



جامعة المنصورة

كلية الآداب

—

# تأثير الانترنت على محتوى البرامج الحوارية فى القنوات الفضائية الخاصة دراسة ميدانية على القائم بالاتصال

إعداد

محمد محمد محمود وهبه

باحث لدرجة الماجستير - قسم الاعلام

كلية الآداب - جامعة المنصورة

إشراف

أ.د/ عايد إبراهيم السخاوي

استاذ الاعلام

كلية الآداب - جامعة المنصورة

مجلة كلية الآداب - جامعة المنصورة

العدد السابع والستون - أغسطس ٢٠٢٠

# تأثير الانترنت على محتوى البرامج الحوارية فى القنوات الفضائية الخاصة

## دراسة ميدانية على القائم بالاتصال

محمد محمد محمود وهبه

باحث لدرجة الماجستير - قسم الاعلام

كلية الآداب- جامعة المنصورة

فى عصرنا الحالى جزءاً من حياة المواطن

اليومية

ويعتمد القائمون بالاتصال فى البرامج الحوارية على عدد من المصادر الحية وغير الحية، ليستمدوا منها المعلومات حول الأحداث اليومية، وأيضاً الأخبار الهامة التى تفرد لها مساحة لمناقشتها فى برامجها مع الخبراء والمتخصصون واستطلاع رأي الجمهور حولها.

وتتعدد المصادر التى يعتمد عليها القائم بالاتصال لإنتاج محتوى البرامج الحوارية منها المسؤولون الحكوميون، والخبراء والسياسيون، والجمهور، وشهود العيان، ووكالات الأنباء، والصحف المنافسة، والصحفي نفسه، ومع تطور تكنولوجيا الاتصال وظهر الإنترنت أصبح من المصادر الأساسية التى يعتمد عليها القائم بالاتصال لتحديد قائمة محتويات الحلقة التى يعدها، وذلك بما يشمله الإنترنت من مواقع للبحث، ومواقع إلكترونية للصحف، ومواقع التواصل الاجتماعى كالفيس بوك، وإنستجرام، واليوتيوب.

وينظر الكثير للإنترنت كتقنية حققت ثورة ونقله كبيرة فى عالم الاتصالات، لكنها فى نفس الوقت أوجدت واقعا لا يمكن تجاهله، فهى بالإضافة

## مقدمة :

أصبحت البرامج الحوارية اليومية جزء أساسى من طقوس الحياة اليومية لكثير من المشاهدين كأحد الآليات التى تستخدم لإعلام الجمهور وإعلانهم بكل ما هو جديد عن تفاصيل حياتهم اليومية ومن خلال ما تقدمه من تقارير وحوارات للإحاطة بما يدور من مجريات الأحداث وخاصة فيما يتعلق بالأداء الحكومى الداخلى والخارجى.

وتؤدى وسائل الإعلام دوراً أساسياً فى إدارة المواقف الصراعية داخل المجتمعات التى تهدف إلى إحداث تحولات تتعارض أحياناً وتتفق أحياناً أخرى مع وجهات النظر حولها ومن ثم يصبح التليفزيون المصدر الأساسى للحصول على المعلومات، وتظهر تأثيرات وسائل الإعلام فى بناء تصورات الجمهور بما يبرز أهمية الدور الذى تلعبه تلك الوسائل فى تشكيل وعي الجمهور بالقضايا التى تهم الرأي العام من خلال البرامج الحوارية خاصة اليومية منها ذات الصلة الوثيقة بالأحداث الجارية التى تمس حياة الأفراد وتكون موضع للجدل والخلاف فى كثير من قضايا وموضوعات حياتهم اليومية، حيث تزايد الوقت الذى يخصصه الفرد للتعامل مع مخرجات وسائل الإعلام أو بعضها حتى صارت

وثانيهما: الذي تناول تأثيرات الإنترنت وما تتيحه من مواقع مثل المواقع الإلكترونية، والفييس بوك واليوتيوب.

### أولاً: محور الدراسات التي تناولت البرامج الحوارية:

١- دراسة نجبية محمد الغاني بعنوان : أطر معالجة البرامج الحوارية للعلاقة بين المسلم والمسيحي ، (٢٠١٨) (١)

استهدفت هذه الدراسة معرفة الي أي مدي مناقشة البرامج الحوارية للعلاقة بين المسلم والمسيحي وسمات معالجة البرامج الحوارية للعلاقة بين المسلم المسيحي ومدي اعتقاد المبحوثين بأن الانتماء الحزبي للقنوات الفضائية له تأثير علي سياستها الإعلامية وأكثر أسباب اعتماد المبحوثين علي معالجة البرامج الحوارية للعلاقة بين المسلم والمسيحي القنوات الفضائية ، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تحاول توصيف واقع أطر معالجة البرامج الحوارية للعلاقة بين المسلم والمسيحي وتستخدم هذه الدراسة منهج المسح بالعينة بشقيه التحليلي والميداني وتمثل مجتمع الدراسة التحليلية في البرامج الحوارية المقدمة علي شاشات القنوات الفضائية العربية (CBC - ONTV - دريم)

وقد توصلت هذه الدراسة إلي عدد من النتائج من أهمها:

- وجود علاقة بين الأطر التي استخدمتها البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية محل الدراسة في عرض القضايا المتعلقة بالمسلم

إلى ذلك تعتبر مصدراً مهماً من مصادر المعلومات حتى أصبح وجودها للكثير يعتبر من الأساسيات وليس الكماليات وذلك لما تتميز به من سهولة الاتصال بالآخرين بطرق ووسائل مختلفة ومتعددة وكذلك بما تكتنزه من مصادر معلومات هائلة ومتنوعة في شتى المجالات.

يقدم الإنترنت معلومات متنوعة تشمل كل مناحي و الحياة من معلومات صحية، ثقافية، علمية، مهارات يدوية و حرفية، وصفات طبخ، معلومات تاريخية و جغرافية و فضائية، و مواد ترفيهية و نكت و غيرها، كما أن تقديم هذه المعلومات يتم بطرق مختلفة، فمنها ما يطرح بشكل سردي مباشر، و منها ما يطرح بشكل تفاعلي مع الزوار، و منها ما يقدم بشكل أدوات تعليمية مدعومة بالصورة و الصوت و الفيديو.

كما يقدم الإنترنت المعلومات المفيدة و التي تنير حياة مستخدمه فهو أيضاً يقدم المعلومات السلبية، مثل المعلومات الإباحية و المعلومات التي تحرض على العنف و الطائفية و الكره، و على هذا ينبغي على القائم بالإتصال لفترة المعلومات التي يستقيها من الإنترنت ليقدمها على شاشة التلفزيون من خلال البرامج الحوارية التي يعدها أو يقدمها، ومن هنا تظهر أهمية خطورة دور القائم بالإتصال كحارس للبوابة.

### الدراسات السابقة:

قسم الباحث الدراسات السابقة إلى محورين رئيسيين :

أولهما: الذي تناول البرامج الحوارية.

وقد توصلت الدراسة لعدد من النتائج من أهمها:

- أن هناك علاقة بين أجندة البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية الحكومية والخاصة من جهة ، وأجندة جمهور مشاهدي هذه البرامج من جهة أخرى
- تتمتع البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية بنسبة مشاهدة ترتفع باتساع هامش الحرية المتاح لهذه البرامج ، مما يتيح لها إمكانية التأثير على أجندة المشاهدين من القضايا المختلفة .

٣- دراسة راجية إبراهيم عوض بعنوان : دور البرامج الحوارية في ترتيب أولويات قضايا المواطنة ، (٢٠١٥).<sup>(٣)</sup>

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على قائمة أولويات قضايا المواطنة التي تقدمها البرامج الحوارية في الفضائيات الخاصة عينة الدراسة ودور تلك البرامج في ترتيب أولويات قضايا المواطنة لدى الشباب الجامعي، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية ، واعتمدت هذه الدراسة علي منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني ، واجريت الدراسة التحليلية علي عينة من القنوات الفضائية الخاصة وهي (قناة الحياة، قناة المحور وقناة CBC) وتم اتيار عينة من البرامج الحوارية وتمثلت في (برنامج ٩٠ دقيقة ، برنامج هنا العاصمة ، برنامج الحياة اليوم) ، بينما اجريت الدراسة الميدانية علي عينة عشوائية طبقية قوامها ٤٥٠مبحوثاً من الشباب

والمسيحي ودرجة الإلتناء الوطني لدي المراهقين

- كما أكدت نتائج الدراسة علي أن البرامج الحوارية تحظى بنسبة مشاهدة عالية لدي المراهقين والشباب

٢- دراسة محمد أحمد عثمان بعنوان : بناء الاجندة في البرامج الحوارية ، (٢٠١٥) (٢)

استهدفت هذه الدراسة دراسة أسلوب بناء أجندة القضايا التي تتناولها الفضائيات المصرية والعوامل التي تؤثر في بناء هذه الأجندة ، وما تتمتع به البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية من نسبة مشاهدة ترتفع باتساع هامش الحرية المتاح لهذه البرامج ، مما يتيح لها إمكانية التأثير على أجندة المشاهدين من القضايا المختلفة وتمثلت المشكلة البحثية في هذه الدراسة في رصد وتحليل القضايا التي تتناولها البرامج الحوارية في القنوات التلفزيونية الفضائية الحكومية والخاصة ، وذلك بهدف التعرف على أجندة هذه القضايا في كل برنامج ، مع رصد وتحليل الأسلوب الذي يتم إتباعه في بناء هذه الأجندة والعوامل التي تؤثر في بنائها سواء على مستوى اختيار الموضوعات التي تتضمنها الأجندة وتحديد أولوية كل منها ، أو على مستوى ترجمة هذه الأجندة إلى واقع برامجي ملموس يتم تقديمه للمشاهد ، وقد أعدت الدراسة علي عينة من القائمين بالبرامج الحوارية من معدي البرامج ومقدمي البرامج الحوارية .

