
العوامل المؤثرة علي ترتيب أولويات قضايا القائم بالاتصال في البرامج الحوارية*

إعداد

د. / أمين سعيد عبد الغنى

أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد

ورئيس قسم الإعلام التربوي - جامعة المنصورة

أ.د/ محمود حسن إسماعيل

أستاذ ورئيس قسم الإعلام بمعهد الدراسات

العليا للطفولة - جامعة القاهرة

محمود مصطفى محمود الجمل

معد برامج بالتلفزيون المصري - القناة السادسة

مجلة بحوث التربية النوعية - جامعة المنصورة

عدد (٣٤) - إبريل ٢٠١٤

* بحث مستل من رسالة دكتوراه

العوامل المؤثرة علي ترتيب أولويات قضايا

القائم بالاتصال في البرامج الحوارية

إعداد

أ.د/ محمود حسن إسماعيل * د. / أمين سعيد عبد الغنى ** محمود مصطفى محمود الجمل ***

ملخص البحث

التلفزيون في عصر العولمة لم تعد تنحصر مهمته كأداة اتصال أو أداة للتسجيل ووصف الأحداث المحلية والدولية، أو في كونه مجرد وسيلة لنقل الأخبار المصورة، ونقلها حية على الهواء مباشرة عبر الأقمار الصناعية، بل في قدرته على الإقناع والتأثير والسيطرة وكونه قوة لا يستهان بها تدخل في مجال إعادة صياغة الإنسان ، وفي الفترة الأخيرة شهد التلفزيون المرئي العربي مجموعة من التغيرات الجذرية خصوصا في رسالته الإعلامية المقدمة ومضمونها ومحتواها في البرامج الحوارية برامج التوك شو ذات المضامين الهادفة والمتنوعة ما بين (السياسية - التاريخية - الاجتماعية - الصحية - الخ) والتي تهتم جمهور عريض من المشاهدين التي يري أن هذه البرامج هي المتنافس الوحيد التي تعبر عنه فعليا ونلاحظ في الفترة الأخيرة أن هذه النوعية من البرامج قد حظت باهتمام إعلامي كبير من جانب القنوات الفضائية العربية الحكومية والخاصة ومع اختلاف ملكية كل قناة وسياستها نجد في هذه البرامج في بعض الأوقات اتفاق أو اختلاف وتباين بينهما الأمر الذي يقتضي علينا أن ندرس المراحل الإنتاجية لهذه البرامج وبما أن الإنتاج التلفزيوني قائم على مفهوم في غاية الأهمية يتمثل في العمل بروح الفريق Teamwork، والذي يعتبر صمام أمان لنجاح أي عمل إعلامي ومن هذا المنطلق تهتم هذه الدراسة بالتعرف علي طبيعة ومهام كل عنصر في عناصر بناء الرسالة الإعلامية وكمشارك في المراحل الإنتاجية ، وهدفت الدراسة الي تحقيق هدف رئيسي يتمثل في التعرف علي العوامل التي تؤثر علي القائم بالاتصال في بناء رسالته الإعلامية في البرامج الحوارية

واستخدمت الدراسة صحيفة الاستبيان كأداة لجمع البيانات ومنهج المسح بشقه الوصفي وذلك من خلال عينة عشوائية من العاملين بالبرامج الحوارية برامج التوك شو في أربعة قنوات فضائية هم (الفضائية المصرية - قناة الحياة - قناة Mbc مصر - قناة الضراعين) قوامها ٩٠ مفردة .

وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج منها أهم دوافع عمل القائم بالاتصال في البرامج الحوارية التوك شو هو أنها تقدم خدمة حقيقية للجمهور وتساهم في تشكيل معارفه ورأيه تجاه

* أستاذ ورئيس قسم الإعلام بمعهد الدراسات العليا للطفولة - جامعة القاهرة

** أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد ورئيس قسم الإعلام التربوي - جامعة المنصورة

*** معد برامج بالتلفزيون المصري - القناة السادسة

القضايا والموضوعات ، وأهم معايير اختيار القائم بالاتصال للموضوعات أنها تتواكب مع الأحداث الجارية وتعكس مشكلات المواطنين في المجتمع ، ومن أكثر الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال بشكل دائم ضرورة الرضوخ للسياسة التحريرية للقناة ومن أكثر العوامل التي تمثل جانب سلبي ومعدل غضب واستياء وعدم رضي من قبل القائم بالاتصال تدخل الرؤساء في الترشح للدورات التدريبية والسفريات ، ومن أهم مقترحات القائم بالاتصال لتطوير البرامج الحوارية هو مزيد من الحرية والشفافية ، ورفع ميزانيات البرامج ، وتوفير أجهزة بث SNG - للسرعة في نقل الحدث.

مقدمه

التلفزيون في عصر العولمة لم تعد تنحصر مهمته كأداة اتصال أو أداة للتسجيل ووصف الأحداث المحلية والدولية، وفي كونه مجرد وسيلة لنقل الأخبار المصورة، ونقلها حية على الهواء مباشرة عبر الأقمار الصناعية، بل في قدرته على الإقناع والتأثير والسيطرة وكونه قوة لا يستهان بها تدخل في مجال إعادة صياغة الإنسان ، وفي الفترة الأخيرة شهد التلفزيون المرئي العربي مجموعة من التغيرات الجذرية خصوصا في رسالته الإعلامية المقدمة ومضمونها ومحتواها في البرامج الحوارية برامج التوك شو ذات المضامين الهادفة والمتنوعة ما بين (السياسية - التاريخية - الاجتماعية - الصحية - الخ) والتي تهم جمهور عريض من المشاهدين ، ونلاحظ في الفترة الأخيرة أن هذه النوعية من البرامج قد حظت باهتمام إعلامي كبير من جانب القنوات الفضائية العربية الحكومية والخاصة ومع اختلاف ملكية كل قناة وسياستها نجد في هذه البرامج في بعض الأوقات اتفاق أو اختلاف وتباين بينهما الأمر الذي يقتضي علينا أن ندرس المراحل الإنتاجية لهذه البرامج وبما أن الإنتاج التلفزيوني قائم على مفهوم في غاية الأهمية يتمثل في العمل بروح الفريق Teamwork ، والذي يعتبر صمام أمان لنجاح أي عمل إعلامي ومن هذا المنطلق تهتم هذه الدراسة بالتعرف على طبيعة ومهام كل عنصر في عناصر بناء الرسالة الإعلامية وكمشارك في المراحل الإنتاجية (كالعوامل المؤثرة علي معد هذه الرسالة الإعلامية التلفزيونية - ومشاركة مقدم البرنامج ودوره في نجاح البرنامج ومدى تعاونه مع معد البرامج وبالإضافة إلي المصور والمخرج ورؤيته لتوصيل النص المكتوب علي الورق إلي كيان فعلي مرئي ومسموع - وكذلك التعرف علي دور مقص الرقيب وحارس البوابة علي الرسالة الإعلامية التلفزيونية وذلك بهدف الوقوف علي نقاط القوة والقصور والضعف في الرسالة الإعلامية وتقديم الوسائل التي تساعد مجموعة وفريق العمل الإعلامي علي أداء عملهم الإعلامي علي أكمل وجه لكي يقدموا مضمون إعلامي ناجح يصل بسهولة إلي الجمهور المتلقي لرسالته الإعلامية.

أولا مشكلة الدراسة

مع تطور البث التلفزيوني سعت الكثير من القنوات الفضائية العربية إلي وجود برنامج حوارى (برنامج توك شو) خاص بها وثابت يوميا ضمن هيكلها البرامجى تعرض فيه كل ما يهم المشاهد العربى من قضايا في مختلف المجالات وعلي جميع النواحي السياسية والاقتصادية والاجتماعية والصحية والدينية الخ وفي كثير من الأوقات لا يختلف مضمون الرسالة الإعلامية في

هذه البرامج من قناة إلي آخري ولكن الذي تختلف نوع المعالجة والتناول الإعلامي الذي يقتضي علينا أن نتعرف علي طبيعة هذه البرامج وأوجه الاختلاف بين هذه البرامج في هذه القنوات وأجه الاتفاق بينهما والمساحة التي تتيحه كل قناة لموضوع ما دون غيره من الموضوعات الأخرى ، ومن منطلق أن نجاح أي برنامج أو عمل إعلامي يتوقف علي مجموعة العمل الإعلامي وكفاءتها ومدي التعاون والتالف بين أفرادها ، و تحاول هذه الدراسة بالتعرف علي الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال ككل (المعد -المقدم - المخرج) والتي تؤثر علي اتخاذه قرارات بتقديم أفكار وإعداد قضايا وموضوعات معينة واستبعاد قضايا أخرى ومدي تأثير هذه الضغوط علي كيفية المعالجة لهذه الموضوعات .

وتتلخص مشكلة الدراسة في الإجابة عن التساؤل الرئيسي التالي:

ما العوامل التي تؤثر علي القائم بالاتصال عند إعداد رسالته التليفزيونية في برامج

التوك شو ؟

أولا الدراسات السابقة

(١) دراسة شرين عوض خليل " اعتماد الجمهور العربي علي البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية في تشكيل معارفه نحو قضايا المرأة " (٢٠١١)^(١)

هدفت هذه الدراسة إلي التعرف علي مدي اعتماد الجمهور علي البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية في تشكيل معارفه نحو قضايا المرأة ، وهدفت الدراسة إلى تفسير دور البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية في تشكيل معارف الجمهور تجاه قضايا المرأة، وتحليل أهم القضايا المتعلقة بالمرأة في البرامج الحوارية - محل الدراسة، وشملت الدراسة التحليلية برنامج (كلام نواعم) على قناة MBC1 والذي يقدم موضوعات وقضايا حول المرأة ، وأظهرت نتائج الدراسة أن البرنامج ركز على الاهتمام بالدرجة الأولى في استطلاع آراء الجمهور من خلال تسجيل حي خارجي للجمهور سواء تقارير أو ريبورتاج أو الحضور داخل الأستوديو، وفي المقابل لا تحصل وسيلة التلفون على أي نسبة. وأوضحت الدراسة أن قناة MBC حصلت على المرتبة الأولى من أكثر القنوات المختارة من قبل عينة الدراسة مشاهدة، يليها الحياة ٢، وفي المرتبة الثالثة قناة أبو ظبي الأولى.

(٢) دراسة مجيب أحمد حازم " دور برامج الرأي في الفضائيات الإخبارية العربية في تدعيم المشاركة السياسية لدي طلاب الجامعات في اليمن " (٢٠١١)^(٢)

هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة العلاقة بين التعرض لبرامج الرأي في القنوات الإخبارية العربية وتأثيرها على المشاركة السياسية لدى الشباب الجامعي اليمني، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح من خلال إجراء مسح تحليلي لعينة من برامج الرأي على قناتي الجزيرة والعربية الإخباريتين والتي شملت (8) برامج رأي في القناتين هي (أكثر من رأي - الاتجاه المعاكس - حوار مفتوح - منبر الجزيرة) على قناة الجزيرة . بالإضافة إلى أربعة برامج أخرى على قناة العربية هي : (إضاءات - بانوراما - صناعة الموت - حوار العرب) ، وذلك خلال الفترة الزمنية ما

بين ٢٠٠٩/٧/١ وحتى ٢٠٠٩/٩/٣٠ أي فترة ثلاثة أشهر شملت (٨٨) حلقة برمجية بمعدل زمني بلغ (٧٥) ساعة و(٨) دقائق. بالإضافة إلى إجراء دراسة ميدانية على عينة عشوائية من الشباب الجامعي اليمني في جامعتين حكوميتين هما جامعتي صنعاء وتعز وفق عينة عشوائية منتظمة بواقع (٤٠٠) مفردة من الذكور والإناث، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى وجود أدوار هامة تقوم بها برامج الرأي في القنوات الإخبارية العربية في معالجة مفاهيم ومجالات المشاركة السياسية، كما أشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين التعرض لبرامج الرأي في القنوات الإخبارية العربية ومستويات المشاركة السياسية، كما كشفت أهمية برامج الرأي في زيادة المعرفة السياسية والاهتمام السياسي وتكوين الاتجاهات السياسية التي تعد متغيرات وسيطة في العلاقة بين الاعتماد على برامج الرأي وسلوك المشاركة السياسية لدى شباب الجامعات في اليمن

(٣) دراسة ياسمين سعد " دور برامج الرأي بقناة مصر الإخبارية في تكوين المعرفة عن القضايا العامة لدى الجمهور المصري " (٢٠١٠) (٣)

اهتمت هذه الدراسة بالتعرف على مدى اعتماد الجمهور المصري على برامج الرأي بقناة مصر الإخبارية ودورها في تكوين المعرفة لديهم وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية واستخدمت الدراسة منهج المسح معتمدة على صحيفة الاستبيان في جمع البيانات وطبقت الدراسة على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من مشاهدي قناة مصر وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها هناك مجموعة من برامج القناة ساهمت في جعل المشاهدين على معرفة عالية بكل من القضية الفلسطينية والأزمة المالية العالمية وأنفلونزا الخنازير وهذه البرامج هي (من القاهرة - المشهد - البعد الآخر - السيناريو القادم)

وأيضاً كشفت الدراسة عن أكثر البرامج متابعة من قبل الجمهور هو برنامج صباح جديد من قناة مصر الإخبارية وبرنامج الحياة اليوم من برامج شبكة تلفزيون الحياة .

