



17 مصرى

# مجلة البحوث الإعلامية

دورية علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

داخل  
المجلد

## الطفل وإعلانات التلفزيون

عرض لادبيات دراسات التأثير في الثمانينات

استخدام التقنيات الحديثة في مجال العلاقات العامة

دراسة ميدانية

## أثر الممارسات الإعلامية

للعاملين في أخبار التلفزيون

التصميم بين الصحفي ومؤسسة

بحوث الإخراج الصحفي في مصر

رؤية مستقبلية لمجالات تطويرها

علاقة طلاب الجامعة بجرايم القناة السادسة

بالتلفزيون المصرى

العدد الخامس

يوليو ١٩٩٦



# مجلة البحوث الإعلامية

دورية علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

رئيس مجلس الإدارة :

الأستاذ الدكتور / أحمد عمر هاشم

رئيس التحرير :

الأستاذ الدكتور / حمدي حسن محمود

مستشار التحرير :

د / محمود عبد العاطي مسلم

د / عبد العظيم إبراهيم خضر

د / محمد شعبان وهيدان

أحمد منصور هيبه

المشرف الفني

محمود حسن الليثي

## هيئة المحكمين لهذا العدد

الأستاذ الدكتور / سعد ظلام

الأستاذ الدكتور / إبراهيم إمام

الأستاذة الدكتورة / جيهان رشتي

الأستاذ الدكتور / علي عـجـوه

الأستاذة الدكتورة / ليلى عبد المجيد

الأستاذ الدكتور / أشرف صالح

الأستاذ الدكتور / عدلى رضا

الأستاذ الدكتور / حسن عماد

جميع الآراء الواردة في هذه المجلة تعبر عن رأى صاحبها ولا تعبر عن رأى المجلة

طبعت بمطبعة جامعة الأزهر

تليفون ٥١٢١٤٩٩

## محتويات العدد

### الصفحة

- ١ - الطقل واعلانات التلفزيون ..... ٥
- ٢ - استخدام التقنيات الحديثة في العلاقات العامة ..... ٤٩
- ٣ - أثر الممارسة الاعلامية للعاملين في أخبار التلفزيون .... ٨٣
- ٤ - بحوث الاخراج الصحفى فى مصر ..... ١٢٤
- ٥ - مفهوم شرط الضمير بين الصحفى والمؤسسة الصحفية .. ١٥٠
- ٦ - علاقة طالب الجامعة ببرامج القناة السادسة ..... ٢١٦

# أثر الممارسات الإعلامية

## للعاملين فى أخبار التليفزيون

على اتجاهاتهم نحو العمل

د. أماني فهمي (\*)

### مقدمة :

من المفترض أن وسائل الاعلام على اختلافها تقوم على ارضاء احتياجات الجمهور الذى تتوجه إليه ، وبدون ذلك فإن هذا الجمهور سينصرف عنها . ولكن الدراسات الخاصة بهذا الموضوع تقدم نتائج مثيرة للدهشة فى محاولة للإجابة على السؤال الخاص بالعلاقة بين القائم بالاتصال وجمهوره ، وهل يؤثر الجمهور على المضمون الذى يقدمه القائم بالاتصال ؟

وقد وجد الباحثان ( Inthiel de Solapool & Sholman ) أن الجمهور يؤثر على القائم بالاتصال مثلما يؤثر القائم بالاتصال على الجمهور . فالرسائل التى يقدمها القائم بالاتصال تحدها - إلى حد ما - توقعاته عن ردود فعل الجمهور ، معنى هذا أن الجمهور يلعب دورا هاما باعتباره أحد أركان العملية الاتصالية (جيهان رشتى - ١٩٧٨).

وقد أظهرت الدراسات التجريبية التى قدمها (ريموند باور) أن نوع الجمهور الذى يعتقد القائم بالاتصال أنه يوجه الرسالة له تأثير كبير على الطريقة التى يتم بمقتضاها اختيار المادة وتنظيمها ، فهناك متطلبات الجمهور وخصائصه الى جانب ظروف السوق التى تتطلب أن تشبع وسائل الاعلام احتياجات الجمهور ومطالبه بنفس الطريقة التى يؤثر بمقتضاها الطلب فى

\* - مدرس بقسم الإذاعة - كلية الإعلام - جامعة القاهرة .

## الموضوع وأهميته :

على الرغم من تعدد الدراسات الغربية التي تناولت الممارسات الإعلامية للقائم بالاتصال وأثرها على اتجاهاته نحو العمل إلا أن النتائج البحثية تكاد تجمع على المدى القليل من معرفة القائم بالاتصال بالجمهور الذي يفترض أنهم يتوجهون إليه ، وبالرغم من أن المؤسسات الإعلامية تهتم بشكل متزايد بإجراء بحوث القراء والاستماع والمشاهدة لتساعدها في عمليات التخطيط والتسويق ، فإن هناك اتفاق عام على أن هذا النوع من المعلومات غير مفهوم ، ولا يساعد الصحفى العامل (Tunstall, 1971) .

وهناك بعض الاتفاق على أن الصحفيين يقومون بالتعرف على الجمهور عن طريق بناء صور ذهنية تمثل في معظمها نظرة محددة الى حد الافراط المشوه للجمهور الذي يتوجهون إليه ، وقد حاول (جيرمي تنستول) فى دراسته التى أجراها على مائتى صحفى بريطانى يعملون لحساب وسائل الاعلام القومية المختلفة أن يقسم الجمهور ويقيس إلى أى مدى يعى القائم بالاتصال بوجود قطاعات مختلفة من الجمهور حتى يسهل عليه مخاطبة كل منهما بالاسلوب واللغة التى تناسب كل منها فجاء التقسيم التالى :

١ - الرؤساء المباشرين وزملاء العمل والصحفيين العاملين لحساب مؤسسات منافسة .

٢ - مصادر الأنباء ( أفراد / مؤسسات ) .

٣ - قطاع صغير من الجمهور يهتم اهتماما جديا بمتابعة الأحداث ( لا يزيد عن ١٠٪ من الجمهور الفعلى ) .

٤ - الجمهور العام .

وقد أكد تنستول على إهمال الفئة الرابعة تماما فلا يلقى الصحفى لها اعتبارا ومعلوماته عنها قليلة للغاية .

وفى محاولة لمناقشة هذه النتائج - اذا ما تم تطبيق هذه الدراسة فى مجتمع بعيد كل البعد عن المجتمع البريطانى فى القيم الشخصية والمهنية للقائم

بالاتصال بل وفى خصائص وسمات الجمهور لمعرفة أى الاخبار يتم توجيهها لكل قطاع - جاءت هذه الدراسة على العاملين بقطاع الاخبار فى التلفزيون المصرى فى كل من الادارة المركزية للأخبار وقناة النيل ( باعتبارها واجهة للإعلام المصرى فى الخارج وبالتالى ينبغى معرفة الجمهور العام الذى تتوجه اليه ) . وذلك فى ضوء الحقيقة القائلة بأن التلفزيون يعتبر المصدر الرئيسى لاستيقاء المعلومات والأخبار فى المجتمع المصرى كما تشير أغلب بحوث الاستماع والمشاهدة .

### الاطار النظرى للدراسة :

تدور معظم البحوث الاعلامية الخاصة بالقائم بالاتصال حول مفهوم واحد يعرف بـ «حارس البوابة» وهو اصطلاح يرجع الفضل فيه لعالم النفس النمساوى كرت لوين Lewin الذى أجرى دراسة تجريبية منتظمة لسلوك الأفراد الذين يسيطرون فى نقاط مختلفة على مصير القصص الإخبارية ، فقد رأى أن الأخبار يجب أن تمر خلال قنوات معينة ، وأن بعض النقاط فى هذه القنوات تقوم بعمل البوابات التى قد تحظر مرور بعض الأخبار وتسمح لبعضها الآخر بالمرور ، ولحارس البوابة الحق فى تقرير ما إذا كانت إحدى المفردات سوف تنقل أو يعاد نقلها بنفس الشكل أو بأشكال مختلفة ، والنشاط الذى ارتبط بهذا المفهوم أساساً هو عملية «الانتقاء» التى يقوم بها المسئول عن نشرات وكالات الأنباء Wire Editor لاختيار المفردات المناسبة .

ويتضمن هذا المفهوم فكرة اعتبار المعلومات سلعة تتحرك بحرية ، وكل ما يجب عمله هو التقاطها ونشرها ، وبذلك فإنه يتضمن مفهوماً متحيزاً للأخبار بأنها موضوعية فى حد ذاتها (Chibnall 1975) .

وقد أظهرت الدراسات الأولى فى الخمسينات تأييداً مبدئياً لتأثير القيم الشخصية للقائم بالاتصال وأثارت فى الوقت نفسه الكثير من الانتقادات ، على أساس أن هذه الدراسة لم تأخذ فى الاعتبار عوامل أخرى أكثر أهمية ولكنها تتدخل فى هذه العملية من بينها : - القيم المهنية - الجمهور - السياسة الإعلامية للمؤسسة - المصادر الصحفية - وكالات الأنباء .

ولذلك فقد انقسمت دراسات حارس البوابة إلى ثلاثة أقسام رئيسية هي :

- ١ - دراسات تتناول علاقة القائم بالاتصال بالجمهور .
- ٢ - دراسات تتناول النواحي المهنية لهم ( القيم المهنية - السياسة الإعلامية - التنشئة الاجتماعية - المصادر الصحفية ) .
- ٣ - دراسات خاصة بأثر القيم المهنية للقائم بالاتصال على عمله .

### أولاً : الدراسات الخاصة بعلاقة القائم بالاتصال بالجمهور :

ارتبطت هذه الدراسات بالتوجه الأساسي للقائم بالاتصال ، والى أى مدى تؤثر احتياجات الجمهور ورغباته فى عملية اختيار الأخبار التى تقدم له ؟ وقد جاءت نتائج معظم الدراسات مثيرة للدهشة ، ففى الدراسة التى أجراها تنستول عام ١٩٧١ وقسم الجمهور الى أربع قطاعات ثبت أن الصحفى يوجه اهتماماً خاصاً بالمجموعتين الأولى والثانية أكثر من اهتمامه بالملايين من أفراد الجمهور العادى ، ولا يرجع ذلك وحده إلى أنه يتوقع منهم الثواب والعقاب ولكن لأنهم يمثلون المجموعة التى تزوده برد فعل مفصل ، وبالتعليقات المنتظمة على عمله .

وتذكر هذه الدراسة أن الصحفى يتلقى فى المتوسط ١٤ خطاباً من قرائه أسبوعياً ، القليل منها الذى يطلب معلومات أغلبها متوفرة فى المراجع ، وبالرغم من أن المؤسسات الإعلامية تهتم بشكل متزايد بإجراء بحوث الاستماع والمشاهدة فقد أشار ٣٤٪ من القائمين بالاتصال فقط الى أنهم اطلعوا على بعض بحوث القراء التى أجرتها المؤسسة ، ولاختبار ما إذا كان لدى هؤلاء بالفعل صورة دقيقة عن الجمهور ، قان تنستول بتوجيه سؤال لهم عن نسبة العمال للمجموع الكلى وجد أن تسعة من كل عشرة من المستجيبين قد أعطوا تقديرات أقل من المتوقع ، ففكرة الصحفى عن جمهوره غير دقيقة فى أغلب الأحوال ، ولكننا يجب أن نضيف إلى أن الكثير من المؤسسات تخفى نتائج البحوث عن العاملين بها ربما ، بسبب الخوف من تسرب هذه المعلومات الى المنافسين ، أو بسبب النتائج غير المشجعة بها (Culberstone, 1983) .

وقد أكد (Warner, Malcolm, 1973) عندما قاما باستجواب عدد من رؤساء التحرير والمنتجين المسئولين عن نشرات أخبار إحدى شبكات التليفزيون



الأمريكية ، وجد إحساساً عاماً بينهم بأنه من غير السليم الخضوع لرغبات الجمهور . وعندما سئلت عينة أخرى من الصحفيين عما اذا كان من المهم التركيز على الأنباء التى تهم أكبر عدد من أفراد الجمهور أجاب ثلثهم بالإيجاب . (Johnstone et al.1976) .

