحليل المضمون، ومحاولة تحري الأسئلة والمحاو التي لم تغطيها الدراسات السابقة.

استقادت الباحثة بالتعرف على كيفية تناول الدراسات السابقة للجوانب النظرية والتطبيقية وأساليب بحثها، ومدى الاتفاق والاختلاف معها، والمقارنة بين نتائج الدراسات السابقة.

مشكلة الدراسة:

من خلال مسح الدراسات السابقة تبين أن غالبية مؤسسات التأهيل الإعلامي تعتمد على أن القائم بالاتصال تصنعه المؤسسة التي سوف يلتحق بها، دون التطرق لدراسة تأثير التأهيل المهني والتدريب العملي والمستوى الثقافي، وتأثيره على الممارسة المهنية لدى القائم بالاتصال بوسائل الإعلام المصرية بوجه عام ووسائل الإعلام المحلية بوجه خاص. ومن الجدير بالذكر أن عامل التأهيل الأكاديمي والمهني من أهم المحاور العملية والتعليمية التي تنمي الحس الإعلامي لدى القائم بالاتصال، وتمكنه من امتلاك أدواته والقيام بمهام وظيفته، ويتضح تراجع الاهتمام بدراسة وإعداد وتأهيل القائم بالاتصال على المستوى المحلي في القنوات التلفزيونية المصرية، ولا تزال في حاجة إلى الجهود البحثية حول مختلف التخصصات. ويمكن القول بأن صناعة التدريب المهني والأكاديمي للقائمين بالاتصال في القنوات المحلية لا تتمتع بفرص وفيرة، للقدرة على تطوير والنهوض بالمحتوى المقدم بتلك القنوات، لاسيما في ظل غياب ثقافة التدريب للقائم بالاتصال في المجال الإعلامي، والتي تنعكس على مستوى ممارسته المهنية وأدائه الإعلامي.

وحيث إن القائم بالاتصال يواجه العديد من الضغوط فيما يتعلق بعمله اليومي، ومدى توافر الظروف المهنية الملائمة لمزاولة نشاطه المهني، وما يتعلق بعوامل ومتغيرات داخل الوسيلة الإعلامية نفسها، ومن تأثير العوامل المهنية والإدارية، ومستوى علاقته بزملائه ورؤسائه في العمل، وتأثير القيم الشخصية وأيدلوجيته التي يتبناها، ومستوى الرضا الوظيفي، فضلاً عن مدى الموضوعية، ومن جانب آخر الضغوط التي يواجهها، والمتمثلة في بيئة العمل الخارجية بما تتضمنه من عوامل تتمثل في تأثير السلطة والقيود التشريعية والقانونية والأمنية، وتأثير المصدر أو الضيف بإحدى البرامج، واتجاهات الجمهور، وتأثير قيم

تأهيل القائم بالاتصال في القنوات المحلية

المجتمع وتقاليد، وعلاقته بمصادر معلوماته الإخبارية، فضلاً عن المنافسة بين وسائل الإعلام المحلية والخاصة.

من هنا يمكن بلورة المشكلة البحثية في: "التعرف على واقع التأهيل والتدريب المهني والأكاديمي للقائمين بالاتصال في القنوات المحلية، ومدى تأثيره على مستوى الأداء الإعلامي بالقنوات المحلية، والصعوبات والمعوقات التي تواجه القائم بالاتصال في هذه القنوات، وكذلك التعرف على اتجاه النخبة ذات العلاقة بالعمل الإعلامي نحو مستويات الأداء في القنوات التليفزيونية المحلية وسبل تطويرها والارتقاء بها".

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في جانبين:

الأهمية العلمية:

تواكب هذه الدراسة الدراسات العلمية التي تتناول القائم بالاتصال، والذي يمثل الحلقة الأكثر أهمية في العملية الاتصالية بين القنوات التليفزيونية وجمهورها المستهدف، فدراسات القائم بالاتصال يجب أن تكون مستمرة لبحث المستجدات التي تطرأ على العملية الاتصالية، والتي تؤثر بدورها على طبيعة عمل القائم بالاتصال.

تجدد هذه الدراسة التركيز على الأهمية الكبيرة التي تمثلها القنوات المحلية للمجتمعات المحلية التي تتابع هذه القنوات، نظراً لقدرة هذه القنوات على تغطية القضايا التي تخص تلك المجتمعات بشكل أكثر تفصيلاً وتركيزاً، وهو ما يبرز أهمية دراسة هذه القنوات وقدرتها على معالجة القضايا المحلية.

الأهمية التطبيقية:

تركز هذه الدراسة على الواقع الفعلي لعملية تدريب القائمين بالاتصال، وتأثير هذا التدريب على أدائهم المهني.

توضح هذه الدراسة العوامل والمتغيرات الداخلية والخارجية، وتأثيرها على تطوير الأداء المهني للقائم بالاتصال، وقدرته على النهوض بقطاع التليفزيون المحلي المصري.

تبرز الدراسة الحالية واقع الممارسة المهنية للقائم بالاتصال، وانعكاسها على صناعة الرسالة الإعلامية في القنوات المحلية، وذلك من خلال عرض وجهة نظر القائمين بالاتصال ذاتهم وكذلك جمهور النخبة.

أهداف الدراسة:

أولاً: أهداف الدراسة الميدانية الخاصة بالنخبة عينة الدراسة:

قياس كثافة تعرض النخبة عينة الدراسة للقنوات التلفزيونية المحلية.

الوقوف على دوافع متابعة النخبة عينة الدراسة للقنوات التلفزيونية المحلية.

التعرف على درجة اهتمام النخبة عينة الدراسة بمتابعة القضايا المعروضة بالقنوات التلفزيونية المحلية.

رصد اتجاه النخبة عينة الدراسة نحو توافر معايير الكفاءة والمهنية لدى القائم بالاتصال بالقنوات المحلية.

التعرف على رأي النخبة في مدى توافر الإمكانيات المادية والفنية في القنوات التلفزيونية المحلية.

تحديد تقييم النخبة عينة الدراسة لأداء القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية المحلية.

الوقوف على أهم السلبيات التي توجد في القنوات التلفزيونية المحلية من وجهة نظر النخبة.

التعرف على مقترحات النخبة عينة الدراسة للارتقاء بمستوى القنوات التلفزيونية المحلية المصرية.

ثانياً: أهداف الدراسة الميدانية الخاصة بالقائم بالاتصال في القنوات المحلية:

التعرف على أساليب وأشكال الإعداد الأكاديمي والمهني للقائم بالاتصال بالقنوات التلفزيونية المحلية.

الوقوف على تأثير الإعداد الأكاديمي والمهني على مستوى الأداء المهني للقائم بالاتصال بالقنوات التلفزيونية المحلية.

الكشف عن اتجاه القائم بالاتصال نحو الأداء المهني الحالي للقنوات التلفزيونية المحلية.

تأهيل القائم بالاتصال في القنوات المحلية

رصد أبرز الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال بالقنوات التلفزيونية المحلية وتغوق أداءه المهني.

قياس مستوى الرضا لدى القائم بالاتصال عن عمله بالقنوات التلفزيونية المحلية.

تحديد العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال في القنوات المحلية المصرية.

الكشف عن الصعوبات التي تواجه القائم بالاتصال بالقنوات التلفزيونية المحلية.

التعرف على مقترحات القائمين بالاتصال للارتقاء بمستوى القنوات المحلية المصرية.

النظريات المستخدمة في الدراسة:

أولاً: نظرية حارس البوابة: Gate keeping Theory

تتميز هذه النظرية بتفردها بدراسة المؤسسات الإعلامية كوحدات قائمة على نظام معقد للسلطة والنفوذ والمراكز، فحينما ندرس ما يحدث داخل المؤسسة الإعلامية كالجريدة أو التلفزيون نشعر بالدهشة من مدى تعقد وتشابك أعمالها. ففي داخل تلك المؤسسات الإعلامية تتخذ يوميًا بل وفي كل دقيقة، قرارات مهمة وخطيرة. ونظرًا لأهمية تلك القرارات بالنسبة للجماهير يجب أن نعرف الأسلوب الذي يتم بمقتضاه اتخاذ القرارات، والمراكز والمناصب التي تتخذ تلك القرارات فعليًا، وطبيعة القائم بالاتصال، والأمور التي تؤثر على اختيار المواد الإعلامية، والقيم والمستويات التي يعتنقها. فالأخبار هي ما يصنعه الصحفيون، ولكن كيف يصنع أولئك الصحفيون الأخبار؟ وما الجوانب المهنية أو الأخلاقية التي يفرضها الصحفي على نفسه، أو ما طبيعة السيطرة البيروقراطية التي تفرض نفسها عليه. (11)

حيث تعني نظرية حارس البوابة الإعلامية بسيطرة القائم بالاتصال على مكان استراتيجي في سلسلة الاتصالات، بحيث يصبح صاحب السلطة في اتخاذ القرار في المعلومات التي ستمر من بوابته، وكيف ستمر تلك المعلومات حتى تصل في نهاية المطاف إلى الوسيلة الإعلامية ومنها إلى الجمهور. (12)

فروض نظرية حارس البوابة(13):

تفترض نظرية حارس البوابة أن حركة تدفق المعلومات تمر في سلسلة متصلة، يتحكم في تلك الحلقات أو المراكز أشخاص يتمتعون بالقدرة على حجب التدفق أو تعديله، نقصًا أو زيادة.