الجامعي الذي يتراوح أعمارهم من (١٩-٢٢) عام.

وقد توصلت هذه الدراسة لعدد من النتائج من أهمها:

- جاء قالب الحوار في المرتبة الأولى ، واحتل صفة مسئول حكومي المرتبة الولي في الضيوف يليه صفة أكاديمي ، ارتفاع نسبة مشاهدة البرامج الحوارية في القنوات الفضائية المصرية الخاصة
- وتصدرت برامج ٩٠ دقيقة وهنا العاصمة والعاشرة مساءً المرتبة الأولى من حيث متابعة المبحوثين ، وجاء ٢,٣٣% من المبحوثين لا يثقون في مصداقية القضايا التي يتم عرضها علي البرامج الحوارية ، وأبرز سلبيتها بالنسبة لديهم (عدم تناولها القضايا بشكل موضوعي)

٤- دراسة حسين علي أبو عمر بعنوان : دور البرامج الحوارية السياسية في تشكيل معارف الشباب ، (٢٠١٥) .<sup>(٤)</sup>

استهدفت هذه الدراسة في الأساس إلى معرفة دور البرامج الحوارية السياسية التي تُعرض على القنوات الفضائية المصرية، ومدى تشكيل معارف ومفاهيم الشباب الجامعي المصري نحو القضايا السياسية المعاصرة التي تحدث في مصر خلال فترتي ٣٠ يونيو ٢٠١١م إلى ٣٠ يونيو ٢٠١٣م ، قد تمت الدراسة في إطار منهج المسح الإعلامي بالعينة ، كانت عينة الدراسة الميدانية للشباب الجامعي المصري هي العينة العشوائية الطبقية البسيطة بأسلوب التوزيع

المتساوي ، قد أستخدم الباحث استمارة الاستبيان باعتبارها أداة لجمع البيانات والمعلومات، قام الباحث بأجراء دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي المصري والذي بلغ قوامها "٣٩٩ طالب وطالبة" من أربع جامعات مصرية هي (القاهرة - طنطا - ٦ أكتوبر - بنى سويف).

وقد توصلت هذه الدراسة لعدد من النتائج من أهمها:-

- بلغت نسبة من يشاهدون القنوات الفضائية التلفزيونية بصفة دائمة ٣٩.٨% من جملة الطلاب والطالبات عينة الدراسة ٤٩.١% منهم من الذكور مقابل ٥٠.٩% من الإناث
- ذكرت عينة الدراسة الذين يرون أن البرامج الحوارية تغيرت بعد الثورة وحتى الفترة الحالية ذكروا عدة أسباب كان على رأسها (أكثر متابعة للأحداث الداخلية) بنسبة ٤٣% ، و(أكثر شمولاً وتنوعاً) بنسبة ٢٢.٣% ، و(تواصل مستمر للأوضاع مع الدول الخارجية) بنسبة ١١.٧%
- كما أظهرت نتائج الدراسة صحة الفرض المتعلق بوجود علاقة ذات دالة إحصائية بين طلاب الجامعات الحكومية وطلاب الجامعات الخاصة عينة الدراسة على مقياس تعرضهم للبرامج الحوارية.

**ثانياً: محاور الدراسات التي تناولت تأثيرات الإنترنت**

١- شيرين محمد كدواني بعنوان " استخدام الشباب للشبكات الإجتماعية على الإنترنت

وعلاقته بالتحول الديمقراطي في مصر: دراسة تطبيقية"، (٢٠١٧). (٥)

استهدفت الدراسة استكشاف دور مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت فى دعم عملية التحول الديمقراطي فى مصر فى إطار نظرية المجال العام Public Sphere Theory، واعتمدت على منهج المسح، واستخدمت استمارتى تحليل الخطاب وتحليل المضمون، لتحليل خطاب صفحتى (كلنا خالد سعيد) و (حركة شباب ٦ أبريل) على الفيس بوك خلال الفترة من ١٥ يناير ٢٠١١م، وحتى ٣٠ يونيو ٢٠١٢م، فيما استخدمت الملاحظة المباشرة لتحليل تعليقات القراء الواردة على ذلك الخطاب.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها:-

- إلى أن صفحة (كلنا خالد سعيد) وحركة (شباب ٦ أبريل) ساهمتا بدور كبير فى الدعوة للتغيير والتحول الديمقراطي فى مصر.

- فيما كشفت الدراسة عن افتقار هذا المجال العام الالكتروني فى بعض الأحيان لاحترام الرأى والرأى الآخر بين المشاركين فى النقاش فضلاً عن عدم تمثيله لأراء مختلف طوائف الشعب المصرى فى ظل إقصائه وعدم تضمينه نسبة كبيرة من المصريين الذين لا يجيدون أو لا يمتلكون مهارة استخدام الإنترنت.

٢- دراسة ريهام رمضان رفاعي بعنوان " جرائم المعلومات على شبكة الإنترنت والتخطيط لتجنب هذه الجرائم"، (٢٠١٥). (٦)

استهدفت الدراسة التعرف على طبيعة الجرائم المعلوماتية على شبكة الإنترنت فى مصر والتخطيط لتجنب هذه الجرائم، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، من خلال الإعتقاد على التقرير العم الصادر من وزارة الداخلية المصرية، وذلك فى الفترة من العام ٢٠٠٣ وحتى عام ٢٠١٢، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها، أن أكثر المجرمين ارتكاباً للجرائم المعلوماتية من ذوي مهنة موظف عام أو خاص بنسبة ١٤,٢%، ومهنة صاحب أو مدير شركة بنسبة ١١,٨%، وفئة الطلاب بنسبة ١١,٦%، بينما نالت أقل نسبة على الإطلاق مهنة الصحفي أو الإعلامي بنسبة ٠,٥%.

٣-دراسة نوره عبدالله محمود بعنوان " أثر التعرض للشبكات الإجتماعية على الإنترنت فى إدراك القضايا والأحداث الجارية لدى عينة من الشباب المصري"، (٢٠١٤). (٧)

واستهدفت الدراسة التعرف على أثر التعرض للشبكات الإجتماعية على الإنترنت فى إدراك القضايا والأحداث الجارية لدى عينة من الشباب الجامعي، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، واستخدمت ادة الإستبيان بالتطبيق على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة يتم توزيعها بين الجامعات بإسلوب التوزيع المتساوي.

نقلها القائم بالغتصال عبر البرامج الحوارية ومنها ماهو يحمل رسائل عنف وإباحية تستلزم من القائم بالإتصال التفكير ملياً والحذر عن التعامل معها لكي لا يكون مشاكاً بنقلها عبر القنوات الفضائية ونشرها على الجمهور، ومن هنا يمين تحديد مشكلة الدراسة في السؤال التالي، "ماهو تأثير الإنترنت على محتوى البرامج الحوارية في القنوات الفضائية الخاصة؟"

### أهمية الدراسة:

تتضح أهمية الدراسة الحالية من خلال النقاط التالية:

- أهمية الإنترنت كمصدر للمعلومات حيث أصبح وسيلة أساسية وهامة لكلاً من الجمهور والقائم بالإتصال على حد سواء في إستقاء المعلومات، بما يوفره من سرعة وأنية في توفير المعلومة، كما اتضح خطورته كوسيلة للتواصل من خلال التغييرات السياسية التي شهدها مجتمعنا العربي في السنوات الأخيرة.
- تعد البرامج الحوارية من أكثر برامج وسائل الإتصال المعاصرة انتشاراً ونجاحاً في توصيل الرسالة الإعلامية إلى المستمعين والمشاهدين، كما تؤدي البرامج الحوارية، سواء أكانت ترفيهية، إجتماعية، تثقيفية، دينية، أو إجتماعية دوراً اساسياً في تشكيل اتجاهات الرأي العام لما تفرضه طبيعة التلفزيون في إيصال الرسالة بين المرسل والمستقبل إذ تتحق المشاركة الجماهيرية في البرامج

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها:-

- ارتفاع ثقة الشباب الجامعي عينة الدراسة في المعلومات حول القضايا والاحداث الجارية التي يلتمسوها من الشبكات الإجتماعية، فالمبحوثين يكونوا على درجة عالية من الثقة من خلال تعاملهم مع الأشخاص أو الصفحات والمجموعات عبر شبكات التواصل الإجتماعي.
- اشارت النتائج إلى مدى ثقة المبحوث بما ينشر من معلومات وبيانات قد تقيده في المراحل المختلفة.