هذا ويؤكد بيرنز (Burns.1969) على وجود ما يطلق عليه تحفظ غير ظاهر تجاه الجمهور (Latent Reserved Role) وهذه الصفة من سمات العاملين بالخدمة العامة ، حيث أنهم مضطرون اليأ ابداء الاهتمام والتقدير برغبات الجمهور ، ولكنهم يخفون بداخلهم نوعاً من العداة تجاه هذه الرغبات باعتبار أن أنواق ورغبات الجمهور متدنية ، وهذا نوع الوصاية التى يمارسها القائم بالاتصال على أساس أنهم أكثر علماً ووعياً من الجمهور العام ، وقد أثبتت التجربة أن الاستهانة بالجمهور هى أول خطوة فى طريق الفشل ، وهناك ظاهرة أخرى مرتبطة بنفس الموضوع ، يمكن وصفها كميل لعزل الذات عن الجمهور كوسيلة للمحافظة على الاستقلال الشخصى .

ويورد (أر جيرسى) فى دراسة لتشخيص إحدى الصحف الأمريكية الرئيسية أن الصحافة أصبحت بشكل متزايد متباعدة وغير مستجيبة إلى الحد الذى أدى إلى انعدام الثقة فى وسائل الإعلام مع تزايد الفجوة بينهم وبين جماهيرهم (Gaziano & MC Grath,1987)

هذا ولا ينبغى تجاهل دور الجماعات المرجعية (Reference Groups) التى يعتمد عليها الصحفي فى الحصول على رد الفعل تجاه ما يقدمه من أخبار لا تمثل الجمهور تمثيلاً صحيحاً ، فمعظم أعضاء هذه الجماعات من الأصدقاء المقربين أو أفراد عائلته أو أقاربه - بالتالى لايمثلون مختلف فئات الجمهور تمثيلاً صحيحاً (Burgoon et al., 1987) .

ومن الضرورى فى النهاية الاشارة إلى إنه ينبغى عدم الاغتماد على الفكرة القائلة بأن الصحفي يعرف رغبات الجمهور باعتباره ابن الثقافة ويحمل قيمها العامة وهو فهمها عن أفراد الثقافات الأخرى لأنها فكرة تحتوى على تبسيطاً مخللاً بالأمور .

## ثانياً : الدراسات الخاصة بالنواحي المهنية وتشمل :

### (١) القيم المهنية :

يتعرض القائم بالاتصال لمجموعة من الضغوط المهنية التي تؤثر فيه وفي عمله وتجعله يقبل سياسة المؤسسة ، فالقائم بالاتصال يعمل في نطاق إطار إجتماعى يؤثر في عمله ، ويتأثر بشدة القيود التنظيمية و ببعض أنماط السيطرة وللمجموعة من التوقعات التي تحدد دوره في أى نظام من نظم الاتصال الجماهيرية (Whitney,1985) .

وقد ركزت المدرسة الأمريكية على الدور الذى تلعبه القيم المهنية فى عمل الصحفى عموماً ، والمقصود بهذه القيم مجموع المعايير التي يتفق عليها المجتمع الصحفى وتشمل أخلاقيات العمل ، وقد تكون أو لا تكون مدونة وتتسم عادة بالعمومية ، ويكتسبها القائم بالاتصال إما من خلال تعليمه أو ممارسته للعمل وتزامله مع بقية أفراد المهنة ، ولكنها ليست مطلقة لأن التوجه الأساسى للصحفى يتدخل أيضاً فى تشكيلها . ( سعيد السيد ، ١٩٨٨ ) .

ومع أن معظم الصحفيين يشتركون فى اعتناق نفس المعايير الخاصة بالأداء المهني إلا أنه لكل منهم معايير صحفية خاصة بدرجات مختلفة من القوة (Johnstone et al.1976) .

وفى دراسة لاثجاهات الصحفيين الأمريكيين نحو دورهم المهني تم تناول الخلاف بين مفهوم الوساطة بوصفه النقل المحايد والموضوعى للمعلومات ومفهوم المشاركة بوصفه ممثلاً للمسئولية الاجتماعية ، وقد أظهرت نتائج الدراسة تأييداً أكبر لدور المشاركة (٧٦٪) .

وقد تبين أن مفهوم المشاركة متلازم مع زيادة درجة تعليم الصحفى ، وزيادة حجم المؤسسة ، وبدرجة أقل بحدائة سن الصحفى (Myer,1983) كما اتفق الصحفيون فى دراسة شملت عينة من المحررين فى وسائل الإعلام الأمريكية المختلفة على أهمية اعتبار عنصر التحقق من صحة التصريحات الحكومية هام للغاية بنسبة (٨٧٪) ، كما اعتبر (٥٦٪) عنصر السرعة عنصراً هاماً ، بينما أشار ٣٩٪ فقط إلى عنصر الإشارة بمعنى جذب الأخبار لأكبر عدد من الجمهور (Chibnall 1975) .

هذا وقد أشارت دراسة أخرى أجريت في كل من أوكلاهوما وكاليفورنيا الى تأثير القيم المهنية المشتركة بين الصحفيين وأوضحت أنه في بعض الأحيان يكون أكثر أثراً من تكوين شخصياتهم ، وربما كانت القيم الصحفية التي تؤكد على الموضوعية والتوازن هي التي تفسر جزئياً هجوم اليمين واليسار على حد سواء على وسائل الاعلام (Hall,1974).

هذا وينظر بعض دراسى الإعلام إلى مجموعة القيم المهنية على أنها شعائر دفاعية يتغلب بها الصحفيون على تحيزهم الشخصى ، بينما يرى البعض الآخر ( وعلى رأسهم تنستول ) أنها تتيح للصحفيين تأكيد استقلاليتهم الجماعية ( Tunstall,1971 ) .

والخلاصة أن القيم والمعايير المهنية تلعب دوراً كبيراً فى توجيه الصحفى ، والتغلب على تحيزه الشخصى ، وفى نفس الوقت فإن الانتماء لهذه المهنة يمكنه من التغلب على الضغوط الخارجية .

#### ( ب ) السياسة الإعلامية :

تتعدد ضغوط المؤسسة بشكل أكبر مما تقترحه الدراسات التي تناولتها ، وتتمثل هذه الضغوط فى عوامل خارجية وداخلية ، ونعنى بالعوامل الخارجية موقع الوسيلة من النظام الإجماعى القائم ومدى ارتباطها بمصالح معينة مثل وجود محطات منافسة ، أما العوامل الداخلية فتشمل نوع الملكية ، وأنماط السيطرة التي تمارسها الإدارة العليا وأخيراً ضغوط الإنتاج . ( سعيد السيد ، الدراسات الإعلامية ١٩٨٨ ) .

وتلعب هذه العوامل دوراً مهماً وملموساً فى شكل المضمون الذي يقدم به ، للجماهير كما أنها تنتهى بالقائم بالاتصال الى أن يصبح جزءاً من الكيان العام للمؤسسة .

وقد شهدت فترة السبعينيات ظهور اتجاه مميز يؤكد على أهمية الضغوط التي تمارسها المؤسسة ، ويعتبر كوهين ويونج وتنستول وابستين من أبرز ممثلى هذا الاتجاه ( Epstein,1973 ) . كما درجت الدراسات الكلاسيكية على

ربط المحتوى بنظم الملكية والسيطرة وهي مسألة وإن كانت بديهية إلا أنه لا يمكن اعتبارها من المسلمات لأنها تستند إلى حجج أيولوجية أكثر منها أسساً ونتائج علمية .

هذا وجاءت أغلب الدراسات الخاصة بالعلاقة بين المحتوى الإعلامي ونوع الملكية مركزة بشكل خاص على النظم التجارية ، حيث يمكن إرجاع سبب التأثير بسهولة إلى طبيعتها التي تهدف إلى الربح أو إلى مصالح الطبقة التي ينتمي إليها الملاك ، وقد يكون هذا الأمر صحيحاً في بعض الحالات إلا أنه من المستبعد اعتبار الربح المعيار الوحيد في اتخاذ القرارات ، حيث تلعب صورة المنشأة لدى الجمهور والنقاد دوراً في هذه العملية .

بالإضافة إلى ذلك ، لا يوجد حتى الآن دليل قوى لتأثير الملكية على أداء الصحف بل إن هناك حالات كثيرة استقطع القائم بالاتصال التغلب بنجاح على ما تمليه الإدارة العليا عليه - باعتباره من كبار الموظفين الذي يمكن أن يؤثر في رؤسهم كما يتأثرون بهم .

وما ينبغي التأكيد عليه هو أن نظام الملكية أو أسلوب السيطرة يحدد الدور الشخصي للقائم بالاتصال فلا يوجد اختلافاً أساسياً بين دور القائم بالاتصال والدور الذي تعتنقه المؤسسة الإعلامية حيث يتجه الصحفي غالباً للالتحاق بالمؤسسة التي تتفق مع ميوله الشخصية (Self Recruitment) (Bojdr,1968) .

وتعتبر البحوث الخاصة بالضغط التي تفرضها عملية الإنتاج جزءاً من البحوث الخاصة بالمؤسسة ، وكتب والترليجمان في هذا الشأن :

« أنه بدون تقنين العمل ، والصور الذهنية الثابتة المسبقة ، والأحكام الروتينية التي تقتضيها الضغوط الخاصة بعملية الإنتاج لن يكون هناك عمل صحفي » . لذلك يعمل الصحفي في كثير من الأحيان على توجيه نفسه (Orient Himself) إما إلى رؤسائه أو المؤسسة التي يعمل لحسابها أو للجمهور أو للمصدر أو لزملائه الصحفيين ، وترتبط هذه الأدوار البديلة بدورها بمجموعة أدوار خاصة بالمؤسسة تتمثل أهمها في اكتساب مزيد من الجمهور (Johnstone etal.,1976) .

## ( ج ) التنشئة الاجتماعية للقائم بالاتصال :

بعد أن كشفت دراسات حارس البوابة عن تأثير الاتجاهات الشخصية ، نشطت الأبحاث الخاصة بالتنشئة الاجتماعية وان اتخذت محاور مختلفة . فأخذ (Breed) منحني مختلف وانتهى الى أن معظم رجال الأخبار يستجيبون لضغوط وتوقعات غرفة الأخبار ، وقد قام برييد بإجراء مقابلات مكثفة مع ١٢٠ مندوب صحفى ظهر منها أنه تمت ممارسة ضغوط غير رسمية أدت الى خضوع هؤلاء الذين لا يتفقون شخصياً مع السياسة العامة للصحيفة ، كما رأى أن ميكانيزم السيطرة يتكون أساساً من أدوات تستحث الكاتب لتوقع وتجنب عدم موافقة رؤسائه وتشمل الالتزام والتقدير تجاه الرؤساء واستخدام السلطات الرسمية وتوقيع العقوبات ، ورغبة القائم بالاتصال فى الاستمرار فى العمل والانتماء لمجموعة العمل ... وغيرها ، وأشار برييد إلى أن هناك فرصة للتغيير تتلخص فى تطوير القيم والأخلاق المهنية ، وإرضاء احتياجات الجمهور ، هذا ولم ينفى برييد التأثير الكبير لعزفة الأخبار ، فأكد أنها تفرض قيوداً مباشرة على الصحفى مما يقلل من فرص إحداث التغيير (Burgoon et al., 1983).

وقد انتهت دراسات أخرى إلى التأكيد على وجود أنواع عديدة للتأثيرات كما أشار برييد وإن لم تتفق مع تفاصيلها ، فدراسة (Gieber, 1969) تذكر أن مندوب الأخبار يكون انتمائه نحو مجموعة الأخبار باعتباره عضواً منتمياً لغرفة الأخبار وإلى سياسة المؤسسة وإلى مصادر الأنباء ، ويضيف الباحث أن مصير القصص الإخبارية المحلية لا تحدده احتياجات الجمهور ولا حتى البناء البيروقراطى الذى يضم القائم بالاتصال إنما قيم غرفة الأخبار .