أن الأشخاص الذين يتمتعون بالقدرة على التحكم في تدفق المعلومات يمثلون حراسًا لنظم معينة، سياسية واجتماعية وثقافية واقتصادية، وهم جزء أصيل من تلك النظم، بحكم انتمائهم إليها (أيديولوجيًا أو بنائياً)، أو بحكم الضغوط التي تمارس عليهم من قبل أذرع السلطة السائدة، أو المؤسسة الإعلامية التي يعملون بها، وفي بعض الأحيان بسبب العوامل التكنولوجية التي لا يمكن لها أن تظهر جوانب الظاهرة بشكل كافي في الأحوال كلها.

تفترض نظرية حارس البوابة - على النحو الذي اقترحه عالم النفس "كورت لوين"-kurt lewin- أن هناك قوة، إما أن تقيد أو تسهل مرور الأخبار عبر وسائل الإعلام.

ومن هنا تحدد نظرية حارس البوابة العوامل المتحكمة في القائم بالاتصال(14)، والتي تتمثل في:

قيم المجتمع وتقاليد.

معايير ذاتية: وتشمل عوامل التنشئة الاجتماعية، والتعليم، والميول، والانتماءات والجماعات المرجعية، وصفات القائم بالاتصال، وخصائصه الشخصية كالعمر والنوع.

معايير مهنية: وتشمل سياسة الوسيلة الإعلامية، مصادر الأخبار المتاحة، علاقات العمل وضغوطه معايير الجمهور.

وقد استفادت الباحثة من النظرية بالتعرف على مدى أهمية دور القائم بالاتصال (حارس البوابة)، من خلال قدرته على نشر أو عدم إذاعة المادة الإعلامية، بالإضافة إلى التعرف على مستوى أداء القائم بالاتصال في القنوات المحلية (حملة المؤهلات الإعلامية)، والوقوف على مدى استفادته خلال فترة دراسته (إعداده الأكاديمي وتأهيله المهني).

نشأت نظرية المسؤولية الاجتماعية من رحم نظرية الحرية التي تعرضت للعديد من الملاحظات؛ فكان لابد من تطويرها أو ظهور نظرية تحتوي ما يعوض ما بها من نقاط ضعف، حتى تواكب معايير المجتمع الغربي وخاصة الأمريكي الذي نشأت فيه، حيث ظهرت نظرية المسؤولية الاجتماعية بعد الحرب العالمية الثانية في الفترة ما بين النصف الثاني من القرن التاسع عشر والنصف الأول من القرن العشرين بالولايات المتحدة الأمريكية، ودعا أنصارها إلى إعادة صياغة المبادئ التي قامت عليها نظرية الحرية (15). وقد قام الصحفيون خلال هذه الفترة بالالتزام بمعيار "الموضوعية" عند تغطية الأخبار والتقارير، ما يعني البحث الموضوعي عن الحقائق، كما تقوم هذه النظرية على ممارسة العملية الإعلامية بحرية قائمة على المسؤولية الاجتماعية، وظهرت القواعد والقوانين التي تجعل الرأي العام رقيبًا على آداب المهنة.

وقد عرف "Drucker" المسؤولية الاجتماعية بأنها "الدور الذي تقوم به المؤسسات وواجبها تجاه المجتمع". ويعد هذا التعريف هو المحور الرئيسي للتعريفات الأخرى، حيث انطلقت العديد من التعريفات بعد ذلك بناءً عليه، كما عبر "Drucker" عن المسؤولية الاجتماعية بتوقعات لمبادرات تخدم المجتمع من قبل المؤسسات الإعلامية، دون المساس بوظائفها الأساسية التي تخدم استثماراتها. (16)

عناصر المسؤولية الاجتماعية:

تتمثل عناصر المسؤولية الاجتماعية في النقاط الثلاث التالية (17):
الفهم: وهو إدراك الوضع الراهن للصحافة، من حيث مؤسساتها وعناصرها، والمعوقات التي تعيق عملها وتقدمها، والقوى التي تؤثر في حاضر القائمين بالاتصال.
الاهتمام: ويتضمن الترابط بين القائم بالاتصال وجماعته، والذي يجعله حريصًا على تماسك وسلامة وسمعة جماعته المهنية بأداء الوظائف التي ينبغي القيام بها في حدود سلطاته.
المشاركة: وهي مدى تقبل القائم بالاتصال لمهام وظيفته داخل المؤسسة، غير مجبر عليها، وما يدفعه لسلوك وتبعات يشارك في الجماعة كفرد واحد، وليس منقسمًا غارقًا في الصراعات.

وبناءً على ما سبق، تتناول الدراسة أبعاد نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، لنقدم من خلالها الأسس الاجتماعية والأخلاقية التي يجب أن تعمل من خلالها وسائل الإعلام، كما تفيد هذه الأسس المختلفة التي تقدمها النظرية في توجيه وسائل الإعلام وتطوير أدائها على المستوى الوظيفي والأخلاقي، كما تدعمها للتوفيق بين الحرية الفردية والحرية الممنوحة لوسائل الإعلام وفق القيم المهنية والمقننة بمبادئ المسؤولية الاجتماعية. (18)

ويرى ديني إليوت Eliot أن المسؤولية الاجتماعية تعبر عن الإلزام Obligation، حيث قسمها إلى ثلاث فئات، هي (19):

أولاً: دور القائم بالاتصال ومسئولياته تجاه المجتمع العام، وذلك يكون من خلال تقديم كافة المعلومات للجمهور، ومع الحرص على عدم إلحاق الضرر بالآخرين.

ثانياً: مسؤولية القائم بالاتصال تجاه المجتمع المحلي، وهي امتداد لما سبق من دور القائم بالاتصال، من خلال ما يلي:

تقديم ما يتوقعه الأفراد من المجتمع، وما يتوقعه المجتمع من الأفراد.

القيام بأداء الرسالة السابقة، مع الحرص على ثقة الجمهور بالوسيلة الإعلامية.

تقديم ما يحقق للجمهور الصالح العام الآن وفي المستقبل.

تقديم الرسالة السابقة، مع تجنب الضرر قدر الإمكان.

ثالثاً: مسؤولية القائم بالاتصال تجاه نفسه، من خلال تقديمه لرسائله الإعلامية بأقصى حد من الدقة والموضوعية والصدق والأمانة، بما يحقق الصالح العام للمجتمع.

وتفسيراً لما سبق نجد أن علاقة التلفزيون كوسيلة إعلامية بنظرية المسؤولية الاجتماعية

علاقة وطيدة، حيث تولى اهتماماً كبيراً لدور التلفزيون والقائمين بالاتصال في تشكيل

اتجاهات الأفراد وإكسابهم قيماً معينة، وإن كان هذا التعلم يتم بشكل غير مقصود، حيث

يكتسب الجمهور الأفكار والمعلومات والقيم التي يقدمها عالم التلفزيون على مدى زمني

طويل نسبياً لتشكل هذه المعلومات بصفة تدريجية أساساً للصور الذهنية والقيم التي يكتسبها

المشاهد من العالم الحقيقي. (20)

تأهيل القائم بالاتصال في القنوات المحلية

كما تؤثر المسؤولية الاجتماعية على المضامين الإعلامية، من خلال الحرص على الوفاء باحتياجات الجمهور، والحفاظ على حقه في المعرفة، وتجنب المضامين غير الهادفة، أي دون قيمة معلوماتية، بالإضافة إلى محاولة جذب الانتباه عن طريق عدم التحيز ونشر الصور السلبية عند صياغة الرسالة الإعلامية، أي التركيز على الإيجابيات والحد من السلبيات. (21)

وفي هذا الإطار تتجسد أهمية نظرية المسؤولية الاجتماعية في الآتي:

تدعو النظرية إلى التوافق بين صالح القائم بالاتصال وصالح المجتمع، ما يعني أن تهتم وسائل الإعلام باحتياجات الصالح العام وليس الأهداف الربحية فقط. (22)

