



17 مصرى

مجلة البحوث الإعلامية

دورية علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

داخل العدد

- **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
- **التصوير بين الصحفي ومؤسسته**
- **بحوث الإخراج الصحفي في مصر**
رؤية مستقبلية لمجالات تطويرها
- **ملائمة طلاب الجامعة بجرامم 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 وهدان

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 التليفزيون ٥
- ٢ - استخدام التقنيات الحديثة في العلاقات العامة ٤٩
- ٣ - أثر الممارسة الاعلامية للعاملين في أخبار التليفزيون 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

علاقة طلاب الجامعة ببرامج القناة السادسة

بالتلفزيون المصرى

دراسة ميدانية

د / وليد فتح الله مصطفى بركات (*)

مقدمة:

من الملاحظ بوجه عام تقدم مكانة التلفزيون فى المجتمع المصرى ، حيث بدأ يتسلل ليستحوذ على انتباه جمهور الإذاعة ، نتيجة عدد من المتغيرات منها زيادة القدرة الشرائية فى المجتمع بعد إزدياد نسبة من يسافرون للعمل فى الدول العربية البيترولية ، وكذلك دخول التلفزيون الملون إلى الخدمة فى مصر فى أواخر السبعينات مما أضفى (الإبهار) كعنصر مؤثر فى شد الانتباه (١) .

وقد أكدت دراسة أجراها بفاو Pfau قبل عدة سنوات أنه على الرغم من أن كلاً من التلفزيون والراديو والوسائل الإتصالية المطبوعة لا تختلف عن بعضها البعض كثيراً من حيث قدرتها على الإقناع ، إلا أن التلفزيون يمارس تأثيراً بأسلوب أقرب ما يكون إلى شكل الاتصال الشخصى مقارنة بالراديو والوسائل المطبوعة (٢) .

وقد أصبح الاتجاه نحو المحلية ونحو العالمية يمثل أحد سمات الإعلام الإذاعى والتلفزيون فى مصر خلال السنوات العشر الأخيرة ، ويظهر ذلك واضحاً فى إنشاء عدد من القنوات التلفزيونية المحلية ، بدأت بالقناة الثالثة التى نعطى إقليم القاهرة الكبرى ، والتى افتتحت فى أكتوبر ١٩٨٥ (٣) ، وكذلك فى مواكبة التطور العالمى الذى تمثّل فى البث التلفزيونى المباشر عبر الأقمار الصناعية ، فأنشئت القناة الفضائية المصرية فى ١٢ ديسمبر ١٩٩٠ (٤) .

* - مدرس بقسم الإذاعة - كلية الإعلام - جامعة القاهرة

وإذا كان التليفزيون المحلى قادراً على تحقيق أهداف التنمية الوطنية والإسراع بها فهو أقدر على المساهمة فى إعادة (صياغة) النسيج الفكرى والمزاج النفسى فى البيئة المحلية ، إذ أن اهتمامات الجماعات المحدودة فى البيئة المحلية ومشكلاتهم وطموحاتهم يمكن أن تضيع وسط تيار المشكلات والاهتمامات القومية الكبرى (٥) .

ويمكن تحديد مساهمات التليفزيون المحلى فى عملية التنمية فى كل من (٦) :

١ - تدعيم الروح الوطنية والانتماء القومى ، وذلك لدرء أخطار انهيار الولاء للدولة الأم .

٢ - دوره فى التنمية الاقتصادية والاجتماعية ، حيث يكون تأثير التليفزيون فى مجال التنشئة الاجتماعية تأثيراً تراكمياً نتيجة تكرار التعرض .

٣ - تحقيق الاستمرارية الثقافية من خلال الكشف عن المواهب المحلية وتسجيل التراث الشعبى والمحافظة عليه من الانقراض .

القناة السادسة بالتليفزيون المصرى :

أشنت القناة السادسة بالتليفزيون المصرى فى مدينة طنطا عاصمة محافظة الغربية لتخدم إقليم وسط الدلتا بمحافظاته الخمس : الغربية والمنوفية والدقهلية وكفر الشيخ ودمياط .

وقد بدأ البث التجريبي لهذه القناة فى ٢٨ مايو ١٩٩٤ حيث انتظمت منذ اليوم الأول لها فى بث ارسالها على مدى ٤ ساعات يومياً (٧) ، وقد زاد المتوسط اليومى لساعات الارسال فيما بعد حتى وصل عام ١٩٩٥ / ١٩٩٦ إلى ١١ ساعة و ٣٧ دقيقة يومياً (٨) .

ويعرض الجدول التالى رقم (١) توزيع إجمالى ساعات إرسال القناة السادسة على ألوان البرامج المختلفة خلال الفترة من ١/٧/١٩٩٥ حتى ٣٠/٦/١٩٩٦ (٩) .

جدول رقم (١)

توزيع ساعات إرسال القناة السادسة بالتلفزيون المصرى

على ألوان البرامج المختلفة خلال عام ١٩٩٥/١٩٩٦

%	ساعات الإرسال		المواد والبرامج
	ساعة	دقيقة	
٤,٠٣ %	١٧١	٢٠	البرامج الدينية
٢١,٠٩ %	٨٩٧	٢٤	البرامج الإعلامية
١١,٠٧ %	٤٧٠	٤٥	البرامج الثقافية
٠,٩٨ %	٤١	٤٧	البرامج التعليمية
٤٧,٤٦ %	١٥٩٣	٤٨	البرامج الترفيهية
٥,٤٩ %	٢٣٣	٢٨	برامج الأطفال
٥,٤٩ %	٢٣٣	٢٨	برامج التنمية
١٤,٠١ %	٥٩٦	١٠	برامج الطوائف
٠,٣٧ %	١٥	٥٣	الإعلانات
١٠٠ %	٤٢٥٤	١٣	الإجمالى

مشكلة البحث :

مما سبق يتضح أن القنوات التلفزيونية المحلية فى مصر قد أصبحت بيئة إعلامية جديدة تحتاج لمزيد من البحث سواء التى تدرس مضمونها ، أو تلك التى تدرس جمهورها ، ومن هنا نارت فكرة هذا البحث خاصة وأن القناة السادسة بالتلفزيون المصرى قناة وليدة لم يمض على إنشائها إلا عاماً ونصف العام تقريباً (وقت التفكير فى البحث) ، مما يدفعنا إلى رصد علاقة إحدى فئات جمهور هذه القناة بها ، فتحددت مشكلة البحث فى : تحديد مدى إقبال جمهور طلاب الجامعة فى محافظتين من المحافظات المستهدفة بالبحث على التعرض لهذه القناة ، وإلى أى مدى حققت طموحات هذا الجمهور ، وقد كانت زيارات الباحث المتكررة - بحكم عمله - لهاتين المحافظتين أحد الأسباب المشجعة على إجراء البحث .

مسح الدراسات السابقة :

سبق لعدد من الباحثين إجراء بحوث عن الإذاعات الإقليمية في مصر ، تذكر منها على سبيل المثال - لا الحصر - دراستي د. يوسف مرزوق عن « إذاعة الإسكندرية المحلية » عامي ١٩٨٥ و ١٩٧٣ (١٠) ، ودراسة د. بركات عبد العزيز عن « التخطيط الإذاعي المحلي مع التطبيق على إذاعة القاهرة الكبرى » (١١) ، ودراسة د. إبراهيم سعيد عن « إذاعة وسط الدلتا » (١٢) ، ودراسة د. سامي الشريف عن « إذاعة شمال سيناء » (١٣) ، غير أن مجال التلفزيون المحلي كان أقل حظاً من اهتمام الباحثين ، وقد يرجع ذلك إلى حداثة عهد التلفزيون المحلي في مصر نسبياً مقارنة بالإذاعة المحلية ، حيث أنشئت أول إذاعة محلية في مصر (إذاعة الإسكندرية) عام ١٩٥٤ ، بينما أنشئت أول قناة تلفزيونية محلية (القناة الثالثة) عام ١٩٨٥ ، وفيما يلي البحوث التي تناولت التلفزيون المحلي في مصر :

١ - بحث اتحاد الإذاعة والتلفزيون عن « القنوات السادسة والسابعة » (١٤) ، وقد استهدف التعرف على أنماط وعادات المشاهدة بين الجمهور المستهدف من هاتين القنوات قبل إنشائهما ، وكذلك الوقوف على رغبات الجمهور واحتياجاته الفعلية من مختلف ألوان البرامج .