وقد وجد دارسوا سلوك المنظمات (Organizational Behavior) ما يعرف بتماثل القيم (Identification of Values) حيث يستبدل العاملون أولوياتهم الخاصة بأولويات المؤسسة ، وعلى نفس النسق يمكن توقع أن يعتبر القائم بالاتصال قيمه الخاصة وقيم المؤسسة شيئاً واحداً ، وقد كتب ساندر فانوكو - بعد اقالته من عمله كمراسل ومقدم أخبار شبكة N.B.C - يقول : لقد بدأت أتحقق اننى تبينت بالكامل السمات السيكولوجية الخاصة بمديرى المؤسسة ، فاكتسبت مخاوفها ومحظوراتها حتى أصبحت جزءاً من نفسى . (Edward, 1973) . كما أشار مراسل سابق لإحدى الصحف الأمريكية الكبيرة الى أن القائم بالاتصال

يكتب بالدرجة الأولى لرؤسائه وقد يفكر في الجمهور أو في المحافظة على علاقته بالمصدر ولكن تفضيلات ورأى رئيسه تأتي في المرتبة الأولى .

وبسبب عملية التنشئة الاجتماعية (Socialization) التي يمر بها القائم بالاتصال فإن ميوله وميول رؤسائه المباشرين تتطابق، والاحتمال الأكبر أن يكون لديهما نفس الصورة الذهنية ، وأحد المؤشرات الدالة على تشابه أحكام القائم بالاتصال مع رؤسائه أنهم نادراً مل يحتاجون للحديث كثيراً مع بعضهم ( سعيد السيد، الدراسات الإعلامية ، ١٩٨٨ ) .

### (د) المصادر الصحفية :

أشارت أغلب الدراسات في هذا المجال الى امكانية استغناء القائم بالاتصال عن جمهوره وصعوبة استغناؤه عن مصادره ، وأثبتت عدة دراسات حول الصحفيين السياسيين في الولايات المتحدة قوة تأثير المصادر الصحفية على القائم بالاتصال الى حد احتوائه بالكامل مؤكدين أن محاولة الصحفي الاستقلال عن مصادره عملية شاقة للغاية ، غالباً ما يضغط على غرفة الأخبار لتشر أخبار مصدره حتى لا يفقده (Chittuck, 1970) .

وتعتبر من أهم المحاولات لوصف العلاقة بين الصحفي ومصادره ما كتبه (Gieber & Johnston) عن عمليات التبادل بين المحررين والمسؤولين المحليين ، وقد أكدوا على قدر الحرية التي يتمتع بها الصحفي وان كان يمارس هذه الحرية في إطار من الروتين بمعنى أنه يرى نفسه أساساً كموظف لجميع الأنباء حيث يحصل على مكانته من رؤسائه وزملائه من خلال مصادره . وهكذا فان الإخلاص للمهنة له الأولويات على الاعتبارات الأخرى (Burgoon et al., 1987) .

### ثالثاً: الدراسات الخاصة بتأثير القيم الشخصية للقائم بالاتصال وأثرها على عمله :

أظهرت الدراسات الأولى في الخمسينيات تأييداً لما تلعبه القيم الشخصية للقائم بالاتصال من دور هام في عمله وأثارت في نفس الوقت الكثير من الانتقادات على أساس أنها لم تأخذ في الاعتبار عوامل أخزى أكثر أهمية ، وقد استخدم وايت White تعبير حارس البوابة ليشير لدور القائم بالاتصال في

عملية التحكم فى نقاط معينة من قنوات تدفق الأنباء . وقد تبين وجود تأثير واضح للأحكام والقيم الشخصية التى يصدرها حارس البوابة فى عملية انتقاء الأخبار التى تنشر أو تذاع .

وفى تجربة أجريت بهدف التثبت من تأثير القيم الشخصية للمندوبين على الأخبار تم دعوة مجموعة من المسئولين عن تلقى نشرات الأنباء لزيارة عدد من دول أمريكا اللاتينية ، وعند عودتهم إلى عملهم زاد مقدار الأنباء عن أمريكا اللاتينية التى سمحوا بنشرها عن أمريكا اللاتينية بنسبة ٧٥ ٪ (Davidson & Frederick) .

وينتهى تنستول الى أن النغمة السائدة فى نشرات الأخبار الإذاعية تؤكد على أهمية القيم والعلاقات الشخصية ، كما تؤكد معظم دراسات تحليل المحتوى؛ فالإعلام الأمريكى يعكس بشكل مستمر نظرة عدم مساواة اجتماعية تؤكد على المكانة والاجماع عوضاً عن الطبقة والدور والصراع الاجتماعى (Tun-stal,1971) .

### الدراسات السابقة :

هناك قلق متزايد فى مجال صناعة الاعلام من الفجوة الكبيرة بين العاملين فى مجال الإعلام وبين الجمهور سواء كان عاماً أو خاصاً وقد كان لهذا القلق صدق واسع فى الأحاديث الصحفية العامة مثل التحذير الذى قدمه (David Halberstam) لزملائه لتجنب تحول وسائل الاعلام الأمريكية الى وسائل لخدمة الصفوة فقط فالصحفيون حالياً يميلون للانفصال عن مجتمعاتهم ، ويمكن رصد مجالات اهتمام دراسات القائم بالاتصال السابقة فى ثلاث أقسام كما يلى :

#### ١ - دراسات تهتم بعلاقته بالجمهور ( عام وخاص ) :

تبين وجود أربع أنواع من القائمين بالاتصال تم تقسيمهم تبعاً لقوة اتصالهم بالجمهور ، كما توصلت دراسة هيئة الناشرين الأمريكيين (American Society of Newspaper Editors) الخاصة بالممارسات الإعلامية للصحفيين الممارسين وأثرها على اتجاهاتهم نحو العمل ، وقد تم إعادة تطبيق هذه الدراسة فى ٨٣ صحيفة أخرى للتأكد من نتائجها ، وهم كالتالى :

### • المنعزلون :

وجاء أغلبهم من متوسطى العمر إما حديثى العمل فى المجال الاعلامى ، ومن غير الراضيين وغير المستقرين فى عملهم ، وهم إما صحفيين أو محررين أو مصورين ويروا أنفسهم عادة كأفراد غير متمائلين مع الجمهور لذا تكون علاقتهم به وبالزملاء ضعيفة كما أن تعرضهم لوسائل الإعلام قليل .

### • الخارجين :

وهم من متوسطى العمر الذين عملوا فى هذا المجال مدة أطول من المجموعة الأولى لذلك يشعرون بالرضا نسبياً عن العمل ، وهم بعيدون عن الوظائف الإشرافية ولم يحصلوا على ترقية أو زيادة فى مرتباتهم فى الفترة الأخيرة كما أنهم لا يتوقعون ترك مجال العمل أو الترقى فى المستقبل القريب ، ويرى هؤلاء الأفراد أنهم متمائلون مع جمهورهم وعلى دراية بمعدل تعرضه لوسائل الاعلام .

### • التابعين :

وهم من صغار السن حديثى العمل فى المؤسسة لذا فهم راضيين عن عملهم وأكثر احتمالاً للعمل فى المناصب القيادية ، كما أنهم من المحتمل أن يكونوا قد حصلوا مؤخراً على ترقية وعادة يتوقعون المزيد، ويرى هؤلاء الأفراد أنهم غير متمائلين مع الجمهور ويسئوا تقديره وتعرضهم للميديا ضعيف .

### • المتحدثين : Talkers

وهم من متوسطوا العمر ولهم باع طويل فى مجال العمل نسبياً، وهم راضون عن عملهم تماماً ويتولون مناصب قيادية وحصلوا مؤخراً على علاوات وترقيات ، ويمتازون بشدة الصلة بالجمهور (العام والخاص) وهم يتعرضون بصفة دائمة لمختلف وسائل الإعلام .

وقد اختبر البحث فى جزء منه علاقة القائم بالاتصال الاجتماعية بغير المهنيين وجاءت النتائج متوافقة ، وكان الاستثناء الوحيد فى دراسة (Johnstone)



(et., 1976) لرجال الأخبار حيث ثبت أن ٤١٪ من الصحفيين موضع الدراسة لهم علاقات إجتماعية غير رسمية مع غيرهم من المهنيين . وقد رأى هؤلاء المبحوثين أن للصحافة دور إجتماعى مشارك ومستول ، إلى جانب دورها الكبير فى شرح الأخبار وذلك فى مقابل الصحفيين - الذين لهم علاقات إجتماعية أقل مع غيرهم من المهنيين - حيث رأوا أن دور الصحافة ينبغى أن يكون دوراً حياً وتقليدياً .

وفى دراسة حديثة تم أجرائها من قبل (The American Society of Newspaper Editors, 1985) أثار الجمهور عدة تحفظات حول مصداقية وسائل الاعلام خاصة الصحف باعتبارها مصدراً لاسيقاء المعلومات - ومقيداً للحقوق والمزايا التى يتمتع بها الصحفيون ، وأكدت هذه الدراسة على أن أحد الأسباب الرئيسية لتضاءل الصحف يرجع الى شعور الجماهير بأن هناك فجوة كبيرة بينهم وبين الصحفيين سواء فى القيم أو الأفكار أو الاتجاهات ، وقد حفزت هذه النتائج مديرو تحرير وكالة أسوشيتيد برس AP للقيام بدراسة مسحية لاتجاهات الصحفيين نحو قضية المصداقية والدور الفعلى لهؤلاء الصحفيين فى هذه القضية ، بالاضافة الى ذلك تبين وجود علاقة بين اتجاهات الصحفيين نحو الجمهور والفجوة بينهما والتى نتج عنها انعدام الثقة فى الصحافة ورجالها ، كما أشارت الى أن الاختلافات والمسافة بين الصحفيين والجمهور من العناصر الهامة التى تؤثر على اتجاهات الجمهور نحو وسائل الاعلام خاصة فى المجال الاخبارى (Ritt, R., 1985).

**وتمثلت هذه الاختلافات فى أربع عناصر هى :**

**(١) الخصائص الديموجرافية (Demographics) :**

أجرى Johnstone وزملاؤه العديد من الدراسات فى هذا المجال فى فترة السبعينات ، كما أجرى ويفر ويلاهوت دراسة أكثر حداثة أكدت وجود اختلافات جوهرية فى السن ، والمستوى التعليمى والثقلفى ، والجنس ، واللون بين الجمهور العام والصحفيين أى أن خصائص الصحفيين الديموجرافية تختلف عن الجمهور العام فقد جاء الصحفيون من صغار السن ذوى المستوى التعليمى والاقتصادى المرتفع . وجاء ٦٦٪ منهم من الذكور وأغلبهم ( بنسبة ٩٥٪ ) من البيض ، كما تبين وجود اختلاف كبير بين الجمهور العام والصحفيين من حيث

التوجه السياسى ، فحوالى ٣٠٪ من الصحفيين يتبعون الحزب التحررى فى مقابل ١٥٪ من الجمهور ، و ٣٨٪ يتبعون حزب الوسط بينما النسبة الفعلية للجمهور الذين يتبعون حزب الوسط بلغت ٢٧٪ فقط ، وبلغت نسبة الصحفيين الذين لديهم ايدولوجية سياسية ثابتة ٢٢٪ فى مقابل ٣٢٪ من الجمهور ، وبالمثل تبين أن ٤٢٪ من الصحفيين يتبعون الحزب الديمقراطى ، و ٣٤٪ يتبعون حزب المستقلين ، فى مقابل ٣٧ و ٢٣٪ للجمهور العام ، وجاءت نسبة الصحفيين الذين يتبعون الحزب الجمهورى نصف الجمهور العام ، كما أشارت نسبة قليلة الى عدم وجود أى تفضيلات حزبية سياسية لديهم، هذا بالاضافة الى أن نسبة الصحفيين جاءت أقل بكثير من الجمهور العام فيما يتعلق بالانتماء للمذهب البروتستانتى وتساوت نسبتهم فيما يتعلق بالانتماء للكاثوليكية وأغلبهم ليس له ديانة وقد أشار ١٣٪ من الصحفيين الى أنهم ولدوا مسيحيين مقابل ٢٨٪ من الجمهور العام (Burgoon et al.,1987) .