قدمت النظرية العديد من الأفكار التي ساهمت في تنظيم وتطوير الأداء الوظيفي والأخلاقي للمؤسسات الإعلامية، مما جعل النظرية قادرة على الدمج بين الحرية الفردية والحرية الممنوحة لوسائل الإعلام التي تتبع مبادئ المسؤولية الاجتماعية. (23)

تساؤلات الدراسة:

أولاً: تساؤلات الدراسة الميدانية الخاصة بالنخبة عينة الدراسة:

ما كثافة تعرض النخبة عينة الدراسة للقنوات التلفزيونية المحلية؟

ما أسباب متابعة النخبة عينة الدراسة للقنوات التلفزيونية المحلية؟

ما نوعية الموضوعات والقضايا المفضلة لدى النخبة عينة الدراسة، والتي تعرض من خلال القنوات التلفزيونية المحلية؟

ما درجة اهتمام النخبة عينة الدراسة بمتابعة القضايا المعروضة بالقنوات التلفزيونية المحلية؟

ما مدى توافر معايير الكفاءة والمهنية لدى القائم بالاتصال بالقنوات المحلية من وجهة نظر النخبة عينة الدراسة؟

ما اتجاهات النخبة عينة الدراسة نحو توافر الإمكانيات المادية والفنية في القنوات التلفزيونية المحلية؟

ما تقييم النخبة عينة الدراسة لأداء القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية المحلية؟

ما أهم السلبيات التي توجد في القنوات التلفزيونية المحلية من وجهة نظر النخبة عينة الدراسة؟

ما مقترحات النخبة عينة الدراسة للارتقاء بمستوى القنوات التلفزيونية المحلية المصرية؟

ثانيًا: تساؤلات الدراسة الميدانية الخاصة بالقوائم بالاتصال في القنوات المحلية:

ما درجة حرص القنوات التلفزيونية المحلية على عملية تدريب وتأهيل القائمين بالاتصال بها؟

ما أساليب وأشكال الإعداد الأكاديمي والمهني للقائم بالاتصال بالقنوات التلفزيونية المحلية؟

ما تأثير الإعداد الأكاديمي والمهني على مستوى الأداء المهني للقائم بالاتصال بالقنوات التلفزيونية المحلية؟

ما اتجاه القائم بالاتصال نحو الأداء المهني الحالي للقنوات التلفزيونية المحلية؟

ما أبرز الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال بالقنوات التلفزيونية المحلية وتعوق أداءه المهني؟

ما مستوى الرضا لدى القائم بالاتصال عن عمله بالقنوات التلفزيونية المحلية؟

ما أسباب الرضا/ عدم الرضا لدى القائم بالاتصال عن عمله بالقنوات التلفزيونية المحلية؟

ما العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال في القنوات المحلية المصرية؟

ما الصعوبات التي تواجه القائم بالاتصال بالقنوات التلفزيونية المحلية؟

ما مقترحات القائمين بالاتصال للارتقاء بمستوى القنوات المحلية المصرية؟

فروض الدراسة:

أولاً: الفروض الخاصة بالنخبة:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى الإمكانيات المادية والفنية في القنوات

المحلية ومعدل مشاهدة المبحوثين للقنوات التلفزيونية المحلية المصرية.

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل مشاهدة المبحوثين للقنوات التلفزيونية

المحلية المصرية، ودرجة اهتمام المبحوثين بمتابعة القضايا المعروضة.

تأهيل القائم بالاتصال في القنوات المحلية

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل مشاهدة المبحوثين للقنوات التلفزيونية المحلية المصرية وتقييم المبحوثين لأداء القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية المحلية. هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين تقييم المبحوثين لأداء القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية المحلية وفقاً للبيانات الديموجرافية للمبحوثين، وتشمل (النوع، السن، المهنة، الخبرة).

ثانياً: الفروض الخاصة بالقائم بالاتصال:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى التأهيل المهني المتحقق لدى المبحوثين عينة الدراسة وجودة المحتوى المقدم بالقنوات التلفزيونية المحلية التي لا يعملون بها.

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى التأهيل المتحقق لدى المبحوثين عينة الدراسة، ومستوى الموافقة حول حظر بعض الموضوعات بالقناة التي يعمل بها المبحوثون. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال بالقنوات عينة الدراسة ومستوى تأهيلهم المهني المتحقق لديهم.

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى التأهيل المهني لدى المبحوثين عينة الدراسة ومستوى الرضا المتحقق لديهم حول القنوات المحلية المصرية عينة الدراسة. هناك تأثير للعوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال في القنوات المحلية المصرية على مستوى تأهيلهم المهني.

الإطار المنهجي للدراسة:

نوع ومنهج الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، مع استخدام منهج المسح على عينة من القائمين بالاتصال (مراسلين، مخرجين، مذيعين، مقدمي النشرات الإخبارية، ومعدّي البرامج في القنوات المحلية المصرية)، بهدف التعرف على مدى تأهيل القائم بالاتصال في القنوات التلفزيونية المحلية، وكذلك العوامل المؤثرة على الأداء المهني لديهم.

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية المحلية (القناة الرابعة، القناة الخامسة، القناة السادسة، القناة السابعة، القناة الثامنة)، وكذلك في النخبة المصرية التي لها صلة بمجال العمل الإعلامي.
عينة الدراسة:

اعتمدت الدراسة على العينة العمدية، حيث حددت الباحثة عينة تتكون من 200 مفردة، مقسمة إلى (50 مفردة من العاملين بالقنوات المحلية)، و150 مفردة من النخبة مقسمة إلى (50 مفردة من رؤساء وأعضاء مجلس الإدارات بالمؤسسات الإعلامية)، (50 مفردة من أساتذة الإعلام في تخصص الإذاعة والتلفزيون)، (50 مفردة من المسؤولين عن الملف الإعلامي بالدولة).

أدوات جمع البيانات:

تم استخدام أداة الاستبيان، وهي أحد الأساليب الأساسية التي تستخدم في جمع البيانات من العينة المختارة في مجتمع الدراسة، عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة والمعدة مقدّمًا، بهدف التعرف على وجهات نظر المبحوثين واتجاهاتهم نحو مشكلة الدراسة.

وقد تم تطبيق استمارتي استبيان في هذه الدراسة على النحو التالي:

أولاً: الاستمارة الخاصة بالقائم بالاتصال في القنوات التلفزيونية المحلية.

ثانياً: الاستمارة الخاصة بالنخبة التي لها علاقة بالعمل الإعلامي.

وقد حرصت الباحثة أن تغطي الفئات التي تشمل عليها كل استمارة محاور المشكلة البحثية، بحيث يمكن من خلال الإجابة عليها من جانب المبحوثين الحصول على نتائج ومعلومات يمكن تعميمها.

مفاهيم الدراسة:

مفهوم القائم بالاتصال:

تأهيل القائم بالاتصال في القنوات المحلية

يعرف القائم بالاتصال بأنه هو الشخص الذي يقوم بإعداد الرسالة الإعلامية، بداية من جمع المعلومات، ثم تحريرها وإخراجها، وتوزيعها ونشرها، ثم أرشفتها، حيث يعتبر محور العمل وحجر الزاوية بالمؤسسة الإعلامية الذي يتوقف عليه نجاح فاعلية العملية الاتصالية، والتي تعتمد على مدى إلمامه بمراحل العملية الاتصالية. (24)

المفهوم الإجرائي للقائم بالاتصال:

هو الشخص المسئول عن إعداد أو تقديم الرسالة الإعلامية في القنوات التلفزيونية المحلية، والذي يعتبر محور العمل بهذه القنوات، وله دور مهم في مراحل العملية الاتصالية.

التأهيل والتدريب المهني والأكاديمي:

التدريب المهني: يعرفه "ستيفنز" steavienz بأنه التنمية الذاتية للفرد في نشاطه العام ومستواه الأكاديمي وحياته العملية، وكفايته المهنية وفهمه لأساسيات مهامه، فهناك العديد من الارتباطات بين كل من الإعداد المسبق، وبين التدريب الذي يتلقاه الفرد في مرحلة متقدمة من حياته الوظيفية والمهنية. (25)

تعريف التدريب برؤية إعلامية: هو عملية يحصل فيها المتدرب على معلومات متخصصة، بهدف تحسين أداءه المهني الإعلامي، ورفع كفاءته، وصقل مهاراته، وإحاطته بالمستجدات، وهي عملية مكملة للتدريب الإعلامي، في ظل التطور المتسارع في قطاع صناعة الإعلام. (26)

التأهيل الأكاديمي: يعرف التدريب بأنه إكساب الفرد مجموعة من المهارات والمعارف والقدرات والصفات العامة والتدريب، وبالنسبة للتأهيل الأكاديمي الإعلامي فيتم في إطار وحدات أكاديمية، وهي أقسام الإعلام المعروفة. (27)

المفهوم الإجرائي للتأهيل والتدريب المهني والأكاديمي:

هو العمليات التي يحصل فيها القائم بالاتصال بالقنوات التلفزيونية المحلية على المعلومات والمهارات والمعارف والقدرات، بهدف تحسين أداءه المهني الإعلامي، ورفع كفاءته، وصقل مهاراته، وإحاطته بالمستجدات في ظل التطور المتسارع في قطاع صناعة الإعلام، وتقوم جهة العمل نفسها في أغلب الأحيان بتوفير هذه العمليات للقائمين بالاتصال العاملين بها.