(٤) دراسة مروة إسماعيل حسين " توظيف الإنتاج التسجيلي في التلفزيون دراسة تطبيقية على قناة النيل الإخبارية " (٢٠٠٩) (٤)

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على المعايير التي يتم على أساسها اختيار موضوعات وقضايا للأعمال التسجيلية وطبيعة الأعمال التسجيلية المقدم داخل قناة النيل للأخبار، وخصائص القائم بالاتصال داخل القناة والمشكلات والصعوبات التي تواجهه أثناء عمله الإعلامي بالقناة استخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي بشقيه التحليلي والميداني واعتمدت على أداتين لجمع البيانات هما صحيفة الاستبيان واستمارة تحليل المضمون، طبقت الدراسة على عينة تحليلية متمثلة في مضمون الأعمال التسجيلية في قناة النيل للأخبار خلال خريطة برمجية مستمرة لمدة ثلاثة أشهر من عام ٢٠٠٨، وعلي الجانب الميداني طبقت الدراسة على جميع القائمين بالاتصال في القناة من معديين ومخرجين وكاتبي السيناريو للأعمال التسجيلية وكذلك المسؤولين والمشرفين بالقناة، وخلصت الدراسة لمجموعة من النتائج أهمها أن قناة النيل للأخبار في حاجة إلى إعادة تحديد جمهورها المستهدف وإشارات النتائج إلى ضعف الإنتاج التسجيلي السياسي لقناة النيل للأخبار وكذلك

الإنتاج التسجيلي الذي يتناول قضايا اجتماعية محليا أو إقليميا ، عبر الباحثين عن وجود نسبة كبيرة من الكوادر البشرية ذات الكفاءة العالية داخل القناة واعتبروا ذلك السبب الأول الذي يمكنها من المنافسة مع القنوات الأخرى سواء الحكومية أو الخاصة ومن أهم المشكلات التي يعاني منها القائم بالاتصال ضعف الميزانيات المخصصة للإنتاج التسجيلي وضعف الأجور ومن الضغوط التي يتعرض لها القائم بالأنصال الرضوخ لسياسة وتوجهات القناة .

(٥) دراسة Sakr N " حرية التعبير في التلفزيون العربي " (٢٠١٠) (٥)

سعت هذه الدراسة بالتعرف علي درجة الحرية المتاحة للتعبير في التلفزيون العربي من منطلق أن حرية التعبير جزء لا يتجزأ عن حقوق الإنسان ، واستخدمت هذه الدراسة منهج المسح بالعينة بشقيه الميداني والتحليلي وعلي أداتين لجمع البيانات هما استمارة تحليل المضمون وصحيفة الاستبيان ، واهتمت الدراسة في شقيها التحليلي بتحليل مجموعة من الموضوعات الأول لبعض أعمال الدراما العربية التلفزيونية ، والثاني في برامج الأطفال تحليل لمسلسل كارتون يتحدث عن النبي محمد صلي الله عليه وسلم ، وفي الشق الميداني اهتمت الدراسة بالتعرف علي طموحات وتطلعات التلفزيون الخاص والعاملين به في مصر ، وخلصت الدراسة إلي مجموعة من النتائج أهمها ما يلي محدودية حرية التعبير في شبكات التلفزيون العربي ، وجراءة التعبير في بعض الأعمال الدرامية العربية ، وأشارت الدراسة أن حرية التعبير أمر ضروري وهام في شبكات التلفزيون فكلما ارتفعت تخدم في المقام الأول المشاهد المتلقي والمجتمع وتساعد في حل مشاكله وقضياه .

(٦) دراسة Gerda , Lauerbach " الجدل في البرامج الحوارية السياسية " (٢٠٠٧) (٦)

سعت الدراسة إلي التعرف علي الجدل الموجود في مضامين البرامج الحوارية السياسية ، وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد علي منهج المسح بشقه التحليلي واعتمدت الدراسة علي صحيفة تحليل المضمون لجمع البيانات والمعلومات واهتمت الدراسة بتحليل لغة الخطاب الجدل الموجود في البرامج الحوارية السياسية من قبل الضيوف والمتحدثين واختيرت عينة من الحلقات المذاعة من برنامج (لاري كنج) خلال الفترة التالية للانتخابات الأمريكية لعام ٢٠٠٠

وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج أهمها مراعاة ضيوف الحلقات في البرامج الحوارية السياسية لمستوي فهم الرأي العام وثقافته في تناولها للقضايا السياسية وجدلهم حولها لتوضيح الرأي والرأي الآخر مع التركيز علي الأجندة الحكومية الرسمية للسياسة الداخلية والخارجية

(٧) دراسة Rivadeney ,Rocio " علاقة المراهقين اللاتينيين بالصورة المقدمة عبر التلفزيون " (٢٠٠٧) (٧)

هدفت هذه الدراسة الي التعرف علي علاقة المراهقين الاتينيين بالصورة المقدمة في مضمون البرامج التلفزيونية ومدى تأثيرها عليهم وتنتمي هذه الدراسة الي الدراسات الوصفية ، واعتمدت الدراسة علي منه المسح بشقه الميداني وطبقة الدراسة علي عينة عمدية من الشباب اللاتيني في المدارس الثانوية من خلال عينة قوامها ٣٧ مفردة ، واستخدمت صحيفة الاستبيان في جمع البيانات والمعلومات وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج أهمها أن البرامج الحوارية والأفلام الأمريكية تقدم

صورة نمطية لللاتينيين وهي صورة مشوهة في كثير من تفاصيلها وتؤثر بالسلب على المراهقين اللاتينيين واقترح المبحوثين تقديم مضامين إعلامية باللغة الأسبانية تصحح الصورة الجامدة السلبية التي تقدمها المضامين الأمريكية عنهم

ثالثا أهمية الدراسة

تكتسب هذه الدراسة أهمية من الموضوع الذي تناقشه وهو البرامج الحوارية وخصوصا برامج التوك شو التي انتشرت في الفترة الأخيرة بشكل كبير بين محطات التلفزيون باختلاف نوعيتها حيث حرصت كل قناة علي وجود برنامج حوارى يومي ضمن هيكلها البرامجي ، وترجع أهمية هذه الدراسة أيضا إلي تناولها القائم بالاتصال في وسائل الإعلام المرئي والمسموع فنجاح أي عمل إعلامي يتوقف علي كفاءة العاملين به فمعظم الدراسات الإعلامية تناولت القائم بالاتصال في المؤسسات الصحفية والضغط التي يتعرض لها والتي تؤثر علي قراراته ، والجانب الأخر من الدراسات الإعلامية القليل منها تناولت القائم بالاتصال في التلفزيون ككل ولم تعطي كل عنصر من عناصر بناء الرسالة الإعلامية التلفزيونية حقه وتحاول هذه الدراسة التعرف علي مهام القائم بالاتصال وما يقف أمامه من صعوبات تعرقله في أداء عمله علي أكمل وجه .

ثانيا أهداف الدراسة

تسعي الدراسة إلي تحقيق هدف رئيسي يتمثل في التعرف علي العوامل التي تؤثر علي القائم بالاتصال في بناء رسالته الإعلامية في البرامج الحوارية وتهدف الدراسة إلي الآتي :

- ١ - التعرف علي طبيعة ومجال عمل القائم بالاتصال
 - ٢ - رصد أهم المعايير التي يتم علي أساسها تحديد نوعية القضايا التي يسمح للقائم بالاتصال أن يتناولها ويعد لها لكي تظهر علي الشاشة
 - ٣ - الكشف عن الضغوط والظروف الصعبة التي تواجه القائم بالاتصال في عمله
 - ٤ - التعرف علي معدل الرضا الوظيفي لدي القائم بالأنصال
 - ٥ - إبراز أهم التصورات والمقترحات من قبل القائم بالاتصال لتطوير البرامج الحوارية
- ومن خلال العرض السابق لهذه الأهداف نتوصل إلي مجموعة فرعية من الأهداف خاصة بكل عنصر علي حدي من العناصر المكونة والمشاركة في بناء العمل الإعلامي

تساؤلات الدراسة

- ١ - ما طبيعة ومجال عمل القائم بالاتصال؟
- ٢ - ما المعايير التي يتم علي أساسها تحديد نوعية القضايا التي يتناولها القائم بالاتصال؟
- ٣ - ما الضغوط والظروف الصعبة التي تواجه القائم بالاتصال في عمله؟
- ٤ - ما معدل الرضا الوظيفي لدي القائم بالاتصال؟

٥ - ما أهم التصورات والمقترحات من قبل القائم بالاتصال لبناء رسالة إعلامية ناجحة ؟

فروض الدراسة:

- ١ - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تعرض القائم بالاتصال لضغوط العمل بين القنوات الحكومية والخاصة
- ٢ - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل الرضا الوظيفي للقائم بالاتصال بين القنوات الحكومية والخاصة
- ٣ - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اعتماد القائم بالاتصال علي وسائل الإعلام الجديدة واستخدامه للتقنيات الحديثة بين القنوات الحكومية والخاصة

عينة ومجتمع الدراسة:

عينة عشوائية من العاملين بالبرامج الحوارية برامج التوك شو في أربعة قنوات فضائية هم (الفضائية المصرية - قناة الحياة - قناة Mbc مصر - قناة الفراعين) قوامها ٩٠ مفردة

أدوات الدراسة:

صحيفة الاستبيان : وتتكون من تسعة عشر سؤالاً موزعة بين خمسة محاور وهي:

المحور الأول : الخصائص والسمات العامة للقائم بالاتصال

المحور الثاني : طبيعة العمل بالبرامج الحوارية

المحور الثالث : الضغوط والعوامل المؤثرة علي القائم بالاتصال في البرامج الحوارية

المحور الرابع : معدل الرضي الوظيفي للقائم بالاتصال في البرامج الحوارية

المحور الخامس : مقترحات لتطوير البرامج الحوارية

تم عرض استمارة الاستبيان علي مجموعة من المحكمين من أساتذة الإعلام من مختلف الجامعات المصرية وخبراء الإعلام في مجال الإذاعة والتلفزيون^(٨) لمعرفة ما إذا كان استمارة الاستبيان تقيس بالفعل ما وضعت لقياسه ، ثم قام الباحث بإجراء التعديلات التي اقترحها المحكمون

الإطار النظري

نظرية وضع الأجندة

تعتبر نظرية ترتيب الأولويات ونظرية وضع الأجندة من أهم نظريات التأثير المعتدل علي الجمهور في عصر الإعلام ليس فقط بسبب تركيزها علي التأثيرات الاجتماعية ولكن أن الجمهور أصبح يهتم بالجانب التجريبي ، فالأفراد يبحثون عن التواصل مع بعضهم البعض كما يسعون للتعلم من مجتمعاتهم لذلك فالتركيز ليس علي الكشف عن المعلومات فقط وإنما عن التواصل

أيضا فعملية ترتيب الأولويات جزئيا هي صورة كبيرة عن الاندماج مع الآخرين في مجتمعاتنا المتطورة^(٩)

وقد قامت بحوث ترتيب الأولويات علي افتراضين رئيسيين : إن وسائل الإعلام لا تعكس الواقع ولكنها تنقيه وتنظمه ، وأن وسائل الإعلام تركز علي بعض المواضيع لتدفع الجمهور علي التركيز فيها أكثر من المواضيع الأخرى ويرى Lang & Lang أن وسائل الإعلام هي التي تبني القضايا وتحدد الشخصيات وتقوم بتلك علي فترة طويلة^(١٠)

مراحل وضع أجندة الأفراد^(١١)

أشار "روبرت بارك" إلي أن وسائل الإعلام تخلق الاهتمام بالقضايا أكثر من كونها تخلق معرفة أو تكوين اتجاهات نحوها وبالتالي فإن وضع الأجندة يتضمن عدة مستويات