#### (ب) الصلة بالمجتمع المحلى (Community Involvement) :

ذكر (Burgoon et al.,1982) أن الصحفيين أقل ارتباطاً بالمجتمع المحلى من الجمهور العادى . وأشار (جونستون وزملاؤه) فى دراستهم عام ١٩٧٦ الى أن أكثر من نصف الصحفيين ينتمون لواحدة على الأقل من المؤسسات أو الجمعيات الخيرية ، وجاء الناشرون فى المرتبة الأولى من حيث العضوية فى الجماعات المحلية ، يليهم المحررين وأخيراً الصحفيين فلا تزيد عضويتهم عن جماعة واحدة من تلك الجماعات .

وأشارت نتائج دراسة أخرى الى ضرورة وجود صلة بين المجتمع المحلى فضلاً عن التعرض لأخبار المؤسسة التى يعملون بها الى جانب الاتصال الوثيق بالمنظمات الاجتماعية (Meyer,1983) .

#### (ج) العلاقات الاجتماعية (Social Conacts) :

قرر Johnstone وزملاؤه أن حوالى ثلثى الصحفيين العاملين فى الصحف اليومية - ممن تم مقابلتهم - لديهم علاقات اجتماعية غير رسمية مع الزملاء الصحفيين ، وحوالى ٤٠٪ لم تكن لهم علاقات أو لهم علاقات سطحية مع الزملاء ، وقد جاء الصحفيون فى الاناعة والتليفزيون أكثر ارتباطاً بعلاقات اجتماعية مع زملائهم عن الصحفيين العاملين فى الصحف .

وفى دراسة حديثه لـ ( Weaver , Willhoit , 86 ) تبين أن ٣/٤ الصحفيين العاملين فى الصحف والاذاعة والتليفزيون ، لديهم عدداً متساوياً من الأصدقاء فى مجال العمل وخارجه . أما (Burgoon, 1983) فرأى أن للصحفيين صلات وثيقة مهنية مع الجمهور .

#### ( د ) اتجاهات الصحفيين نحو الجمهور (Puplic Involvement) :

أشار (Whitney, 1985) الى أن الصحفيين غالباً ما يقللون من قدر اهتمام الجمهور بالأخبار وغالباً ما تكون لديهم وجهة نظر متدنية عن الجمهور ، وأكد أن الصحفيين ليسوا من مجموعات متجانسة وإنما يختلفون تبعاً لصلاتهم بالجمهور ، وبزملاء العمل ، ومدى الرضا عن عملهم ، وتوقعهم للترقى حتى الوصول الى أعلى السلم الوظيفى ، واتجاهاتهم نحو الجمهور والمؤسسة الاعلامية .

وعلى الرغم من اختلاف الجمهور مع الصحفيين حول نوع قارئ النشرة (ذكر/ أنثى) إلا أن الاتفاق بينهما جاء كبيراً حول أهم الأنباء وهذا ما تؤكد استفتاءات جالوب والقضايا التى نشرت حول معظم الأنباء فى مجالات التايم ، والنيوزويك ، ويو - أس نيوز (Funkhouser, G., 1973) . وفى نو كسفيل بولاية تينيسى (Knoxville News Sentinel) فقد اجريت مقارنة أحكام ثلاثة رؤساء فى أقسام التحرير فى صحيفة معينة من المشتركين ، وظهر فيها اتفاق كبير حول القضايا الهامة غير أن الدراستين الأخيرتين قد تعكسان ميل الجمهور الى ترتيب القضايا تبعاً لما ذكرته وسائل الإعلام المختلفة وليس العكس .

#### ٢ - العلاقة بالمصادر الصحفية :

جاءت الدراسات السابقة لتوضيح أثر علاقة القائم بالاتصال بمصادره على النحو التالى :

\* وجد ليبز (Liebes) أن ملخص الأخبار (Budget Statement) الذى ترسله كل وكالة فى بداية العمل اليومى ، والذى يحدد أهم الأحداث المتوقعة فى هذا اليوم كان عاملاً حاسماً فى وضع حوالى ربع المحررين - موضوع الدراسة لخططهم التحريرية .

\* ووجد ستمبل (Stempel) أن التشابه بين مفردات الأخبار التي تنشرها وتوزعها الصحف والتي ترسلها الوكالات لا يكاد يذكر ولكن التشابه أكثر عمومية إذ يتعلق بالمحتوى العام ( سعيد السيد، الدراسات الاعلامية ، ١٩٨٨ ) .

وحيثما وجدت درجة تشابه عالية بين أخبار كل من الوكالات والصحف في المحتوى ، فإنه من الصعب تحديد ما إذا كانت الوكالات هي التي تؤثر على الصحف أو العكس ، ويمكن القول أن التأثير متبادل ، ولكن حيث أن الوكالات هي المصدر الأساسي لغالبية الأنباء الخارجة منها ، فمن المعقول أنها الشريك الأقوى .

\* ووجد شرام ما يصفه بتشابه ضخم بين المحتوى الإجمالي لنشرات الوكالات الغربية وبين ١٤ صحيفة أسيوية فيما يتعلق بأخبار العالم الثالث ويفسر الباحث بتتبع الصحف للوكالات فيما تنشره لأنه ليس لديها بدائل أخرى (Schraman, 1978) وقد دعمت عدة دراسات أخرى أحدث النتائج السابقة .

### وتتمثل تأثيرات المصادر على القيم الاخبارية والمهنية فيما يلي :

- \* تقوم الوكالات بتوجيه الانتباه الى أنباء معينة بطرق متعددة .
- \* تؤثر الوكالات على طريقة تقييم رؤساء أقسام الأخبار لعمل مراسليهم أو مندوبيهم .
- \* تؤثر وكالات الأنباء على طريقة توزيع وسائل الاتصال لمراسليها لتغطية الأحداث الهامة .
- \* تؤثر الوكالات التعاونية في الولايات المتحدة مثل الاسوشيتيدبرس على تغطية عملائها للأحداث بشكل خاص لأنها تصدر سجلاً يومياً بالأحداث المتوقع حدوثها في المدن الكبرى .
- \* تقوم الوكالات بشكل غير مباشر بالتأكيد على وسائل الاتصال بتقديم النموذج الذي يتعرض له المسئولون عن التحرير .

### ٣ - العلاقة بالمؤسسة الصحفية :

تفتقر الدراسات الخاصة بعلاقة القائم بالاتصال بالمؤسسة الصحفية الى غياب النظرة الشاملة ، والاطار النظرى الذى من شأنه أن يؤدي الى إصدار أحكام

عامة صحيحة ، وبذلك يمكننا القول بأن تعدد العلاقات وتشابكها لا يبرر وحده الضعف الظاهر الذى يعانى منه هذا الميدان من ميادين الدراسة .

وما يهمنى هو الروابط بين الملكية وبين العمل اليومى الخاص بجمع ومعالجة المادة الاخبارية والتي يرى (Murdock) أنها روابط ملتوية وغير مباشرة صحيح أن المديرين يتخذون العديد من القرارات التى تؤثر على مضمون وسيلة الاتصال ، ولكننا لا نعرف على وجه الدقة العوامل التى تؤثر فى قراراتهم كما أن هذه القرارات ليست متشابهة دائماً ، والاحتمال قائم أن يكون القرار الذى يتخذه نفس الشخص مختلفاً الى حد ما عن القرار السابق ، ولكن يمكننا القول أن شخصية صاحب القرار والضغط داخل المؤسسة وخارجها كلها على نفس الدرجة من الأهمية فى معظم الأحوال .

وفى محاولة للتعرف على نوعية الأشخاص الذين يتولون المناصب العليا فى المؤسسات الاعلامية ، قام مكتب الأبحاث الاجتماعية التطبيقية فى جامعة كولومبيا باستجواب ٦٥ شخصاً تم اختيارهم عشوائياً ممن يتولون المناصب القيادية فى مختلف وسائل الاتصال ، وقد ضمت العينة ناشرين ورؤساء تحرير ومديرى أخبار بالشبكات التليفزيونية الثلاث ومعلقى أنباء وبعض كبار كتاب الأعمدة وقد وجد أن معظمهم ذكور ، بيض ، متزوجون ، حاصلون على مؤهل جامعى . وعندما تمت مقارنة وجهات نظرهم تجاه القضايا الاجتماعية والسياسية مع الصفوة من قطاعات أخرى من المجتمع وجد أنها تميل الى الليبرالية فى معظم المسائل فى مقابل قادة الجماعات الأخرى التى شملتها الدراسة (Barton, 1962) .

وقد أظهرت دراسة (Bowers, 1967) تدخلاً قليلاً من جانب الناشرين فى مسائل السياسة التحريرية ، وتدخل أقل من قبل ملاك الصحف . كما انتهى مورفى (Murphy) الى أن الصحيفة المحلية المستقلة تكون فى وضع أسوأ بكثير من الصحيفة التى تنتمى الى احدى السلاسل حيث أن الحالة الأخيرة ليست مباشرة (Wagenberg & Soderland, 1975) .

كما أظهر تحليل سبع صحف كندية مملوكة لاحدى السلاسل الكندية ازاء موقفها من الانتخابات العامة أنه لا يوجد توافق بين صحفها حول الموضوعات

التي تتم تغطيتها أو لتأييد حزب دون آخر . ولكن المؤلفان يعترفان بأن هذا هو الموضوع دائماً (Ggrotta, 1970)، في حين أظهر أحد التقارير الخاصة بالملكية أنه لا يوجد دليل قوى لتأثير الملكية على أداء الصحف ، حيث أشارت عدة أبحاث الى أن الصحف المتنافسة ليست أفضل أو أسوأ من الصحف التي تنتمي الى احتكارات ، هذا وأشارت دراسة زمنية طويلة المدى لعدد من الصحف التي انتقلت من مجال التنافس إلى الاحتكار ، لعدم وجود دليل التغيير في المحتوى ، (Bin-tour, 1972). وانتهى بحث آخر الى أن وجود عوامل أخرى تؤثر على أداء الصحف أكثر أهمية في العادة من الملكية الاحتكارية نفسها (Wintour, 1972) .

( Davidson, 1976 ) ، على أنه يجب التنبيه على أن هذه كلها حالات فردية لا يمكن القياس عليها ، والفكرة تتلخص في أن الناشر المالك يجب أن يرضى موظفيه ، وقد يقدم في سبيل ذلك التنازلات لكي يضمن تعاونهم . والإدارة العليا هي التي تحدد في النهاية تنظيم الإدارات والأقسام وعلاقتها ببعضها البعض .

ويلاحظ أن للضغوط الإدارية تأثيراً حاسماً على القائم بالاتصال وهو تأثير يفوق القيود المهنية بمراحل عديدة ، وتعتبر النقابات من أقوى هذه التنظيمات المهنية والسبب الرئيسي في ذلك يرجع الى أنها ظاهرة للجمهور ، وتحدد تلك الضغوط الإدارية من استقلالية وفاعلية عمل الصحفي ، وتتعلق المشكلة بالطبيعة غير الظاهرة للضغوط التي تمارسها المؤسسات الإعلامية مما يدفع البعض لتصويرها في أقل من حجمها الطبيعي في بعض الأحيان ( سعيد ، ١٩٨٩ ) .

والخلاصة أن ضغوط المؤسسة لا ينبغي تجاهل تأثيرها على القائم بالاتصال والنتائج النهائية الذي يقدمه للجمهور من معلومات، وانطلاقاً من نتائج الدراسات السابقة تم صياغة فروض هذه الدراسة كما هو موضح في تصميم البحث ، منهجه .

### • مشكلة البحث :

تنصب مشكلة البحث الرئيسية على معرفة الكيفية التي تؤثر بها الممارسات الإعلامية للعاملين في أخبار التليفزيون على اتجاهاتهم نحو العمل

بما فى ذلك علاقته بالجمهور ، وتعاملاته الشخصية مع زملاء العمل ، سواء فى نفس المؤسسة أو فى غيرها من المؤسسات المنافسة ، هذا الى جانب محاولة التعرف على دور المؤسسة فى الناتج الفعلى الذى يصل الى الجمهور من أخبار .