القنوات التلفزيونية المحلية:

هي إحدى وسائل الإعلام التابعة لاتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري، والتي تنتقل إلى سكان الأقاليم المصرية المختلفة المحدد إطارها الجغرافي، بهدف خدمة وإعلام الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة، من خلال عملية عرض في يساعد الناس على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو قضية من قضايا المجتمع المحلي، بحيث يعبر هذا الرأي عن عقلية الجماهير وميولهم(28).

التعريف الإجرائي للقنوات التلفزيونية المحلية:

تتمثل القنوات المحلية في ستة قنوات مختلفة هي (قناة القاهرة، قناة الإسكندرية، قناة القنال، قناة الدلتا، قناة الصعيد، قناة طيبة)، والتي تم إنشاؤها لتغطية الأقاليم التابعة لها، والمساهمة في تنمية المجتمعات المحلية، ومعالجة كافة القضايا والمشكلات في هذه الأقاليم.

الإطار المعرفي للدراسة:

تعتبر دراسة القائم بالاتصال من أهم الدراسات الحديثة، وخاصة بعد أن أصبحت وسائل الإعلام الفضائية والخاصة عبارة عن شبكات اتصال ضخمة تصارع القنوات التلفزيونية المحلية، علاوة على أن لكل مؤسسة كيانًا منفصلاً له قياداته وقراراته المختلفة، ولأهمية هذه القرارات يجب دراسة من يتخذها من أصحاب المناصب والمراكز والتوجهات الأيديولوجية التي تؤثر على تنفيذ القرارات(29).

ولذلك يعتبر القائم بالاتصال هو المحور الأساسي بالمؤسسة الإعلامية، ويشكل رأس المال البشري القائم على تحقيق أهداف المؤسسة، كما تنبثق منه المعرفة والمهارات والتنظيمات والدوافع، ولذلك فإن التعليم والتدريب والتطور للقائم بالاتصال هو بمثابة تطوير البنية التحتية للمؤسسة، والتي تحافظ من خلالها على رأس مالها واستقرارها والمحافظة على مكانتها التنافسية ومواكبة المنافسات الشرسة في ظل التطور الهائل للتكنولوجيا والاتصال والمعلومات، والتي أدت إلى ظهور إشكاليات جديدة تتعلق بتحديد مهارات وأدوار القائم بالاتصال في إعداد الرسائل الإعلامية، ونضيف إلى عملية الإنتاج هذه عمليات النشر والتوزيع أيضًا، كما اتجهت البحوث أيضًا إلى البحوث الأمبيريقية في هذا المجال، ودراسة

تأهيل القائم بالاتصال في القنوات المحلية

مختلف المؤثرات التي يخضع لها سلوك القائم بالاتصال في أثناء إنتاج الرسائل الاتصالية وتوزيعها.

كذلك تتناول هذه البحوث صورة القائم بالاتصال عن نفسه كمؤدٍ لدور مهني معين، ونذكر أيضًا عوامل الذكاء الفردي والسمات الشخصية الخاصة والقدرات المعرفية والتقييمية، يضاف إلى ذلك تأثير الزملاء الذين يعمل معهم القائم بالاتصال ضمن التحرير أو الإنتاج، ذلك أن القائم بالاتصال يجد نفسه بوصفه عضوًا في جماعات بمجتمع تنظمه مجموعة من المعايير والجزاءات خاضعًا للإلزام سلوكي مستمر، ثم نجد فريق التحرير أو الإنتاج هو نفسه يمثل جزءًا من مؤسسة أكبر.

العوامل المؤثرة في الأداء المهني للقائم بالاتصال وفقًا لما حدده ديفيد برلو:

مدى توافر مهارات الاتصال الخمس (القراءة، الكتابة، التحدث، الإنصات، والقدرة على التفكير السليم) لتحديد أهداف الاتصال.

المركز الاجتماعي والثقافي لدى القائم بالاتصال، وطبيعة الأدوار التي يؤديها. (30)

معرفة كل ما يتصل بالموضوع الذي سيطرحه أو الشخصية التي سيتحاور معها.

أن يكون القائم بالاتصال واثقًا من نفسه ملتمًا بأصول الحديث.

أن يكون مدربًا على استخدام وسائل الإيضاح والبراهين، مثل الصور والرسوم التي تعرض الحقائق.

الصياغة الواضحة والمركزة التي تناسب الجمهور.

بالإضافة للقيم المهنية، والتي تتمثل في الموضوعية، أي تقديم القصة من جمع المحاور

والبحت عن الحقائق دون أية ضغوط من أية جهة، وعرض هذه الحقائق بإنصاف ودون

تحيز. (31) وكذلك يتأثر القائم بالاتصال باتجاهاته نحو ذاته ومجتمعه وما يقدمه من

موضوعات، ومدى تمسكه بالدين والأخلاق والذوق العام، وعلاقته بالجمهور والتواصل معه،

والتعرف على احتياجاته واحترامه لعقليته، وبعده عن الخرافات، والاعتماد على المنهج

العلمي، ومدى توافر الإمكانيات التكنولوجية والأساليب الفنية الحديثة اللازمة لإنتاج البرامج

بالقنوات التليفزيونية المحلية وتطويرها باستمرار. (32)

ومن جانب آخر، هناك عوامل أخرى تتدرج ضمن العوامل التي من شأنها أن تؤثر على الأداء المهني لدى القائم بالاتصال، من حيث مستوى التأهيل والتدريب، وعلاقته بزملائه ورؤسائه ومصادره داخل المؤسسة التي يعمل بها، والعوامل الشخصية مثل نمط شخصيته، وقدراته ومهاراته واتجاهاته، وتنقسم إلى (العوامل الذاتية، والعوامل الخارجية).

العوامل الذاتية:

يعد القائم بالاتصال هو العنصر الأساسي في إنتاج المادة الإعلامية، التي من خلالها يمكن تحديد اتجاهاته، قيمه، خلفيته الاجتماعية والسياسية، وتصوراته لدوره المهني ووظيفته المجتمعية والتعليمية ومهاراته، وكيفية اختياره ومعالجته للموضوعات. ولذلك فالقيم الشخصية تحدد درجة الفعالية الذاتية للقائم بالاتصال، ومدى فهمه للواقع والاحتياجات الأساسية للمجتمع الذي ينتمي إليه، وفكرته عن أفراد مجتمعه ومعتقداتهم وخلفيتهم الثقافية ومصالحهم، وآفاق المواضيع التي يطرحها مع ما يتوقعونه أو ما يرغبون في الحصول عليه.

ومن الخصائص الذاتية المهمة التي تستطيع أن تشكل شخصية القائم بالاتصال قيمه الشخصية وثقته بنفسه ودرجة الإحساس بالذات، حيث تتعكس ثقة الفرد بنفسه بالإيجاب على الرسالة التي يقدمها، وبالتالي تؤثر على مدى استيعاب الجمهور وتأثره بها، بالإضافة إلى التصورات الإيجابية والمتفائلة التي تجعل القائم بالاتصال يتحفظ بعض الشيء عن الأحداث المزعجة، بينما المذيع العدواني الذي يتبنى تصورات سلبية عن الآخرين، سوف يجد سهولة نفسية في التعامل مع الأحداث المزعجة.

كما أكدت الدراسات أن المعتقدات الفكرية والتوجهات السياسية والقيم الأخلاقية لدى القائم بالاتصال لها تأثير كبير على مدى إتقانه لعمله وأدائه المهني، كما تؤثر على وجهة نظره وانتقائه للأحداث.

وهناك أيضًا من العوامل الشخصية أو التطبيقية الاجتماعية التي لها تأثيرات محددة مثل الحالة الاجتماعية، والسن، والنوع (ذكر/ أنثى)، ومستوى التعليم، والدخل المادي، والمكانة الاجتماعية.

تأهيل القائم بالاتصال في القنوات المحلية

وبالإضافة إلى الثقة والحيوية والإحساس بالذات والسلطة والقبول وغيرها، رصد الباحثون ثلاث خصائص ذاتية مهمة، وهي: (33)

الجاذبية: يستطيع القائم بالاتصال جذب انتباه الجمهور والمشاهدين، عن طريق حرصه على عدم التكلف والبساطة التي تجعل الآخرين يشعرون بوجود تشابه أو عوامل مشتركة بينهم وبينه، فيشعر كبار السن بتقارب السن بينهم وبينه، وكذلك الشباب، وكذلك التقارب في الأفكار والمعتقدات والسمات الديموغرافية، فالمشاهد الزمكاوي قد يشعر بالجاذبية أمام المعلق الزمكاوي.