وقد أجرى البحث بالنسبة للقناة السادسة في محافظات الغربية والمنوفية وكفر الشيخ والدقهلية في الحضر والريف ، على عينة عشوائية بسيطة من الجمهور في المرحلة السنوية (١٢ - ٦٥ عاماً) قوامها ٧٠٠ مفردة موزعة توزيعاً نسبياً بين الريف والحضر ومتساوياً بالنسبة للمحافظات الأربع ، وتم تنفيذ البحث خلال شهر أكتوبر ١٩٩٣ .

وقد أشارت نتائج البحث إلى رغبة الجمهور في منطقة وسط الدلتا في أن تبث القناة السادسة (المزمع إنشاؤها) إرسالها من الخامسة مساءً حتى العاشرة مساءً ، وأن تجمع بين تقديم نشرات إخبارية عامة ونشرات إخبارية محلية تغطي الأحداث المحلية ، وأن تهتم بعرض المشكلات العامة لمحافظات وقرى الأقليم ومحاولة إيجاد حلول لها ، كما طالب المبحوثون بضرورة تقديم برامج رياضية متنوعة مع التركيز على المباريات الرياضية الإقليمية في مختلف المجالات .

٢ - الدراسة التي أجراها د. محمد الوفائي عن « قنوات التلفزيون الإقليمية وتحقيق لامركزية الاتصال » (١٥) ، وقد استهدفت الدراسة اختبار الفروض التالية :

(أ) مازال جمهور الأقاليم يفضل التليفزيون المركزي على التليفزيون المحلي .

(ب) يختلف تفضيل الجمهور للقناة المحلية في المجتمع المحلي المباشر الذي تخدمه هذه القناة (المركز) عن أي مجتمع محلي آخر يصله إرسال نفس القناة أو القنوات الأخرى المحلية القريبة جغرافياً (الهامش) .

(ج) كلما زادت الاهتمامات السياسية لدى الفرد كان أكثر ميلاً للتعرض للقنوات المركزية ، بينما يميل هواة المواد التليفزيونية الخفيفة (الفن = الرياضة - الحوادث) بصورة أوضح إلى التعرض للقناة المحلية .

(د) لا يختلف إدراك الجمهور في كل من المركز الإقليمي (الإسماعيلية) والهامش (المنصورة) لمدى نجاح القناة الإقليمية في تحقيق اللامركزية .

وقد استخدم الباحث استمارة استقصاء بالمقابلة الشخصية على عينة تتكون من ٥٠٦ مبحوثين في كل من مدينتي الإسماعيلية باعتبارها مركز بث القناة الرابعة بالتليفزيون المصري ، والمنصورة باعتبارها هامشاً لهذه القناة .

وقد انتهت الدراسة إلى أن ثلثي أفراد العينة يفضلون القنوات المركزية مقارنة بالمحليات ، كما ثبت أن قراء الأخبار والسياسة والمواد الجادة في الصحف أكبر ميلاً للتعرض للقناة التليفزيونية المركزية مقارنة بالقناة المحلية .

٣ - الدراسة التي أجرتها الباحثة إيمان رمضان عبد التواب عن « دور الاتصال في تنمية المجتمعات المحلية » (١٦) ، وقد استهدفت الإجابة عن عدد من التساؤلات منها : « هل تؤدي كثرة مشاهدة قناة التليفزيون المحلية إلى زيادة معدل المعرفة بقضايا التنمية المحلية ؟ وهل تؤدي أيضاً إلى إيجابية الاتجاه نحو هذه القضايا ؟ » .

وقد اعتمد البحث على دراسة ميدانية في محافظة الإسماعيلية على عينة قوامها ٤١٦ مفردة من الذكور والإناث تزيد أعمارهم عن ١٥ عاماً ومن مستويات تعليمية واجتماعية متباينة .

وانتهت الدراسة إلى أن القناة الأولى هي أكثر القنوات مشاهدة تليها القناة الرابعة ،

وأن ٤٣,٦ % لا يشاهدون القناة الرابعة ومن أسباب عدم المشاهدة عدم وصول الإرسال أو عدم الإعجاب بالبرامج ، أو عدم ملاءمة مواعيد الإرسال أو تفضيل القنوات الأخرى ، كما تنوعت أسباب الإقبال على مشاهدة القناة الرابعة وشملت الترفيه ، والحصول على معلومات جديدة .

تساؤلات البحث :

تهدف تساؤلات البحث إلى الوصول إلى مؤشرات عن شيء ما ، كما أنها لا تهدف إلى اختبار العلاقة بين متغيرات ، وتستخدم التساؤلات في المواقف التي يكون فيها الباحث غير متأكد من طبيعة المشكلة البحثية ، ويقتصر هدف التساؤلات على جمع بيانات أولية (١٧) .

وقد استهدف البحث الإجابة عن التساؤلات التالية :

- ما مدى الإقبال على مشاهدة القناة السادسة بالتلفزيون المصرى من جانب عينة الدراسة ؟

- ما نوعية البرامج المفضلة لدى المبحوثين فى القناة السادسة ؟

- بماذا تتميز القناة السادسة عن القناتين المركزيتين الأولى والثانية ؟

- ما رأى المبحوثين فى الخدمة الإخبارية التى تقدمها القناة السادسة ؟

- ما مدى التواصل بين المبحوثين والقناة السادسة ؟

- إلى أى مدى ساهمت القناة السادسة - من وجهة المبحوثين - فى حل مشكلات المجتمع المحلى ؟

منهج البحث :

ينتمى هذا البحث إلى فئة البحوث الوصفية ، ويتدرج تحت دراسات مستمعي الإذاعة ومشاهدى التلفزيون ، وهى أحد أنواع المسوح الإجتماعية ، والتي تستهدف دراسة عادات وآراء المشاهدين للإفادة منها فى إعادة تخطيط البرامج التلفزيونية وتطويرها (١٨) .

أداة البحث :

استخدم الباحث الاستبيان فى جمع بيانات الدراسة ، وهو وسيلة تساعد الباحث فى دراسة الآراء والاتجاهات والوقوف على الأبعاد الكمية للظاهرة موضوع الدراسة ومعالجتها إحصائياً ، وقد تم تطبيق الاستبيان بالمقابلة الشخصية التى تعد أفضل أساليب التطبيق ، حيث تتفادى عيوب الأسلوب البريدى وغيره من الأساليب (١٩) .

وتم تصميم صحيفة البحث ثم طرحها على مجموعة من المحكمين (٢٠) ، وتم استبعاد أو تعديل الأسئلة التى اتفق المحكمون جميعاً على استبعادها أو تعديلها ، ثم أجرى اختبار قبلى على الصحيفة على عشرة مبحوثين أسفر عن بعض التعديلات فى بعض العبارات ، وفى صياغة بعض الأسئلة لزيادة وضوحها وإزالة اللبس أو الغموض فى معناها .

المجال الزمنى للبحث :

تم تصميم أداة البحث وتعديلها خلال الفترة من شهر أكتوبر ١٩٩٥ وحتى شهر يناير ١٩٩٦ ، وتم تطبيق الدراسة على المبحوثين خلال شهرى يناير وفبراير ١٩٩٦ (٢٢) .