١ - خلق الاهتمام Creating Awareness

فيذا شعر الأفراد بقلق تجاه قضية ما خلق لديهم الاهتمام بها فدور الإعلام يتركز في تقديم مساحة عريضة من المعلومات عن القضية

ب - تأسيس الأولويات Establishing priorities

يثق الأفراد في القصص الإخبارية التي ترد لهمد من وسائل الإعلام خاصة التي تنصدر الصفحات الأولى والتي يتوقع أن تكون أكثر أهمية ليس فقط في كيفية تأثير القصة في أجندة الجمهور ولكن في توقيت ومكان عرض القصة الخبرية

ج - التأكيد علي القضية Perpetuating Issues

تشير استمرارية التغطية إلي أهمية القضية فتكرار القضية يوما بعد يوم يعد تدعيما للقضية في وسائل الإعلام ثلاثة أنواع مترابطة من الأجندة

١ - أجندة وسائل الإعلام Media Agenda :

مجموعة من المواضيع وضعتها وسائل الإعلام وق ترتيب معين لهذه الموضوعات^(١٢)

فوسائل الإعلام تعمل علي إدارة الرأي العام عن طريق عرض قضية يوم بعد يوم في أجندة وسائل الإعلام حيث أن القضايا والموضوعات التي تحظى باهتمام وعناية الوسيلة الإعلامية سوف يدركها الجمهور ويتعود عليها ويشعر بأهميتها بينما تلك التي تحظى بأهمية وعناية أقل من جانب الوسيلة سوف تتطابق أهميتها مع إدراك الجمهور لها ، وبالتالي تمنح وسائل الإعلام القدرة علي التأثير الفعال في تشكيل إدراك الجمهور للعالم المحيط باعتبارها مصدر هام من مصادر المعلومات^(١٣)

٢ - أجندة الجمهور Public Agenda :

أجندة الجمهور هي مجموعة من المواضيع التي يري الجمهور أنها مهمة ، ويشير لفظ أجندة الجمهور إلي خمسة مكونات هي أجندة المجموعات المهتمة ، وأجندة وسائل الإعلام ، وأجندة

الجمهور العام ، وأجندة صانع القرار وأجندة السياسة حيث أنه يتم الوصول إلى أجندة الجمهور من خلال مزج كل هذه الأجندات معا^(١٤)، ويتضح أن العلاقة بين وسائل الإعلام وأجندة الجمهور علاقة تبادلية أي أن أجندة الإعلام الجمهور هما وجهان لعملة واحدة كلا منهما يؤثر في الآخر^(١٥)

٣ - أجندة السياسة Policy Agenda :

مجموعة من المواضيع التي يري صناع القرار والمؤثرين في العملية التشريعية بأنها مهمة من وجهة نظرهم واقترح كل من Dearing & Rogers نموذجا لتفسير مكونات الأجندة ، حيث ذكر كل منهما أن أجندة وسائل الإعلام تؤثر علي أجندة الجمهور التي تؤثر بدورها علي أجندة السياسة ، أما عن العلاقة بين أجندة وسائل الإعلام والسياسة فيمكن القول أنها علاقة تبادلية حيث يمكن لوسائل الإعلام أن تكون متغيرا مستقلا يقود انتباه الساسة إلي ما هو مهم من موضوعات ، ويمكن أن تكون متغير تابعا يتأثر بالموضوعات التي تهم الساسة ، وقد أتضح ذلك من خلال الدراسات التي اهتمت بتحليل خطابات الجمهور ، وأوضح كل من Rogers & Dearing ضرورة الأخذ في الاعتبار عدد من المتغيرات عند الحديث عن العلاقة بين مكونات عملية وضع الأجندة وهي^(١٦)

أ - الخبرة الشخصية والاتصال الشخصي

ب - القضايا والإحداث ومؤشرات العالم الخارجي

ج - حراس البوابة الإعلامية

نظرية ترتيب الأولويات في العصر الرقمي

نحن الآن نعيش في عصر تدفق المعلومات حيث أن التكنولوجيا الحديثة التي أدت إلي سرعة وسهولة تدفق المعلومات وبالرغم من كثرة البحوث والدراسات عن التكنولوجيا الحديثة إلا أنها لازالت في المراحل الأولى وقد يرجع ذلك إلي التغير والتحول السريع الذي لا تستطيع الدراسات الأكاديمية ملاحقتها^(١٧)

إن باحثي الإعلام في حاجة إلي مزيد من الدراسات عن الانترنت كوسيط اتصالي جديد لتحديث بناء الاتصال ونماذجه حيث أن الانترنت يختلف عن الوسائل التقليدية الأخرى باعتبار أن الفرد له مزيد من الأهمية والسلطة والمسئولية في الاتصال عبر الانترنت^(١٨) ، وذلك بالإضافة لازدياد عدد المواقع الالكترونية والمواقع الإخبارية والصحف والمجلات ومحطات الإذاعة والتلفزيون الالكترونية وزيادة عدد مستخدمي الإنترنت وقد زعم البعض أن الإنترنت سيؤدي إلي انتهاء تأثيرات الأجندة ويرجع ذلك لسبابين وهما^(١٩)

الأول : حدوث ما يسمى بالانقسام الرقمي حيث أنقسم الجمهور بين غير مستخدم للانترنت ومستخدم له والذي عادة يكون الأكثر ثراء وتعلما والأصغر سنا وانقسم بين الوسائل التقليدية والانترنت وانقسم بين المواقع الالكترونية المختلفة مما يساعد ذلك علي تدمير تأثيرات الأجندة

الثاني : ان أجندة الانترنت مختلفة عن أجندة وسائل الإعلام التقليدية مما يؤدي إلي حدوث تنافس بينهما وتشتت للجمهور مما يساعد أيضا علي تدمير تأثيرات الأجندة

نشأة البرامج الحوارية في التلفزيون المصري

نشأت هذه البرامج مع بداية التلفزيون المصري وأول ببرنامج تلفزيوني يتضمن رأيا كان تعليقا علي أحداث الثورة الجزائرية وأذيع في أغسطس ١٩٦٠ وتوالت بعد ذلك برامج الرأي التي يستطيع المشاهد بمشاهدته لها إلي استخلاص رأي معين سواء مع أو ضد^(٢١)

، وفي نهاية التسعينات وبداية الألفية الثالثة ومع تزايد أعداد القنوات الفضائية العامة والمتخصصة سواء المفتوحة منها أو المشفرة ازدادت المنافسة بين تلك القنوات في تناولها للأحداث الجارية وكل ما يتعلق بالأداء الحكومي بقدر كبير من الحرية حيث أصبح لمعظم القنوات الفضائية برنامجا حواريا يقدم بصفة يومية ومنها على سبيل المثال وليس الحصر برنامج "العاشرة مساء" على قناة دريم ٢، وبرنامج "٩٠ ق" على قناة المحور، وبرنامج "الحياة اليوم" على قناة الحياة، وبرنامج "القاهرة اليوم" على قناة اليوم وغيرها من البرامج^(٢٢) ثم توالت العديد من البرامج الحوارية اليومية على القنوات الحكومية والخاصة التي استعانت بالمحادثات المفتوحة بين جمهور المشاهدين من جهة وبين المسؤولين الحكوميين أو أحزاب المعارضة من جهة أخرى التي تتسم بالاتصال التفاعلي الذي يساهم في تلبية الرغبات الأساسية للفرد في أن يكون صوته مسموعا، كما تعزز ميوله في المشاركة مع الآخرين وعادة ما تميل هذه الحوارات إلي طرح أجوبة مبسطة عن العديد من القضايا المعقدة^(٢٣).

المتغيرات المؤثرة في البرامج الحوارية في الفضائيات العربية^(٢٤)

١ - متغيرات متعلقة بالوسيلة الإعلامية

(القائمة بالاتصال - السياسة التحريرية - نمط الملكية وطرق التمويل - مصداقية القناة - عوامل الجذب)

٢- متغيرات متعلقة ببيئة العمل خارجيا

(الجمهور - المنافسة - الضغوط السياسية الداخلية - الضغوط السياسية الخارجية)

السياسة التحريرية وأثرها علي البرنامج الحواري

مع تزايد الفضائيات العربية العامة والمتخصصة وظهور فضائيات إخبارية عربية وحكومية ومستقلة وأخرى أجنبية ناطقة بالعربية وموجهة إلي المنطقة العربية مثل الحرة و BBC عربية وروسيا اليوم والعالم والخدمة العربية في دوتشي قبلة الأمانية تراجعت آليات الضبط الحكومي في الإعلام ويات يتعين علي الصحفيين التلفزيونيين التعامل مع السياسة التحريرية للمحطة أو القناة التي يتم صياغتها لتتناسب مع أهداف القناة ومصالح دول البث وحجم ونوع التأثير المراد علي الجمهور المستهدف وتباينت منذ ذلك الحين السياسات التحريرية في الفضائيات لتتواءم مع متطلبات الوظيفة المراد للفضائيات الاضطلاع بها ومن هنا برزت أهمية السياسة التحريرية^(٢٥)

والسياسة التحريرية هي مجموعة المبادئ والقواعد والخطوط التي تتحكم في الأسلوب أو الطريقة التي يقدم بها المضمون الإعلامي في الصحف أو التلفزيون أو الإذاعة أو موقع الانترنت وتكون في الغالب غير مكتوبة بل مفهومة ضمنا^(٢٦)، وهناك عوامل تتدخل في تحديد سياسة القناة بعضها عوامل داخلية والأخرى خارجية وتعني بالعوامل الداخلية نمط الملكية وأنماط السيطرة التي تمارسها الإدارة العليا وضغوط الإنتاج أم العوامل الأخرى الخارجية فهي موقع وسائل الإعلام من النظام الاجتماعي القائم ومدى ارتباطها بمصالح معينة^(٢٧)

آليات الالتزام بالسياسة التحريرية^(٢٨)

تتعد آليات الالتزام بالسياسة التحريرية ومنها ما يلي

- صياغة ميثاق عمل أو وثيقة تحدد الخطوط الإرشادية والقيم التحريرية
- تضع المؤسسات كتابات مرجعية لتوحيد المصطلحات التي تستخدمها في وصف الأحداث
- تعين بعض المؤسسات مستشارين قانونيين لتقديم المشاورة أن قررت المؤسسة لأسباب تحريرية قوية إعداد مواد صحافية ربما تؤدي إلي تعرضها للمسائلة القانونية لاحقا

القائم بالاتصال :

يقصد به منتج المادة الإعلامية أو الإخبارية ومقدمها بمعني آخر الكوادر البشرية الإعلامية التي تعمل علي إنتاج المادة الإعلامية أو الإخبارية وهو لا يقل أهمية عن الرسالة الإعلامية التي ينقلها^(٢٩)

١ - المعدّ التلفزيوني :

الأعداد هو العمود الفقري لبرنامج الرأي وهو الأساس الذي تبني عليه بقية العناصر ، ويعتبر الأعداد من أهم عوامل نجاح تلك النوعية من البرامج التي يجب أن يكون موضوعها جديدا ، وأن يهم عددا كبيرا من المشاهدين ويتسع للاختلافات في وجهات النظر وكذلك الآراء ، ويتوقف علي اختيار الموضوع المناسب ، اختيار الضيوف المشاركين في المناقشة ومن ثم إجراء بحث شامل عن الموضوع وخلفياته ، وجمع كل ما يتعلق به من مختلف المصادر إلي جانب جمع المعلومات المتعلقة باختلاف وجهات النظر في الموضوع المطروح للنقاش^(٣٠) ، وفي بعض البرامج نجد فريقا للأعداد ويتم تقسيم المعدين في البرامج الكبيرة ، فنجد معدا مسئولا عن الملف السياسي وآخر عن الملف الفني ، ومعد مسئول عن التقارير الخارجية ، ويكونون علي تواصل مستمر مع المنتج المنفذ ، ويجتمع فريق الأعداد مع رئيس التحرير لبرنامج مرتين أو ثلاثة أسبوعيا لتحديد المهام التي سيقومون بها ويقترح المعد الأفكار والموضوعات التي سيتم مناقشتها وأسماء الضيوف^(٣١)

٢ - مقدم البرنامج الحواري :

إن نجاح البرنامج الحواري يعتمد إلى درجة كبيرة على شخصية المحاور أي الإذاعي الذي يقوم بأجراء الحوار فهناك مواصفات أساسية ينبغي توافرها فيه حتى يمكن للبرنامج أن يؤتي ثماره المرجوة ويحدث التأثير المطلوب ، حيث يجب أن يكون على دراية وثقافة عالية واحتكاك مباشر بالمشكلات والقضايا ذات الأهمية والاعتبار في المجتمع كما يحظى بقبول متزايد لدى المشاهدين فضلا عن المتخصصين والخبراء من ضيوف البرنامج ، ولاشك أن أهم العناصر المكونة للبرنامج الحواري هو مقدم البرنامج فقد خلصت دراسات عديدة أجرتها منظمة الأمم المتحدة والثقافة والعلوم (اليونسكو) إلى أن كفاءة أي نظام اتصالي تتوقف على كفاءة هؤلاء الذين يتولون تشغيله ووفقا لهذا المنطق نجد أن مذيع البرامج الحوارية هو العنصر الفعال في البرنامج وهو الذي يتعامل مع كافة هذه العناصر والمكونات الأخرى (٣٢)