### مشكلة الدراسة:

نظراً لتزايد أهمية الدور الذي تقدمه وسائل الإعلام وخاصة المرئية منها في التعبير عن قضايا جمهور المشاهدين، ساهمت تلك الوسائل في تشكيل ثقافته بما تعكسه من قضايا الحياة اليومية للمجتمع، كما أن القنوات الفضائية الحكومية أصبحت تواجه منافسة حقيقية نتيجة لتعدد القنوات الفضائية العربية الخاصة وسعيها لجذب الجمهور وتلبية احتياجاته بتحررها من الرقابة والسيطرة الحكومية المفروضة عليها بشكل تدريجي.

وتتعدد مصادر القائم بالإتصال القائم على تحديد محتوى كل برنامج من هذه البرامج، ومنها الإنترنت الذي أصبح سلاح ذو حدين نظراً لسهولة تدفق المعلومات من خلاله وسهولة وصولها إلى الجمهور، فمنها ما هو المفيد الذي يحم معلومات هامة للجمهور ولا ضير اذا ما

**تساؤلات الدراسة:**

ويتمثل التساؤل الرئيسي للدراسة الحالية في: ما مدى تأثير الإنترنت على محتوى البرامج الحوارية؟، ومدى اعتماد القائم بالإتصال على الإنترنت كمصدر للمعلومات؟، من خلال عدد من التساؤلات الفرعية وهي:

- ما مدى اعتماد القائم بالإتصال على شبكات التواصل الإجتماعي "الفيس بوك" كمصدر للمعلومات؟
- ما هي درجة اعتماد القائم بالإتصال على اليوتيوب كمصدر للمعلومات؟
- ما درجة اعتماد القائم بالإتصال على المواقع الإلكترونية للصحف كمصدر للمعلومات؟
- ما مدى اعتماد القائم بالإتصال على محركات البحث كمصدر للمعلومات؟
- ما هي أجندة قضايا وأولويات القائم بالإتصال في البرامج الحوارية؟.

**فروض الدراسة:**

- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين نمط ملكية القناة الفضائية ومدى اعتمادها على الإنترنت كمصدر للمعلومات.
- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين انتماء القائم بالإتصال السياسي، واعتماده على الإنترنت كمصدر للمعلومات.
- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين نمط اذاعة البرامج الحوارية "يومي ، اسبوعي"، ومدى اعتماده على الإنترنت كمصدر للمعلومات.

في تقديم آرائهم ومقترحاتهم وأفكارهم، لذلك يفرض الحوار أو المحادثة أو المقابلة نفسه كأحد أشكال البرامج.

**أهداف الدراسة:**

ويتمثل هدف الدراسة الحالية في التعرف على مدى تأثير الإنترنت على محتوى البرامج الحوارية، ومدى اعتماد القائم بالإتصال على الإنترنت كمصدر للمعلومات، من خلال عدد من الأهداف الفرعية وهي:

- التعرف على مدى اعتماد القائم بالإتصال على شبكات التواصل الإجتماعي "الفيس بوك" كمصدر للمعلومات.
- التعرف على مدى اعتماد القائم بالإتصال على اليوتيوب كمصدر للمعلومات.
- التعرف على مدى اعتماد القائم بالإتصال على المواقع الإلكترونية للصحف كمصدر للمعلومات.
- التعرف على مدى اعتماد القائم بالإتصال على محركات البحث كمصدر للمعلومات.
- التعرف على أجندة قضايا وأولويات القائم بالإتصال في البرامج الحوارية.
- التعرف على نوعية الموضوعات والقضايا التي تتناولها البرامج الحوارية اليومية على القنوات الفضائية.

## الإطار المنهجي للدراسة :

## نوع الدراسة :

تندرج هذه الدراسة من حيث القياس ضمن البحوث الوصفية التي تعتمد على الاستدلالات المنطقية والأساليب الإحصائية التي تستهدف تحليل وتفسير وتقييم الظاهرة محل الدراسة، حيث تستهدف الدراسة معرفة تأثير الإنترنت على محتوى البرامج الحوارية في القنوات الفضائية الخاصة، كما يستهدف هذا النوع من الدراسات إمكانية استخدام الأرقام بهدف التوصل إلى نتائج محددة بالإضافة إلى إمكانية تحليل البيانات إحصائياً بهدف التعميم.

## منهج الدراسة :

تعتمد الدراسة على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي بهدف الوصول إلى نتائج تفسيرية ذات دلالة لجوانب تأثير الإنترنت على محتوى البرامج الحوارية في القنوات الفضائية الخاصة، حيث يسعى الباحث إلى رصد وتشخيص وتوصيف وتفسير مدى تأثير الإنترنت على محتوى البرامج الحوارية في القنوات الفضائية الخاصة، هذا فضلاً عن كونه بحثاً ميدانياً يتم جمع بياناته من المبحوثين عن طريق المقابلة المقننة ومن خلال الاتصال المباشر بالقائمين بالاتصال، كما يعتمد البحث على منهج المسح في مستواه المتعلق بمسح الجمهور الذي يتحدد في هذا البحث في القائمين بالاتصال في البرامج الحوارية.

## مجتمع الدراسة :

يتحدد مجتمع الدراسة في القائمين بالاتصال في البرامج الحوارية في القنوات الفضائية الخاصة "معدّين، مقدمين برامج"، حيث يتناسب هذا المجتمع مع موضوع الباحث ويساعد على تحقيق أهداف الدراسة.

## عينة الدراسة :

ستعتمد الدراسة على أسلوب العينة العمدية المتاحة، ويقوم هذا الأسلوب على اختيار القائمين بالاتصال الذين يمكن الوصول إليهم بحيث يمثلون مجتمع الدراسة، وقد تم اختيار (٣٠٠) مفردة، بهدف التوصل إلى رؤية شاملة تعبر عن كافة الاتجاهات والتيارات الفكرية للقائمين بالاتصال.

## جدول رقم (١): يوضح توزيع أفراد العينة حسب

## السمات الشخصية

النسبة المئوية	التكرار	المتغيرات	النوع
٥٤.٨	١٣٧	ذكر	النوع
٤٥.٢	١١٣	أنثى	
٢٠.٠	٥٠	أقل من ٢٠ عام	السن
٣٧.٦	٩٤	من ٢٠ إلى أقل من ٣٥ عام	
٣٠.٠	٧٥	من ٣٥ إلى أقل من ٥٠ عام	
١٢.٤	٣١	أكثر من ٥٠	محل الإقامة
٦٥.٦	١٦٤	مدينة	
٣٤.٤	٨٦	قرية	منطقة السكن التي تقيم بها
٣٠.٨	٧٧	حي شعبي	
٤٣.٦	١٠٩	حي متوسط	
٢٥.٦	٦٤	حي راقي	متوسط الدخل الشهر للأسرة
١٨.٤	٤٦	أقل من ١٠٠٠ جنيه	
٥٨.٨	١٤٧	أكثر من ١٠٠٠ جنيه وأقل من ٣٠٠٠ جنيه	
٢٢.٨	٥٧	أكثر من ٣٠٠٠	المستوي التعليمي
٢٤.٨	٦٢	مؤهل متوسط أو ثانوية عامة.	
٥٩.٦	١٤٩	مؤهل جامعي.	
١٥.٦	٣٩	دراسات عليا (ماجستير أو دكتوراه).	
الإجمالي = ٣٠٠			

**أدوات التحليل:**

الاستبيان في المرة الأولى والثانية ، ومدى صلاحية أداة القياس لتحقيق أهداف الدراسة.

**المعالجة الإحصائية في الدراسة :**

وبعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية سيقوم الباحث بترميز البيانات، وإدخالها إلى الحاسب الآلي، حيث معالجتها وتحليلها، واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، وسيتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات

الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة: التكرارات البسيطة والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، واختبار chi Square test لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات، واختبار t-test لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين.