عينة البحث :

تم تطبيق البحث على عينة عشوائية بسيطة قوامها ٣٠٠ مفردة من طلاب كلية التربية النوعية بميت غمر محافظة الدقهلية وطلاب كلية التربية النوعية بدمياط محافظة دمياط ، موزعة بالتساوى بين الكليتين (١٥٠ مفردة لكل) ، وقد أسفر الاختيار العشوائى البسيط للمبحوثين من بين طلاب الكليتين عن توزيعهم بنسبة ٦٧,٧% (إناث) و ٣٢,٣% (ذكور) ، كما أسفر ذلك أيضاً عن وجود ٥٠,٧% من المبحوثين ممن يقطنون بيئة قروية و ٤٩,٣% ممن يقطنون بيئة حضرية .

نتائج البحث :

١ - مشاهدة التلفزيون :

(أ) مشاهدة التلفزيون بوجه عام :

قبل أن نتطرق إلى لب الدراسة وهو مشاهدة القناة السادسة والتعرض لها كان من الضروري رصد مدى تعرض المبحوثين للتلفزيون بوجه عام وإقبالهم عليه كوسيلة إعلامية اكتسبت أرضية كبيرة في الأعوام الأخيرة ، وقد أشارت النتائج إلى أن ٨٦,٧ % من إجمالي عينة الدراسة يشاهدون التلفزيون دائماً وأن النسبة الباقية يشاهدونه أحياناً ، أى أنه وسيلة يتعرض لها الجميع سواء بصورة منتظمة أو غير منتظمة .

واستكمالاً لهذا المدخل كان سؤال عن القنوات التلفزيونية المفضلة ، وأشارت إجابات المبحوثين إلى تفضيلهم للقناة الأولى بنسبة ٩٣,٧ % وتأتى القناة الثانية فى المركز الثانى بنسبة ٦٥ % ، وقد يرجع ذلك إلى اتساع الفترة الزمنية لبث القناتين المركزيتين علاوة على تنوع برامجهما مجتمعين بما يرضى مختلف أذواق المشاهدين .

(ب) مشاهدة القناة السادسة :

جدول رقم (٢)

توزيع إجابات المبحوثين حسب مشاهدة

القناة السادسة التلفزيونية

مشاهدة القناة السادسة	ك	%
يشاهد أحياناً	١٠٥	٣٥ %
يشاهد دائماً	١٠٠	٣٣,٣ %
لا يشاهد	٩٥	٣١,٧ %
الإجمالي	٣٠٠	١٠٠ %

من الجدول السابق رقم (٢) يتضح أن ٢٠٥ مبحوثين من بين ٣٠٠ مبحوث شملتهم الدراسة يشاهدون القناة السادسة بنسبة ٦٨,٣% في حين لا يشاهدها ٩٥ مبحوثاً بنسبة ٣١,٧% ، وهي نسبة كبيرة إلى حد ما ، ومن الملاحظ أيضاً أن المشاهدة غير المنتظمة هي الصفة الغالبة على عينة الدراسة مقارنة بالمشاهدة المنتظمة ، بما يشير إلى أن القناة السادسة لم تكتسب جمهوراً كبيراً حتى الآن وتحافظ على ولائه لبرامجها .

جدول رقم (٣)

العلاقة بين مشاهدة القناة السادسة والمحافظة

المحافظة	الاجمالي	الاجمالي	الاجمالي
يشاهد دائماً	٥٠	٥٠	٩٥
يشاهد أحياناً	٥٢	٥٣	٩٥
لا يشاهد	٤٨	١٥٠	٩٥
الاجمالي	١٥٠	١٥٠	٣٠٠

ويوضح الجدول السابق رقم (٣) العلاقة بين مشاهدة القناة السادسة والانتماء إلى محافظة الدقهلية أو دمياط اللتين تم تطبيق الدراسة فيهما ، ومنه نلاحظ أن نسبة المشاهدة بين عينة الدراسة تكاد تتوزع بالتساوي بين المبحوثين في المحافظتين بواقع ١٠٣ مبحوثين في الدقهلية و ١٠٢ مبحوث في دمياط ، وبحساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق تبين أنها = ٢٠,٠ عند درجة حرية (٢) ، وبمقارنة هذه القيمة بقيمة كا^٢ الجدولية تبين أن كا^٢ المحسوبة أصغر من كا^٢ الجدولية عند مستوى ثقة ٩٥% ، وبالتالي فالعلاقة غير معنوية ، بمعنى أن مدى مشاهدة القناة السادسة لا يتأثر بالانتماء إلى محافظة معينة .

جدول رقم (٤)

العلاقة بين مشاهدة القناة السادسة وبيئة السكن

المشاهدة	بيئة السكن	مدينة	قرية	الاجمالي
يشاهد دائماً	٤٨	٥٢	١٠٠	
يشاهد أحياناً	٥٧	٤٨	١٠٥	
لا يشاهد	٤٣	٥٢	٩٥	
الاجمالي	١٤٨	١٥٢	٣٠٠	

ويتضح من الجدول السابق رقم (٤) أن النسبة الأكبر من مشاهدي القناة السادسة من عينة الدراسة يقطنون البيئة الحضرية ، كما تين من حساب قيمة كا^٢ من الجدول السابق أنها = ١,٧٣ عند درجة حرية (٢) ، ومقارنة هذه القيمة بقيمة كا^٢ الجدولية تبين أن كا^٢ المحسوبة أصغر من كا^٢ الجدولية عند مستوى ثقة ٩٥ % ، مما يعني أن العلاقة غير معنوية ، أي أن بيئة السكن لا تؤثر على مشاهدة القناة السادسة .

(ج) البرامج المفضلة في القناة السادسة :

جدول رقم (٥)

توزيع إجابات المبحوثين حسب البرامج المفضلة

البرامج المفضلة	ك	%
الأغاني	١٣٩	٤٦,٣
برامج الشباب	١١٠	٣٦,٧
المسلسلات والتمثيليات	٩٢	٣٠,٦
الأفلام	٩٠	٢٩,٧
المسرحيات	٧٢	٢٣,٦
البرامج الجماهيرية والمسابقات	٧٠	٢٣,٣
الأخبار	٦٢	٢٠,٦
البرامج الثقافية	٦١	٢٠,٣
البرامج الرياضية	٥٤	١٧,٧
برامج المرأة	٢٩	٩,٣
البرامج الدينية	٢٨	٩,٣

ت = ٢٠٥

من الجدول السابق رقم (٥) نتبين ما يلي :

- أن البرامج الترفيهية تحتل الصدارة بين ألوان البرامج التي يفضل المبحوثون مشاهدتها على شاشة القناة السادسة والتي تشمل الأغاني والمسلسلات والتمثيلات والأفلام والمسرحيات ، بما يعنى أن مشاهدة المبحوثين لهذه القناة تكون بهدف الترفيه بالدرجة الأولى ، ويتفق ذلك مع ارتفاع نسبة البرامج الترفيهية فى هذه القناة (٢٣) ، وتتفق هذه النتيجة أيضاً مع ما سبق أن توصل إليه بحث بعنوان « استخدامات وسائل الإعلام فى نظام إعلام مركزى » (٢٤) ، من أن ٣٧,٩ ٪ من عينة الدراسة من سكان الأقاليم يستخدمون التليفزيون كوسيلة ترفيهية ، وأن ٣٩,٦ ٪ من المبحوثين ضمن عينة الدراسة من ذوى مستوى التعليم المتوسط (الشهادة الثانوية وما فى مستواها) يستخدمون التليفزيون كوسيلة ترفيهية ، وتنطبق النتيجة الأخيرة على عينة هذه الدراسة وهم طلاب جامعيون تعد الشهادة الثانوية أعلى شهادة حصلوا عليها حتى الآن .

- جاءت برامج الشباب فى المركز الثانى بين البرامج المفضلة بنسبة ٥٣,٧ ٪ ، وقد يرجع ذلك إلى أن عينة الدراسة تنتمى لمرحلة الشباب .