المصداقية: وتتبع مصداقية القائم بالاتصال من حجم خبرته، أي حجم التدريب الذي حصل عليه، والذكاء، والقراءة، والقدرة الفعلية على التعامل مع المعلومات والأشخاص، والمواقف الاتصالية، والثقة، أي مشاركة القائم بالاتصال في الموضوع بتجرد وموضوعية دون تحيز، وشعوره بالمصداقية مع نفسه ومدى اقتناعه بما يقدمه.

القوة: وتتمثل قوة القائم بالاتصال الشعور بالسيطرة والأهمية والنفوذ، وقدرته على إدارة الحوار مع الأشخاص، والتدقيق، ووزن الأمور، وتحديد رد الفعل المناسب للموقف الاتصالي، وهي خصائص يصعب قياسها، ولكن يسهل الإحساس بها. (34)

العوامل الخارجية:

معايير المجتمع:

يعتبر النظام الاجتماعي الذي تعمل من خلاله المؤسسات الإعلامية من القوى الرئيسية التي تؤثر على القائمين بالاتصال، حيث ينطوي كل نظام اجتماعي على قيم ومعايير وتقاليد ومبادئ يسعى لترسيخها، وتعكس وسائل الإعلام هذا الاهتمام بمحاولتها الحفاظ على تلك القيم والثقافات الاجتماعية المتعارف عليها، ويشير مفهوم الثقافة على مستوى النظم الاجتماعية إلى الممارسات الاجتماعية المشتركة على الصعيد الوطني. (35) أي أنها مجموعة من المعتقدات والممارسات التي تعرف بأنها مصطلح أكثر شمولاً من الأيديولوجية، حيث تعتبر الساحة التي تتنافس بها الأيديولوجيات. (36)

حيث تؤثر الثقافة السائدة في المجتمع على نوعية المعلومات وكيفية معالجتها من قبل القائمين بالاتصال لتتناسب مع المناخ العام، كما تحدد رؤيتهم وخلفيتهم عن احتياجات

الجمهور الذي يتوجهون إليه من خلال رسالتهم الإعلامية، فقد يؤدي النظام الثقافي في المجتمع إلى حجب العديد من الموضوعات والمعلومات بناءً على ما هو مرفوض اجتماعياً، فهم لا يعملون في فراغ ثقافي، بل في إطار من القيم الثقافية التي تؤثر على اتجاهاتهم.(37)

التأهيل والتدريب المهني الإعلامي:

وتجدر الإشارة إلى أن اقتحام كم هائل من الطارئ للوسط الإعلامي، وانخراط الكثير ممن لا يمتلكون أية مؤهلات أكاديمية في مجال الإعلام في ممارسة العمل الإعلامي، أو حصولوا على خبرات من الاشتراك في دورات تدريبية من أخطر الأسباب التي تقف وراء ضعف القنوات المحلية المصرية وتدني مستواها المهني وضعف المواد الإعلامية المقدمة بها، ومحدودية التقارير والتحقيقات التي تتناولها الموضوعات المحلية، بالإضافة إلى عدم قدرتها لمواكبة القنوات الخاصة والفضائية، والتي انطلقت مع بداية حقبة التطور التكنولوجي الهائلة(38)، ويعتبر التدريب من أهم المقومات الأساسية التي تقوم عليها الوسيلة الإعلامية لتحقيق أهدافها وتأدية وظائفها، وذلك لأن العنصر البشري في أية مؤسسة هو العامل الأساسي الذي تستطيع من خلاله إثبات مكانتها ودورها الفعال، وقد يتيح التدريب الفرصة والخبرة المهنية التي تؤثر في فهم الرسالة الإعلامية للقائمين بالاتصال الذين يفتقدون التعليم الأكاديمي، بالإضافة إلى رفع مستوى الممارسة المهنية(39).

نبذة عن القنوات المحلية:

هي نظام إعلامي معروف في العديد من دول العالم، حيث يوجد بمعظم المدن الصغيرة إذاعات محلية تعبر عنها وتتطق بلسانها، وتعتمد فلسفة الإعلام المحلي علي خدمة قضايا التنمية في المجتمعات المحلية، وذلك نظراً لما يتمتع به من خصائص الصوت والحركة واللهجة المناسبة والقضايا المستمدة من البيئة المحلية، فضلاً على تغلبه على الحواجز اللغوية، واعتماده على مقومات البيئة المحلية من تاريخ وعادات وتقاليد يجعلها قريبة إلى عقل وإدراك المشاهد المحلي، حيث تعكس ثقافته وعاداته وتقاليد(40).

تأهيل القائم بالاتصال في القنوات المحلية

وقد أنشأت القناة الثالثة لتكون باكورة منظومة القنوات المحلية التي خطط لها السيد صفوت الشريف وزير الإعلام حينها، إيماناً منه بأهمية الدور الذي يؤديه الإعلام المحلي بالمجتمعات المحلية وتمييزها، وبدأ إرسال القناة الثالثة عام 1985، وهي تغطي منطقة القاهرة الكبرى، والجيزة، والقليوبية (41).

وتلا ذلك إنشاء القنوات الخمس الأخرى، وهي:

القناة الرابعة: أنشئت عام 1988، وكانت الخطوة الثانية للإعلام المصري في إنشاء القنوات المحلية، وأول قناة تلفزيونية خارج العاصمة (42).

القناة الخامسة: بدأ إرسالها 1990 لتغطي الإسكندرية والجيزة، وشملت مرسى مطروح.

القناة السادسة: بدأ إرسالها 1994، وهي تغطي الغربية، والمنوفية، والدقهلية، وكفر الشيخ، ودمياط (43).

القناة السابعة: بدأ البث التجريبي للقناة السابعة في مايو 1994، وهي القناة رقم 5 في منظومة الإعلام المحلي، وقد اعتمدت القناة السابعة منذ مولدها على الكوادر الشبابية من أبناء الإقليم التابعة له، حيث كانت تغطي محافظات شمال الصعيد، وبني سويف، والمنيا، والفيوم، وأسيوط، ومقرها مدينة المنيا (44).

القناة الثامنة: بدأ إرسالها عام 1996 لتخدم منطقة جنوب الصعيد (سوهاج، وقنا، والأقصر، وأسوان، البحر الأحمر) (45).

العوامل المؤثرة على المحتوى البرامجي بالقنوات المحلية:

نمط الملكية: تخضع المؤسسات الإذاعية من حيث التبعية والملكية والتمويل وأسلوب إنتاج البرامج إلى النظام السياسي للدولة، نظراً لأهمية وظيفة الإذاعة والتلفزيون في التحولات الاجتماعية، والتي جعلت منها مرفقاً عاماً تشرف عليه الدولة، وطبيعة هذا الإشراف وحجمه يؤثر في المضامين الإذاعية المختلفة (46). حيث يتم التركيز على الأخبار الرسمية التي تحتل الصدارة في الصحف والإذاعة والتلفزيون، ولها وقت أكثر وأهم، وذلك مقابل تهميش الأخبار التي تهم قطاعات واسعة من المواطنين، أو تسهم في حاجاتهم اليومية، وغالباً ما تنتظر المؤسسات الإعلامية أثناء الأحداث الطارئة التوجيهات الإعلامية الرسمية، وفي جل الدول العربية تتميز المواد الإعلامية في الصحف والإذاعة والتلفزيون بطابع التعليمات

الرسمية للتحرك، وهذا ما يؤدي إلى فقدان مصداقية الإعلام، وانعدام ثقة المواطن في وسائل السرد والوصف والتقيرية، وبتقديم الوقائع والأحداث بشكل منعزل عن التحليل المتعمق والتفسير لدلالات الأحداث وسياقاتها العامة السياسية، والاجتماعية، والاقتصادية، والثقافية، مما لا يساعد المواطن على إدراك الأحداث والوعي بخلفياتها، وهو ما يؤدي إلى تكريس حق المواطن في الإعلام والمعرفة. (47)

الإعلانات وتأثيرها على المحتوى الإعلامي: يعتبر النشاط الإعلاني في القنوات المحلية ذا أهمية كبيرة بالنسبة لموارد اتحاد الإذاعة والتلفزيون، حيث تساعد الإعلانات على تحقيق التوازن، وبالتحديد تحقيق الربح الذي يكفل تلبية احتياجات المؤسسة الإعلامية من الأموال التي تكفي لمصروفات الأجور والمرتبات، كما تمثل الإيرادات الإعلانية مرتكزاً مهماً لمتخذي القرار لتنظيم وتطوير المؤسسة الإعلامية وتأهيل الكوادر البشرية فيها، كما يمكن للموارد الآتية من الإعلانات أن تسهم في تطوير الإنتاج التلفزيوني الوطني الذي يتضمن نشر الثقافة الوطنية. (48)