وقد توصلت الدراسة لعدد من النتائج من أهمها :

أهمها :

جدول رقم (٢): توزيع أفراد العينة حسب المهارات المطلوبة للعمل في البرامج الحوارية علي الفضائيات الخاصة

عبر شبكات التواصل الاجتماعي

م	المتغيرات	كبيرة		الى حد ما		ضعيفة		عدد النقاط	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
		ك	%	ك	%	ك	%			
١	الإمام بخصائص البرامج الحوارية وعمل الاسكربت الحوارى	١٢٠	٤٠.٠	١٠٠	٣٣.٣	٨٠	٢٦.٧	٦٤٠	٢.١٣	٧١.١
٢	القدرة على التفريق بين معايير الكتابة للبرامج الحوارية	١٠٢	٣٤.٠	١١٩	٣٩.٧	٧٩	٢٦.٣	٦٢٣	٢.٠٨	٦٩.٢
٣	الثقافة العامة	١٣٤	٤٤.٧	٩٤	٣١.٣	٧٢	٢٤.٠	٦٦٢	٢.٢١	٧٣.٦
٤	القدرة على التعبير محادثة وكتابة	٨٧	٢٩.٠	١٠٠	٣٣.٣	١١٣	٣٧.٧	٥٧٤	١.٩١	٦٣.٨
٥	القدرة على الاختزال والإثارة في عرض الموضوعات	٩٧	٣٢.٣	١٠٠	٣٣.٣	١٠٣	٣٤.٣	٥٩٤	١.٩٨	٦٦.٠
٦	السرعة في تغطية الاخبار	١٦٦	٥٥.٣	١٢٣	٤١.٠	١١	٣.٧	٧٥٥	٢.٥٢	٨٣.٩
٧	معرفة التقنيات الفنية والإبداعية المتعلقة بمجال العمل	٨٦	٢٨.٧	١٣٧	٤٥.٧	٧٧	٢٥.٧	٦٠٩	٢.٠٣	٦٧.٧
٨	سرعة الكتابة تحت ضغط المتحدث	٦٢	٢٠.٧	٨٧	٢٩.٠	١٥١	٥٠.٣	٥١١	١.٧٠	٥٦.٨
٩	القدرة على الإصغاء والاستماع	٨٠	٢٦.٧	٩٠	٣٠.٠	١٣٠	٤٣.٣	٥٥٠	١.٨٣	٦١.١
١٠	القدرة على التعامل مع الإعلام الجديد	١٦٢	٥٤.٠	١٢٢	٤٠.٧	١٦	٥.٣	٧٤٦	٢.٤٩	٨٢.٩

التدفق الإعلامي والإنترنت وقنوات الأخبار التلفزيونية المتاحة على مدار الساعة. يطرح هذا متلازمة جديدة تفرض نفسها على شبكات التواصل، فكلما ازداد عالم المعلومات ازدحاما وتسارعا، عظمت الحاجة إلى شبكات التواصل التي تكفل لنا اتساق التغطية الإخبارية ودقتها.

**جدول رقم (٣):** يوضح توزيع أفراد العينة حسب مدى التوافر لدى إدارة القناة التي يعمل فيها عينة الدراسة الإمكانات الفنية المتعلقة بتغطية

الأخبار والنشر الإلكتروني

النسبة ١٠٠%	التكرار	المتغيرات
٥١.٠	١٥٣	نعم
٤٠.٧	١٢٢	الى حد ما
٨.٣	٢٥	لا
١٠٠%	٣٠٠	الإجمالي

يوضح الجدول السابق توزيع أفراد العينة

حسب مدى التوافر لدى إدارة القناة التي يعمل فيها عينة الدراسة الإمكانات الفنية المتعلقة بتغطية الأخبار والنشر الإلكتروني ففي الترتيب الأول نعم بنسبة ٥١.٠% وفي الترتيب الثاني الى حد ما بنسبة ٤٠.٧% وفي الترتيب الثالث لا بنسبة ٨.٣%.

يتبين مما سبق ان لأهمية المواد الإخبارية وما تمثله في توصيل وأخبار الناى بمجريات الاحداث والمعلومات عن الازمات والصراعات والوقائع الأخرى ، فإن تلك المواد تحتل مكانة مميزة في خريطة البث اليومي لدي أغلب القنوات الفضائية والوسائل الاعلامية الاخرى ، ومن هذا المدخل يتحتم على الوسائل الاعلامية توفير الجانب الفني وضرورة تمكن الوسيلة من

يوضح الجدول السابق توزيع أفراد العينة حسب المهارات المطلوبة للعمل في البرامج الحوارية علي الفضائيات الخاصة عبر شبكات التواصل الاجتماعي ففي الترتيب الأول السرعة في تغطية الأخبار بنسبة ٨٣.٩% وباتجاه عام كبيرة وفي الترتيب الثاني القدرة على التعامل مع الإعلام الجديد بنسبة ٨٢.٩% وباتجاه عام كبيرة وفي الترتيب الثالث الثقافة العامة بنسبة ٧٣.٦% وباتجاه عام كبيرة وفي الترتيب الرابع الإلمام بخصائص البرامج الحوارية وعمل الاسكربت الحوارى بنسبة ٧١.١% وباتجاه عام كبيرة وفي الترتيب الخامس القدرة على التفريق بين معايير الكتابة للبرامج الحوارية بنسبة ٦٩.٢% وباتجاه عام الى حد ما وفي الترتيب السادس معرفة التقنيات الفنية والإبداعية المتعلقة بمجال العمل بنسبة ٦٧.٧% وباتجاه عام الى حد ما وفي الترتيب السابع القدرة على الاختزال والإثارة في عرض الموضوعات بنسبة ٦٦.٠% باتجاه عام ضعيفة وفي الترتيب الثامن القدرة على التعبير محادثة وكتابة بنسبة ٦٣.٨% باتجاه عام ضعيفة وفي الترتيب التاسع القدرة على الإصغاء والاستماع بنسبة ٦١.١% وباتجاه عام ضعيفة وفي الترتيب العاشر سرعة الكتابة تحت ضغط المتحدث بنسبة ٥٦.٨% وباتجاه عام ضعيفة.

يتبين مما سبق ان السرعة على الدوام شرطا أساسيا في صناعة الأخبار، غير أن أهميتها تضاعفت أكثر من أي وقت مضى؛ في عصر

العناصر الفنية ولوازمها، ثم أيضا مناسبة من حيث الكاميرات ومعدات الصوت والاضاءة والمؤثرات الصوتية الخاصة والمطلوب استخدامها وكذلك اجهزة قياس الصوت والاضاءة مناسبة بالقنوات الفضائية التي يعمل بها أفراد العينة.

**جدول رقم(٥):** يوضح توزيع أفراد العينة حسب كيفية وصف حالة العاملين في القناة التي يعمل بها عينة الدراسة

المتغيرات	التكرار	النسبة ١٠٠%
يسود الحب والاحترام بينهم	٨٤	٢٨.٠
يسود التنافس الشريف فيما بينهم	٧٧	٢٥.٧
يسود العمل الجماعي الايجابي	٩٤	٣١.٣
يتصفون بالعمل الفردي والأنانية	٤٥	١٥.٠
الإجمالي	٣٠٠	١٠٠%

يوضح الجدول السابق توزيع أفراد العينة حسب كيفية وصف حالة العاملين في القناة التي يعمل بها عينة الدراسة ففي الترتيب الأول يسود العمل الجماعي الايجابي بنسبة ٣١.٣% وفي الترتيب الثاني يسود الحب والاحترام بينهم بنسبة ٢٨.٠% وفي الترتيب الثالث يسود التنافس الشريف فيما بينهم بنسبة ٢٥.٧% وفي الترتيب الرابع يتصفون بالعمل الفردي والأنانية بنسبة ١٥.٠%.

يتبين مما سبق ان العمل الجماعي على أنه: توحيد رؤية مجموعة من الأفراد يمتلكون الرغبة في التعاون لتحقيق هدف معين، أو مجموعة من الأهداف، بحيث لا يستطيع أي فرد تحقيق هذا الهدف بمفرده، وهو أيضاً الجمع بين نقاط القوة

تجهيز مراسليها ومصوريها بمستلزمات جمع واستقصاء معلومات الاحداث وتلك المستلزمات تشمل كاميرا وملحقاتها للمصور والميكروفون الذي يحمله المراسل ووسيلة نقل تمكن الفريق من التنقل ومسجل ريكورد هذا اذا كانت التغطية ميدانية ، أما اذا كانت التغطية في الاستوديو يقودها مقدم برنامج ، فالأمر يختلف من حيث التجهيزات وعدد الفريق ،حيث يجب توفر مالا يقل عن ٣ كاميرات مع المصورين وفريق اخراج مكسر متكامل وفني تسجيل فيديو وفني اضاءة.