- جاءت البرامج الرياضية فى مركز متأخر نسبياً بنسبة ٢٦,٣ ٪ من إجمالى عدد مشاهدى القناة السادسة فى العينة ، وقد يعزى ذلك إلى ارتفاع نسبة الإناث بين عينة الدراسة (٦٧,٧) ممن لا يهتمون بمشاهدة الرياضة ، ويشير أحد الباحثين (٢٥) إلى أن المحطات التليفزيونية المحلية فى الولايات المتحدة الأمريكية التى تحقق فى تغطية المباريات الرياضية الخاصة بالمحترفين أو رياضة كرة القدم الأمريكية أو كرة القدم الأمريكية أو كرة السلة فى دورى الجامعات شبه الاحترافى تلجأ إلى جذب قطاع من الجمهور قد يكون أصغر حجماً ولكنه أكثر مواظبة على المشاهدة ، وذلك من خلال عرض الرياضيات التى يقل الطلب على مشاهدتها مثل السباحة وكرة القدم العادية والرياضات الرئيسية فى دورى المدارس الثانوية ، وعادة ما تسفر المنافسات المحلية عن معدلات مشاهدة عالية بالنسبة للمحطات التليفزيونية الصغيرة التى تبث على أحد ترددات حيز الترددات فوق العالية (UHF) .

- على الرغم من ارتفاع نسبة الإناث فى عينة الدراسة إلا أن برامج المرأة جاءت فى مركز متأخر بين البرامج المفضلة ، وهو ما يثير علامات استفهام حول مضمون هذه البرامج الذى لم يستطع جذب قطاع من النساء فى مرحلة الشباب .

(د) أسباب العزوف عن مشاهدة القناة السادسة :

بعد التعرف على نسبة مشاهدي برامج القناة السادسة ينبغي إلقاء الضوء على أولئك غير الراغبين في مشاهدة برامجها لرصد أسباب عزوفهم عن المشاهدة في محاولة للتغلب عليها مستقبلاً بما يوسع من قاعدة جمهور هذه القناة .

جدول رقم (٦)

توزيع إجابات المبحوثين غير مشاهدي القناة السادسة
حسب أسباب عدم المشاهدة

أسباب عدم المشاهدة	ك	%
لا أستطيع التقاط إرسالها	٨٥	٨٩,٥ %
أفضل مشاهدة القنوات ١، ٢	٢٧	٢٨,٤ %
مواعيدها لا تناسبني	٧	٧,٧ %
المذيعون مستواهم ضعيف	٣	٣,٢ %
برامجها تكرر لما تقدمه القنوات ١، ٢	٣	٣,٢ %
مشغول وليس لدي وقت	٢	٢,١ %
البرامج مملة	١	١,١ %

ت = ٩٥

من الجدول السابق نتبين أن :

- جاء « عدم التقاط إرسال القناة » في المركز الأول بنسبة ٨٩,٥ % من مجموع إجابات المبحوثين غير المشاهدين للقناة السادسة بين مختلف الأسباب ، وقد يرجع ذلك إلى أن القناة السادسة تبث على تردد فوق العالي UHF الذي لا تستقبله إلا أجهزة التليفزيون الملون وباستخدام هوائي معين قادر على التقاط هذه الإشارات ، وبالتالي فالمواطنون الذين يمتلكون أجهزة تليفزيون أبيض وأسود وأولئك الذين يمتلكون أجهزة تليفزيون ملون ولكنها غير قادرة على استقبال بث القنوات العاملة على ترددات UHF لا يستطيعون مشاهدة برامج القناة السادسة حتى ولو كانوا من سكان المنطقة المستهدفة بالبث .

- ذكر ٤, ٢٨ % من هؤلاء المبحوثين أنهم لا يشاهدون القناة السادسة اكتفاء بمشاهدة القنوات الأولى والثانية ، ويتفق ذلك مع ما سبق من أن هاتين القنوات قد جاءتا على قمة تفضيلات المبحوثين فيما يتعلق بالقنوات المفضلة للمشاهدة .

- ذكر ٢, ٣ % من عينة الدراسة غير المشاهدين للقناة السادسة أنهم لا يشاهدونها لأنها « تكرر ما تقدمه القناتان الأولى والثانية » كما ذكر ١, ١ % منهم أنها تقدم « برامج مملة » ، وتعكس النتيجة الجاذبية بدرجة ما .

٢ - القناة السادسة مقارنة بالقنوات الأخرى :

(١) مدى تميز القناة السادسة :

أشار غالبية المبحوثين (٨٧,٣) ممن يشاهدون القناة السادسة إلى أنهم شعروا باختلاف بينها وبين القنوات المركزيتين الأولى والثانية ، ويقدر من التميز فيها .

(ب) عناصر تميز القناة السادسة :

من المسلم به أن تميز القناة التليفزيونية المحلية عما عداها من قنوات أخرى مركزية أو محلية يتأتى من اهتمامها بمجتمعها المحلي وتلبية احتياجاته الإعلامية التي لا تلبها وسائل إعلامية أخرى .

جدول رقم (٧)

توزيع إجابات المبحوثين ممن يرون تميز برامج القناة السادسة - حسب عناصر تميز هذه القناة عن القنوات ١ و ٢

عناصر تميز القناة السادسة	عدد الإجابات	%
تعرض مشاكل المحافظة	١٣٢	٧٣,٧ %
تقدم أخبار المحافظة	١٢٤	٦٩,٣ %
تناقش الجمهور وتشرکه في البرامج	١٠٥	٥٨,٧ %
تعرض الفنون الخاصة بمنطقة الدلتا	٨٦	٤٨ %
المذيعون من محافظات الوجه البحري	١٦	٨,٩ %
عناصر أخرى	١٠	٥,٦ %

ويشير الجدول السابق رقم (٧) إلى :

- جاءت « وظيفة عرض مشكلات المحافظة » و « تقديم أخبار المحافظة » على رأس عناصر تميز القناة السادسة من وجهة نظر القائلين بذلك ضمن عينة الدراسة بنسبة ٧٣,٧% و ٦٩,٣% على الترتيب ، وبذلك تكون القناة قد حققت عنصراً مهماً من أهدافها .

- ذكر المبحوثون أن « انتماء المذيعين ومقدمى البرامج فى القناة السادسة إلى محافظات الدلتا » كان أحد السمات المميزة لهذه القناة ، وبالطبع فإن انتماء المذيع إلى نفس بيئة القناة التليفزيونية المحلية يجعله أكثر فهماً لطبيعتها وإدراكاً لمشكلاتها .

- ذكر ٥,٦% من هؤلاء المبحوثين عناصر أخرى تجعل من القناة السادسة قناة مميزة منها أنها « تعرض تاريخ كل محافظة من المحافظات التى يغطيها بثها وتاريخ مدنها وقراها » ، ويتفق ذلك مع العنصر الخاص « بعرض فنون محافظات الدلتا ، والذي ذكره ٤٨% من هذا القطاع من المبحوثين عينة الدراسة .

(ج) أسباب عدم تميز القناة السادسة :

جدول رقم (٨)

توزيع إجابات المبحوثين ممن يرون عدم تميز برامج القناة السادسة حسب أسباب عدم التميز

أسباب الرأى فى عدم تميز ق ٦	ك	%
الأفلام والتمثيلات مكررة	١٨	٢٩,٢%
المنوعات مكررة	١١	٤٢,٣%
تعالج نفس موضوعات ق ١ وق ٢	٨	٣٠,٨%
الأخبار فى القناة ٦ مملة	٧	٢٦,٩%

متميزة ، وعلى الرغم من ضآلة العدد نسبياً إلا أنه من المفيد التعرف على الأسباب التي دعتهم إلى إصدار إصدار هذا الرأي ، والتي يعرضها الجدول السابق رقم (٨) ، وتشير إلى أن ، الأفلام مكررة ، و ، المنوعات مكررة ، و ، موضوعات البرامج تكرر ما تعرضه القنوات الأولى والثانية ، ، أى أن المبحوثين يرون أن برامج القناة السادسة غير متميزة لأنها تكرر ما تذيعه القنوات الأخرى ، وتفتقد الجديد من البرامج الجذابة كالدراما والمنوعات ، وفي هذا الصدد نشير إلى أن المحطات التليفزيونية المحلية الأمريكية لم تقتصر في سعيها نحو جذب المشاهدين على عرض البرامج الحوارية وتغطية الأحداث المحلية ، بل إن بعضها قد أقدم على إنتاج الدراما ، ومن أمثلة ذلك إنتاج محطة WBZ في مدينة بوسطن بولاية ماساشوستس عمل درامى عام ١٩٨٥ كتبه أحد مواطنى المدينة والذي يبلغ من العمر اثني عشر عاماً (٢٦) .