### تصميم البحث ومنهجه :

#### (١) فروض الدراسة :

- ١ - تؤثر علاقة القائم بالاتصال بالجمهور على اتجاهاته نحو العمل .
- ٢ - تؤثر علاقة القائم بالاتصال بزملاء العمل على اتجاهاته نحو العمل .
- ٣ - تؤثر علاقة القائم بالاتصال برؤسائه على اتجاهاته نحو العمل .
- ٤ - تؤثر علاقة القائم بالاتصال بالعاملين فى المؤسسات المنافسة على اتجاهاته نحو العمل .
- ٥ - يؤثر السن على اتجاهات القائم بالاتصال نحو العمل .
- ٦ - يؤثر النوع على اتجاهات القائم بالاتصال نحو العمل .
- ٧ - تؤثر الوظيفة على اتجاهات القائم بالاتصال نحو العمل .
- ٨ - تؤثر الخبرة على اتجاهات القائم بالاتصال نحو العمل .

#### (ب) المفاهيم :

- ١ - القائم بالاتصال : وهم مخرجى ومحررى ومندوبى ومذيعى الأخبار فى التلفزيون المصرى .
- ٢ - الممارسات الإعلامية : ويقصد بها علاقة القائم بالاتصال بكل من الجمهور العام ، وزملاء العمل الرؤساء والعاملين فى مؤسسات منافسة ممن يكون لأرائهم تأثير فى عمل القائم بالاتصال .
- ٣ - الجمهور : أفراد المجتمع المصرى باختلاف ثقافتهم ومستواهم التعليمى .

## (ج) متغيرات الدراسة :

تعتبر الممارسات الاعلامية للقائمين بالاتصال المتغير الرئيسي الذي يؤثر على اتجاهات القائم بالاتصال نحو العمل كما يلي :

المتغير التابع	المتغيرات الوسيطة	المتغير المستقل
اتجاهات العاملين في أخبار التليفزيون نحو العمل الاعلامي	- السن - النوع - الوظيفة - الخبرة (الأقدمية في العمل)	الممارسات الاعلامية : ١ - علاقته بالجمهور ٢ - علاقته بزملاء العمل ٣ - علاقته بالرؤساء ٤ - علاقته بالزملاء في مؤسسات منافسة

## (د) أساليب القياس :

١ - وقد تم وضع مجموعة من الأسئلة المغلقة والمفتوحة لقياس علاقة القائم بالاتصال بكل من المؤسسة التي يعمل بها وزملاء المؤسسة وأخيراً الجمهور العام بعد التعرف على سماته الشخصية من حيث الاسم/النوع/الوظيفة الحالية/والمدة التي قضاها في مجال العمل بالأخبار باعتبار الأقدمية من المتغيرات الوسيطة التي يتم قياسها .

٢ - قياس اتجاه القائم بالاتصال نحو العمل بمعرفة اتجاهاته نحو زملاء العمل والمؤسسة من خلال عشر جمل لكل اتجاه تم طرحها على المبحوثين ليجيبوا عليها بالاتفاق أو الاختلاف (مقياس ليكرت Lickert للاتجاهات) ، وتم تجميع هذه الدرجات وتصنيف اتجاهات المبحوثين الى ثلاث اتجاهات : سلبى .محايد/ايجابى نحو العمل .

٣ - أساليب جمع البيانات :

يتم الاعتماد على الدراسة الميدانية لجمع البيانات حسب الخطوات التالية :



\* تجميع كافة المعلومات المتاحة عن المخرجين/المحررين/المندوبين/ المذيعين فى الأخبار التليفزيونية .

\* تصميم استمارة لقياس المتغيرات التى تطرحها الدراسة من خلال المعلومات التى تم تجميعها وتقسيمها الى أجزاء لقياس كل المتغيرات فى اطار المتغير التابع وهو اتجاه القائمين بالاتصال نحو العمل .

\* جمع المعلومات التى توصلنا اليها من خلال الاستمارات وتفريغها للتوصل من خلال هذه المعلومات الى نتائج لفروض الدراسة .

#### ٤ - اختيار العينة :

قد يكون بديهياً انه من الأفضل احراء البحث على مجتمع البحث ككل الا ا ذلك يكون غير عملى فى معظم الأحيان ولكن لصغر حجم مجتمع الدراسة فقد أمكن حصره وملاً استمارات الدراسة معه ، ومجتمع الدراسة هنا يتمثل فى العاملين فى مجال الأخبار التليفزيونية من مخرجين ومحررين ومندوبين ومذيعين وقد تم تقسيم الاستمارات بين العاملين فى الأخبار الركزية بالتليفزيون والعاملين فى مجال أخبار قناة النيل الدولية لاختلاف مصادر الأخبار وطريقة صياغتها فى كل من الجانبين للإلمام بمدى معرفة القائمين بالاتصال بجمهورهم ، وقد بلغ مجتمع الدراسة - ٦٠ مفردة من المهن الأربعة التى تعتقد الباحثة أنها تؤثر بالفعل فيما يقدم من أخبار للجمهور العام .

#### ٥ - اجراءات اختيار الصدق والثبات :

يحدث الخطأ فى القياس سواء لخطأ الباحث أو الاستمارة ولذلك يمكننا أن نتجنب الوقوع فى هذه الأخطاء وذلك عن طريق :

- \* تدريب الباحثين على اجراءات الصدق والثبات وتأهيلهم بشكل مناسب .
- \* اجراء اختبارات قبلية للأسئلة والمقاييس والتأكد من أنها بالفعل صالحة للغرض الذى أعدت من أجله .

\* طريقة الاتساق الداخلى بمعنى اذا كانت الفقرات تدور حول نفس الشيء فسوف يتاح قدر من الثبات .

\* الرجوع الى المتخصصين لبيان الاتساق والتأكد من الأسئلة لمتغيرات الدراسة بالفعل .

### نتائج الدراسة الميدانية

تهدف هذه الدراسة للتعرف على تأثير الممارسات الاعلامية للعاملين فى أخبار التليفزيون على اتجاهاتهم نحو العمل وتضمنت الممارسات الاعلامية - كمتغير مستقل - عدة عناصر هى :-

- ( أ ) العلاقة بالجمهور .
- ( ب ) العلاقة بزملاء العمل .
- ( ج ) العلاقة بالرؤساء .
- ( د ) العلاقة بالعاملين فى مؤسسات منافسة .

أما اتجاهات القائمين بالاتصال نحو العمل فقد وضعت فى ثلاث فئات (سلبية/ محايدة/ ايجابية) بعد تجميع درجات مجموعة الجمل التى وضعت فى نهاية استمارة الدراسة الميدانية ٢٠ جملة - ليؤخذ رأى المبحوثين فيها باستخدام مقياس ليكرت .

### الفرص الأولى :

اثر علاقة القائم بالاتصال بالجمهور على اتجاهاته نحو العمل :

تشير الأبحاث الخاصة بالعلاقة بين القائم بالاتصال والجمهور الى عدة نتائج من أهمها :

- ( أ ) عدم وجود احتكاك أو اتصال مباشر يذكر ، أو معرفة كافية بالجمهور فى أوساط الصحفيين (Gans,1982) .

( ب ) اهمال القائمين بالاتصال لفئة الجمهور العام في مقابل قطاع صغير من الجمهور لا تزيد نسبته عن ١٠٪ من الجمهور الفعلى وهم الذين يهتمون بالأخبار اهتماماً جدياً ويتابعون الأحداث بصفة مستمرة (Tun-stall, 1971).

ويشير الجدول التالى رقم « ١ » الى علاقة القائم بالاتصال بالجمهور وأثر ذلك على اتجاهاته نحو العمل .

### جدول رقم « ١ »

#### علاقة القائم بالاتصال بالجمهور واتجاهاته نحو العمل

الاتجاهات نحو العمل علاقة القائم بالاتصال بالجمهور		ضعيفة		متوسطة		قوية		الاجمالى	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
٣	٤٢,٩	٣	١٣,٦	١	٣,٢	٧	١١,٧	٧	١١,٧
٣	٤٢,٩	٢	٩,١	٢	٦,٥	٧	١١,٧	٧	١١,٧
١	١٤,٣	١٧	٧٧,٣	٢٨	٩٠,٣	٤٦	٧٦,٧	٤٦	٧٦,٧
٧	١١,٧	٢٢	٣٦,٧	٣١	٥١,٧	٦٠	١٠٠	٦٠	١٠٠

دلالة بيرسون = ٠,٠٠ ( صفر )

معامل بيرسون = ٠,٥٥

ويتضح من بيانات الجدول السابق عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين علاقة القائم بالاتصال بالجمهور واتجاهاته نحو العمل ، وذلك على الرغم من أن المؤشرات العامة (الجدول التكرارية البسيطة) تشير الى أنه كلما زادت العلاقة بين القائم بالاتصال والجمهور كلما كان لهذا تأثيراً إيجابياً على عمله (٤٦,٧٪) .

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج الدراسات السابقة التى تؤكد أن فكرة الصحفى عن جمهوره غير دقيقة (Culberstone, 1983) وأن بعض الصحفيين يميلون لعزل ذاتهم عن الجمهور كوسيلة للمحافظة على الاستقلال الشخصى (Bruss, 1969) هذا ويمكن تفسير الاختلال الذى تم التوصل اليه بين نتيجة

الجدول التكرارية البسيطة والعلاقات الاحصائية الى وجود لبس واضح بين العاملين حول مفهومهم عن الجمهور ، هل هو الجمهور العام أم الجمهور الخاص ممن يهتم بالأخبار ويتابعها أم الجماعات المرجعية التي عادة ما يعتمد عليها الصحفي لمعرفة ردود أفعال الجمهور تجاه ما يقدمه من أخبار، وتعتبر هذه الجماعات عينة شديدة التحيز ولا يمكن بأى حال من الأحوال اعتبارها ممثلة للجمهور العام تمثيلاً صحيحاً .

**ومن ثم يمكن أن نؤكد على حقيقتين هامتين في هذا المجال وهما :**

١ - الجمهور لا يحدد مصير القصص الإخبارية وإنما انتماء الصحفي للمؤسسة ، ومصادره هو الذي يحدد مصيرها .

٢ - توجه الصحفي نحو زملائه من الصحفيين - باعتباره عضواً منتمياً لهم - أكبر بكثير من توجهه نحو الجمهور .

وقد بالغ بعض الباحثين في بيان هذه العلاقة حيث أشار الى امكانية استغناء القائم بالاتصال عن جمهوره وعدم استغنائهم عن زملائه ومصادره (Chittuck, 1970) .

وبغض النظر عن بعض المبالغات في هذا الشأن فالمؤكد أن علاقة القائم بالاتصال بجمهوره تأتي في المرتبة الأخيرة بعد علاقته بالمؤسسة التي يعمل بها ( البناء البيروقراطي الذي يضمه ) وزملائه ومصادره .

**العلاقة بين خصائص القائم بالاتصال الشخصية وصلته بالجمهور :**

**العلاقة بين السن والخبرة والصلة بالجمهور :**

يعتبر السن والخبرة من الخصائص الشخصية الهامة التي تؤثر على علاقة القائم بالاتصال بجمهوره ، وكلاهما وجهان لعملة واحدة فكلما زاد السن كلما زادت الخبرة ( الاقدمية ) . وقد تم تصنيف العاملين في أخبار التليفزيون الى ثلاث فئات تبعاً لهذين المتغيرين :

- ( أ ) صغار السن ( ٢٠ - ٣٠ سنة ) وهم حديثوا العمل (مدة أقل من ٥ سنوات) .
- ( ب ) متوسطى السن ( ٣٠ - ٤٠ ) وتتراوح مدة عملهم ما بين ٥ و ١٠ سنوات .
- ( ج ) نوى الخبرة ( أكثر من ٤٠ سنة ) تزيد مدة عملهم فى مجال الأخبار عن ١٠ سنوات .