**جدول رقم(٤):** يوضح توزيع أفراد العينة حسب الرأي في الإمكانيات الفنية المتوفرة لدى إدارة القناة التي يعمل بها عينة الدراسة

المتغيرات	التكرار	النسبة ١٠٠%
مناسبة	١٧٢	٥٧.٣
الى حد ما	١٠١	٣٣.٧
غير مناسبة	٢٧	٩.٠
الإجمالي	٣٠٠	١٠٠%

يوضح الجدول السابق توزيع أفراد العينة حسب الرأي في الإمكانيات الفنية المتوفرة لدى إدارة القناة التي يعمل بها عينة الدراسة ففي الترتيب الأول مناسبة بنسبة ٥٧.٣% وفي الترتيب الثاني الى حد ما بنسبة ٣٣.٧% وفي الترتيب الثالث غير مناسبة بنسبة ٩.٠%.

يتبين مما سبق ان الإمكانيات الفنية المتوفرة لدى إدارة القناة التي يعمل بها عينة الدراسة مناسبة والمتمثلة في استخدام الديكور والمواد المصاحبة للنص من رسوم او خرائط او وسائل توضيحية بالإضافة إلى استخدام الملابس والإكسسوار والماكياج وغيرها .وتوفير كل هذه

وفي الترتيب الثالث علاقة عمل عادية بنسبة ٢٧.٠% وفي الترتيب الرابع علاقة سيئة وغير ودية بنسبة ٦.٧%.

يتبين مما سبق ان العلاقة بين أفراد العينة وإدارة القناة مبنية على الحب والاحترام حيث في العلاقة بين الموظف والمدير، يجب على المدير تحفيز وتشجيع موظفيه وكذلك رفع معنوياتهم وتحبيبهم في العمل وعدم تحطيمهم لأن ذلك ينعكس عليهم سلبياً مما يؤدي لتدني مستوياتهم في الإنتاجية وربما ينسحبون من المؤسسة التابعين لها لأن بطبيعة النفس البشرية تسعى وراء راحة النفس والطمأنينة فلذا يجب على كل مدير او مسئول بأي مؤسسة كانت حكومية او خاصة تحفيز الموظفين وتطويرهم ورفع معنوياتهم قدر الإمكان لأن ذلك ينعكس على المؤسسة نفسها اما بإيجاب او سلباً.

جدول رقم (٧): يوضح توزيع أفراد العينة حسب

اجتماع إدارة القناة مع العاملين فيها

المتغيرات	التكرار	النسبة ١٠٠%
دائماً	٢١١	٧٠.٣
أحياناً	٧٨	٢٦.٠
لا	١١	٣.٧
الإجمالي	٣٠٠	١٠٠%

يوضح الجدول السابق توزيع أفراد العينة

حسب اجتماع إدارة القناة مع العاملين فيها ففي الترتيب الأول دائماً بنسبة ٧٠.٣% وفي الترتيب الثاني أحياناً بنسبة ٢٦.٠% وفي الترتيب الثالث لا بنسبة ٣.٧%

يتبين مما سبق ان جوهر الادارة هو اتخاذ القرارات. فالإدارة تحتاج الى توجيه الملاحظات و تحليل الموظفين الى عملية اتخاذ القرارات

والمهارات الفردية التي تمتلكها مجموعة من الأشخاص لتحقيق مهمة معينة، مع ضرورة التزام أفراد فريق العمل الجماعي جميعهم في أداء المهام كلها، وأن تكون المسؤولية موزعة عليهم، ومن جانب آخر قد يعمل فريق العمل الجماعي معاً في مكان واحد، أو قد تفصل بين أعضاء فريقه مسافات مختلفة، وقد يكون العمل مستمرًا، أو يكون على شكل فترات زمنية متقطعة.

إضافة إلى ذلك قد لا يعمل فريق العمل الجماعي بمفرده، وإنما ضمن بيئة عمل متكاملة تحتوي على عدة فرق يكون لكلٍ منها وظيفة محددة، ويُعتبر تخصيص هدف مشترك، والتركيز عليه أداة مهمة لتطوير الفريق، وفي المقابل قد يكون نقطة ضعف، وذلك بالاعتماد على طبيعة العمل، ومُتطلباته، والمُتغيرات التي قد تُجرى على المشاريع، وبهذا يتوجب على مدير الفريق تقديم كافة التفاصيل لأفراده، وتحديد دور كلٍ منهم، وتطويرهم، وضبط سلوكياتهم، وتقييم الأداء بشكل مستمر

جدول رقم (٦): يوضح توزيع أفراد العينة حسب

وصف العلاقة بإدارة القناة

المتغيرات	التكرار	النسبة ١٠٠%
علاقة ودية صحيحة	١٠٢	٣٤.٠
علاقة سيئة وغير ودية	٢٠	٦.٧
علاقة عمل عادية	٨١	٢٧.٠
علاقة تعاون	٩٧	٣٢.٣
الإجمالي	٣٠٠	١٠٠%

يوضح الجدول السابق توزيع أفراد العينة حسب وصف العلاقة بإدارة القناة ففي الترتيب الأول علاقة ودية صحيحة بنسبة ٣٤.٠% وفي الترتيب الثاني علاقة تعاون بنسبة ٣٢.٣%

جدول رقم (٩): يوضح توزيع أفراد العينة حسب أهم المشاكل التي يواجهها عينة الدراسة من إدارة الموقع الذي يعملون به (أكثر من اختيار ن=١١)

المتغيرات	التكرار	النسبة ١٠٠%
لا تقدر الجهد المبذول من قبلي	٩	٨١.٨
لا تدفع مقابل مادي عادل أمام ما أقوم به من جهد ( الرضى الوظيفي )	١٠	٩٠.٩
تقمع الآراء السياسية	٣	٢٧.٣
عدم الاهتمام بتصوري لتطوير العمل	٥	٤٥.٥
عدم توفر ضمان اجتماعي مقابل العمل في الموقع	١	٩.١
كثرة أعباء العمل المكلف بها من قبلهم	٨	٧٢.٧

يوضح الجدول السابق توزيع أفراد العينة حسب أهم المشاكل التي يواجهها عينة الدراسة من إدارة الموقع الذي يعملون به ففي الترتيب الأول لا تدفع مقابل مادي عادل أمام ما أقوم به من جهد ( الرضى الوظيفي) بنسبة ٩٠.٩% وفي الترتيب الثاني لا تقدر الجهد المبذول من قبلي بنسبة ٨١.٨% وفي الترتيب الثالث كثرة أعباء العمل المكلف بها من قبلهم بنسبة ٧٢.٧% وفي الترتيب الرابع عدم الاهتمام بتصوري لتطوير العمل بنسبة ٤٥.٥% وفي الترتيب الخامس تقمع الآراء السياسية بنسبة ٢٧.٣% وفي الترتيب السادس عدم توفر ضمان اجتماعي مقابل العمل في الموقع بنسبة ٩.١%.

يتبين مما سبق أن الثقة بين العاملين والإدارة لها علاقة مباشرة بزيادة إنتاجية العامل. فالموظف الذي يعلم أن إدارة المنظمة ستقدر مجهوداته على المدى القريب والبعيد فإنه يتفانى في عمله. ولكن عندما يشعر الموظف بأن إدارة

يمكن أن تكون الاجتماعات آلية فعالة جدا للقيام بها . لذلك يجب أن يكون الغرض من إدارة الاجتماعات هو اتخاذ القرارات. و لا ينبغي أن يكون لها غرض آخر.

جدول رقم (٨) : يوضح توزيع أفراد العينة حسب الهدف من الاجتماعات

المتغيرات	التكرار	النسبة ١٠٠%
تتعلق بأمور التحرير في البرامج	١٠١	٣٤.٩
اجتماع شامل	١٢٤	٤٢.٩
تتعلق بأمور إدارية	٦٤	٢٢.١
الإجمالي	٢٨٩	١٠٠%

يوضح الجدول السابق توزيع أفراد العينة حسب الهدف من الاجتماعات ففي الترتيب الأول اجتماع شامل بنسبة ٤٢.٩% وفي الترتيب الثاني تتعلق بأمور التحرير في البرامج بنسبة ٤٢.٩% وفي الترتيب الثالث تتعلق بأمور إدارية بنسبة ٢٢.١%.

يتبين مما سبق انه في حالة اذا كان الغرض من اجتماع الإدارة هو اتخاذ القرارات لذا يجب ان يكون تصميمه من أجل اتخاذ القرارات، أما إذا كان لدي الإدارة أغراض مشروع أخرى مثل زيادة الوعي أو ضمان توزيع معلومات محددة على الموظفين ، عندها يجب القيام بذلك في محافل مختلفة ، وليس في اجتماع الإدارة. ولكي تكون الإدارة قوية و منظمة فعالة، فيجب ان تتأكد من ان الاهداف الاخرى تستبعد، وان اجتماعات الإدارة توضع فقط لاتخاذ القرارات، وان تتأكد من ان المدراء و العاملين لهم رأي في هذه القرارات ،وان تتأكد بان هذه القرارات صحيحة و فعالة .