(د) تلبية القناة السادسة لطموحات المشاهدين :

في سؤال المبحوثين عن آرائهم عما إذا كانت القناة السادسة قد نبت طموحاته أم لا ، أجاب ١ ، ٧٤ ، % من المبحوثين ممن يشاهدون القناة السادسة بالإيجاب ، وأجاب ٥٣ مبحوثاً بنسبة ٢٥ ، ٩ % منهم بالنفى .

جدول رقم (٩)

توزيع إجابات المبحوثين حسب آرائهم
في ما تفتقده القناة السادسة

ك	ما تفتقده القناة السادسة	%
٤٢	المساهمة في حل المشاكل وليس عرضها فقط	٧٩,٢ %
٢٦	عرض مسلسلات وأفلام جديدة	٤٩,١ %
٢٣	سرعة تغطية الأخبار المحلية	٤٣,٤ %
١٧	تقديم برامج بأفكار جديدة	٣٢,١ %
١٤	عرض التراث والفنون الخاصة بمنطقة الدلتا	٢٦,٤ %
٣	عناصر أخرى	٥,٧ %

ويتركيز مزيد من الاهتمام على المبحوثين الثلاث والخمسين للتعرف على ما يفتقدونه في القناة السادسة ذكر ٤٢ شخصاً منهم بنسبة ٧٩,٢ ٪ كما يشير الجدول السابق رقم (٩) أن القناة تفتقد المساهمة في حل المشكلات وليس عرضها فقط ، ويتفق ذلك مع ما سبق أن طالب به جمهور منطقة الدلتا المستهدف من بث القناة السادسة ، حيث ذكر ٦٠,٦ ٪ من المبحوثين في بحث استطلاعي (٢٧) قبل إنشاء هذه القناة أنهم « يريدون الاهتمام بعرض المشكلات العامة لمحافظة الأقليم وإيجاد الحلول لها مع المسؤولين » ، وكذلك « الاهتمام بعرض مشاكل المواطنين على المسؤولين وإيجاد الحلول لها » .

وقد ذكر ٤٩,١ ٪ من المبحوثين الذين يرون أن القناة السادسة لا تلبي طموحات المشاهدين أن القناة « تفتقد المسلسلات والأفلام الجديدة » وهو ما كان ينتظره ويطمح إليه الجمهور المستهدف منها ، كما أشار البحث الاستطلاعي ، حيث أشار ٩٧,٩ ٪ من عينة الدراسة الاستطلاعية إلى رغبتهم في أن تقدم القناة السادسة المسلسلات والتمثيلات والأفلام (٢٨) .

جدول رقم (١٠)

العلاقة بين تلبية القناة السادسة لطموحات المشاهدين والمحافظة

الاجمالي	دمياط	الدقهلية	المحافظة مدى تلبية طموحات المشاهدين
١٥٢	٧٩	٧٣	لبيت القناة طموحاتهم
٥٣	٢٣	٣٠	لم تلب طموحاتهم
٢٠٥	١٠٢	١٠٣	الاجمالي

ويوضح الجدول السابق رقم (١٠) العلاقة بين آراء المبحوثين في مدى تلبية القناة السادسة لطموحاتهم وبين المحافظة التي ينتمون إليها ، وفيه يظهر الفرق طفيفاً في الرأي بين المحافظين ، فقد ذكر ٧٩ شخصاً في دمياط أنها لبيت طموحاتهم في حين ذكر ٧٣ شخصاً ذلك في الدقهلية ، وبحساب قيمة كاي من الجدول السابق نتبين أنها = ١,١٥ - عند درجة حرية (١) بقيمة كاي الجدولية يظهر أن كاي المحسوبة أصغر من كاي الجدولية عند

مستوى ثقة ٩٥%، وبالتالي فهي غير ذات دلالة، أي أنه لا توجد علاقة بين الرأي في أن القناة السادسة قد حققت طموحات الجمهور المستهدف وبين المحافظة التي يقطنها المبحوثون.

جدول رقم (١١)

العلاقة بين تلبية القناة السادسة لطموحات المشاهدين
وبيئة السكن

الاجمالي	قرية	مدينة	مدى تلبية طموحات المشاهدين
١٥٢	٨٢	٧٠	لبت القناة طموحاتهم
٥٣	١٨	٣٥	لم تلب طموحاتهم
٢٠٥	١٠٠	١٠٥	الاجمالي

ويشير الجدول السابق رقم (١١) إلى العلاقة بين الرأي في مدى تلبية القناة السادسة لطموحات الجمهور وبين بيئة السكن، ومنه نتبين أن سكان الريف أكثر شعوراً بما أضافته إليهم هذه القناة مقارنة بسكان الحضر، وقد يرجع ذلك إلى أن طموحات سكان الريف كانت أكثر تواضعاً من سكان الحضر، وبحساب قيمة كا من الجدول السابق تبين أنها = ٦,٢٨ عند درجة حرية (١) - كما تبين أنها تزيد عن قيمة كا الجدولية بما يعنى أن هناك علاقة بين المتغيرين، أي أن بيئة السكن (ريف/حضر) تؤثر على الرأي في مدى تلبية القناة السادسة لطموحات الجمهور، كما أنه بحساب معامل التوافق عن طريق كا تبين أنه = ٠,١٧ بما يعنى أن العلاقة بين المتغيرين ضعيفة.

٣ - مشاهدة نشرة أخبار القناة السادسة :

تعد الأخبار إحدى ركائز الإذاعات المحلية المسموعة والمرئية في تحقيق أهدافها الإنمائية، حيث ينبغي أن تنصب بالدرجة الأولى على الأحداث التي تقع في المجتمع المحلي، وتتكفل القنوات التلفزيونية المركزية ببقية الأحداث القومية والدولية، كما أن

الأخبار لا تعنى أخبار الأجهزة المحلية الحكومية ، بل إن النشاط الأهلى المحلى هو الأجدر بالرعاية والتغطية (٢٩) ، وتبلغ نسبة البرامج الإعلامية فى القناة السادسة والتي تشمل نشرات الأخبار ١, ٢١٪ تقريباً من إجمالى ساعات البث (٣٠) .

(١) مشاهدة نشرة الاخبار :

جدول رقم (١٢)

توزيع إجابات المبحوثين مشاهدى القناة السادسة
حسب مشاهدة نشرة أخبار القناة

مشاهدة نشرة أخبار ق ٦	ك	%
يشاهد أحياناً	٩٣	٤٥,٤ %
يشاهد دائماً	٨٠	٣٩ %
لا يشاهد	٣٢	١٥,٦ %
الإجمالى	٢٠٥	١٠٠ %

تشير بيانات الجدول السابق رقم (١٢) إلى أن ٨٤,٤٪ من عينة الدراسة ممن يشاهدون القناة السادسة قد أقرروا بأنهم يشاهدون نشرة أخبار هذه القناة بصورة منتظمة (٣٩٪) أو غير منتظمة (٤٥,٤٪) وهى نسبة مرتفعة تشير إلى رغبة جمهور المشاهدين فى التعرف على أخبار مجتمعهم المحلى ، وذلك على الرغم من أن « الأخبار » قد جاءت فى مركز متأخر نسبياً (السابع) بين ألوان البرامج المختلفة التى يفضل المبحوثون عينة الدراسة مشاهدتها على شاشة القناة السادسة بنسبة ٣٠,٢٪ (٣١) .