٣ - المخرج

هو قائد العمل المسئول بشكل كامل عن أخراج البرنامج وتحويل الألفاظ المكتوبة في النص إلى صور متحركة نابضة بالحياة تظهر على شاشة التلفزيون والبرنامج التلفزيوني فريق عمل متكامل لكل فرد فيه وظيفة يؤديها فأدنا لا نكون مبالغين إذا قلنا أن المخرج هو قائد هذا الفريق

واقع البرامج الحوارية في الفضائيات العربية

واقع منه ما هو ايجابي ومنها ما هو سلبي يحتاج إلى إعادة النظر ويتضح ذلك في الآتي (٣٣)

- ١ - مع كثرت عدد الفضائيات العربية زاد عدد البرامج الحوارية التي تجذب عددا لأبأس به من المشاهدين ويكون ضيوفها محاورين من نخبة النخبة السياسية والثقافية
- ٢ - المواضيع التي تطرحها البرامج الحوارية مواضيع على مستويات عالية من الأهمية والحيوية
- ٣ - مع كثرة البرامج الحوارية وتعددتها على مختلف القنوات الفضائية العربية عجز المشاهد على متابعة العديد منها نظرا لتزامن معظمها في وقت بثها وعرضها رغم أن بعضها مفيد جدا
- ٤ - غالبية البرامج الحوارية تتبع سياسة القناة الفضائية المعلنة والتي غالبا ما تكون تابعة للدول التي تنطق منها وكلما كانت القناة متحررة من القيود المفروضة كانت برامجها أكثر قيمة
- ٥ - كثيرا ما يتم انتقاد البرامج الحوارية من خلال القول بأنها غير مجدية ولا تحترم آداب الحوار، ومبدأ قبول الآخر فضلا عن اتهام بعضها بأشغال الفتنة والنزاعات الفتوية (٣٤)

نتائج الدراسة

١ - الخصائص والسمات العامة للقوائم بالاتصال :

جدول رقم (١) توصيف مهام وطبيعة افراد القائم بالاتصال

مستوي الدلالة	قيمة كا ^٢	المجموع الكلي		الفراغين		Mbc مصر		الحياة		الفضائية المصرية		القناة الفضائية البدائل
		ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	
غير دالة	1.38	29	26	30.0	6	25.0	5	30.0	6	30.0	9	معد برامج
غير دالة	0.58	21	19	20.0	4	30.0	6	20.0	4	16.7	5	محرر
غير دالة	1.84	21	19	15.0	3	20.0	4	25.0	5	23.3	7	مقدم برامج
غير دالة	1.69	29	26	35.0	7	25.0	5	25.0	5	30.0	9	مخرج
غير دالة	3.33	100	90	100	20	100	20	100	20	100	30	المجموع
		2.17		2.00		2.80		2.80		9.80		قيمة كا ^٢
		غير دالة		غير دالة		غير دالة		غير دالة		دالة		دالتها

وتختص السمات العامة للقوائم بالاتصال بمتغير النوع والفئة العمرية ، وطبيعة ومهام العمل والوظيفة ، عدد سنوات الخبرة في المجال الإعلامي ، مكان العمل وقد قسم الباحث عينة الدراسة إلي أربعة مجموعات كالتالي ٣٠ مفردة للعاملين في برامج التوك شو بالفضائية المصرية ، ٢٠ مفردة للعاملين في برامج التوك شو بقناة Mbc مصر ، ٢٠ مفردة للعاملين في برامج التوك شو بقناة الفراعين حيث بلغ إجمالي عينة الدراسة ٩٠ مفردة للأربعة قنوات ويفسر زيادة مفردات العاملين بالفضائية المصرية التابعة للتلفزيون المصري لزيادة العاملين في التلفزيون المصري بصفة عامة حيث أن كل برنامج يقوم بالعمل فيه أكثر من فريق عمل علي مدار كل يوم في الأسبوع علي العكس من باقي القنوات الذي يعمل بها فريق عمل واحد علي مدار كل ايام الأسبوع فالعدد أقل بكثير من عدد العاملين بالتلفزيون المصري وفيما يتعلق بمتغير النوع بلغ عدد الذكور ٥٦ مفردة بنسبة ٦٢.٢ ٪ من إجمالي عينة الدراسة البالغ تعدادها ٩٠ مفردة ، بينما بلغ عدد الإناث ٣٤ مفردة بنسبة ٣٧.٨ ٪ من إجمالي عينة الدراسة ، وفيما يتعلق بمتغير الفئة العمرية جاءت أغلبية أعمار المبحوثين من ٣٠ عام إلي ٥٠ عام فيما بين القنوات الأربعة ، ومن حيث توصيف لطبيعة عمل كل عنصر من عناصر القوائم بالاتصال جاء علي النحو التالي ٢٦ معد برامج بنسبة ٢٩ ٪ ، ٢٦ مخرج بنفس النسبة السابقة ، ١٩ محرر بنسبة ٢١ ٪ من عينة الدراسة وبنفس النسبة السابقة ٢١ ٪ مقدم برامج بواقع ١٩ مقدم برامج

٢- المدى الزمني للخبرة في برامج التوك شو

كشفت الدراسة أن نسبة ٤١.١ ٪ من عينة الدراسة لديها خبرة كبيرة في العمل في مجال برامج التوك شو لمدة تزيد عن خمسة أعوام في حين جاء في المركز الثاني خبرة العاملين في مجال برامج التوك شو لثلاثة أعوام بنسبة ٢٦.٧ ٪ من عينة الدراسة وتلاها في الترتيب الثالث العمل لمدة عامين بنسبة ١٨.٩ ٪ وفي المركز الأخير العمل في مجال برامج التوك شو لمدة عام واحد بنسبة ١٣.٣ ٪

العوامل المؤثرة على ترتيب أولويات قضايا القائم بالاتصال في البرامج الحوارية

من عينة الدراسة ويتضح من النتائج السابقة أن برامج التوك شو يحتاج العمل فيها لقدر كبير من الحرفية والمهنية لذلك جاء بديل أكثر من خمسة أعوام في المركز الأول وبديل مدة عام واحد في المركز الأخير ويوضح الجدول التالي رقم (٢) النتائج السابقة .

جدول رقم (٢) المدي الزمني لخبرة القائم بالاتصال في برامج التوك شو

مستوي الدلالة	قيمة كا	المجموع الكلي		الضراعين		Mbc مصر		الحياة		الفضائية المصرية		القناة الفضائية البدائل
		ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	
غير دالة	2.0	13.3	12	10.0	2	15.0	3	10.0	2	16.7	5	عام واحد
غير دالة	7.7	18.9	17	40.0	8	25.0	5	20.0	4	0.0	0	عامين
غير دالة	1.0	26.7	24	25.0	5	25.0	5	30.0	6	26.7	8	ثلاثة أعوام
غير دالة	9.2	41.1	37	25.0	5	35.0	7	40.0	8	56.7	17	خمسة أعوام فأكثر
غير دالة	3.3	100	90	100	20	100	20	100	20	100	30	المجموع
		15.68		5.20		3.70		4.00		7.80		قيمة كا
		دالة		دالة		غير دالة		غير دالة		دالة		دالاتها

وقام الباحث باختبار النتائج السابقة من خلال قيمة كا ٢٤ لمحور مدي الخبرة الزمنية لعمل القائم بالاتصال في برامج التوك شو حيث بلغت قيمة كا ٢٤ بالنسبة لقناة الفضائية المصرية ٧.٨٠ وهي دالة إحصائياً عند مستوي دلالة ٠.٠٥ وعند درجة حرية تساوي ٣ بين بدائل محور مدي الخبرة الزمنية لعمل القائم بالاتصال في برامج التوك شو لصالح خمسة أعوام فأكثر حيث بلغ التكرار ١٧ بنسبة ٥٦.٦ % من عينة القناة ونسبة ١٨.٨ % من العينة الإجمالية للقنوات الأربعة ، وبلغت قيمة كا ٢٤ بالنسبة لقناة الضراعين ٥.٢٠ وهي دالة إحصائياً عند مستوي دلالة ٠.٠٥ وعند درجة حرية تساوي ٣ بين بدائل محور مدي الخبرة الزمنية لعمل القائم بالاتصال في برامج التوك شو لصالح عامين حيث بلغ التكرار ٨ بنسبة ٤٠ % من عينة القناة ونسبة ٨.٨ % من العينة الإجمالية للقنوات الأربعة ، وجاءت قيمة كا ٢٤ لباقي القنوات فيما يخص الفروق بين بدائل محور مدي الخبرة الزمنية لعمل القائم بالاتصال في برامج التوك شو غير دالة إحصائياً ، وفي المقابل جاءت قيم كا ٢٤ فيما بين القنوات الأربعة غير دالة إحصائياً .

٣ - دوافع العمل في البرامج الحوارية التوك شو

كشفت الدراسة أن أهم دوافع عمل القائم بالاتصال في البرامج الحوارية التوك شو أنها تقدم خدمة حقيقية للجمهور وتساهم في تشكيل معارفه ورأيه حيث جاء هذا الدافع في المركز الأول بالنسبة للأربعة قنوات كالتالي الفضائية المصرية بنسبة ٨.٣٧ % من عينة الدراسة ثم تلاها قناة الحياة بنسبة ٧.٣٨ % من عينة الدراسة وجاءت قناة Mbc مصر في نفس المرتبة الثالثة بنسبة ٦.٨٩ % وقناة الضراعين في المركز الأخير بنسبة متقاربة جدا من النتائج الأخرى تقدر ٥.٤١ % من عينة الدراسة وجاءت النتيجة الإجمالية من عينة الدراسة لهذا الدافع بنسبة ٢٨ % ويتفق ذلك مع أهمية البرامج الحوارية التوك شو ودورها في تقديم خدمة حقيقية للجمهور لتعريفه بالأخبار والأحداث اليومية التي تدور علي أرض الوطن وجاء في المركز الثاني دافع أجد نفسي في هذه البرامج بنسبة ١٦

% من عينة الدراسة حيث يعتب هذا الدافع من الأشياء الهامة التي تخص القائم بالاتصال وعمله في هذه البرامج حيث أنه من الصعب أن يعمل فرد من القائم بالاتصال في برنامج ولا يوجد أفضة بين البرنامج وطبيعته ، وجاء في المركز الثالث دافع برامج تتسم بنسبة المشاهدة العالية من قبل الجمهور بنسبة ١٤ % من إجمالي عينة الدراسة وتلاها في الترتيب بنسبة ١٢ % من إجمالي عينة الدراسة عمل مفروض من قبل القناة وان كان هذا الدافع يكون بشكل محدود جدا إلا أن القائم بالاتصال يجد عائقا أمامه في بعض الحالات فالقناة تفرض عليه هذا العمل بعد معرفة قدراته وإمكانياته المؤهلة لهذا العمل وخصوصا في القنوات الخاصة التي تتعاقد مع العاملين بها لتحقيق أهداف محددة لذلك تفرض عليهم العمل في هذه النوعية من البرامج لأنها من أهم البرامج التي تبني القناة وتضع لها مكانة وترتيب بين باقي القنوات الإعلامية الأخرى ، وفي المرتبة الأخيرة دافع التعرف تتيح لي الفرصة التعرف علي أماكن وبلاد لم أعرفها من قبل بنسبة ٤ % وبنفس النسبة السابقة برامج تحقق لمن يعمل بها التميز والشهرة ، ويوضح الجدول التالي رقم (٣) النتائج السابقة .