تزايدت أهمية الإعلانات مع السعي المستمر لجذب المعلنين في ضوء ارتفاع مديونيات الاتحاد: وتزايدت معه مخاوف كثيرة تتصل بترجيح كفته عن الالتزام بجودة ومستوى وقيم البرامج، وذلك نظراً لما يشكله المعلن من قوة ضغط أساسية، سواء تمثل ذلك في اختيار مضمون الإعلان وتوقيت عرضه، أو توجيه برامج مكفولة لتحقيق احتياجات ومصالح خاصة بفئة أو شريحة معينة من الجمهور. (49)

وبحسب ما توصلت إليه الباحثة مما سبق:

أن قلة الإمكانيات وعدم توافر الاستوديوهات المجهزة والأماكن الملائمة للإنتاج الإعلامي ترتب عليها إهمال الجانب الفني والتقني، وضعف إمكانيات الاتصال، وإمداد القنوات والإذاعات المحلية بالآلات والمواد الجديدة التي يمكن أن تسهم في التحسين من الشكل العام للإعلام المحلي، مما أدى إلى انصراف الجمهور عنه.

عدم توافر الدورات التدريبية المنتظمة لتبادل الخبرات وبناء وتطوير المهارات الاتصالية.

تأهيل القائم بالاتصال في القنوات المحلية

عدم توافر إعلاميين إقليميين مؤهلين بشكل جيد لإقامة الإعلام الإقليمي كما يجب، وفي كثير من الأحيان يتحول الإعلام الإقليمي إلى صورة من إعلام العاصمة، من خلال نقل الرسالة ذاتها، دون الأخذ بالاعتبار الاختلافات التي تحكم الأقاليم.

تكرار الأشكال التحريرية والقوالب الفنية في الإنتاج والمضمون والتقديم المتبع في الإعلام المركزي، ومن ثم لا جديد في الإخراج أو التحرير أو غيره.

وجود منافسة كبرى من القنوات الخاصة والوسائل التكنولوجية الحديثة، وذلك من خلال جميع الأساليب وأشكال الإعلام الرقمي الذي يلبي كل احتياجات ورغبات الجمهور المستهدف لدى جماهير الأقاليم، وذلك من خلال التنوع في الموضوعات والقضايا، وإيجابية الأخبار واختلافها.

تكاد تكون المؤسسات الإعلامية الإقليمية خالية من أقسام المعلومات والأرشيف والمكتبات وإدارات البحوث، مما يصعب معه الرجوع إلى المعلومات الموثقة.

عدم قيام المؤسسات الإعلامية الإقليمية بدراسات كافية لقياس رجحان الصدى، ومدى كفاءة الأداء المهني، وتحقيق الأهداف المرجوة، وذلك لتعديل السياسات والتصحيح، وربما التفسير.

النتائج العامة للدراسة:

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، نستعرضها في السطور التالية.

أولاً: النتائج الخاصة بدراسة القائمين بالاتصال في القنوات المحلية:

جاءت القناة الرابعة (القناة) في المرتبة الأولى بين القنوات التي يعمل بها القائم بالاتصال، تلاها قناة (الإسكندرية)، ثم (الدلتا)، ثم (طيبة).

جاءت وظيفة (مصور) في المرتبة الأولى بين الوظائف التي يشغلها القائم بالاتصال داخل المؤسسات الإعلامية التي يعملون بها.

أن (الحصول على الدخل الجيد) قد جاء في المرتبة الأولى بين أسباب اختيار الباحثين للعمل في القنوات التلفزيونية المحلية، تلاه (اكتساب مكانة اجتماعية مرموقة)، ثم (الدور التنقيحي للقنوات المحلية في حياة المواطنين)، وأخيراً (عدم وجود فرصة عمل أخرى).

أن القنوات التي يعمل بها القائم بالاتصال تحرص (دائمًا) على التأهيل والتدريب المهني لموظفيها في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (66%). وجاء (إعطاء الأولوية في الترقى للأكثر خبرة وتأهيلًا) في المرتبة الأولى بين أشكال هذا الحرص، تلاه (تشجيع الحاصلين على دورات تدريبية ماديًا ومعنويًا).

أن (54%) من القائمين بالاتصال يحصلون (دائمًا) على دورات تدريبية في مجال عملهم لتأهيلهم مهنيًا.

جاء (الإحساس الشخصي بأهمية التدريب والتأهيل المهني) في المرتبة الأولى بين أسباب حصول القائم بالاتصال على الدورات التأهيلية، تلاه (تنمية المهارات والقدرات الشخصية)، ثم (الحصول على فرص عمل أفضل).

أن (احتياج الدورات إلى مزيد من الجهد والوقت والمال) جاء في المرتبة الأولى بين أسباب عدم حصول القائمين بالاتصال على دورات التأهيلية في المؤسسة التي يعملون بها، تلاه (ارتفاع تكلفة الدورات) في المرتبة الثانية، وجاء في المرتبة الثالثة (عدم مناسبة توقيت الدورات للمبحوثين) و(توافر الخبرات لدى القائمين بالاتصال ما يجعلهم في غنى عن الدورات التأهيلية).

جاءت عبارة (الدورات التدريبية لها أثر إيجابي ومباشر على أدائي في عملي) في المرتبة الأولى بين اتجاهات القائمين بالاتصال نحو دورات التأهيل المهني، تلاها (الدورات التأهيلية بها من التجارب العملية ما يميزها) في المرتبة الثانية، ثم (يقوم عليها خبراء متخصصون في مجال الدورات التأهيلية) في المرتبة الثالثة.

أن عبارة (القنوات التليفزيونية المحلية تعكس الواقع في المحافظات) جاءت في المرتبة الأولى بين العبارات التي تعكس اتجاه القائمين بالاتصال نحو القنوات التليفزيونية المحلية التي لا يعملون بها، تلتها عبارة (القنوات التليفزيونية يتابعها الكثير من المواطنين) في المرتبة الثانية، ثم عبارة (القنوات التليفزيونية المحلية تتأثر سلبًا وإيجابًا بوسائل الإعلام الأخرى) في المرتبة الثالثة.

تأهيل القائم بالاتصال في القنوات المحلية

أن القائمين بالاتصال الذين يرون أنه (نادراً) ما يوجد حظر على إذاعة بعض الموضوعات في القناة التي يعملون بها جاءوا في المرتبة الأولى، بنسبة (42%)، بينما جاء في المرتبة الثانية من يرون أنه (أحياناً) ما يوجد حظر، وذلك بنسبة (38%)، وأخيراً في المرتبة الثالثة من يرون أنه (دائماً) ما يوجد حظر.

أن (الضغوط الإدارية من جانب إدارة القناة) جاءت في المرتبة الأولى بين مظاهر الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال أثناء عملهم بالقناة، تلاها (الجمع بين أكثر من مهمة وظيفية) في المرتبة الثانية، وجاء في المرتبة الثالثة كل من: (عدم الاستقرار الوظيفي، والشعور بالقلق دائماً) و(نقص الموارد والإمكانيات المادية والتقنية في القناة) و(المنافسة مع وسائل الإعلام الأخرى).

أن (52%) من القائمين بالاتصال في القنوات المحلية راضون عن العمل، حيث جاءوا في المرتبة الأولى.

أن عاملي (الاهتمام بالجوانب المادية والحوافز) و(العلاقات الجيدة مع الرؤساء في العمل) قد جاءا في المرتبة الأولى بين العوامل التي تحقق الرضا لدى القائمين بالاتصال، بينما جاء في المرتبة الثانية (وجود نظام محدد وواضح للتقدم في الوظيفة)، وفي المرتبة الثالثة جاء (الاهتمام بالتشجيع المعنوي). وجاء عامل (انتشار العلاقات الشخصية مثل المحسوبية) في المرتبة الأولى بين عوامل عدم تحقق الرضا من العمل في القنوات لدى القائمين بالاتصال، بينما جاء في المرتبة الثانية عامل (تدني الأجور والرواتب)، وجاء في المرتبة الثالثة (ظروف العمل غير محفزة للإنجاز والتطوير).

جاء عامل (التخصص والمؤهلات الأكاديمية والإلمام باللغات الأجنبية) في المرتبة الأولى بين العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال في القنوات المحلية المصرية من وجهة نظر القائمين بالاتصال، وجاء عامل (الحصول على دورات تدريبية متخصصة) في المرتبة الثانية، وجاء عامل (السياسة الإدارية بالمؤسسة وضغوط رؤساء العمل) في المرتبة الثالثة.