وقد جاءت نتائج هذه الدراسة متوافقة مع نتائج الدراسات السابقة- يشير الجدول التالى رقم «٢» فالعلاقة ارتباطية عكسية متوسطة بين المتغيرين أى أنه كلما زاد السن والخبرة كلما قل احتكاك القائم بالاتصال بالجمهور .

#### وتتمثل أهم الأسباب التى ذكرها لتفسير هذه العلاقة فى النقاط التالية:

١ - قلة الدراسات والبحوث الخاصة بالاستماع والمشاهدة التى من شأنها امداد القائم بالاتصال بصورة دقيقة عن جمهوره من حيث (خصائصه/سماته/ أسلوب التخاطب ... وغيرها) . ومن ثم فإن القائمين بالاتصال يعتمدون على الصور الذهنية حيث يقومون بتكوينها عن هذا الجمهور ، وتكون هذه الصورة - فى كثير من الأحيان - محدودة ومشوهة .

٢ - يقوم القائمون بالاتصال باخضاع أنفسهم الى ما يسمى بالتوجه-Orienta- tion) ، وغالباً ما يكون هذا التوجه تجاه الرؤساء والزملاء أكثر من الجمهور العام وأسباب ذلك واضحة ، فالرؤساء هم من يوقعون الثواب والعقاب كما أنهم يزودونه برؤود فعل مفصلة وتعليقات منتظمة ، وعلمية عن عمله (Johnstone, Slaw; i & Bowman 1976) .

٣ - توقع القائمين بالاتصال معرفتهم برغبات واحتياجات الجمهور باعتبارهم أبناء نفس الثقافة ويحملون قيمها العامة - وبالطبع يحمل هذا الرأى تبسيطاً مخللاً للأمور .

## جدول رقم « ٢ »

## علاقة القائم بالاتصال بالجمهور مع السن والخبرة

الاجمالي	أكبر من ٤٠ سنة عمل أكثر من ١٠-٥ سنوات		متوسط العمر ٢٠-٤٠ عمل من ١٠-٥ سنوات		صغير السن من ٢٠-٢٠ ( حديثي العمل )		الصلة بالجمهور السن والخبرة	
	%	ك	%	ك	%	ك		
١١,٧	٧	٢٢,٢	٢	٥,٣	١	١٢,٥	٤	ضعيفة
٣٦,٧	٢٢	١١,١	١	٣٦,٨	٧	٤٣,٨	١٤	متوسطة
٥١,٧	٣١	٦٦,٧	٦	٥٧,٩	١١	٤٣,٨	١٤	قوية
١٠٠	٦٠	١٥	٩	٣١,٧	١٩	٥٣,٣	٣٢	الإجمالي

معامل التوافق ٤٦.

معامل جاما ٤٢.

معامل الارتباط بيرسون = ٤١.

## ★ العلاقة بين النوع والصلة بالجمهور :

توافقت النتائج مع الدراسات السابقة حول العلاقة بين النوع والصلة بالجمهور حيث تبين وجود علاقة ايجابية بين المتغيرين ؛ وجاء الذكور ( ٦١,٣ % ) أكثر ارتباطاً وصلة بالجمهور من الإناث ( ٣٨,٧ % ) . ولقياس شدة العلاقة بين المتغيرين تم اختبار معامل بيرسون الذي أكد وجود علاقة ارتباطية بلغت دلالتها ( ٤٢ ) . وتقترب النسب السابقة من نتائج الدراسة التي أجراها (Weaver & Wil- hoit, 1986) والتي أثبتت أن الذكور لهم صلات مباشرة بالمجتمع المحلي بنسبة ٦٦ % مقابل ٣٤ % فقط من الإناث . وزادت هذه النسبة لتصل الى ٧٥ % فيما يتعلق بالعلاقات الاجتماعية بالزملاء سواء في مجال العمل أو خارجه .

## ★ العلاقة بين الوظيفة الحالية والصلة بالجمهور :

حرصت هذه الدراسة على التعرف على أكثر المهن اهتماماً بالجمهور . وقد تبين أن المحررين يأتون في المرتبة الأولى بنسبة ٦١,٢ % يليهم المخرجين في المرتبة الثانية بنسبة ٢٥,٨ % ، فالمديعين والمندوبين بنسبة ٦,٥ % لكل منهما .

وتعد هذه النتيجة منطقية فالمحرر هو الذي يتولى صياغة الخبر ليقوم مقدم النشرة بقراءته على الجمهور وبالتالي فمن المفترض أنه يعرف الجمهور

الذى يخاطبه معرفة مسبقة دقيقة حتى يسهل عليه صياغة الأخبار ليستوعبها ويفهمها الجمهور ، وبالتالي يبتعد عن الكلمات الصعبة أو غير المتداولة ويحرص على الأمانة والدقة فى نقل الخبر كما وصله سواء من المصدر مباشرة أو عن طريق وكالات الأنباء، ثم يأتى دور المخرج ليقوم بمساعدة المحرر فى ابراز الخبر وتوضيحه بالصورة أو الرسوم أو البيانات . ومن ثم فهمته تكمل مهمة المحرر وكلاهما يهدف الى توصل الخبر للجمهور بأفضل الطرق ليضمن استيعابه عند تعرضه له .

أما المندوب والمذيع فمهمة كل منهما تختلف وتبتعد الى حد كبرى عن الجمهور فالمندوب يتولى جمع البيانات الخاصة بالحدث ويقدمها للمحرر ليعد صياغتها . أما المذيع فتقتصر مهمته على القراءة فحسب دون تدخل فى أغلب الأحيان فى صياغة الخبر .

وهذا بالطبع يقتصر على المذيع أو المقدم النشرة أما الصحفى Reporter Or Journalist فيقوم بدور المندوب ( يغطى الحدث) وينقله على الهواء للجمهور وهو نمط غير شائع فى مصر حتى الآن .

وقد تم قياس شدة العلاقة فجاءت علاقة متوسية حيث بلغ معامل بيرسون (٠.٥٢) .

ونخلص مما سبق الى رفض هذا الفرض وقبول الفرض البديل الذى يشير الى أن علاقة القائم بالاتصال لا تؤثر على اتجاهاته نحو العمل لعدة أسباب من أهمها :

( أ ) عدم مفرفة القائم بالاتصال بخصائص جمهوره الفعلى .

( ب ) عدم اهتمامه بالتعرف على هذا الجمهور .

### الفرض الثانى :

أثر علاقة القائم بالاتصال بالزملاء على اتجاهاتهم نحو العمل :

يشير الجدول التالي رقم « ٣ » لوجود علاقة ارتباطية ايجابية بين علاقة القائم بالاتصال بزملائه واتجاهاته نحو العمل .

### جدول رقم « ٣ »

#### اثر علاقة القائم بالاتصال بالزملاء على اتجاهاته نحو عمله

الاتجاه علاقته بالزملاء	ضعيفة		محايدة		قوية		الاجمالي
	ك	%	ك	%	ك	%	
سلبى	١	١٠٠	١	١٦,٧	٥	٩,٤	٧
محايد	-	-	١	١٦,٧	٦	١١,٣	٧
ايجابى	-	-	٤	٦٦,٧	٤٢	٧٩,٢	٤٦
الإجمالى	١	١,٧	٦	١٠	٥٣	٨٨,٣	٦٠

ويتضح من بيانات الجدول السابق أن نوى العلاقات الضعيفة والمتوسطة بزمللاء العمل يميل اتجاهاتهم للسلبية نحو العمل بنسبة ٢٨,٦٪ وللمحايدة بنسبة ١٤,٣٪ وكلما قويت العلاقة بالزملاء كلما مالت اتجاهات القائمين بالاتصال الى الايجابية نحو العمل (٩١,٣٪). ولمعرفة شدة العلاقة بين المتغيرين تبين شدة العلاقة (٠,٦٤) حسب معامل بيرسون/ و(٠,٦٢) بحساب معامل جاما / و (٠,٧٩) تبعاً لمعامل التوافق .

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج الدراسات السابقة وتؤكد جميعها على شدة ارتباط القائمين بالاتصال بزملائهم فى العمل سواء كان هذا بصفة رسمية أو غير رسمية ولعل السبب فى هذا يرجع الى اعتناق نفس المعايير الخاصة بالأداء المهنى أو القيم المهنية والتي يكتسبها الفرد من تزامله مع بقية أفراد المهنة ومن خلال ممارسته للعمل ، كما تلعب هذه القيم دوراً لا ينبغي تجاهله فى تأكيد استقلال الصحفى وانتمائه للمؤسسة التي يعمل بها ، هذا وقد حذر بعض الكتاب من هذه الصلة الوثيقة بين القائم بالاتصال وزملائه ممن أطلق عليهم الجمهور الخاص، نظراً لما يمكن أن تؤدي به هذه الصلة من انفصال عن المجتمع والتوحد مع زملاء العمل أو الاستقلال الجماعى وذلك على الرغم من وجود اختلافات جوهرية بينه وبين هؤلاء الزملاء سواء فى الخصائص الديموجرافية (سن/نوع.حالة اجتماعية) أو الاهتمامات أو الخصائص الشخصية (الوضع الاجتماعى/الاقتصادى) وغيرها من العناصر .



## العلاقة بين خصائص القائم بالاتصال وصلته بالزملاء :

### العلاقة بين السن والخبرة والصلة بالزملاء :

أشار Johnstone الى أن ٦٠٪ من الصحفيين العاملين في الصحف اليومية ممن تم مقابلتهم في دراسته لديهم علاقات اجتماعية غير رسمية مع الزملاء ، وأشار الى أن الصحفيين في الاذاعة والتليفزيون أكثر ارتباطاً بعلاقات اجتماعية مع الزملاء عن الصحفيين العاملين في الصحف .

وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراستنا التي أشارت الى أن صغار السن (٢٠ - ٣٠) حديثي العمل أو ذوى الخبرة القليلة في مجال العمل (أقل من ٥ سنوات) أكثر صلة بالزملاء (٥٢,٨٪) من متوسطى العمر الذين عملوا في مجال الأخبار مدة تتراوح ما بين ١٠ و ٥ (٣٠,٢٪) وذوى الخبرة الذين عملوا مدة أطول من ١٠ سنوات ويزداد عمرهم عن ٤٠ سنة (١٧٪) .

ومن ثم يتضح أن صغار السن وحديثي العمل أكثر صلة بالزملاء في نفس المجال بهدف اقامة صداقات في مجال العمل والتعرف على المؤسسة التي يعملون بها ويكتسبون قيمها .

### العلاقة بين النوع والصلة بالزملاء :

أوضحت نتائج الدراسة الميدانية أن الذكور أكثر صلة بزملاء العمل بنسبة ٦٠,٤٪ مقابل الاناث ٣٩,٦٪ فقط ، سواء في الادارة المركزية أو في قناة النيل الدولية .

### العلاقة بين الوظيفة الحالية والصلة بالزملاء :

أسفرت نتائج الدراسة الميدانية الخاصة بالعاملين في أخبار التليفزيون المصرى عن تصدر المحررين بنسبة (٥٢,٨٪) من حيث اقامة علاقات اجتماعية سواء رسمية أو غير رسمية مع الزملاء يليهم المخرجين (٣٠,٢) ثم المذيعين (١٣,٢٪) وأخيراً المندوبين (٣,٨٪) . وقد تم قياس شدة العلاقة بين المتغيرين محل الدراسة فجاءت العلاقة متوسطة القوة كما يشير معامل بيرسون (٤٩,٠)

معامل جاما (٣٦). ويمكن تفسير هذه العلاقة بأن المخررين والمخرجين هم أكثر العاملين تواجداً فى المؤسسة نظراً لطبيعة عملهم أكثر من مقدمى الأخبار الذين لا يتواجدون فى مبنى التليفزيون الا اذا كان لهم عمل ، وكذلك المندوبين الذى تفرض عليهم ظروف عملهم الجرى وراء الأخبار فى أماكن حدوثها وبالتالي لا يتواجدون الا قليلاً لتسليم ما قاموا بتغطيته من أحداث فحسب .