جدول رقم (٣) دوافع عمل القائم بالاتصال في البرامج الحوارية التوك شو

مستوي الدلالة	قيمة كاً	المجموع الكلي		الفراعين		Mbc مصر		الهيئة		الفضائية المصرية		القناة الفضائية البدائل
		ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	
غير دالة	4.3	16	32	16.7	6	11.7	7	13.0	6	21.3	13	أجد نفسي في هذه البرامج
غير دالة	1.3	28	57	30.6	11	23.3	14	32.6	15	27.9	17	تقدم خدمة حقيقية للجمهور وتساهم في تشكيل معارفه ورأيه
غير دالة	1.2	14	29	13.9	5	15.0	9	17.4	8	11.5	7	برامج تتسم بنسبة المشاهدة العالية
غير دالة	2.0	11	22	11.1	4	10.0	6	8.7	4	13.1	8	الشمول وتنوع مضمونها دون الالتزام بموضوعات محدودة
غير دالة	2.8	10	21	8.3	3	13.3	8	13.0	6	6.6	4	أعرف من خلالها كل ما هو جديد في مختلف مجالات الحياة
غير دالة	3.0	4	8	0.0	0	5.0	3	4.3	2	4.9	3	تتيح لي الفرصة التعرف علي أماكن وبلاد لم
غير دالة	0.3	4	9	5.6	2	3.3	2	4.3	2	4.9	3	برامج تحقق لم يعمل بها التميز والشهرة
غير دالة	5.6	12	25	13.9	5	18.3	11	6.5	3	9.8	6	عمل مفروض من قبل القناة
دالة	8.5	100	203	100	36	100	60	100	46	100	61	المجموع
		65.35		11.66		14.66		15.82		14.62		قيمة كاً
		دالة		دالة		دالة		دالة		دالة		دالاتها

٤ - الموضوعات والقضايا التي يركز عليها القائم بالاتصال في الوقت الحالي

كشفت الدراسة أن أكثر الموضوعات والقضايا التي تركز عليها القناة في الوقت الحالي جاءت علي النحو التالي الحرب علي الإرهاب بنسبة ١٨,٣٨ % من عينة الموضوعات والقضايا وتلاها في الترتيب قضية تعديل الدستور بنسبة متقاربة جدا بنسبة ١٨ % وفي المركز الثالث جاء قضية أزمة الوقود والطاقة بنسبة ١٢ % ، وتلاها في الترتيب قضية محاكمة الرئيس المعزول بنسبة ١١ % ، وفي

العوامل المؤثرة علي ترتيب اولويات قضايا القائلم بالاتصال في البرامج الحوارية

المركز الأخير قضية الانتخابات الرئاسية بنسبة ٤ % من عينة الموضوعات والقضايا ، ومن خلال النتائج السابقة يتضح أنها جاءت عاكسة للأحوال والظروف التي تمر بها البلاد حيث جاء مطلب مصر تحارب الإرهاب في الترتيب الأول بعد انتشار الكثير من العمليات الإرهابية والتفجيرية في مختلف المحافظات والميادين من قتل وخطف للجنود المصريين سواء علي أرض سيناء كسقوط مروحية الجيش بسيناء علي يد الإرهاب واستشهاد طاقمها بالكامل أو داخل المحافظات كما حدث مؤخرا من تفجيرات مديرية أمن الدقهلية ومدين أمن القاهرة الذي امتد التفجير ليصيب المتحف الإسلامي ومقتل جنود الشرطة العسكرية بمحافظة القليوبية ، وأيضا من الطبيعي أن تأتي قضية تعديل الدستور في الترتيب التالي حيث أن البحث طبق في فترة متقاربة جدا من الحديث عن التعديلات الدستورية والاستعداد لاستفتاء الشعب المصري عليها بعد ثورة ٣٠ يونيو ويوضح الجدول التالي رقم (٤) النتائج السابقة .

جدول (٤) الموضوعات والقضايا التي تركز عليها القناة من وجهة نظر القائلم بالاتصال

مستوي الدلالة	قيمة كاً	المجموع الكلي		الضراعين		Mbc مصر		الحياة		الفضائية المصرية		القناة الفضائية البدائل
		ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	
غير دالة	0.2	18	55	25.0	15	16.0	13	21.9	14	12.4	13	تعديل الدستور
غير دالة	1.0	4	11	5.0	3	2.5	2	3.1	2	3.8	4	الانتخابات الرئاسية
غير دالة	0.9	18	57	28.3	17	17.3	14	18.8	12	13.3	14	الحرب علي الإرهاب
دالة	16.3	12	37	3.3	2	9.9	8	12.5	8	18.1	19	أزمة الوقود والطاقة
غير دالة	2.0	9	28	13.3	8	8.6	7	6.3	4	8.6	9	تأجيل الامتحانات وتعليق الدراسة
دالة	12.2	9	29	0.0	0	11.1	9	10.9	7	12.4	13	غلاء الأسعار والتسعيرة الجبرية
دالة	19.2	10	31	0.0	0	9.9	8	9.4	6	16.2	17	أزمة المرور
غير دالة	1.3	9	27	8.3	5	11.1	9	9.4	6	6.7	7	التظاهرات والاعتصامات
غير دالة	2.4	11	35	16.7	10	13.6	11	7.8	5	8.6	9	محاكمة الرئيس المعزول
دالة	16.2	100	310	100.0	60	100.0	81	100.0	64	100.0	105	المجموع
			47.21	23.53		15.70		18.25		22.40		قيمة كاً
			دالة	غير دالة		غير دالة		غير دالة		غير دالة		دالاتها

٥ - المعايير التي يتم علي أساسها اختيار القناة لهذه الموضوعات

جدول رقم (٥) المعايير التي يتم علي أساسها اختيار القائم بالاتصال لهذه الموضوعات

مستوي الدلالة	قيمة كا ^٢	المجموع الكلي		الفراعين		Mbc مصر		الحياة		الفضائية المصرية		القناة الفضائية البدائل
		ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	
غير دالة	4.5	38	64	34.8	16	28.6	10	44.4	16	41.5	22	تتواكب مع الإحداث الجارية
غير دالة	3.2	25	43	26.1	12	22.9	8	22.2	8	28.3	15	تعكس مشكلات المواطنين
غير دالة	2.4	11	18	15.2	7	14.3	5	8.3	3	5.7	3	تتفق مع سياسة القناة التحريرية
غير دالة	2.1	8	13	8.7	4	5.7	2	5.6	2	9.4	5	تتفق مع الآداب العامة وتقاليد وقيم المجتمع
غير دالة	1.4	15	25	8.7	4	17.1	6	19.4	7	15.1	8	تتسم بالإنزاج ولا تحدث فرقة وفتنة طائفية
دالة	7.3	4	7	6.5	3	11.4	4	0.0	0	0.0	0	تحقق عائد إعلاني ودخل للقناة
غير دالة	5.2	100	170	100.0	46	100.0	35	100.0	36	100.0	53	المجموع
		81.01		10.73		7.00		17.05		23.13		قيمة كا ^٢
		دالة		دالة		غير دالة		دالة		دالة		دالتها

قام الباحث باختبار النتائج السابقة من خلال قيمة كا^٢ ٢٤ لمحور معايير اختيار موضوعات ومضامين البرامج الحوارية في الفضائية المصرية والتي جاءت بنسبة ٢٣.١٣ وهي دالة عند مستوي دلالة ٠.٠٥ ودرجة حرية تساوي ٥ بين البدائل وبعضها لصالح تتواكب مع الإحداث الجارية علي الساحة حيث بلغ التكرار ٢٢ وبنسبة ١٢.٩٤ % من عينة الدراسة ، وفي القناة الثانية قناة الحياة جاءت قيمة كا^٢ ٢٤ بنسبة ١٧.٠٥ وهي دالة عند مستوي دلالة ٠.٠٥ ودرجة حرية تساوي ٥ بين البدائل وبعضها لصالح تتواكب مع الإحداث الجارية علي الساحة حيث بلغ التكرار ١٦ وبنسبة ٩.٤١ % من عينة الدراسة ، وفي القناة الثالثة قناة Mbc مصر جاءت قيمة كا^٢ ٢٤ غير دالة فيما بين البدائل وبعضها ، وفي القناة الرابعة قناة الفراعين جاءت قيمة كا^٢ ٢٤ بنسبة ١٠.٧٣ وهي دالة عند مستوي دلالة ٠.٠٥ ودرجة حرية تساوي ٥ بين البدائل وبعضها لصالح تتواكب مع الإحداث الجارية علي الساحة حيث بلغ التكرار ١٦ وبنسبة ٩.٤١ % من عينة الدراسة وجاءت قيمة كا^٢ للمجموع الكلي بنسبة ٨١.٠١ وهي دالة عند مستوي دلالة ٠.٠٥ ودرجة حرية تساوي ٥ بين البدائل وبعضها لصالح تتواكب مع الإحداث الجارية علي الساحة حيث بلغ التكرار ٦٤ وبنسبة ٣٨ % من عينة الدراسة وفي المقابل جاءت قيمة كا^٢ ٢٤ للفروق فيما بين البدائل والقنوات بنسبة ٧.٣ وهي دالة عند مستوي دلالة ٠.٠٥ ودرجة حرية تساوي ٣ بين البدائل وبعضها والقنوات لصالح تحقق عائد إعلاني ودخل للقناة لصالح قناة Mbc مصر حيث بلغ التكرار ٤ وبنسبة ٢.٣٥ % ، في حين جاءت باقي البدائل غير دالة فيما بين القنوات الأربعة ومعايير الاختيار .

٦ - المصادر التي تحصل من خلالها علي الموضوعات والقضايا في البرامج الحوارية

جدول رقم (٦) المصادر التي يحصل من خلالها القائم بالاتصال علي الموضوعات والقضايا في البرامج الحوارية

مستوي الدلالة	قيمة كاً	المجموع الكلي		الفرعين		Mbc مصر		الحياة		الفضائية المصرية		القناة الفضائية البديل
		ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	
دالة	8.7	24	48	21.3	10	15.0	6	36.4	12	25.3	20	الصحف والمجلات
غير دالة	5.4	26	51	31.9	15	27.5	11	21.2	7	22.8	18	الشارع والبيئة المحيطة
دالة	9.0	30	59	23.4	11	37.5	15	27.3	9	30.4	24	المواقع الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي
غير دالة	3.2	6	11	6.4	3	5.0	2	3.0	1	6.3	5	الإذاعة
غير دالة	4.7	15	30	17.0	8	15.0	6	12.1	4	15.2	12	التلفزيون
دالة	24.9	100	199	100.0	47	100.0	40	100.0	33	100.0	79	المجموع
		37.35		8.21		9.40		11.09		13.97		قيمة كاً
		غير دالة		دالة		دالة		دالة		دالة		دالاتها

كشفت الدراسة أن أكثر المصادر التي يحصل عليها القائم بالاتصال علي الموضوعات والقضايا التي يطرحها داخل برنامجه هي المواقع الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ٣٠ % ، وتلاها في الترتيب الشارع والبيئة المحيطة بنسبة ٢٦ % ، وفي المركز الثالث الصحف والمجلات بنسبة ٢٤ % ، وفي المركز الأخير كمصدر للحصول علي الموضوعات والقضايا ما تطرحه الإذاعة في برامجها بنسبة ٦ % ، ويتضح من النتائج السابقة من حيث وقوع المواقع الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي في المركز الأول والذي يعطي مؤشر كبير وفي بالغ الأهمية عن كثرة استخدام الشعب المصري لهذه النوعية من المواقع ودورها الكبير في ثورتي الشعب المصري لما تملكه من سرعة الوصول والانتشار بين أفراد الشعب المصري وتناول هذه المواقع لكل ما يمس حياة المواطن المصري سواء كان ذلك علي سبيل ألقاء الضوء علي ممارسات معينة أو بشكل من الفكاهة والسخرية التي تنتشر بشكل سريع جدا فيما بين المستخدمين عن طريق المشاركة في النشر أو الإعجاب أو كتابة تعليق والذي أدرك القائم بالاتصال ذاته بخطورة هذه المواقع واعتبارها مصر للموضوعات والقضايا للمجتمع المصري فهذه المواقع ليس فيها إخفاء لشيء ما بل المعلومة بتناقلها الجميع ولا يعرف مدى صحتها ومن هنا جاء دور القائم بالاتصال في برامج التوك شو للتأكد من صحة هذه المعلومات ودقتها

٧- الضغوط والعوامل المؤثرة علي القائم بالاتصال في البرامج الحوارية بشكل دائم

كشفت الدراسة عن مجموعة من الضغوط والعوامل التي تؤثر علي القائم بالاتصال وعمله في البرامج الحوارية بشكل دائم متمثلة في العوامل التالية حيث جاء في الترتيب الأول ضرورة الرضوخ للسياسة التحريرية للقناة بنسبة ٢٥ % وتلاها في الترتيب الثاني نقص الموارد والإمكانيات بنسبة ١٢.١ % ، وفي المركز الثالث تعدد آراء الرؤساء والمشرفين بنسبة ١١.٥٣ % ، وفي الترتيب الرابع تدخل العلاقات الشخصية والوساطة في العمل بنسبة ١٠.٨٩ % وفي الترتيب الخامس ضغوط من زملاء العمل وعدم التعاون فيما بينهم ٧.٦٩ % ، وفي الترتيب السادس تغيير الموضوع المطروح قبل الإذاعة بدقائق بنسبة ٦.٤١ %