جاء (عدم وجود اشتراكات مالية لمتابعة القنوات المحلية) في المرتبة الأولى بين الإمكانيات المادية والفنية المتوفرة في القنوات المحلية من وجهة نظر القائم بالاتصال، وجاء (جودة

الصوت في القناة وعدم التشويش) في المرتبة الثانية، وجاء (وجود صورة عالية الجودة) في المرتبة الثالثة.

جاء المحتوى (السياسي) في المرتبة الأولى بين المحتوى الإعلامي الذي يفضل القارئ بالاتصال التعامل معه في القناة التي يعملون بها، تلاه في المرتبة الثانية المحتوى (الاقتصادي)، وجاء في المرتبة الثالثة المحتوى (الاجتماعي) و(الرياضي).

جاءت فئة (سوء الإدارة والتدخل في طبيعة العمل) في المرتبة الأولى بين الصعوبات التي تواجه القارئ بالاتصال في القنوات التلفزيونية المحلية، بينما جاء في المرتبة الثانية (ضعف الأجهزة المستخدمة في القناة)، وجاء في المرتبة الثالثة (عدم التنوع في ضيوف القناة، واعتمادها على ضيوف معينة) و(عدم توفر الرغبة لدى العاملين في مواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة).

ثانياً: النتائج الخاصة بدراسة النخبة:

أن معدل مشاهدة النخبة للقنوات التلفزيونية المحلية المصرية جاء في الترتيب الأول "أحياناً" بنسبة 51.9%، يليها "نادراً" بنسبة 36.5%، وهو ما يشير إلى ضعف متابعة النخبة للقنوات التلفزيونية المحلية المصرية.

وعن أسباب متابعة النخبة للقنوات التلفزيونية المحلية المصرية، جاء في الترتيب الأول "اهتمامها بالبرامج والحوارات والقضايا التي تهم الجمهور المحلي"، يليها في الترتيب الثاني "للحصول على أكبر قدر من المعلومات في موضوع معين"، وفي الترتيب الثالث جاء "للتسلية وقضاء وقت الفراغ".

أن مستوى اهتمام النخبة بمتابعة القضايا المعروضة في القنوات التلفزيونية المحلية المصرية جاء متوسطاً.

أن المحتوى الإعلامي المفضل متابعته على القنوات التلفزيونية المحلية المصرية لدى النخبة جاء بالترتيب التالي: "الاجتماعي"، يليه "الثقافي"، ثم "السياسي"، ثم "الديني"، يليه "الاقتصادي" ثم "الصحي".

تأهيل القائم بالاتصال في القنوات المحلية

وعن مدى التزام القائم بالاتصال في القنوات المحلية المصرية بعناصر المسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر النخبة، جاء في الترتيب الأول عبارة "الاعتماد على مصادر المعلومات الرسمية"، وجاء في الترتيب الثاني عبارة "الالتزام بميثاق الشرف الإعلامي"، ثم عبارة "الدقة والوضوح والمصداقية والموضوعية لديه"، و"لديه المعرفة التامة"، و"الإلمام الجيد بالموضوعات المعروضة"، و"القدرة على حسن التصرف تجاه المواقف المحرجة"، و"استضافة أكثر من وجهة نظر لمعالجة القضايا المحلية المطروحة".

وعن مدى توفر الإمكانيات المادية والفنية في القنوات المحلية من وجهة نظر النخبة جاء في الترتيب الأول عبارة "التنويه عن الترددات الجديدة في حالة استبدالها"، ثم "جودة الصوت في القناة وعدم التشويش"، و"توفير وسائل اتصال مناسبة لتواصل الجمهور مع القنوات" و"استخدام إضاءة مناسبة في القنوات"، وجاء في الترتيب الثالث "وجود صورة عالية الجودة"، و"وجود استوديوهات ملائمة لطبيعة البرامج".

وعن مدى توافر مناهج وطرق التدريس بالجامعات المصرية مع التطورات التكنولوجية الحديثة في مجال الإعلام من وجهة نظر النخبة، جاء في الترتيب الأول أنها "تتواكب بدرجة متوسطة" بنسبة 61.5%.

وعن تقييم النخبة لأداء القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية المحلية، جاء في الترتيب الأول عبارة "ضعف الأجور يؤدي لضعف الحافر المهني لديهم"، ثم عبارة "لم يحصلوا على التدريب الكافي المناسب لطبيعة المهنة"، ثم عبارة "إمكاناتهم محدودة لا تساعدهم على التميز"، و"يؤدي القائمون بالاتصال عملهم باحترافية عالية".

وعن السلبيات التي تراها النخبة في القنوات التلفزيونية المحلية المصرية، جاء في الترتيب الأول "قلة الموارد المادية في القنوات المحلية"، يليها "عدم التنوع في ضيوف القناة، واعتمادها على ضيوف معينين"، و"عدم استضافة القنوات المحلية لمشاهير الخبراء والمتخصصين"، وفي الترتيب الثالث جاء "أن البرامج المقدمة في القناة تعطي بعض الموضوعات اهتمامًا متزايدًا".

ثالثًا: نتائج أهم فروض الدراسة:

الفروض الخاصة بالنخبة:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل مشاهدة المبحوثين للقنوات التلفزيونية المحلية المصرية وتقييم المبحوثين لأداء القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية المحلية. هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين تقييم المبحوثين لأداء القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية المحلية وفقاً للبيانات الديموجرافية للمبحوثين، وتشمل (النوع، السن، المهنة، الخبرة).

الفروض الخاصة بالقائم بالاتصال:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى التأهيل المهني المتوقع لدى المبحوثين عينة الدراسة وجودة المحتوى المقدم بالقنوات التلفزيونية المحلية التي لا يعملون بها.

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى التأهيل المهني لدى المبحوثين عينة الدراسة ومستوى الرضا المتوقع لديهم حول القنوات المحلية المصرية عينة الدراسة. هناك تأثير للعوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال في القنوات المحلية المصرية على مستوى تأهيلهم المهني.

رابعاً: مقترحات الدراسة:

ضرورة العمل على توفير الإمكانيات المادية والتقنية في القنوات التلفزيونية المحلية. الالتزام بمعايير الدقة والموضوعية في المضامين المقدمة. عدم تدخل الإدارة بالقنوات التلفزيونية المحلية في طبيعة المادة الإعلامية. الاهتمام بتأهيل وتدريب العاملين بالقنوات التلفزيونية المحلية. الاطلاع على الخبرات الخارجية، والاستفادة منها. ضرورة وجود تنسيق بين القنوات المحلية ووسائل الإعلام الأخرى. إتاحة فرص أكبر للحرية الإعلامية من قبل المسؤولين. ضرورة عقد دورات تدريبية للقائمين بالاتصال. الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية في تغطية الأحداث، والتركيز على الموضوعات التي تهم الجمهور.

تأهيل القائم بالاتصال في القنوات المحلية

زيادة مشاركة الجمهور المحلي في صناعة المحتوى عبر إعلام المواطن المحلي. تناول الموضوعات بشفافية وتجرد من الأهواء الشخصية.

الاعتماد على وجهات نظر متعددة في عرض المحتوى المقدم.

خامساً: مقترحات لدراسات مستقبلية:

من منطلق النتائج التي توصلت إليها الباحثة في الدراسة الحالية، اتضح أن هناك بعض النقاط قد تكون جديرة بالبحث والدراسة، وهي:

دراسة عن معالجة القنوات التلفزيونية المحلية للقضايا السياسية والاجتماعية، ودورها في تشكيل اتجاهات الجمهور.

دراسة استشرافية عن مستقبل الإعلام المحلي.

اقتصاديات الإعلام المحلي وسبل تطويرها.

العوامل المؤثرة في رسم الخريطة البرمجية للقنوات التلفزيونية المحلية.

دور القنوات التلفزيونية المحلية في الترويج للمبادرات القومية: مبادرة حياة كريمة نموذجًا.