مما سبق يتضح صحة الفرض السابق الخاص بالعلاقة بين القائم بالاتصال وزملائه وأثرها الايجابى على اتجاهاته نحو العمل .

### الفرض الثالث :

أثر علاقة القائم بالاتصال بالرؤساء على اتجاهاته نحو العمل :

تشير الدراسات السابقة الى تعدد الضغوط التى يتعرض لها القائمين من قبل المؤسسة ، وغالباً ما تؤدى هذه الضغوط الى أن يصبح القائم بالاتصال جزءاً من المؤسسة . ويرى Breed أن ميكانيزم السيطرة الذى تمارسه غرفة الأخبار على القائمين بالاتصال يتكون من أدوات تستحثه لتجنب عدم موافقة رؤسائه ، والأكثر من هذا عملية التنشئة الاجتماعية التى يمر بها القائم بالاتصال والتى من شأنها أن تجعل ميوله وميول رؤسائه المباشرين متطابقة ، ويؤكد هذا ندرة حاجة الصحفى ورؤسائه للحديث سوياً ( سعيد السيد ، الدراسات الاعلامية ١٩٨٨ ) .

ومن ثم كان من الضرورى التعرف على أثر علاقة القائمين بالاتصال بالرؤساء فى أخبار التليفزيون على اتجاهاتهم نحو العمل .

### جدول رقم « ٤ »

أثر علاقة القائم بالاتصال برؤسائه على اتجاهاته نحو العمل

الاجمالي		قوية		محايدة		ضعيفة		الاتجاه نحو العمل علاقة القائم بالاتصال بالرؤساء
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١١.٧	٧	٩.٤	٥	١٦.٧	١	١٠٠	١	سلبى
١١.٧	٧	١١.٣	٦	١٦.٧	١	-	-	محايد
٧٦.٧	٤٦	٧٩.٢	٤٢	٦٦.٧	٤	-	-	إيجابى
١٠٠	٦٠	٨٨.٣	٥٣	١٠	٦	١.٧	١	الإجمالى

ويتضح من بيانات الجدول السابق أن العلاقة بالرؤساء قوية بنسبة ٩١,٧ ٪ ، وأنه كلما ازدادت العلاقة قوة كلما أدى ذلك الى الايجابية فى العمل .. كما تبين قوة هذه العلاقة حيث جاء معامل الارتباط بيرسون بقيمة بلغت (٠,٦٢) .

### العلاقة بين خصائص القائم بالاتصال وصلته برؤسائه :

#### العلاقة بين السن والخبرة والصلة بالرؤساء :

تشير نتائج الدراسة الميدانية الى وجود علاقة ارتباط ايجابية عكسية بين السن والخبرة والصلة بالرؤساء حيث جاء صغار السن ممن عملوا فى الأخبار مدة تقل عن خمس سنوات فى المرتبة الأولى بنسبة ٤٠ ٪ يليهم متوسطى العمر الذين عملوا مدة تتراوح ما بين ٥ و ١٠ سنوات بنسبة ٣٦,٤ ٪ وأخيراً كبار السن ( عملوا أكثر من ١٠ سنوات فى المؤسسة ) ٢٣,٦ ٪ ولعل السبب فى هذا يرجع الى أن صغر السن وقلة الخبرة يجعل القائم بالاتصال أكثر توجهاً لرؤسائه لكسب رضائهم وتعلم القيم المهنية التى يتطلبها العمل الأخبارى وتقل هذه الحاجة للتعلم كلما كبر السن وزادت الخبرة ، فالعاملين فى الأخبار مدة تزيد عن عشر سنوات أصبحوا بالفعل جزءاً من المؤسسة يعرفون متطلبات العمل وبالتالي لا يحتاجون للحدوث مع الرؤساء ، كما أن كبر السن والخبرة من الممكن أن تكون سبباً فى المنافسة مع الرؤساء للوصول للمناصب القيادية وبالتالي تقل الصلة بهم .

وقد تبين من اختبار المعاملات الاحصائية أن العلاقة بين المتغيرين متوسطة بلغت قيمة معامل التوافق (٠,٤٧) وبيرسون (٠,٤٥) وبلغت قيمة جاما (٠,٥١) .

#### العلاقة بين النوع والصلة بالرؤساء :

أسفرت النتائج عن تصدر الذكور (٦١,٧ ٪) من حيث قوة العلاقة بالرؤساء مقابل الاناث (٣٨,٣ ٪ فقط) . وقد تبين أن العلاقة بين المتغيرين ايجابية متوسطة حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (٠,٤٦) .

## العلاقة بين الوظيفة الحالية والصلة بالرؤساء :

وحول العلاقة بين الوظيفة الحالية والصلة بالجمهور والرؤساء جاء المحررون فى المرتبة الأولى ٥٠,٩ ٪ يليهم المخرجون ٢٧,٣ ٪ ثم المذيعون ١٨,٢ ٪ وأخيراً المندوبون ٣,٦ ٪ . وقد تبين أن هذه العلاقة متوسطة الدلالة احصائياً حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (٠,٥٠) ومعامل جاما (٠,٥١) .

وبالتالى نقبل الفرض الثالث الذى يوضح أثر علاقة القائم بالاتصال بالرؤساء على اتجاهاته نحو العمل مؤكداً أنه كلما ازدادت الصلة بالرؤساء كلما كانت اتجاهات القائم بالاتصال نحو عمله أكثر ايجابية .

## الفرض الرابع :

أثر علاقة القائم بالاتصال بزملائه العاملين فى مؤسسات منافسة واتجاهاته نحو العمل

تشير بيانات الجدول السابق الى وجود علاقة ارتباطية ايجابية بين المتغيرين محل الدراسة ، وهما العلاقة بالزملاء فى مؤسسات منافسة والاتجاه نحو العمل ، ولقياس شدة الارتباط تم قياس معامل بيرسون ومعامل التوافق وكلاهما أكد قوة هذه العلاقة .

## جدول رقم «٥»

أثر علاقة القائم بالاتصال بزملائه فى المؤسسات المنافسة على عمله

الاجمالى		متوسطة		قوية		ضعيفة		اتجاهاته نحو العمل العلاقة بالزملاء
ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	
٧	١١,٧	٤	٥٧,١	٣	٤٢,٩	-	-	سلبية
٧	١١,٧	٢	٢٨,٦	٣	٤٢,٩	٢	٢٨,٦	محايدة
٤٦	٧٦,٦	٢٥	٥٤,٣	١٦	٣٤,٨	٥	١٠,٩	قوية
٦٠	١٠٠	٣١	٥١,٧	٢٢	٣٦,٧	٧	١١,٧	الإجمالى

معامل التوافق ٠,٦٤

معامل بيرسون ٠,٨٦

### العلاقة بين خصائص القائم بالاتصال وصلته بزملائه فى مؤسسات منافسة:

#### العلاقة بين السن والخبرة وصلته بزملائه فى مؤسسات منافسة :

يميل القائم بالاتصال عند بداية عمله أن يتعرف على المحيطين به فى مجال عمله سواء فى نفس المؤسسة أو غيرها من المؤسسات المنافسة ، ويستفيد الكثير من معرفة آراء زملائه ورؤسائه فى تجويد عمله ، ومن هنا كانت محاولة التعرف على صلة القائم بالاتصال بزملائه فى المؤسسات المنافسة وهل هى علاقات رسمية أم غير رسمية وأثر خصائص القائم بالاتصال الشخصية على هذه العلاقة . وقد تبين أن صغر السن وحدثة العهد بالعمل تزيد من صلة القائم بالاتصال بزملائه فى المؤسسات المنافسة كما أشار ٤٨,٤ ٪ ويتساوى متوسطى العمر وذوى الخبرة ممن لهم باع فى مجال العمل فى الصلة بالزملاء فى المؤسسات المنافسة بنسبة ٢٥,٨ ٪ وعند اختبار العلاقة بين المتغيرين تبين أنها علاقة ارتباطية ايجابية عكسية متوسطة حسب معامل التوافق (٤٠) ، وبيرسون (٤٢) .

#### العلاقة بين النوع وعلاقة القائم بالاتصال بزملائه فى المؤسسات المنافسة :

تبين وجود علاقة ارتباطية ايجابية متوسطة بين النوع والصلة بالزملاء فى المؤسسات المنافسة فالذكور أكثر صلة (٧١ ٪) من الاناث (٢٩ ٪) . وتتفق هذه النتائج مع طبيعة دور الرجل والمرأة فى المجتمع المصرى ، فالذكور عادة هم أكثر انفتاحاً على المجتمعات المحيطة وأكثر ارتباطاً بعلاقات صداقة خارجية من الاناث .

#### العلاقة بين الوظيفة والصلة بالزملاء فى المؤسسات المنافسة :

أشارت هذه الدراسة الى وجود علاقة ارتباطية وان كانت ضعيفة تبعاً لمعامل ارتباط بيرسون حيث بلغت قوته (١٤) ، وكذلك قيمة معامل جاما (١٤) . وقد جاءت النتائج مطابقة للعلاقة بين الوظيفة والجمهور والزملاء فى نفس المؤسسة والرؤساء المباشرين فقد تصدر المحررون بنسبة ٥٨,١ ٪ يليهم المخرجون ١٩,٣ ٪ ثم المذيعون ١٦,١ ٪ وأخيراً المتدربين ٦,٤ ٪ .

وعلى الرغم من ضعف العلاقة بين خصائص القائم بالاتصال الشخصية نسبياً وصلته بالزملاء فى المؤسسات المنافسة الا أننا نؤكد على صحة الفرض

الرابع الخاص بتأثير صلته بزملائه فى المؤسسات المنافسة تأثيراً ايجابياً عكسياً على اتجاهاته نحو عمله فيعمل على الاجادة حتى يحصل على مكانته من رؤسائه وزملائه وتأكيد انتمائه للوسط الصحفى والتزامه بقيم الجماعة التى ينتمى إليها .

### الفرض الخامس :

العلاقة بين السن واتجاه القائم بالاتصال نحو عمله :

يشير (Ritter,85) الى أهمية السن كعنصر من العناصر الرئيسية التى تؤثر على اتجاهات الجمهور نحو وسائل الاعلام خاصة فى المجال الأخبارى ، وقد أجريت فى فترة السبعينات والثمانينات عدة دراسات أكدت جميعها على وجود اختلافات جوهرية بين الجمهور العام والقائمين بالاتصال فى المجال الأخبارى فى السن ، والمستوى التعليمى ، والثقافة بل والنوع والمستوى الاقتصادى الإجتماعى ، مما يؤكد على زيف ادعاء الصحفيين لمعرفتهم بالجمهور باعتبارهم جزء منه . ويلاحظ أن القليل من هذه الدراسات هو الذى تعرض للعلاقة بين السن واتجاه القائم بالاتصال نحو عمله .

ومن ثم حرصت هذه الدراسة على اختبار هذه العلاقة . ويشير الجدول رقم (٥) لوجود علاقة ارتباطية ايجابية عكسية بين المتغيرين . فذوى السن الصغير من القائمين بالاتصال ( ٢٠ - ٣٠ سنة ) جاء اتجاههم ايجابى نحو العمل بصورة أكبر ( ٥٦,٥ ٪ ) من متوسطى السن ( ٣٠-٤٠ سنة ) بنسبة ٢٨,٣ ٪ وذوى ( أكبر من ٤٠ سنة ) بنسبة ١,٢ ٪ .

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة Robinson & Levy,86 التى أشارت الى أن الأكبر سناً أكثر ارتباطاً بعملهم من صغار السن .

ويشير الجدول التالى رقم (٦) الى العلاقة بين المتغيرين وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة (Weaver & Wihoit,86) التى أجريت باستخدام استطلاع الرأى الذى أجرته جريدة لوس أنجلوس تايمز وأشارت الى أن الصحفيين عادة يكونوا من صغار السن وذوى المستوى التعليمى والاقتصادى

والاجتماعى المرتفع ، ويمكن تبرير هذه النتيجة بالقول أن صغار السن يحرصون على اكتساب قيم المؤسسة ويكونون أكثر حماساً من الأكبر سناً تجاه عملهم .