جدول رقم (١٣)

العلاقة بين مشاهدة نشرة أخبار القناة ٦ والمحافظه

الاجمالي	دمياط	الدقهلية	المحافظة	مشاهدة نشرة الأخبار
٨٠	٥٤	٢٦		يشاهد دائماً
٩٣	٣٩	٥٤		يشاهد أحياناً
٣٢	٩	٢٣		لا يشاهد
٢٠٥	١٠٢	١٠٣		الاجمالي

ومن الجدول السابق رقم (١٣) نتبين العلاقة بين مشاهدة نشرة أخبار القناة السادسة وبين المحافظة التي ينتمى إليها المبحوثون ، حيث يتضح أن المبحوثين في دمياط يشاهدون نشرة أخبار القناة السادسة بدرجة أكبر من المبحوثين في الدقهلية ، وبحساب قيمة كا٢ من الجدول السابق تبين أنها = ١٨,٣٣ عند درجة حرية (٢) ، وبمقارنتها بقيمة كا٢ الجدولية يظهر أن كا٢ المحسوبة أكبر من كا٢ الجدولية عند مستوى ثقة ٩٥ % ، بما يعنى أنها علاقة دالة ، أى أن للسكن في محافظة معينة تأثيراً على مشاهدة النشرة الأخبارية في القناة السادسة ، وبحساب معامل التوافق بين المتغيرين تبين أنه = ٠,٢٨ أى أن التأثير ضعيف .

(ب) أسباب عدم مشاهدة نشرة أخبار القناة السادسة :

جدول رقم (١٤)

توزيع إجابات المبحوثين غير مشاهدي نشرة أخبار
القناة السادسة حسب أسباب عدم المشاهدة

أسباب عدم مشاهدة النشرة	ك	%
اكتفى بنشرة أخبار القناة الأولى	٢٦	٨١,٣ %
تعد بطريقة مملة وغير جذابة	٨	٢٥ %
أغلبها أخبار رسمية عن المسؤولين	٥	١٥,٦ %
لا تنقل أخباراً عن واقع المجتمع المحلي	١	٣,١ %

ت = ٣٢

تعد معرفة أسباب عدم مشاهدة المبحوثين لمادة تليفزيونية بعينها أمراً مهماً في إطار الهدف العام الذي يتمثل في الرغبة في تحسين الأداء الإعلامي للقناة التليفزيونية وكسب مزيد من المشاهدين ، ويشير الجدول السابق رقم (١٤) إلى مايلي :

- ذكر غالبية المبحوثين أن سبب عزوفهم عن مشاهدة نشرة أخبار القناة السادسة اكتفائهم بمشاهدة نشرة أخبار القناة الأولى ، وهي بالطبع نشرة أكثر شمولاً تهتم بالأخبار القومية والعالمية وبعض الأخبار المحلية .

- ذكر ٢٥ % من المبحوثين غير مشاهدي نشرة أخبار القناة السادسة أن سبب عدم مشاهدتهم يرجع إلى أن النشرة « مملة وغير جذابة » ، وهو مؤشر مهم على إخفاق القناة التليفزيونية موضع الدراسة - ولو جزئياً - في الاستفادة من المعدات والتقنيات الحديثة في إنتاج الأخبار محلياً ، وفي هذا المجال يشير أحد الباحثين إلى أن استخدام القوالب الفنية الجذابة يمكن أن يستحوذ على انتباه الجمهور ، فبعض محطات التليفزيون تستخدم معدات الكاميرا المحمولة (ENG) في تغطية الأحداث على الهواء من مواقعها ، كما

تحاول محطات أخرى المزاجية بين الترفيه والأخبار على أمل جذب الجمهور ، وعلى سبيل المثال قد تلجأ المحطة التلفزيونية التي يغطي إرسالها منطقة حضرية ومنطقة ريفية إلى استهلال نشرة الأخبار من منطقة مختلفة كل يوم لتعرض لجمهورها شيئاً عن تلك المناطق البعيدة عنهم (٣٢) .

- ذكر ١٥,٦ ٪ من هؤلاء المبحوثين أن سبب عزوفهم عن مشاهدة نشرة أخبار القناة السادسة أنها « تهتم بالأخبار الرسمية عن المسؤولين » ، ويعرف ذلك « بأخبار المراسم » وهو أحد سمات نشرات الأخبار في إذاعات الدول الثامية ، وأيضاً أحد سليات هذه الإذاعات سواء مسموعة أو مرئية (٣٣) .

- ذكر مبحوث واحد من بين المبحوثين الاثنيين والثلاثين أن نشرة أخبار القناة السادسة لا تنقل أخباراً عن المجتمع المحلي ، وبالرغم من انخفاض تكرار هذا السبب بين المبحوثين إلا أن وجوده يشير إلى أحد الجوانب السلبية في الخدمة الإجتماعية لقناة تلفزيونية محلية ، ذلك لأن بث الأخبار المحلية يعطى للمحطة التلفزيونية فرصة كبيرة لجذب الجماهير المحلية ، ولتكوين صورة وشخصية خاصة بها تتمثل في خدمة مصالح الجمهور المحلي (٣٤) .

٤ - التواصل مع القناة السادسة :

تعد المشاركة الجماهيرية في البرامج الإذاعية والتلفزيونية المحلية سواء بالحضور أو المراسلة أو الاتصال الهاتفي أحد وسائل دعم ارتباط المستمع أو المشاهد بالقناة المحلية وتمعيق إحساسه بالانتماء لها ، بل إن المشاركة قد تمتد لكي تنبع برامج الإذاعة والتلفزيون من فكر الناس ، ويدخل في إطار ذلك اختيار عدد من أبناء المجتمع المحلي لكي يشكلون لجاناً استشارية لقطاعات من البرامج (٣٥) .

١- المشاركة في البرامج الإذاعية

٢- المشاركة في البرامج التلفزيونية

٣- المشاركة في البرامج الإذاعية

٤- المشاركة في البرامج التلفزيونية

(١) الاتصال البريدي او الهاتفى بالقناة السادسة :

جدول رقم (١٥)

توزيع إجابات المبحوثين مشاهدى القناة السادسة
حسب التواصل مع القناة السادسة

التواصل مع القناة السادسة	ك	%
لم يتصل بهم أو يرسلهم	١٩٧	٩٦,١ %
اتصل بهم أو راسلهم	٨	٣,٩ %
الاجمالي	٢٠٥	١٠٠ %

من الجدول السابق رقم (١٥) يتضح أن السواد الأعظم من المبحوثين مشاهدى القناة السادسة لم يتصلوا بهذه القناة سواء بالبريد أو هاتفياً ، وأن عدداً محدوداً فقط بنسبة ٣,٩ % هو الذى أقدم على ذلك ، وهو أمر يسترعى الانتباه ويشير إلى ضعف التواصل بين القناة التليفزيونية وقطاع من جمهورها ، خاصة وأنه قطاع الشباب الذى يتسم بالنشاط والحيوية مقارنة بغيره من فئات المشاهدين .