مراجع الدراسة:

- 1- عبيد محمد حمدي، أثر القيادة التحويلية على تحسين الأداء الإعلامي للقنوات الفضائية المصرية من منظور القائم بالاتصال، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام، مج20، ع2، يونيو 2021)، ص ص 561-597.
- 2- عبد الله عمران، أيديولوجيا الإنتاج الإخباري في ظل التنافسية الرقمية: دراسة مسحية للقائم بالاتصال في القنوات الإخبارية، مجلة البحوث الإعلامية (جامعة الأزهر - كلية الإعلام بالقاهرة، ع59، ج1، أكتوبر 2021)، ص ص 359-408.
- 3- نها غالي، توظيف التكنولوجيا الرقمية في الممارسة المهنية بوسائل الإعلام الإقليمية واتجاهات القائم بالاتصال نحوها: دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية (جامعة الأزهر - كلية الإعلام بالقاهرة، ع59، ج4)، ص ص 1734-1784.
- 4- غادة أحمد عبد الرحمن نصار، استراتيجيات تعامل القائم بالاتصال بالقنوات الفضائية الحكومية والخاصة في التصدي للشائعات، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون (جامعة القاهرة - كلية الاعلام - قسم الإذاعة والتلفزيون، ع 20، ديسمبر 2020)، ص ص 157-230.
- 5- ولاء محروس الناعي، "العوامل المؤثرة على إدراك القائم بالاتصال لأدواره الإعلامية وعلاقتها بالسلطة المحلية: دراسة مسحية للقائم بالاتصال في الإعلام التقليدي والجديد في محافظة بورسعيد، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط (الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ع27، يونيو 2020)، ص ص 299-350.

- 6- فاتن حسان، دور برامج التلفزيون المحلي في توعية مشاهديها بمشروعات التنمية القومية في جمهورية مصر العربية: دراسة تطبيقية، مجلة بحوث كلية الآداب (جامعة المنوفية - كلية الآداب، ع132، ج4، يناير 2023)، ص ص 53-68.
- 7- عادل مكي، محمد اسماعيل، محمد حامد، وليد عبد الحفيظ، خطة مقترحة لتطوير البرامج الرياضية بالتلفزيون المحلي لجنوب الصعيد: قناة طيبة، المجلة العلمية لعلوم التربية البدنية والرياضية المتخصصة، (جامعة أسوان - كلية التربية الرياضية، مج10، ع2، مارس 2021)، ص ص 122-159.
- 8- رجاء الغمراوي، معالجة الإعلام المحلي لتحديات التنمية السياحية المستدامة بإقليم الإسكندرية: دراسة تطبيقية على إذاعة وقناة الإسكندرية، مجلة الطفولة والتربية (جامعة الإسكندرية - كلية رياض الأطفال، مج11، ع40، أكتوبر 2019)، ص ص 607-664.
- 9- علي إسماعيل عبد الجواد، معالجة التلفزيون الإقليمي لأخبار الجريمة: دراسة تحليلية بالتطبيق على قناة الصعيد، مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية (جامعة المنيا - كلية التربية النوعية، ع16، مايو 2018)، ص ص 118-140.
- 10- فوزية عبد الله آل علي، الفضائيات المحلية وتدعيم القيم في مجتمع الإمارات: دراسة ميدانية، مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال (جمعية كليات الإعلام العربية، ع1، ديسمبر 2018)، ص ص 1-30.
- 11- هشام رشدي خير الله: محاضرات في نظريات الإعلام، جامعة المنوفية، كلية التربية النوعية، قسم العلوم الاجتماعية والإعلام، ص86.
- 12- حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1 (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 1998)، ص176.
- 13- Wiliam P. Cassidy: Gatekeeping similar for Online and Print Journalists, (Newspaper Research Journal, vol.27, No.2, spring, 2006).
- 14- حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد (2009)، مرجع سابق ص180.
- 15- محمد بن سعود البشر، نظريات التأثير الإعلامي، ط1 (الرياض: دار العبيكان للنشر، 2014م)، ص30.
- (16) - صالح السحبياني، المسؤولية الاجتماعية ودورها في المشاركة في القطاع الخاص في التنمية: حالة تطبيقية على المملكة العربية السعودية، المؤتمر الدولي حول القطاع الخاص في التنمية، لبنان، 2009، ص4.
- (17) - محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2003)، ص62.
- (18) - عادل عبد الغفار، أبعاد المسؤولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية الخاصة: دراسة تطبيقية على برامج الرأي المقدمة على قناة دريم2، بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوي التاسع عشر لكلية الإعلام: أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)، ص751.
- (19) - حسن عماد مكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي: دراسة مقارنة، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 1994)، ص167-168.
- (20) - نشوى الشلقاني، دور قناة النيل الدولية في تشكيل صورة ذهنية عن مصر والمصريين لدى الأجنبي المقيمين، رسالة ماجستير، (القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2000) ص112-113.

(21) -Rebecca Ann Lind and Naomi Roekler, Competing Ethos: Reliance on Profit Versus Social Responsibility by Laypeople Planing a Television Newscast, Journal of Broadcasting & Electronic Media, Winter2001,P199

(22) -Christian Difford G.Rotzoll, Kim B. And Fackler , Mark, Media Ethics Cases and Moral Reasoning, (New york: Long man Inc1997)P315

- (23) - حسن عماد مكاوي، مرجع سابق، ص66
- (24) أميمة أحمد رمضان، استخدام الصحف المصرية لأدوات الإعلام الجديد وانعكاساتها على العمل الصحفي، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنيا: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، 2015)، ص39-40.
- (25) حسين الدوري، الإعداد والتدريب الإداري بين النظرية والتطبيق، (القاهرة: مطبعة العاصمة، د.ت)، ص103.
- (26) مرعي مذكور، الصحافة الإخبارية، (القاهرة: دار الشروق، 2002)، ص250.
- (27) - أسماء حسين حافظ، التدريب الإعلامي الصحفي لطلبة التخصص الدراسي الجامعي: نحو نموذج لبرنامج تدريبي مقترح، (القاهرة: دار الثقافة للطباعة والنشر والتوزيع، 1991)، ص19.
- (28) - إبراهيم عبد الله المسلمي، الإعلام الإقليمي: دراسة نظرية وميدانية (القاهرة: مكتبة العربي، 1992)، ص28-29.
- 29 - جيهان فريد عطية، اتجاهات الإعلاميين المصريين نحو أزمة ارتفاع أسعار الدواء أثناء تغطية الأزمة، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2021).
- 30 - رغبة محمد عيسى، العوامل المؤثرة على مشاركة المرأة في البرامج التلفزيونية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2001)، ص167.
- 31 - سعيد محمد السيد، حسن عماد مكاوي، الأخبار الإذاعية والتلفزيونية (القاهرة: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 1999)، ص106.
- 32 - خالد توحيد السيد شريف، العلاقة بين استخدام الإنترنت وتطوير الأداء المهني للإعلاميين الرياضيين في مصر، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2012)، ص153-157.
- 33 - رضا محمود عكاشة، تأثيرات الإعلام: نظريات ونماذج الاتصال في مجال المنصات الرقمية، (ط4، 2016م)، ص151.
- 34 - محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، (القاهرة، عالم الكتب، 2010)، ص155.

2- Journalists, professional Views , Journalism , VOL. 16 ,NO2, P.193

36- Hanitzsch. T(2007) Deconstructing Journalism culture: Towards a universal Theory. Communication Theory, Vol. 17 ,p. 369.

37 - Shwartz.s (2007) Value orientation s: Measurement, Antecedents, and consequences Across Nations, in Measuring Attitudes Corss- Nationally: Lessons from the European social survey, Edited by Roger Jowell et a l ,p. 169 – 203(london: sage)p. 169

- 38 - رانيا الشبراوي أحمد، تقويم التأهيل والتدريب الأكاديمي لطلاب أقسام الصحافة بالكليات والمعاهد الحكومية والخاصة، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2020).
- 39 - أحمد الخطيب، رداح الخطيب: اتجاهات حديثة في التدريب، ط1، (عمان: عالم الكتب الحديث، 2008).
- (40) يحيى محمد عبد الله، استخدام تطبيقات الإعلام الجديد في الإخراج التلفزيوني ودورها في تحسين أداء القائم بالاتصال بالقنوات الإقليمية المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة المنيا: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، 2019)، ص72.
- (41) علي عبد الرحمن، مرجع سابق، ص185.
- (42) محمد علي هندي، مرجع سابق، ص113.
- (43) علي عبد الرحمن، مرجع سابق، ص185.
- (44) محمد علي هندي، ص125.
- (45) علي عبد الرحمن، مرجع سابق، ص185.
- 46 - هويدا مصطفى، الإعلان في الأنظمة الإذاعية المعاصرة، ط ٢، (الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ٢٠٠٩). ص7.
- 47 - بشرى حسين الحمداني، الإعلام وثقافة التغيير في ظل الثورات العربية، (القاهرة: دار العالم العربي، 2015)، ص106.
- 48 - منى الحديدي، سلوى إمام، الإعلان: أسسه، وسائله، فنونه، ط٢، (الدار المصرية اللبنانية، القاهرة ٢٠٠٨)، ص ٢٧٤.
- 49 - أشرف جلال، واقع ومستقبل التعليم والتدريب الإعلامي في الوطن العربي: دراسة حالة على التجربة المصرية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، (جامعة القاهرة، المجلد6، العدد2، يونيو/ديسمبر 2005).