وقد تم قياس شدة العلاقة بين المتغيرين فجاءت ضعيفة نسبياً حيث بلغت قيمة معامل بيوسون (٠.٢٨) ومعامل جاما (٠.٢٩) وبالتالي نقبل الفرض القائل بوجود علاقة بين السن واتجاه القائم بالاتصال نحو عمله وان كانت علاقة ذات دلالة احصائية ضعيفة .

### جدول رقم « ٦ »

العلاقة بين السن واتجاه القائم بالاتصال نحو عمله

الاتجاه نحو العملاء لعلاقة السن	سنة ٣٠-٢٠		سنة ٤٠-٣٠		٤٠ فأكثر		الاجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
سلبى	٣	٤٢.٩	٢	٢٨.٦	٢	٢٨.٦	٧	١١.٧
محايد	-	-	٣	٥٧.١	٤	٤٢.٩	٧	١١.٧
ايجابى	٢٦	٥٦.٤	١٣	٢٨.٣	٧	١٥.٢	٤٦	٧٦.٦
الإجمالى	٣٢	٥٣.٣	١٩	٣١.٧	٩	١٥	٦٠	١٠٠

معامل جاما ٢٩ .

معامل بيرسون ٢٨ .

### الفرض السادس :

### العلاقة بين النوع واتجاه القائم بالاتصال نحو عمله :

أسفرت نتائج الدراسة الميدانية عن صحة هذا الفرض السادس الخاص حيث تبين أن الذكور أكثر ايجابية فى عملهم (٦٠,٩%) من الاناث (٣٩,١%) . وتتفق هذه النتيجة مع دراسة Bennett,81 التى ذكرت أن النساء أقل تفاعلاً مع الأخبار وأقل تعرضاً وتذكراً لها ، وعند اختبار شدة العلاقة بين المتغيرين تبين أنها علاقة ارتباطية ايجابية متوسطة القوة حيث جاءت قيمة معامل بيرسون ذات دلالة احصائية وبلغت (٠,٤٠) .

**الفرض السابع :**

**العلاقة بين نوع الوظيفة واتجاه القائم بالاتصال نحو عمله :**

من بيانات الدراسة الميدانية اتضح وجود علاقة ارتباطية ايجابية قوية بين نوع الوظيفة والاتجاه نحو العمل ، وقد جاءت هذه العلاقة قوية (٤٦) حسب ما أشار معامل بيرسون و(٧٨) معامل التوافق . كما أشارت البيانات الى ايجابية المحررين نحو عملهم بنسبة ٥٠٪ فجاءوا في المرتبة الأولى يليهم المخرجين بنسبة ٣٠,٢٪ فالمذيعين بنسبة ١٥,٣٪ وأخيراً المندوبين ٤,٥٪ .

ويمكن القول بأن قدر المشقة التي يعاني منه المندوبين في جمعهم للأخبار هو أحد الأسباب وراء اتجاههم السلبي نحو العمل . أما المذيعين ( مقدمى النشرة ) فهناك مجموعة من الأسباب يمكن ارجاع سلبيتهم اليها من بينها :

- ١ - قلة شهرتهم إذا ما قورنوا بمذيعى المنوعات والربط .
  - ٢ - قلة الدور الذى يقومون به تجاه ما يعرض من أخبار .
  - ٣ - قلة انتمائهم لمجال العمل وذلك نظراً لقلّة تواجدهم .
- هكذا يتضح صحة هذا الفرض .

**الفرض الثامن :**

**العلاقة بين الخبرة واتجاه القائم بالاتصال نحو عمله :**

يشير الجدول التالى الى وجود علاقة ارتباطية ايجابية بين الخبرة ( الأقدمية فى العمل ) واتجاه القائم بالاتصال نحو عمله .

**جدول رقم «٧»**

**العلاقة بين السن واتجاه القائم بالاتصال نحو عمله**

الاتجاه نحو العمل الخبرة	أقل من ٥ سنوات		من ٥ - ١٠ سنوات		أكثر من ١٠ سنوات		الاجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
سلبي	٢	٢٨,٦	٢	٢٨,٦	٣	٤٢,٩	٧	١١,٧
محايد	٢	٢٨,٦	٢	٢٨,٦	٣	٤٢,٩	٧	١١,٧
ايجابي	٢١	٤٥,٧	١١	٢٣,٩	١٤	٣٠,٤	٤٦	٧٦,٧
الإجمالي	٢٠	٣٣,٣	١٥	٢٥	٢٥	٦٠	٦٠	١٠٠



فقد اتضح أن حديثي العمل في مجال الأخبار يأتون في المرتبة الأولى من حيث اتجاههم نحو العمل (٤٥,٧٪) يليهم القدامى ممن عملوا مدة أكثر من ١٠ سنوات (٣٠,٤٪) فأصبحوا جزءاً من كيان المؤسسة وأخيراً الذين تتراوح مدة عملهم ما بين ٥ و١٠ سنوات (٢٣,٩٪) . وتتفق هذه النتيجة مع الدراسة التي أجرتها هيئة الناشرين الأمريكية بعنوان ( أثر الممارسات الاعلامية للصحفيين الممارسين على اتجاهاتهم نحو العمل ) والتي تم تطبيقها في ٨٣ صحيفة حيث أطلق على حديثي العمل في المؤسسة من صغار السن الذين يرضون عن عملهم FAST TRACKERS . كما أطلق على ذوى الخبرة ممن لهم باع طويل في مجال العمل ( أكثر من ١٠ سنوات ويزداد عمرهم عن ٤٠ سنة ) ويتولون مناصب قيادية وهم راضون عن عملهم تماماً بأنه المتحدثي TALKERS . أما متوسطى العمر غير راضيين عن عملهم فأطلق عليهم الخارجين EXTERNALS .

هذا وأوضح معاملاً الارتباط بيرسون أن العلاقة بين الخبرة واتجاه القائمين نحو عملهم متوسطة حيث بلغت قيمته (٤٣,٠) .

ومن ثم فإن هذا الفرض قد تبين ثبوته ؛ فالخبرة مثل السن والنوع والوظيفة كل منهم يعد من الخصائص الديموجرافية المؤثرة على اتجاهات القائم بالاتصال نحو عمله .

### الخلاصة :

ونلخص من هذه الدراسة الى القول بأن الممارسات الاعلامية للعاملين في أخبار التليفزيون المصرى سواء فى الادارة المركزية أو فى قناة النيل الدولية تؤثر تأثيراً كبيراً على اتجاهات هؤلاء الأفراد نحو عملهم خاصة علاقتهم بالرؤساء وبالزملاء سواء فى نفس (المؤسسة) التليفزيون المصرى أو فى غيرها من القنوات التليفزيونية الأجنبية .

هذا وقد ثبت ضعف علاقة القائم بالاتصال بالجمهور وعدم معرفته المعرفة المناسبة به على الرغم من أن بحوث الاستماع والمشاهدة وبحوث القراء قد بدأت فى مصر منذ بداية الوسائل الاعلامية المختلفة مما يدعوننا الى مناداة المسؤولين عن هذا الجهاز الحيوى الخطير - الذى يتعرض له الغالبية العظمى من الشعب المصرى باختلاف مستوياتهم التعليمية والثقافية والاقتصادية والجغرافية - للاهتمام بدراسات الجمهور فى مصر لمعرفة الأسلوب الأمثل لمخاطبته وجذب انتباهه لما يحدث حوله سواء فى مجتمعه أو المجتمعات الأخرى ويكون له أثراً قريب أو بعيد على حياته .

## References

- American Society of Newspaper Editors(1985), "Building Reader Trust" Conducted By MORI Research, P.O. Box 17004, Washindton, D.C.
- Argyris, C.(1974), "Behind the Front Pade." Jossey Bass.
- Bodart. L.(1968), "The Overseas Newsman: A 1967 Profile Study." In:Journalism Quarterly, No. 45,pp.239-306.
- Bodart, L.(1969), "Changing News Interests and the NewsMedia."In: Public Opinion Quarterly, No. 32, pp. 560-574.
- Boyd, B. (1980), "The International News Agencies." London: Sage Publications.
- Burgoon, J., Burgoon, M. and Atkin, C. (1982), "The World of the Working Journalists." Michigan State University and the Newspaper Readership Project, pp 51-63.
- Burgoon, j., Burgoon, M., Buller, D., and Atkin, C. (1987), "Communication Practices of Journalists: Interaction with Public, Other Journalists." In : Journalism Quarterly, pp. 125-129.
- Burgoon, J. Burgoon, M. & Atkin, C. (1983), "How Journalists Perceive the Reading Audience." In: NewspaperResearch Journal, pp. 51-63.
- Burns, t. (1969), "Pudlic Service ind Private World." In: Halmos, P. (1969), "The Sociology of Mass Communication." In: Sociology Reviews Monographs, No. 13, p.13.
- Chimmerical Knowledge. "In; Sociology Review, 901, pp. 46-66 .
- Chien, C.A. (1982), "Editors, Publishers and Newspaper Ethics:A report to the American Society of Newspaper."Washington D.C.
- Chittick, W.P. (1970), "State Department Press and Pressure Groups." New York: Willey Interscience, pp. 28,29.
- Culberston, H.M. (1983), "Three Perspectives on American Journalism."In:Journalism Monographs, No. 83, pp. 250-261.

- Davidson, P., Boylan, J. and Frederick, T.C. (1976), "Mass Media Systems and" New York: Praeger.
- Elliot, P. and Golding, P. (1972), "mass Communication" In: Dexter and Whate (eds.) "Sociology and Development." Tavistock, p. 110.
- Epstein, e.(1973), "Newsfrom Nowhere." Chicago: University of Chicago Press, pp.201,202.
- Furkhouser, G.(1973), "The Issues of the Sixties." In: Public Opinion Quarterly, No. 32, p.p. 62-75.
- Gans, H.(1982), "Deciding What's New York: Pantheon.p.81.
- Gazino, C.and Mc Gratn, K. (1987), "Newspaper Credility and Relationships of Newspaper : Journalists to Communities." In: Journalism Quarterly. pp. 317-327.
- Gieber, W. and Johnson, W. (1964), "The City Hall Beat: A Study of Reporterand Source Roles." In: Journalism Quarterly, No. 38, p. 289-297.
- Gray, R. and Wilhoit, C. (1982), "Portrait of the U.S. Journalist." In: American Society of Newspaper Editors. Denever, Colorado, p. 81.
- Janowitz, H. and Hirsch, P. (1981), "Reader in Public Opinion." Chicago: Illinois University Press, p.388.
- Hall, S. (1974), "Media Power: The Double Bind." In: Journal of Communivation. Vol. 24, No. 4, pp. 19-26.
- Johnstone, J.W.C., Slawski, E.J. and Bowman, W. (1976), "The News People." Urbana, Illinois University P. 12.
- Ritter, R.(1985), "Journalists and Readers: Bridging the Credibility Gap." Cilifornia. p. 399.
- Robinson, J. and M. Levy (1986), "The Main Source of Learning from T.V.News." Beverly Hills: Sage Publications, p. 31.
- Schramm, W . et al. (1971) " The Effects of Mass Communication." Urbana: University of Illinois Press, pp. 126-139.
- Svhramm, W. et al. (1978), "International News Wires and Third World News In Asia : A Preliminary Report Communication."

---

Chines, University of Hong Kong.

- Tunstall, J. (1971), "Journalists at Work." London: Constable.
- Tunstall, J. (1976) "The Media are American." Columbia University Press, pp. 179-188.
- Warner, M. (1968), "TV Coverage of International Affairs." In: Television Quarterly, No. 7, pp. 60-75.
- Weaver, O. and Wilhoit, G.C. (1986), "The American Journalist." Bloomington, Indiana: Indiana University Press, p. 13.
- Whitney, c. (1985), "The Media and the People: Soundings from Two Communities." New York: Gannett Centre for Media Studies, Columbia University, p. 8.