(ب) أسباب الاتصال :

جدول رقم (١٦)

توزيع إجابات المبحوثين ممن اتصلوا بالقناة السادسة
حسب سبب المراسلة أو الاتصال

سبب المراسلة أو الإتصال	ك	%
يطلب مشاهدة مادة تليفزيونية	٦	٧٥ %
يعرض مشكلة خاصة	٢	٢٥ %
يعرض مشكلة عامة	٢	٢٥ %
يبدى رأيه فى برامج ق ٦	١	٥,١٢ %

ن = ٨

ويوضح الجدول السابق رقم (١٦) أن أسباب الاتصال البريدي أو الهاتفى انحصرت فى ، طلب مشاهدة مادة تليفزيونية معينة ، بنسبة ٧٥ ٪ من إجمالى آراء من مارسوا هذا الاتصال وعددهم ثمانية أشخاص فقط من إجمالى عينة الدراسة ، أو عرض ، مشكلة خاصة أو عامة ، بنسبة ٢٥ ٪ لكل منهما ، أو ، إبداء الرأى فى برامج القناة السادسة ، والذي ذكره مبحوث واحد ، وقد يرجع ضعف التواصل مع القناة السادسة إلى عدم فتح قنوات لهذا التواصل من جانب القائمين بالاتصال ، مثل استحداث برامج تقوم على رصد آراء الجماهير والاتصال بهم ، وكذلك إعلان عنوان المحطة التليفزيونية وأرقام خطوطها الهاتفية بصورة متكررة بما يشجع المشاهدين على الاتصال ، كما أن مبادرة المحطة بالاتصال بأفراد من الجمهور المستهدف يتم اختيارهم عشوائياً قد يكون له أثر طيب فى نفوس المشاهدين ويعكس لهم مدى اهتمام هذه القناة بالبحث عنهم وليس فقط انتظار مبادراتهم بالاتصال ، وفى هذا الصدد قد يرجع سبب عدم الاتصال الهاتفى أيضاً إلى ما يتكلفه المواطن من أعباء مادية للاتصال من محافظات مختلفة يغطيها بث القناة السادسة بمقر القناة فى مدينة طنطا ، وقد يفيد استحداث فكرة (الخطوط التليفزيونية المجانية) Toll - Free Lines فى تشجيع الاتصال من جانب جمهور المشاهدين ، حيث تتحمل المحطة فى هذه الحالة تكاليف الاتصال القادم من خارج المحافظة ، وهو الأسلوب المطبق فى الولايات المتحدة الأمريكية وغيرها من الدول .

(ج) المشكلة فى البرامج :

جدول رقم (١٧)

توزيع إجابات المبحوثين مشاهدى القناة السادسة
حسب مدى المشاركة الفعلية فى أحد برامج القناة

مدى المشاركة الفعلية فى برامج ق ٦	ك	٪
لم يشارك فى أى برنامج	١٧١	٪ ٨٣,٤
شارك فى أحد البرامج	٣٤	٪ ١٦,٦
الإجمالى	٢٠٥	٪ ١٠٠

يشير الجدول السابق رقم (١٧) إلى أن النسبة الغالبة من مشاهدى القناة السادسة ضمن عينة الدراسة (٨٣,٤ %) لم يشاركوا فى أى برنامج تذييعه القناة السادسة ، ويقصد بالمشاركة ظهور الشخص كأحد المتحدثين فى البرنامج ، غير أن مشاركة ١٦,٦ % من المبحوثين فى البرامج يعكس اهتماماً بدرجة ما من جانب هذه القناة بإشراك جمهورها فى البرامج ، وخاصة إذا وضعنا فى الاعتبار أن المبحوثين يمثلون قطاعاً واحداً فقط فى محافظتين فقط من بين قطاعات وقات عديدة فى خمس محافظات يغطيها بث هذه القناة .

٥ - مساهمة القناة السادسة فى حل مشكلات المجتمع المحلى :

تواجه المجتمعات المحلية عدداً من المشكلات قد تختلف بدرجة أو بأخرى عن مشكلات العاصمة ، لذلك وجب على وسائل الإعلام المحلية بحث هذه المشكلات ودراستها ، خاصة وأن القائمين بالاتصال المنتمين إلى هذه البيئة ستوافر لديهم درجة من الوعى بالمشكلة وإدراك أبعادها عن ما عندهم من القائمين بالاتصال فى وسائل الإعلام المركزية .

وقد طالب جمهور وسط الدلتا فى البحث الاستطلاعى الذى أجراه اتحاد الإذاعة والتلفزيون تمهيداً لإنشاء القناة التلفزيونية السادسة بما يلى (٦٣) :

- الاهتمام بعرض المشكلات العامة لمحافظات وقرى الأقليم وإيجاد الحلول لها مع المسئولين بنسبة ٦٠,٦ % .

- الاهتمام بعرض مشكلات المواطنين على المسئولين وإيجاد الحلول لها بنسبة ٥٤,٤ % .

- أن تهتم القناة التلفزيونية المحلية ببحث المواطنين على حل مشاكلهم بالتعاون مع المسئولين بنسبة ٣٤,٥ % .

(١) مدى مساهمة القناة السادسة فى حل المشكلات المحلية :

جدول رقم (١٨)

توزيع إجابات المبحوثين مشاهدى القناة السادسة
حسب آرائهم فى مساهمة القناة فى حل مشكلات المجتمع المحلى

مدى مساهمة ق ٦ فى حل مشكلات المجتمع	ك	%
نعم تسهم فى حل المشكلات	١٦١	٧٨,٥ %
لا تسهم فى حل المشكلات	٤٤	٢١,٥ %
الاجمالى	٢٠٥	١٠٠ %

ويوضح الجدول السابق رقم (١٨) أن ٧٨,٥ % من المبحوثين الذين يشاهدون برامج القناة السادسة يرون أن هذه القناة تسهم فى حل مشكلات المجتمع المحلى ، فى حين يرى ٢١,٥ % منهم فقط أنها لا تقوم بهذا الدور الذى توقعه منها جمهور المشاهدين مثلما أشارت نتائج البحث الاستطلاعى الذى سبق ذكره .

جدول رقم (١٩)

توزيع إجابات المبحوثين حسب أسباب
الرأى فى عدم إسهام القناة السادسة فى حل مشكلات المجتمع

أسباب عدم إسهام ق ٦ فى حل مشكلات المجتمع	ك	%
تعرض المشكلة فقط دون عرض الحلول	٢٩	٦٥,٩ %
أغلب البرامج لقاءات تافهة	٢٤	٥٤,٥ %
أغلب البرامج مع مسئولين بالمحافظة	١٩	٤٣,٢ %
البرامج تشبه برامج ق ١ ، ق ٢	١١	٥,٢٥ %

٤٤ = ن

ويوضح الجدول السابق رقم (١٩) الأسباب التي دعت المبحوثين الأربع والأربعين إلى القول بأن القناة السادسة لم تساهم في حل مشكلات المجتمع ومنه نتبين أن :

- القناة السادسة تعرض المشكلة فقط دون عرض الحلول لها ، وهو ما ذكره ٦٥,٩ % من هؤلاء المبحوثين .

- « أغلب البرامج لقاءات تافهة ، أو لقاءات مع مسئولين بالمحافظة » ، وقد يغرى هذا السبب إلى أن النمط الشائع في القنوات التليفزيونية المحلية في مصر استضافة المسئولين ، وعادة ما يتحدث المسئول عن الانجازات ، أو يبرر السلبيات دون أن يعترف بوجود نقاط ضعف أو تقصير في القطاع المسئول عنه ، على خلاف ما سبق أن طالب به الجمهور المستهدف من القناة السادسة قبل إنشائها .

(ب) أهم المشكلات المحلية المعروضة لتليفزيونيا :

جدول رقم (٢٠)

توزيع إجابات المبحوثين مشاهدي القناة السادسة حسب رؤيتهم لأهم المشكلات التي عرضتها القناة

ك	أهم المشكلات	%
٩٨	الحفاظ على البيئة	٦٠,٩ %
٨٢	البطالة	٥٠,٩ %
٧٣	الثقافة	٤٥,٣ %
٤٧	الزيادة السكانية	٢٩,٢ %
٤٠	التطرف الديني	٢٤,٨ %
٣٧	الإدمان	٢٣ %
٢٥	الإسكان	١٥,٥ %
١٤	مشكلات الزراعة	٨,٧ %
١١	مشكلات الصناعة الحرفية	٦,٨ %
٥	مشكلات المرافق	٣,١ %
٢	مشكلات الصيد	١,٢ %
٢	التعليم	١,٢ %

ويوضح الجدول السابق رقم (١٩) الأسباب التي دعت المبحوثين الأربع والأربعين إلى القول بأن القناة السادسة لم تساهم في حل مشكلات المجتمع ومنه نتبين أن :

- القناة السادسة تعرض المشكلة فقط دون عرض الحلول لها ، وهو ما ذكره ٩٠,٦٥ % من هؤلاء المبحوثين .