% في حين باقي الضغوط في مراكز متلاحقة بنسب متقاربة فيما بينها وهي تخص الضيوف واعتذارهم عن الحضور وفي الترتيب الأخير تلقي مكالمات هاتفية من أحد أفراد الجمهور بشكل فيه هجوم علي القناة والبرنامج بنسبة ٢.٢٨ %، ويتضح من النتائج السابقة أن ضرورة الرضوخ للسياسة التحريرية من أهم العوامل التي تؤثر علي عمل القائم بالاتصال فلا يمكن للقائم بالاتصال أن يقدم موضوع أو قضية أو شئ ما إذا تعارض مع سياسة القناة المتعارف عليها حتى لو كان هذا الرأي هو الرأي الصواب والحقيقي لذلك القائم بالاتصال دائما يفكر فيما يطرحه هل سيتناسب مع القناة أم أنها ستتعارض فلن تقدم وفي بعض الحالات إذا حدث أسرار من قبل القائم بالاتصال نجد أنه يعلن استقلاله وانسحابه من القناة لأنه لم يعطي الفرصة لكي يقدم الحقيقة، وتعتبر الإمكانيات المادية من العوامل التي تقف دائما حائلا في تحقيق أهداف كل قناة وأهداف العاملين بها حيث أن التخطيط في كل قناة يكون وفق المتاح من إمكانيات لذلك يتم تجاهل قضايا وموضوعات لأنها تحتاج تكلفة عالية ونفقات وإمكانيات غير متاحة، ويضاف إذا ذلك تدخل الرؤساء والمشرفين في العمل ويظهر هذا العنصر بشكل واضح في القنوات الحكومية حيث يتعدد الرؤساء لكل قناة من رئيس قناة ونواب له ورئيس إدارة ورئيس حزمة برامجية ومنفذ عام للبرنامج وبين كل هذا قد تتعارض الآراء وتختلف ويزداد التدخل من قبلهم بشكل يؤثر علي سير العمل وعرقلته وليس بشكل ميسر للعمل وقد يمتد أيضا تدخلهم في توزيع الأدوار والمهام وفقا للوساطة والعلاقات الشخصية، وفيما يخص التعاون بين الزملاء يعتبر ذلك العنصر من أهم عناصر نجاح أي برنامج تليفزيوني هو مدي التعاون والتفاهم فيما بين العاملين فيه وفي حالة حدوث العكس والاختلاف يؤثر ذلك علي البرنامج وخروجه بالشكل الجيد والذي يحقق النجاح لذلك نري دائما أن فريق العمل يتم اختياره عن طريق المعرفة المسبقة بكل فرد بداخله وارتياح كل فرد للأخر فنري فرق العمل تنتقل مع بعضها البعض من برنامج لبرنامج آخري وأحيانا من قناة إلي قناة آخري دون أن يدخل بينها عناصر جديدة إلا في أضيق الحدود، وما يربك حسابات أي برنامج والعاملين بداخله هو تغير الموضوع المطروح والمضمون قبل وقت الإذاعة بوقت غير كاف طبقا لأحداث مفاجئة أو الحصول علي تعليمات بعدم تناول الموضوع لذلك يتطلب من العاملين بالبرنامج المرونة والتأقلم بسرعة مع هذه الأحداث المفاجئ، وقام الباحث باختبار النتائج السابقة من خلال قيمة كا ٢٤ لمحور الضغوط والعوامل المؤثرة علي القائم بالاتصال في البرامج الحوارية بشكل دائم والتي جاءت بنسبة ٦.٩ وهي دالة عند مستوى دلالة ٠.٠٥ ودرجة حرية تساوي ٣ بين ومجموعة الضغوط لصالح نقص الموارد والإمكانيات لصالح الفضائية المصرية والفرعين حيث بلغ التكرار لكل منهم ٧ وبنسبة ٤.٤٨ % من عينة الدراسة

جدول رقم (٧) الضغوط والعوامل المؤثرة علي القائم بالاتصال في البرامج الحوارية بشكل دائم

مستوي الدلالة	قيمة كآ	المجموع الكلي		الفراغين		Mbc مصر		الحياة		الفضائية المصرية		القناة الفضائية البدائل
		ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	
دالة	6.9	12.1	19	17.1	7	9.8	5	0.0	0	17.9	7	نقص الموارد والإمكانيات
دالة	7.8	11.53	18	9.8	4	15.7	8	0.0	0	15.4	6	تعدد آراء الرؤساء والمشرفين
غير دالة	4.7	7.69	12	9.8	4	9.8	5	0.0	0	7.7	3	افتقاد العمل لأسلوب إداري محدد
غير دالة	2.1	10.89	17	12.2	5	11.8	6	8.0	2	10.3	4	تدخل العلاقات الشخصية والوساطة في العمل
غير دالة	0.5	25	39	24.4	10	21.6	11	40.0	10	20.5	8	ضرورة الرضوخ للسياسة التحريرية
غير دالة	3.0	10.89	17	14.6	6	5.9	3	8.0	2	15.4	6	نمط الملكية للقناة
غير دالة	1.3	7.69	12	4.9	2	7.8	4	16.0	4	5.1	2	ضغوط من زملاء العمل وعدم التعاون
غير دالة	4.4	6.41	10	2.4	1	9.8	5	12.0	3	2.6	1	تغير الموضوع المطروح قبل الإذاعة
غير دالة	2.7	4.48	7	4.9	2	5.9	3	8.0	2	0.0	0	اعتذار أحد الضيوف قبل الهواء بوقت قصير
دالة	6.0	1.28	2	0.0	0	0.0	0	8.0	2	0.0	0	تلقي مكالمة هاتفية من الجمهور بشكل فيه هجوم
غير دالة	3.7	1.9	3	0.0	0	2.0	1	0.0	0	5.1	2	تلقي أوامر بعدم التحدث في هذا الموضوع وتناوله
دالة	8.8	100	156	100	41	100	51	100.0	25	100.0	39	المجموع الكلي
		80.53		8.68		17.49		5.24		14.66		قيمة كآ
		غير دالة		غير دالة		غير دالة		غير دالة		غير دالة		دالتها

٨- مدى الرضا الوظيفي للعاملين في البرامج الحوارية عن هذه العبارات بدرجة كبيرة

كشفت الدراسة عن مدى الرضا الوظيفي لدي القائم بالاتصال من خلال موافقته علي بعض العبارة بدرجة كبيرة ومن خلال تعرضه لمجموعة من العوامل والضغوط أثناء عمله بشكل دائم وجاءت النتائج علي النحو التالي مقسمة لعناصر تمثل جانب ايجابي ومعدل ارتياح للعاملين ، وعناصر تمثل جانب سلبي ومعدل غضب واستياء وعدم رضي من قبل العاملين حيث جاءت العوامل التي تمثل الجانب السلبي في المراكز الأولى بنسب متقدمة علي النحو التالي تدخل الرؤساء في الترشح للدورات التدريبية والسفريات بنسبة ٢٢,٦ ٪ من عينة الدراسة وتلاها في الترتيب توجد فجوة كبيرة بين أجور العاملين في البرامج الحوارية من قناة إلي أخرى بنسبة ١٩,٢ ٪ ، وفي الترتيب الأخير تدخل العلاقات الشخصية والوساطة في توزيع العمل بنسبة ١٥,١ ٪ ، وعلي الجانب الآخر جاءت العناصر التي تمثل الجانب الإيجابي ومعدل ارتياح للعاملين علي النحو التالي وجود تعاون بينك وبين زملائك في العمل بنسبة ٢١,٩ ٪ ، وتلاها عدد ساعات العمل متناسب من طبيعة عملك بنسبة ١١,٦ ٪ وفي الترتيب الثالث أجور العاملين في البرامج الحوارية تتناسب مع الجهد المبذول بنسبة ٦,٢ ٪ ، وفي الترتيب الأخير الأجور والمكافآت المالية التي تحصل عليها متناسبة مع وضعك الاجتماعي

وعملك كأعلامي بنسبة ٣.٤ %، ويتضح من النتائج السابقة أن العناصر التي تمثل جانب سلبي ومعدل غضب واستياء وعدم رضي من قبل العاملين جاءت موافقة عينة الدراسة عليها بدرجة كبيرة حيث أن الترشح للدورات التدريبية والسفريات يكون من قبل رؤساء القناة في حين يري القائم بالاتصال أن هذا من حق جميع العاملين وكل فرد له الفرصة في السفر والدورات التدريبية مثل باقي زملائه وفيما يخص توجد فجوة كبيرة بين أجور العاملين في البرامج الحوارية من قناة إلي أخرى حيث أنه من الطبيعي أن تختلف الأجور من قناة إلي أخرى فأجور العاملين بالتلفزيون الحكومي أقل من أجور العاملين بالقنوات الخاصة و لكن ليس من الطبيعي حدوث الفجوة بشكل كبير ملفت للنظر حينما بين العاملين وبعضهم مقابل الجهد الذي يبذله مقارنة بغيره في قناة أخرى مما يسبب له نوع من عدم الرضا والخمول في عمله وعدم إنجازه بالشكل الجيد ، وعلي الجانب الأخر العناصر التي تمثل الجانب الإيجابي ومعدل ارتياح للعاملين جاء عنصر وجود تعاون بينك وبين زملائك في العمل عاكسا لأهمية ذلك العنصر في أي برنامج كما قلت من قبل أن فرق العمل تبني علي أساس التفاهم والتعاون فيما بينها فنجد أن الفريق ينتقل بأكمله من برنامج لآخر ومن قناة إلي أخرى أحيانا وفيما يخص عدد ساعات العمل متناسب من طبيعة العمل حيث أن معظم العاملين في البرامج الحوارية يكتفي بالعمل بالبرامج الحوارية فقط ، ويوضح الجدول التالي رقم (٨) النتائج السابقة .

جدول رقم (٨) مدى الرضا الوظيفي للعاملين في البرامج الحوارية

البدائل	القناة الفضائية		الفضائية المصرية		الحياة		Mbc مصر		الفراغين		المجموع الكلي		قيمة كا ^٢	مستوي الدلالة
	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك		
	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك		
أجور العاملين تتناسب مع الجهد المبذول	4	9.3	0	0.0	5	11.9	0	0.0	9	6.2	9	6.2	9.2	دالة
توجد فجوة كبيرة بين أجور العاملين من قناة إلي أخرى	8	18.6	6	15.0	7	16.7	7	33.3	28	19.2	28	19.2	0.3	غير دالة
تدخل العلاقات الشخصية والوساطة في توزيع العمل	6	14.0	2	5.0	10	23.8	4	19.0	22	15.1	22	15.1	6.4	غير دالة
تدخل الرؤساء في الترشح للدورات التدريبية والسفريات	9	20.9	11	27.5	10	23.8	3	14.3	33	22.6	33	22.6	4.7	غير دالة
وجود تعاون بينك وبين زملائك	7	16.3	15	37.5	5	11.9	5	23.8	32	21.9	32	21.9	8.5	دالة
عدد ساعات العمل متناسب مع عملك	8	18.6	4	10.0	3	7.1	2	9.5	17	11.6	17	11.6	4.9	غير دالة
الأجور والمكافآت المالية التي تحصل عليها متناسبة مع وضعك الاجتماعي	1	2.3	2	5.0	2	4.8	0	0.0	5	3.4	5	3.4	2.2	غير دالة
المجموع الكلي	43	100	40	100.0	42	100	21	100	146	100.0	146	100.0	8.9	دالة
قيمة كا ^٢				18.25		11.75		24.90		35.04		35.04		
دالتها		دالة		دالة		دالة		غير دالة		دالة		دالة		

٩- مقترحات القائم بالاتصال لتطوير البرنامج الحوارية

جدول رقم (٩) مقترحات القائم بالاتصال لتطوير البرنامج الحوارية

مستوي الدلالة	قيمة كاً	المجموع الكلي		الفراغين		Mbc مصر		الحياة		القضائية المصرية		القناة الفضائية البدائل
		ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	
دالة	13.4	19.4	52	18.2	12	٢٢,٠	9	17.5	7	19.8	24	مزيد من الحرية والشفافية
غير دالة	3.9	15.7	42	10.6	7	١٩,٥	8	30.0	12	12.4	15	مزيد من البحث والثقافة في مختلف المجالات
دالة	10.8	11.2	30	0	0	٢٢,٠	9	22.5	9	9.9	12	تكوين فرق عمل برامجية متجانسة
دالة	30.6	10.4	28	16.7	11	0	0	0	0	14.0	17	توفير أجهزة SNG للسرعة في نقل الحدث
دالة	14.0	14.2	38	13.6	9	14.6	6	10.0	4	15.7	19	تحديث الديكورات والأستوديو بشكل مستمر
دالة	8.2	19.4	52	21.2	14	22.0	9	10.0	8	17.4	21	رفع ميزانيات البرنامج
دالة	26.0	9.7	26	19.7	13	0	0	0	0	10.7	13	الاستعانة بضيوف أكثر تخصصا
دالة	64.0	100	268	100	66	100	41	100	40	100	121	المجموع
		98.0		3.09		19.65		4.25		6.56		قيمة كاً
		دالة		غير دالة		دالة		غير دالة		غير دالة		دالتها