الترتيب الخامس عدم البحث عن المواضيع الهامة والخاصة بنسبة ٩.١%.

يتبين مما سبق ان المآخذ التي تأخذ على العاملين في القناة هو الاستسهال والقرصنة ليس تطويرا بل هو استسهال ونقل برامج قديمة ومكررة من الفضائيات وعرضها على شاشة، وايضا نقل فورمات البرامج من الفضائيات، سواء برنامج للمطبخ أو للدعاية غير معروف أو للفنانة وتقديمه على شاشة.

جدول رقم (١١): يوضح توزيع أفراد العينة

حسب مدى الاعتماد على شبكات التواصل

الاجتماعي في العمل في البرامج الحوارية

المتغيرات	التكرار	النسبة ١٠٠%
اعتمد عليها بشكل كبير	١٨٢	٦٠.٧
نادراً ما اعتمد عليها	٨٦	٢٨.٧
اعتمد عليها إلي حد ما	٣٢	١٠.٧
الإجمالي	٣٠٠	١٠٠%

يوضح الجدول السابق توزيع أفراد العينة

حسب مدى الاعتماد على شبكات التواصل

الاجتماعي في العمل في البرامج الحوارية ففي

الترتيب الأول اعتمد عليها بشكل كبير بنسبة

٦٠.٧% وفي الترتيب الثاني نادراً ما اعتمد

عليها بنسبة ٢٨.٧% وفي الترتيب الثالث

اعتمد عليها إلي حد ما بنسبة ١٠.٧%

يتبين مما سبق ان البرامج الحوارية هي أحدي

ركائز الخطة البرمجية لأي مؤسسة إعلامية،

كما تعتبر مرآة تعكس الواقع الفعلي بما يشمل

من قضايا وأحداث جارية وقيم وعادات وتقاليد

حيث تعبر عن الواقع وتسهم في تشكيل أفكار

واتجاهات الشباب نحو المجتمع والبيئة والأحداث

ونظراً لأهمية البرامج الحوارية ودور الجمهور

المؤسسة لا تقي بعودها للعاملين فإن هذا يكون أمراً غير مُحفّز له على تطوير العمل والإبداع وزيادة الكفاءة. لذلك فإن التزام المديرين بالصدق والأمانة والعدل والوفاء والرحمة مع العاملين يؤدي إلى ثقة العاملين في الإدارة وهو ما يؤدي إلى تحفيزهم على العمل ويوفر كثيرا من الوقت الضائع في الشائعات والشكوك والتفاوض. ففي هذه الحالة تجد كثيرا من العاملين يستمر في العمل لسنوات عديدة طالما كان الدخل مقبولاً، لأن نقص العائد المادي يجعل العاملين يبحثون عن بديل باستمرار.

جدول رقم (١٠): يوضح توزيع أفراد العينة

حسب أهم المآخذ التي تأخذ على العاملين في

القناة (أكثر من اختيار ن=١١)

المتغيرات	التكرار	النسبة ١٠٠%
فقدان التدريب والتوجيه الكافي من إدارة البرامج	٣	٢٧.٣
الروتين وعدم الاهتمام بابتكار أفكار جديدة وإبداعية	٢	١٨.٢
الاستسهال والقرصنة	١٠	٩٠.٩
عدم البحث عن المواضيع الهامة والخاصة	١	٩.١
عدم الاهتمام بخصائص الانترنت	٥	٤٥.٥

يوضح الجدول السابق توزيع أفراد العينة

حسب أهم المآخذ التي تأخذ على العاملين في

القناة ففي الترتيب الأول الاستسهال والقرصنة

بنسبة ٩٠.٩% وفي الترتيب الثاني عدم

الاهتمام بخصائص الانترنت بنسبة ٤٥.٥%

وفي الترتيب الثالث فقدان التدريب والتوجيه

الكافي من إدارة البرامج بنسبة ٢٧.٣% وفي

الترتيب الرابع الروتين وعدم الاهتمام بابتكار

أفكار جديدة وإبداعية بنسبة ١٨.٢% وفي

يتبين مما سبق ان الإعلام الجديد له تأثير واضح علي الساحة الاعلامية اليوم، ولكن لم يضر نسب مشاهدة البرامج الحوارية، وقد وظفت القنوات الإعلام الجديد في صالح البرامج، وذلك من خلال بث الحلقة برابط مباشر على مواقع التواصل الاجتماعي وعمل مقاطع قصيره بعد الحلقة وعنونتها بشكل مثير وجاذب للمشاهدين .

**جدول رقم(١٣):** يوضح توزيع أفراد العينة حسب امكان الاعتماد على محركات البحث كمصدر للمعلومات أثناء العمل

النسبة ١٠٠%	التكرار	المتغيرات
٥٩.٠	١٧٧	اعتمد عليها بشكل كبير
١٥.٠	٤٥	نادراً ما اعتمد عليها
٢٦.٠	٧٨	اعتمد عليها إلي حد ما
١٠٠%	٣٠٠	الإجمالي

**يوضح الجدول السابق** توزيع أفراد العينة حسب امكان الاعتماد على محركات البحث كمصدر للمعلومات أثناء العمل ففي الترتيب الأول اعتمد عليها بشكل كبير بنسبة ٥٩.٠% وفي الترتيب الثاني اعتمد عليها إلي حد ما بنسبة ٢٦.٠% وفي الترتيب الثالث نادراً ما اعتمد عليها بنسبة ١٥.٠%.

يتبين مما سبق ان طرق الوصول للقارئ اختلفت بشكل كبير مع ظهور المواقع الإلكترونية للأخبار عن الجرائد الورقية في أن وصولها للقارئ، يكون عن طريق وسطاء، أهمهم محركات البحث مثل (google)، التي يعبر من خلالها النسبة الأكبر من زوار المواقع، حيث يوجد موقعان في أي صفحة تزيد من خلالهما فرص تعرف محركات البحث على المواد

كمقياس النجاح البرامج الحوارية قد حُصرت البرامج علي مشاركة الجمهور بآرائه وسعت لتلبية احتياجاته ورغباته ابتداءً من المشاركة إلي التفاعلية فاتجهت إلي عمل صفحات علي الفيس بوك للاستفادة من التفاعلية. وقد أثبتت الدراسات أن تفاعلية المواقع والصفحات تأتي في مقدمة الأسباب التي تساعد علي تلبية رغبات الجمهور وجذبه لها وبناء علاقة تقوم علي الثقة والمصادقية بين الجمهور والقائم بالاتصال والوسيلة والمضمون.

**جدول رقم(١٢):** يوضح توزيع أفراد العينة حسب مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها في العمل للبرامج الحوارية (أكثر من اختيار ن=٣٠٠)

النسبة ١٠٠%	التكرار	المتغيرات
٨٩.٣	٢٦٨	الفيس بوك FaceBook
٦٦.٧	٢٠٠	تويتر Twitter
٣٣.٣	١٠٠	واتساب Whatsapp
٨١.٧	٢٤٥	يوتيوب Youtube
٥٢.٠	١٥٦	انستجرام Instagram

**يوضح الجدول السابق** توزيع أفراد العينة حسب مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها في العمل للبرامج الحوارية ففي الترتيب الأول الفيس بوك FaceBook بنسبة ٨٩.٣% وفي الترتيب الثاني يوتيوب Youtube بنسبة ٨١.٧% وفي الترتيب الثالث تويتر Twitter بنسبة ٦٦.٧% وفي الترتيب الرابع انستجرام Instagram بنسبة ٥٢.٠% وفي الترتيب الخامس واتساب Whatsapp بنسبة ٣٣.٣%.

بنسبة ٦٧.٠% وفي الترتيب السابع القضايا الإخبارية بنسبة ٦٦.٠% وفي الترتيب الثامن القضايا الفنية بنسبة ٦٢.٠% وفي الترتيب التاسع القضايا الصحية بنسبة ٥٦.٣% وفي الترتيب العاشر القضايا الثقافية بنسبة ٥١.٧% وفي الترتيب الحادي عشر القضايا الدينية بنسبة ٤٠% وفي الترتيب الأخير القضايا التعليمية بنسبة ٢٩.٧%.

يتبين مما سبق ان الاحداث التي تتناولها البرامج الحوارية عبر شبكات التواصل الاجتماعي التي يشارك فيها كقائم للاتصال تتنوع من حيث طبيعتها فهناك الحدث الأمني والسياسي والاقتصادي والديني وغيره ، وتسعي وسائل الاعلام ضمن نشاطها الاخباري إلى تنفيذ تغطيتها إزاء تلك الأحداث مع مراعاة التفاوت في طبيعة كل حدث من تلك الاحداث ، أي بمعنى أن الحدث السياسي أو الاقتصادي قد يغطي أخباريا بشكل يومي بحكم استمرار وقوع الاحداث السياسية أو الاقتصادية ، وتوفر عناصر وصفات الخبر من الصراع والاهمية والضخامة والقري مع الدقة والموضوعية وغيرها ، اما الاحداث الرياضية فقد تنشط بتغطيتها وسائل الاعلام متخصصة أو عامة لكن في اوقات محددة تتمثل في لقاء كأس قارة أو كأس العالم على مختلف مستويات الالعاب ، ومن ثم لصاحب القرار في الوسيلة ان يقرر فيما اذا كان الحدث بطبيعته سيغطي ام سيجري حذفه او تناوله بصيغ واساليب تجعل منه علي هيئة اخري مختلفة عن الواقع.