كشفت الدراسة أن من أهم مقترحات القائم بالاتصال لتطوير البرامج الحوارية هو مزيد من الحرية والشفافية بنسبة ١٩.٤٪ حيث أن القائم بالاتصال دائما يطلب من ما يمثل الرقيب بإعطائه مزيد من الحرية لتناول مختلف القضايا والموضوعات دون التقييد بشروط معينة أو إغلاق لبرامج أو كبت للحريات ، وجاء بنفس النسبة السابقة كمقترح لتطوير البرنامج الحوارية رفع ميزانيات البرنامج فكلما ارتفعت ميزانية البرنامج أعطى المجال للعاملين فيه للإبداع والتحرك في نطاق أوسع وتغطية قضايا جديدة علي عكس ما يحدث ميزانيات محدودة فالتفكير والتحرك يكون في نطاق محدود فيتناول القائم بالاتصال قضايا بعينها ويتجاهل قضايا أخرى نظرا لتفوقها علي إمكانيات القناة والبرنامج وفي المركز الثاني مزيد من البحث والثقافة في مختلف المجالات بنسبة ١٥.٢٪ حيث أن نجاح أي برنامج يكون من خلال العاملين بداخله وبالأخص ما يملكه من مادة ومضمون مجمعة من قبل المعدين والمحررين ويتطلب ذلك المزيد من البحث والإطلاع في مختلف المجالات وينبغي أن توفر القناة للعاملين بها ذلك من خلال أرشيفها ومكاتبها العلمية ومراكز المعلومات المتصلة بشبكة الانترنت لكي تسهل عملية الإطلاع والبحث للعاملين ، وفي المركز الثالث جاء تحديث الديكورات والأستوديو بشكل مستمر بنسبة ١٤.٢٪ حيث أن الجمهور يمل دائما من شكل الديكور الثابت الذي لا يتغير لفترات طويلة لذلك اقترح القائم بالاتصال بتغيير وتحديث الأستوديو كل فترة لكي لا يمل الجمهور وأيضا العاملين بالبرنامج الذين يملون من نمطية الديكور والأستوديو وجاء بنسبة ١٠.٤٪ مطلب توفير أجهزة SNG للسرعة في نقل الحدث حيث أن معظم البرامج الحوارية تحب أن تخرج لجمهورها بالحدث من مكان وقوعه بشكل فوري ومباشر و قام القائم بالاتصال

بتقديم حلول مؤقتة له للتغلب علي ذلك من خلال الإذاعة عبر برامج الانترنت مثل skype وبرامج الشات الأخرى التي تكون الخدمة بها غير جيدة إلا أن القائم بالاتصال يراها حل وبديل مؤقت وفي المقابل نري بعض القنوات الخاصة تملك أكثر من جهاز بث تبهر به جمهورها من خلال تنقلها بين البلدان والمناطق والإذاعة في نفس توقيت وقوع الحدث، وجاء في المركز الأخير لتطوير البرامج الحوارية من خلال الاستعانة بضيوف أكثر تخصصا بنسبة ٩.٧% وذلك من خلال محاولة إقناع القناة للضيوف المتخصصين في مختلف المجالات والمشاهير والنجوم للحضور والمشاركة في البرنامج الحوارى بشتى الطرق والوسائل مما يحقق نجاح للبرنامج الحوارى والعاملين به .

نتائج افروض الدراسة

الفرض الأول: يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تعرض القائم بالاتصال لضغوط العمل وفقا لنمط الملكية

قام الباحث بحساب المتوسطات والانحرافات المعيارية لتعرض القائم بالاتصال لضغوط العمل وفقا لنمط ملكية القنوات، والجدول التالي يلخص هذه النتائج.

جدول (١٠) المتوسطات والانحرافات المعيارية لتعرض القائم بالاتصال لضغوط العمل وفقا لنمط الملكية

القناة	المتوسط	الانحراف المعياري
الفضائية المصرية	13.8182	2.96034
الحياة	9.0909	4.52669
mbc مصر	8.7273	3.95198
الفراعين	9.0000	3.09839

يتضح من النتائج التي يلخصها الجدول السابق أن هناك فروقا بين تعرض القائم بالاتصال لضغوط العمل وفقا لنمط ملكية القنوات (الفضائية المصرية، الحياة، mbc مصر، الفراعين)، ويستدل علي ذلك من نتائج مقارنة المتوسطات والانحرافات المعيارية.

ولا اختبار صحة الفرض تم حساب تحليل التباين الأحادي للفروق بين تعرض القائم بالاتصال لضغوط العمل وفقا لنمط ملكية القنوات وذلك علي النحو التالي:

جدول (١١) نتائج تحليل التباين الأحادي للفروق بين متوسطات تعرض القائم بالاتصال لضغوط العمل

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوي الدلالة
بين المجموعات	197.159	3	65.720	4.826	.006
داخل المجموعات	544.727	40	13.618		
التباين الكلي	741.886	43			

يتضح من الجدول السابق أن قيمة "ف" (٤,٨٢٦) وهي دالة عند مستوى ٠,٠٥ مما يعني أن هناك فروقا دالة إحصائيا بين متوسطات تعرض القائم بالاتصال لضغوط العمل وفقا لنمط ملكية القنوات ولتحديد اتجاه الفروق قام الباحث بتطبيق اختبار شافيه للمقارنات المتعددة وذلك علي النحو التالي:

جدول (١٢) يوضح الفروق بين المتوسطات باستخدام اختبار شافيه للمقارنات المتعددة بين متوسطات تعرض القائم بالاتصال لضغوط العمل وفقا لنمط ملكية القنوات

الفراغين ٩,٠٠ = م	Mbc مصر ٨,٧٢ = م	الحياة ٩,٠٩ = م	الفضائية المصرية ١٣,٨١ = م	
* ٤,٨١	* ٥,٠٩	* ٤,٧٢		الفضائية المصرية ١٣,٨١ = م
٠,٠٩	٠,٣٦			الحياة ٩,٠٩ = م
٠,٢٧				Mbc مصر ٨,٧٢ = م
				الفراغين ٩,٠٠ = م

نتبين من النتائج التي يلخصها الجدول السابق أنه توجد هناك فروقا دالة بين متوسطات تعرض القائم بالاتصال لضغوط العمل وفقا لنمط ملكية القنوات لصالح القائم بالاتصال في القناة الفضائية المصرية ،

وبذلك يتم قبول الفرض الأول من فروض البحث.

الفرض الثاني: يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل الرضا الوظيفي للقائم بالاتصال وفقا لنمط ملكية القنوات

قام الباحث بحساب المتوسطات والانحرافات المعيارية لمعدل مستوى الرضا الوظيفي للقائم بالاتصال وفقا لنمط ملكية القنوات، والجدول التالي يلخص هذه النتائج.

جدول (١٣) المتوسطات والانحرافات المعيارية لمعدل مستوى الرضا الوظيفي للقائم بالاتصال

الانحراف المعياري	المتوسط	القناة
2.79455	6.1429	الفضائية المصرية
5.43796	5.7143	الحياة
3.16228	6.0000	mbc مصر
2.58199	3.0000	الفراغين

يتضح من النتائج التي يلخصها الجدول السابق أن هناك فروقا بين متوسطات معدل مستوي الرضا الوظيفي للقائم بالاتصال وفقا لنمط ملكية القنوات (الفضائية المصرية، الحياة، mbc مصر، الفراعين) ، ويستدل علي ذلك من نتائج مقارنة المتوسطات والانحرافات المعيارية. ولاختبار صحة الفرض تم حساب تحليل التباين الأحادي للفروق بين متوسطات معدل مستوي الرضا الوظيفي للقائم بالاتصال وفقا لنمط ملكية القنوات وذلك علي النحو التالي:

جدول (١٤) نتائج تحليل التباين الأحادي للفروق بين متوسطات معدل الرضا الوظيفي للقائم بالاتصال

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوي الدلالة
بين المجموعات	46.429	3	15.476	1.145	.351
داخل المجموعات	324.286	24	13.512		
التباين الكلي	370.714	27			

يتضح من الجدول السابق أن قيمة "ف" (١,١٤) وهي غير دالة عند مستوي ٠,٠٥ مما يعني أنه لا توجد هناك فروقا دالة إحصائيا بين متوسطات معدل مستوي الرضا الوظيفي للقائم بالاتصال وفقا لنمط ملكية القنوات

ولتحديد اتجاه الفروق الغير معنوية قام الباحث بتطبيق اختبار شافيه للمقارنات المتعددة

جدول (١٥) يوضح الفروق بين المتوسطات باستخدام اختبار شافيه للمقارنات المتعددة

بين متوسطات معدل مستوي الرضا الوظيفي للقائم بالاتصال وفقا لنمط ملكية القنوات

الفراعين م=٣,٠٠	Mbc مصر م=٦,٠٠	الحياة م=٥,٧١	الفضائية المصرية م=٦,١٤	
٣,١٤	٠,١٤	٠,٤٢		الفضائية المصرية م=٦,١٤
٢,٧١	٠,٢٨			الحياة م=٥,٧١
٣,٠٠				Mbc مصر م=٦,٠٠
				الفراعين م=٣,٠٠

وبذلك يتم قبول الفرض الثاني من فروض البحث

الفرض الثالث: يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اعتماد القائم بالاتصال علي وسائل الإعلام الجديدة واستخدامه للتقنيات الحديثة وفقا لنمط ملكية القنوات

قام الباحث بحساب المتوسطات والانحرافات المعيارية اعتماد القائم بالاتصال علي وسائل الإعلام الجديدة واستخدامه للتقنيات الحديثة وفقا لنمط ملكية القنوات، والجدول التالي يلخص هذه النتائج.

جدول (١٦) المتوسطات والانحرافات المعيارية لاعتماد القائم بالاتصال علي وسائل الإعلام الجديدة واستخدامه للتقنيات الحديثة وفقا لنمط ملكية القنوات

القناة	المتوسط	الانحراف المعياري
الفضائية المصرية	9.8824	5.45301
الحياة	8.6471	5.06139
mbc مصر	6.7059	3.82042
الفراعين	6.0000	3.14245

يتضح من النتائج التي يلخصها الجدول السابق أن هناك فروقا بين اعتماد القائم بالاتصال علي وسائل الاعلام الجديدة واستخدامه للتقنيات الحديثة وفقا لنمط ملكية القنوات (الفضائية المصرية، الحياة، mbc مصر، الفراعين) ، ويستدل علي ذلك من نتائج مقارنة المتوسطات والانحرافات المعيارية.

ولاختبار صحة الفرض تم حساب تحليل التباين الأحادي للفروق بين اعتماد القائم بالاتصال علي وسائل الإعلام الجديدة واستخدامه للتقنيات الحديثة وفقا لنمط ملكية القنوات وذلك علي النحو التالي:

جدول (١٧) نتائج تحليل التباين الأحادي للفروق بين متوسطات اعتماد القائم بالاتصال علي وسائل الإعلام الجديدة واستخدامه للتقنيات الحديثة وفقا لنمط ملكية القنوات

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوي الدلالة
بين المجموعات	161.338	3	53.779	2.695	.053
داخل المجموعات	1277.176	64	19.956		
التباين الكلي	1438.515	67			

يتضح من الجدول السابق أن قيمة "ف" (٢,٦٩٥) وهي دالة عند مستوي ٠,٠٥ مما يعني أن هناك فروقا دالة إحصائيا بين متوسطات اعتماد القائم بالاتصال علي وسائل الأعلام الجديدة واستخدامه للتقنيات الحديثة وفقا لنمط ملكية القنوات ولتحديد اتجاه الفروق قام الباحث بتطبيق اختبار شافيه للمقارنات المتعددة وذلك علي النحو التالي:

جدول (١٨) يوضح الفروق بين المتوسطات باستخدام اختبار شافيه للمقارنات المتعددة بين متوسطات اعتماد القائم بالاتصال علي وسائل الإعلام الجديدة وفقا لنمط ملكية القنوات

الفراغين ٦,٠٠ =م	Mbc مصر ٦,٧٠ =م	الحياة ٨,٦٤ =م	الفضائية المصرية ٩,٨٨ =م	
				الفضائية المصرية ٩,٨٨ =م
*٣.٨٨	*٣.١٧	١.٢٣		الحياة ٨,٦٤ =م
*٢.٦٤	*١.٩٤			Mbc مصر ٦,٧٠ =م
٠.٧٠				الفراغين ٦,٠٠ =م

نتبين من النتائج التي يلخصها الجدول السابق أنه توجد هناك فروقا دالة بين متوسطات اعتماد القائم بالاتصال علي وسائل الاعلام الجديدة واستخدامه للتقنيات الحديثة وفقا لنمط ملكية القنوات .