المنشورة وهما العنوان والمقدمة على الترتيب، ويطلق عليهما معا اسم المحتوى المصغر، الذي يلعب دورا أساسيا في تصنيف الأخبار عن طريق محركات البحث، وهذا المحتوى هو الذي يظهر أمام القارئ عند استعماله محركات البحث.

جدول رقم (١٤): يوضح توزيع أفراد العينة حسب طبيعة القضايا التي تتناولها البرامج الحوارية عبر شبكات التواصل الاجتماعي التي يشارك فيها كقائم للاتصال (أكثر من اختيار ن=٣٠٠)

المتغيرات	التكرار	النسبة ١٠٠%
القضايا السياسية	٢٨٦	٩٥.٣
القضايا الاجتماعية	٢٩٨	٩٩.٣
القضايا الاقتصادية	٢٥٠	٨٣.٣
القضايا الدينية	١٢٠	٤٠.٠
القضايا الأمنية	٢٠٦	٦٨.٧
القضايا الصحية	١٦٩	٥٦.٣
القضايا التعليمية	٨٩	٢٩.٧
القضايا الإخبارية	١٩٨	٦٦.٠
القضايا الرياضية	٢١٨	٧٢.٧
القضايا الفنية	١٨٦	٦٢.٠
القضايا الأدبية والإعلامية	٢٠١	٦٧.٠
القضايا الثقافية	١٥٥	٥١.٧

يوضح الجدول السابق توزيع أفراد العينة حسب طبيعة القضايا التي تتناولها البرامج الحوارية عبر شبكات التواصل الاجتماعي التي يشارك فيها كقائم للاتصال ، ففي الترتيب الأول القضايا الاجتماعية بنسبة ٩٩.٣% وفي الترتيب الثاني القضايا السياسية بنسبة ٩٥.٣% وفي الترتيب الثالث القضايا الاقتصادية بنسبة ٨٣.٣% وفي الترتيب الرابع القضايا الرياضية بنسبة ٧٢.٧% وفي الترتيب الخامس القضايا الأمنية بنسبة ٦٨.٧% وفي الترتيب السادس القضايا الأدبية والإعلامية

الإعلام التقليدية، وصعوبات كثيرة وتعثرات متعددة تواجهها أمام كم المتغيرات المتسارعة التي تعجز عن اللاحق بها، وقوة مستمرة ومتواصلة تزداد لمعاناً وجاذبية وبريقاً للإعلام الجديد بقوة الدعم التقني المبهرة والمتسارعة.

ومع اتساع نطاق ما يعرف باقتصاديات المعرفة" المتصلة بديناميات الإعلام الجديد والإبداع التكنولوجي، فقد أصبحت تقنيات تكنولوجيا المعلومات والفضاء الإلكتروني، محلاً لآليات السوق واقتصاديات، إذ إن طبيعة الإنترنت والمواقع الإلكترونية جعلت من محتوى مادة الإعلام الجديد والمواقع الإلكترونية مخرجات خاضعة لمنطق السلع المادية، مع سمات وخصائص مختلفة عن تلك السلع التقليدية؛ وخاصة بعدما تغيرت معادلة الصناعة الإعلامية وأطرافها واقتصادياتها المتنامية، فها هي تتحول اليوم بالكامل لصالح لاعبين جدد إلى جانب هؤلاء المستخدمين أو المستفيدين الذين أصبحوا جزءاً من الصناعة في مكوناتها

تتفق نتيجة الجدول السابق مع نتيجة دراسة رباب عبدالمنعم محمد (٢٠٠٨) (٩) حيث أوضحت ان أغلبية المضمون السياسي على طبيعة المضمون المقدم في مواقع الحركات الإسلامية الخمس عينة الدراسة.

جدول رقم (١٥): يوضح توزيع أفراد العينة حسب السبل الكفيلة لتطوير العاملين في البرامج الحوارية بالفضائيات الخاصة (أكثر من اختيار ن=٣٠٠)

المتغيرات	التكرار	النسبة ١٠٠%
الحصول على شهادة علمية متخصصة	١٩٩	٦٦.٣
تنظيم دورات متخصصة في الكتابة الإلكترونية	١٢٢	٤٠.٧
تنظيم دورات لاكتساب مهارات فنية	٢١٣	٧١.٠
زيادة العائد المادي	٢٨٠	٩٣.٣
الاهتمام بالمواد الإعلامية القريبة من اهتمامات القارئ	١٥٠	٥٠.٠
معرفة خصائص الانترنت	٢١٠	٧٠.٠

يوضح الجدول السابق توزيع أفراد العينة حسب السبل الكفيلة لتطوير العاملين في البرامج الحوارية بالفضائيات الخاصة، ففي الترتيب الأول زيادة العائد المادي بنسبة ٩٣.٣% وفي الترتيب الثاني تنظيم دورات لاكتساب مهارات فنية بنسبة ٧١.٠% وفي الترتيب الثالث معرفة خصائص الانترنت بنسبة ٧٠.٠% وفي الترتيب الرابع الحصول على شهادة علمية متخصصة بنسبة ٦٦.٣% وفي الترتيب الخامس الاهتمام بالمواد الإعلامية القريبة من اهتمامات القارئ بنسبة ٥٠.٠% وفي الترتيب السادس تنظيم دورات متخصصة في الكتابة الإلكترونية بنسبة ٤٠.٧%.

يتبين مما سبق ان العالم يعيش الآن مرحلة مختلفة تتمثل في ضعف مستمر لمؤسسات

المواد الإعلامية المقدمة في البرامج بنسبة ٥٠%. وفي الترتيب السادس ترتيب وتسلسل المواد الإخبارية بنسبة ٤٨.٠% وفي الترتيب السابع إتاحة الفرصة للجمهور للتعليق على الأخبار بنسبة ٤٦.٧% وفي الترتيب الثامن توفير خاصية ترتيب الأخبار في الموقع حسب عدد زوارها بنسبة ٣٣.٣%.

يتبين مما سبق ان هناك عدد من المقترحات لزيادة تفاعل الجماهير مع البرامج الحوارية علي شبكات التواصل الاجتماعي ومنها زيادة عدد الاستفتاءات وتنوع المواضيع التي تدور حولها، حيث تشكل مواقع التواصل الاجتماعي في عصرنا الزمان مكانة مهمة نظرا لدورها المختلف في يوميات الأفراد والمجتمعات والمؤسسات والشركات، فهي منصة لتداول الأفكار وترويج الإعلانات كما باتت تستخدم لسبر آراء مرتاديها في مختلف المواضيع والمجالات إن كان في الأمور التجارية أو الاجتماعية أو السياسية وغيرها

ونظرا لأهمية موضوع سبر الآراء وسهولته وسرعته على مواقع التواصل الاجتماعي فإنه يحظى باهتمام كبير من مستخدمي معرفته نتائج الاستفتاء والبناء عليها للمضي قدما في تحسين هذه النتائج أو مراجعة أسباب فشلها ومحاولة معالجتها.

#### فروض الدراسة:

الفرض الأول : توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين نمط ملكية القناة الفضائية

جدول رقم (١٦): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المقترحات لزيادة تفاعل الجماهير مع البرامج الحوارية علي شبكات التواصل الاجتماعي (أكثر من اختيار ن=٣٠٠)

المتغيرات	التكرار	النسبة %
زيادة مساحات الحوار	٢٠٠	٦٦.٧
إتاحة الفرصة للجمهور للتعليق على الأخبار	١٤٠	٤٦.٧
وضع زاوية تعليق بالصفحات علي شبكات التواصل الاجتماعي	٢١٣	٧١.٠
توفير خاصية ترتيب الأخبار في الموقع حسب عدد زوارها	١٠٠	٣٣.٣
إتباع طرق حديثة في تحرير المواد الإعلامية المقدمة في البرامج	١٥٠	٥٠.٠
توفير إمكانية التواصل مع إدارة القناة عبر شبكات التواصل الاجتماعي والعاملين فيه عبر نشر بطاقة تعريفية بهم تتضمن بريدهم الإلكتروني.	١٩٠	٦٣.٣
زيادة عدد الاستفتاءات وتنوع المواضيع التي تدور حولها	٢٨٦	٩٥.٣
توفير خاصية الاشتراك في البرامج الحوارية الخاصة بالموقع عبر البريد الإلكتروني	١٤٤	٤٨.٠

يوضح الجدول السابق توزيع أفراد العينة حسب المقترحات لزيادة تفاعل الجماهير مع البرامج الحوارية علي شبكات التواصل الاجتماعي، ففي الترتيب الأول زيادة عدد الاستفتاءات وتنوع المواضيع التي تدور حولها بنسبة ٩٥.٣% وفي الترتيب الثاني وضع زاوية تعليق بالصفحات علي شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة ٧١.٠% وفي الترتيب الثالث زيادة مساحات الحوار بنسبة ٦٦.٧% وفي الترتيب الرابع توفير إمكانية التواصل مع إدارة القناة عبر شبكات التواصل الاجتماعي والعاملين فيه عبر نشر بطاقة تعريفية بهم تتضمن بريدهم الإلكتروني بنسبة ٦٣.٣% وفي الترتيب الخامس إتباع طرق حديثة في تحرير

ولاختبار هذا الفرض اعتمد الباحث علي معامل ارتباط بيرسون ، وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول التالي :

**جدول رقم (١٨):** يوضح قيمة معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين انتماء القائم بالإتصال السياسي، واعتماده على الإنترنت كمصدر للمعلومات.