١ . اعتماد القائم بالاتصال علي وسائل الأعلام الجديدة في قناة الفضائية المصرية، و اعتماد القائم بالاتصال علي وسائل الاعلام الجديدة في قناة (mbc مصر، الفراغين) حيث بلغت الفروق بين المتوسطات (٣.٨٨، ٣.١٧) وهي دالة عند مستوي ٠.٠٥ لصالح القائم بالاتصال في القناة الفضائية المصرية.

٢ . اعتماد القائم بالاتصال علي وسائل الأعلام الجديدة في قناة الحياة، و اعتماد القائم بالاتصال علي وسائل الاعلام الجديدة في قناة (mbc مصر، الفراغين) حيث بلغت الفروق بين المتوسطات (٢.٦٤، ١.٩٤) وهي دالة عند مستوي ٠.٠٥ لصالح القائم بالاتصال في قناة الحياة.

وبذلك يتم قبول الفرض الثالث من فروض البحث.

ملخص النتائج :

- ١ - أهم دوافع عمل القائم بالاتصال في البرامج الحوارية التوك شو هو أنها تقدم خدمة حقيقية للجمهور وتساهم في تشكيل معارفه ورأيه تجاه القضايا والموضوعات
- ٢ - أكثر القضايا التي ركز عليه القائم بالاتصال في برامجه قضايا الحرب علي الإرهاب و قضية تعديل الدستور و قضية أزمة الوقود والطاقة
- ٣ - أهم معايير اختيار القائم بالاتصال للموضوعات أنها تتواكب مع الأحداث الجارية علي وتعكس مشكلات المواطنين في المجتمع
- ٤ - أكثر المصادر التي يحصل عليها القائم بالاتصال علي الموضوعات والقضايا التي يطرحها داخل برنامجه هي المواقع الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي

- ٥ - أكثر الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال بشكل دائم ضرورة الرضوخ للسياسة التحريرية للقناة
- ٦ - أكثر العوامل التي تمثل جانب سلبي ومعدل غضب واستياء وعدم رضي من قبل القائم بالاتصال تدخل الرؤساء في الترشح للدورات التدريبية والسفريات .
- ٧ - أكثر الصعوبات التي تواجه القائم بالاتصال الميزانيات والإمكانات المادية وعدم توفرها
- ٨ - من أهم مقترحات القائم بالاتصال لتطوير البرامج الحوارية هو مزيد من الحرية والشفافية ، ورفع ميزانيات البرامج ، وتوفير أجهزة بث SNG للسرعة في نقل الحدث

الهوامش

- ١ - شرين عوض خليل . " اعتماد الجمهور العربي علي البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية في تشكيل معارفه نحو قضايا المرأة " ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، القاهرة ، معهد البحوث والدراسات العربية ، ٢٠١١ .
- ٢ - مجيب أحمد حازم . " دور برامج الرأي في الفضائيات الإخبارية العربية في تدعيم المشاركة السياسية لدي طلاب الجامعات في اليمن " ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، القاهرة ، كلية الإعلام جامعة القاهرة ، ٢٠٠١ .
- ٣ - ياسمين سعد . " دور برامج الرأي بقناة مصر الإخبارية في تكوين المعرفة عن القضايا العامة لدي الجمهور المصري" رسالة ماجستير غير منشورة ، القاهرة ، كلية الآداب ، جامعة عين شمس ، ٢٠١٠ .
- ٤ - مروة إسماعيل حسين . " توظيف الإنتاج التسجيلي في التلفزيون دراسة تطبيقية علي قناة النيل الإخبارية " رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، ٢٠٠٩ .
- 5-Sakr N . " Enriching or impoverishing discourse on rights ? talk about freedom of expression on Arab television ,Middle East Journal of culture and communication , University of Westminster , United Kingdom , 2010"
- 6-Gerda , Lauerbach . Argumentation In political Talk show interviewers . In Journal of Pragmatics , Vol . 39 , No .8 , 2007 , pp. 5-8.
- 7-Rivadeneý , Rocio . Latino Adolescent Exeptions of the image on television in journal of Adolescence Research ,Vol . 21 , n. 4 , 2007 , pp. 393-414

٨ - أسماء السادة المحكمين

- خالد صلاح الدين حسن - أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة
- محرز غالي - أستاذ مساعد بقسم الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة
- عادل شداد - مدرس بقسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية جامعة طنطا
- أسامة عبد الرحيم - أستاذ مساعد بقسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية جامعة المنصورة
- حسن الجندي - مدرس بقسم الإحصاء والعلوم التربوية كلية التربية النوعية جامعة طنطا
- دينا فاروق أبو زيد - مدرس الإذاعة والتلفزيون بقسم الإعلام كلية الآداب جامعة عين شمس

- محمد العمري – رئيس قناة القاهرة قطاع القنوات الحكومية باتحاد الإذاعة والتلفزيون
- محمد هلال – رئيس قناة الدلتا قطاع القنوات الحكومية باتحاد الإذاعة والتلفزيون
- 9-Donald L . Show , Robert L . Stevenson & Bradley J . Hamm , Agenda Setting Theory and Public Opinion Studies In : A Post-Mass Media Age : Egyptian Journal Of Pubic Opinion Research . Vol.3 NO.1.March 2002 . p 15 .
- ١٠ – حسن عماد مكوي ، ليلي حسين : " الأنصال ونظرياته المعاصرة ، ط ٤ ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ٢٠٠٣ ، ص ٢٨٩ "
- 11-John Vivian , " The Media of Mass Communication , seventh Edition , Published by Pearson Update 2006 , p 393 "
- 12-Katherine Miller , " Communication Theories , Perspectives , process , and Context , Mc Graw Hill , 2002 , p 258
- ١٣ – ايمان عز الدين : " دور البرامج الحوارية وإعلانات التوعية بالتلفزيون المصري في ترتيب أولويات قضايا الطفولة لدي الرأي العام ، مرجع سابق ، ص ٣٢٦ "
- 14-Maxwell ,McCombs, " Explorers and Survey on Expanding Strategies for Agenda setting Research , Journalism Quarterly , Vol , 69 , No .4,Winter , 1992 , p 88 "
- ١٥ – ايمان عز الدين : " دور البرامج الحوارية وإعلانات التوعية بالتلفزيون المصري في ترتيب أولويات قضايا الطفولة لدي الرأي العام ، مرجع سابق ، ص ٣٢٨ "
- 16-Katherine Miller , " Op – Cit , p 259 "
- 17-Priming as an Aspect of Agenda Setting Effects in the Digital Age . On Line Media Effects on Attribute Saliene & Evaluation Dimensions of Audience . OP-CIT. pl .
- 18-Roberts , Marilyn & others , " Agenda Setting & Issue Saliene on Line , in Communication Research , Vol 29 .No 4 . 2002 . pp , 452 – 455"
- 19-McCombs , E , Maxwell & Shaw ,L , Donald . The Evaluation of Agenda Setting Research : Twenty – Five Years in the Marketplace of Ideas . In : Journal of Communication . Vol 43 . No 2 . 1993 . p 544 – 545
- 20-McCombs , E , Maxwell & Shaw, Op-Cit ,pp: 545
- ٢١ – محمد محمد مهني . " القضايا التي تعالجها برامج الرأي في الراديو والتلفزيون المصري " رسالة دكتوراه غير منشورة ، القاهرة ، كلية الإعلام ، ١٩٩٤ ، ص ١١٧ .
- ٢٢ – آمال حسن الغزاوي. " المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية التلفزيونية اليومية في تناول الأداء الحكومي دراسة تحليلية ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، المجلد التاسع ، العدد الثالث ، يناير – يوليو ، ٢٠٠٩ "
- ٢٣ – ليلي حسن محمد السيد . " عولمة مصادر الإعلام وانعكاساتها على تدفق الأخبار الأجنبية في الولايات المتحدة الأمريكية ومصر، مجلة البحوث والدراسات العربية، القاهرة ، معهد البحوث والدراسات العربية، عدد ٣١، ٣٢، ١٩٩٩ ، ص ٣٤٥ "

- ٢٤ - هالة إسماعيل بغدادي : " الصحفيون التلفزيونيون الاخباريون القواعد والقيود ، الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث ، ٢٠١١ ، ص ٤٤ "
- ٢٥ - هالة إسماعيل بغدادي : " الصحفيون التلفزيونيون الاخباريون القواعد والقيود ، الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث ، ٢٠١١ ، مرجع سابق ، ص ٥٢ ، ص ٥٣ "
- ٢٦ - محرز حسين غالي " العوامل المؤثرة على السياسة التحريرية في الصحف المصرية ، رسالة ماجستير ، القاهرة ، كلية الإعلام ، ٢٠٠٣ ، ص ٤٠ "
- ٢٧ - حسين دبي الزويني : " القنوات الفضائية و الإعلام الاقتصادي ، كلية الإعلام ، جامعة بغداد ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، ٢٠١٢ ، ص ٢٠ "
- ٢٨ - هالة اسما عيل بغدادي : " مرجع سابق ، ص ٥٩ ، ص ٦٠ "
- ٢٩ - عبد العزيز شرف : " المدخل إلي وسائل الإعلام ، القاهرة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ٢٠٠٠ ، ص ١٧٨ "
- ٣٠ - عبد العزيز غنام : " إنتاج البرامج التلفزيونية ، القاهرة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٤ ، ص ٣٨ "
- ٣١ - محمد بدوي : " دور برامج الرأي بالقنوات الفضائية العربية في دعم ثقافة الحوار بين الجمهور العربي ، دراسة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠١٠ ، ص ١٨٠ "
- ٣٢ - محمد معوض إبراهيم ، بركات عبدا لعزيز : " إنتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية ، ط ١ ، الكويت ، ذات السلاسل للنشر ، ٢٠٠١ ، ص ٢٤٤ "
- ٣٣ - محمد معوض إبراهيم : " برامج الحوار في القنوات الفضائية ، مجلة الإذاعات العربية ، العدد الثالث ، تونس ، ٢٠٠٢ ، ص ١٤ "
- ٣٤ - شرين عوض خليل : " اعتماد الجمهور العربي علي البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية في تشكيل معارفه نحو قضايا المرأة ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة الدول العربية ، معهد البحوث والدراسات العربية ، القاهرة ، ٢٠١١ ، ص ٩٢ "

The Factors Which Affect The Organization Of Priorities Of The Issues Which Concern The Communicator In Dialogue Programmers , And Their Connection With University Youth Attitudes Towards Them

ABSTRACT

Different mass media play a crucial role in the formation of mental image of people , they are the windows that masses overlook through to see the events , activities , and issues .

TV is one of the most effective means in this aspect because it depends on realism , voice , and movement , so it was the interest with artery nourishing of this device and production with its multistage as the most important step to reach a program with a great influence on mental image .

TV in the area of globalization is not only a communication tool , but also it can persuade , influence and control in the field of reformulation of rights . In recent times , TV changed especially in its content between (political- historical – social – health – etc .) targets that audience interest with . So we find a difference and contrast between these programs which requires us to examine the stage of production of these programs including television production based on teamwork .

Study motif

The success of any program or media work depends on the range of media work , efficiency and the cooperation between its members .

This study attempts to identify the pressures that affect (preparer submitted , director) and affect their treatment of topics in order to stand on the strength and weakness' factors in media message .

The main problem of study depends on the next main question ;

What are the factors that affect the communicator in his mass message ?

Study Targets

This study seeks to identify the factors that affect the communicator in building his mass message . This study aims at :

- 1 – Identify the nature of communicator work field
- 2 – To identify the quality of programs which the communicator work with , and the reason for preferring them from all programs .

STUDY TOOLS

The researcher in this study used questionnaire as a tool to collect data and information .

RESULTS OF THE STUDY

- 1 – The issues that the communicator ignored are humanitarian issues and the issues of agriculture and Egyptian farmer .
- 2 – The difficulties that face the communicator are financial resources are not available