المتغيرات	معامل الارتباط	الدالة
انتماء القائم بالاتصال السياسي	٠.٨٥١**	دالة ٠.٠٠٠
الاعتماد على الإنترنت كمصدر للمعلومات		

تشير نتائج المعاملات الإحصائية بالجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين انتماء القائم بالإتصال السياسي، واعتماده على الإنترنت كمصدر للمعلومات، حيث جاءت قيمة معامل بيرسون = ٠.٨٥١ وهي دالة عند مستوي معنوية ٠.٠٠٠٠٠.

وعلى هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض الثاني بوجود علاقة ارتباطية ذات دالة احصائية بين انتماء القائم بالإتصال السياسي، واعتماده على الإنترنت كمصدر للمعلومات.

الفرض الثالث : توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين نمط اذاعة البرامج الحوارية "يومي ، اسبوعي"، ومدى اعتماده على الإنترنت كمصدر للمعلومات.

ومدى اعتمادها على الإنترنت كمصدر للمعلومات.

ولاختبار هذا الفرض اعتمد الباحث علي معامل ارتباط بيرسون ، وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول التالي :

**جدول رقم (١٧):** يوضح قيمة معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين نمط ملكية القناة الفضائية ومدى اعتمادها على الإنترنت كمصدر للمعلومات.

المتغيرات	معامل الارتباط	الدالة
نمط ملكية القناة الفضائية	٠.٨٨٧**	دالة ٠.٠٠٠
مدى الاعتماد على الإنترنت كمصدر للمعلومات		

تشير نتائج المعاملات الإحصائية بالجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين نمط ملكية القناة الفضائية ومدى اعتمادها على الإنترنت كمصدر للمعلومات. ، حيث جاءت قيمة معامل بيرسون = ٠.٨٨٧ وهي دالة عند مستوي معنوية ٠.٠٠٠٠٠.

وعلى هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض الأول بوجود علاقة ارتباطية ذات دالة احصائية بين نمط ملكية القناة الفضائية ومدى اعتمادها على الإنترنت كمصدر للمعلومات.

الفرض الثاني : توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين انتماء القائم بالإتصال السياسي، واعتماده على الإنترنت كمصدر للمعلومات.

٢. تنظيم دورات وندوات تدريبية للقائم بالاتصال بصورة دورية في إطار العمل على رفع الوعي الأخلاقي والقانوني للعمل الإعلامي وما يترتب على مخالفته من جزاء وعقاب .

٣. تكامل الأدوار بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني .

٤. الالتزام بمبدأ التخطيط الاستراتيجي الإعلامي كقيمة أخلاقية ومهنية في التخطيط لمضمون البرامج الحوارية.

٥. ضرورة تعاون رؤساء القنوات الفضائية الخاصة ومعدّي ومقدمي البرامج الحوارية من أجل الخروج بميثاق شرف للمهنة بين القنوات الفضائية الخاصة ، حيث يتفق الجميع على مبادئ ثابتة وتحريم استخدام البرامج الحوارية أو غيرها من البرامج الأخرى ضد الآخرين .

٦. ينبغي على القائمين على إنتاج البرامج الحوارية بضرورة الاهتمام بعوامل تعزيز المشاهدة التي تساعد ليس فقط في التعرض للبرنامج الحوارية فحسب بل تجتاز ذلك لمرحلة المشاهدة الكاملة لحلقة البرنامج الحوارية ، وما يحتويه من مواد .

قيام المسؤولين على البرامج الحوارية في القنوات الفضائية الخاصة بتوسيع هامش الحرية بدرجة أكبر وذلك لجذب الجمهور إليها وتوسيع رقعة المشاركة

ولاختبار هذا الفرض اعتمد الباحث علي معامل ارتباط بيرسون ، وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول التالي :

جدول رقم (١٩): يوضح قيمة معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين نمط اذاعة البرامج الحوارية "يومي ، اسبوعي"، ومدى اعتماده على الإنترنت كمصدر للمعلومات.

المتغيرات	معامل الارتباط	الدالة
نمط اذاعة البرامج الحوارية "يومي ، اسبوعي"	٠.٦٤٤**	دالة ٠.٠٠٠
الاعتماد على الإنترنت كمصدر للمعلومات		

تشير نتائج المعاملات الإحصائية بالجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين نمط اذاعة البرامج الحوارية "يومي ، اسبوعي"، ومدى اعتماده على الإنترنت كمصدر للمعلومات، حيث جاءت قيمة معامل بيرسون = ٠.٦٤٤ وهي دالة عند مستوى معنوية ٠.٠٠٠٠٠ .

وعلى هذا يمكن القول بثبوت صحة الفرض الثالث بوجود علاقة ارتباطية ذات دالة احصائية بين نمط اذاعة البرامج الحوارية "يومي ، اسبوعي"، ومدى اعتماده على الإنترنت كمصدر للمعلومات.

### توصيات الدراسة :

١. ضرورة إعطاء مزيد من صلاحيات صانع القرار للقائم بالاتصال للإفادة من ملكة الإبداع والابتكار لمعدّي ومقدمي البرامج الحوارية .

## المراجع والمصادر

١. نجية محمد العناني ، أطر معالجة البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية للعلاقة بين المسلم والمسيحي وعلاقتها بمستويات الانتماء لدى المواهقين ، رسالة دكتوراة غير منشورة ، ( جامعة عين شمس ، معهد الدراسات العليا للطفولة ، قسم الإعلام وثقافة الأطفال ، ٢٠١٨ )
٢. محمد أحمد عثمان ، بناء الاجندة فى البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية - دراسة تطبيقية ، رسالة دكتوراة غير منشورة ، (جامعة الزقازيق، كلية الاداب ، قسم الاعلام ، ٢٠١٥ )
٣. راجية إبراهيم عوض، دور البرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية الخاصة فى ترتيب اولويات قضايا قضايا المواطنة لدى الشباب المصرى - دراسة تحليلية ميدانية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، ( جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم الاذاعة والتلفزيون ، ٢٠١٥ ) .
٤. حسين علي أبو عمر ، دور البرامج الحوارية السياسية فى الفضائيات المصرية فى تشكيل معارف الشباب الجامعى المصرى واتجاهاتهم نحو القضايا السياسية المعاصرة فى مصر خلال الفترة من ٣٠ يونية ٢٠١١م إلى ٣٠ يونية ٢٠١٣م -دراسة ميدانية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (جامعة المنصورة ، كلية الآداب ، قسم الإعلام ، ٢٠١٥ ) .
٥. شيرين محمد كدواني، "استخدام الشباب للشبكات الإجتماعية على الإنترنت وعلاقته بالتحول الديمقراطي في مصر: دراسة تطبيقية"، رسالة دكتوراة غير منشورة، (جامعة أسيوط، كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠١٥).
٦. ريهام رمضان رفاعي، "جرائم المعلومات على شبكة الإنترنت والتخطيط لتجنب هذه الجرائم"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة أسيوط، كلية الآداب، قسم المكتبات والوثائق والمعلومات، ٢٠١٥).
٧. نوره عبدالله محمود، "أثر التعرض للشبكات الإجتماعية على الإنترنت فى إدراك القضايا والأحداث الجارية لدى عينة من الشباب المصري"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة جنوب الوادي، كلية الآداب، قسم إعلام، ٢٠١٤).
٨. رباب عبدالمنعم محمد، "دور الإنترنت فى بناء الإتصال السياسى للقوى السياسية المحجوبة عن الشرعية، دراسة حالة لعينة من المواقع الإلكترونية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنيا، كلية الآداب، قسم إعلام، ٢٠٠٨).