- « أغلب البرامج لقاءات تافهة ، أو « لقاءات مع مسئولين بالمحافظة » ، وقد يغرى هذا السبب إلى أن النمط الشائع في القنوات التليفزيونية المحلية في مصر استضافة المسئولين ، وعادة ما يتحدث المسئول عن الانجازات ، أو يبزر السلبيات دون أن يعترف بوجود نقاط ضعف أو تقصير في القطاع المسئول عنه ، على خلاف ما سبق أن طالب به الجمهور المستهدف من القناة السادسة قبل إنشائها .

(ب) أهم المشكلات المحلية المعروضة تليفزيونياً :

جدول رقم (٢٠)

توزيع إجابات المبحوثين مشاهدي القناة السادسة

حسب رؤيتهم لأهم المشكلات التي عرضتها القناة

يوضح الجدول السابق رقم (٢٠) عدداً من النتائج منها :

- أن مشكلة « الحفاظ على البيئة » تصدرت المشكلات التي عرضتها القناة السادسة من وجهة نظر المبحوثين بنسبة ٩٠,٦٥ % ، خاصة وأن المنطقة المستهدفة ببث القناة السادسة منطقة زراعية في المقام الأول مما يوجب حماية البيئة فيها باعتبارها مصدراً للأمن الغذائي .

- جاءت مشكلة « البطالة » في المركز الثاني بنسبة ٩٠,٥٥ % من إجمالي آراء المبحوثين ، وهي مشكلة تهم الشباب بالدرجة الأولى ، وهذا يفسر ارتفاع نسبتها ضمن آراء المبحوثين من طلاب الجامعة .

- على الرغم من أهمية التعليم وتعدد مشكلاته التي تتمثل في نقص المدارس وتكدس الفصول وتعدد فترات الدراسة ونقص الإمكانات التعليمية كالمعامل والمختبرات وغيرها إلا أن هذه المشكلات لم تظهر بالنسبة الواجبة أو كثافة كبيرة على شاشة القناة

السادسة ، فذكرها المبحوثون بنسبة ١,٢ ٪ فقط .

وتجدر الإشارة إلى أن عرض المشكلات من وجهة نظر المبحوثين يضىف شخصيتهم على ترتيبها ، فهم يذكرون المشكلات التي يهتمون هم بمتابعتها على شاشة التلفزيون ، وبالتالي فإن هذا الترتيب للمشكلات المعروضة قد يختلف باختلاف رؤية المبحوثين الذين ينتمون لقطاع آخر من قطاعات المشاهدين .

الخلاصة :

أصبح التوسع فى إنشاء الاذاعات الاقليمية فى مصر سواء مسموعة أو مرئية أحد سمات الإعلام المصرى خلال السنوات الخمسة عشر الماضية ، ويستتبع هذه الظاهرة ضرورة دراستها من مختلف الجوانب بغية ترشيد الأداء وصولاً إلى تحقيق الأهداف المرجوة وتعزيز الإفادة من هذه القنوات الاتصالية ، ومن هنا تارت فكرة هذا البحث الذى يدرس علاقة قطاع من قطاعات المشاهدين وهم طلاب الجامعة بالقناة السادسة بالتلفزيون المصرى ، من حيث تعرضهم لهذه القناة وآرائهم فى مدى تميزها عن القنوات التلفزيونية الأخرى ، وكذلك تقييمهم لنشرة الأخبار التى تقدمها هذه القناة ، ومدى تواصلهم مع القناة ، ورؤيتهم لمدى إسهام هذه القناة فى حل مشكلات المجتمع المحلى ، وهو أحد الأهداف المهمة لإنشائها .

وقد تم تطبيق الدراسة باستخدام صحيفة استبيان بالمقابلة على ٣٠٠ طالب فى كليتى النوعية بمدينة ميت غمر محافظة الدقهلية ومدينة دمياط ، بواقع ١٥٠ مفردة فى كل منهما ، وأسفرت الدراسة عن تحديد درجة مشاهدة القناة التلفزيونية السادسة من جانب المبحوثين وهى متوسطة بلغت نسبتها ٦٨,٣ ٪ من مجموع المبحوثين ، كما أشارت النتائج إلى إقبال المبحوثين على مشاهدة البرامج الترفيهية على شاشة هذه القناة ، كما أشار المبحوثون الذين لا يتابعون برامج هذه القناة إلى أن ذلك يرجع إلى تفضيلهم مشاهدة القنوات الأولى والثانية أو صعوبة التقاط ارسال القناة السادسة أو عدم اتفاق مواعيد بثها مع ظروف المشاهد ، وقرر ٨٧,٣ ٪ من المبحوثين أن هذه القناة متميزة عما عداها من قنوات تلفزيونية فى مصر .

وأشار المبحوثون إلى أن هذه القناة تفتقد الدور الإيجابى فى عرض المشكلات المحلية ومحاولة إيجاد حلول لها وكذلك عرض المواد الدرامية التى لم يسبق عرضها أو على الأقل التى لم تستهلك .

وبالنسبة لنشرة الأخبار أشارت النتائج إلى أن ٨٤,٤ % من المبحوثين يشاهدون

نشرة أخبار القناة السادسة ، كما ذكر ٣,٩ % فقط من المبحوثين أنهم راسلوا هذه القناة أو

اتصلوا بها ليعرضوا مشكلة أو ليطالبوا عرض مادة تليفزيونية أو لغير ذلك ، كما قرر

٧٨,٥ % من المبحوثين أن القناة السادسة ساهمت في عرض مشكلات المجتمع المحلي ،

التي شملت « المحافظة على الهيئة » و « البطالة » و « الإدمان » ومشكلات الزراعة

والصيد والصناعات الحرفية وغيرها من المشكلات .

وأظهرت النتائج عدم وجود تأثير للانتماء إلى محافظة معينة على مشاهدة القناة

السادسة ، بينما أظهرت أن هناك تأثيراً ضعيفاً للسكن في محافظة معينة على مشاهدة

نشرة الأخبار في هذه القناة .

الهوامش

- ١ - ابتسام الجندى « دور التلفزيون الاقليمي فى التنمية » فى : محاضرات مختارة عن الإعلام والتنمية . غير منشورة (القاهرة : اتحاد الإذاعة والتلفزيون ومؤسسة فريدريش ناومان ، ١٩٩٤) ص ٥٠ - ٥١ .
- ٢ - Michael Pfau. "A channel Approach to TV Influence" Journal of - Broadcasting and Electronic Media. vol. 34, No. 2, Spring 1990, pp. 195 - 214.
- ٣ - اتحاد الإذاعة والتلفزيون . الكتاب السنوى ١٩٩٤ / ١٩٩٥ ، ص ٩٣ .
- ٤ - نفس المرجع السابق ، ص ١١١ .
- ٥ - فؤاد شاکر : « التلفزيون المحلى - حلم المستقبل » الدراسات الإعلامية ، العدد ٢٤ ، السنة ٦ ، ١٩٨٠ ، ص ١١٤ .
- ٦ - ابتسام الجندى : مرجع سابق . ص ٥٣ .
- ٧ - اتحاد الإذاعة والتلفزيون . الكتاب السنوى ١٩٩٣ / ١٩٩٤ . ص ٩٦ .
- ٨ - اتحاد الإذاعة والتلفزيون . الكتاب السنوى ١٩٩٥ / ١٩٩٦ . ص ٩١ .
- ٩ - نفس المرجع السابق . ص ٩١ .
- ١٠ - يوسف مرزوق : الإذاعات الاقليمية وتحقيق أهداف التنمية (الإسكندرية : دار المعرفة الجامعية ، ١٩٨٨) .
- ١١ - بركات عبد العزيز : « التخطيط الإذاعى المحلى ودوره فى تنمية المجتمع : دراسة تطبيقية تحليلية على إذاعة القاهرة الكبرى » رسالة ماجستير غير منشورة . (القاهرة : كلية الإعلام جامعة القاهرة ، ١٩٨٤) .
- ١٢ - إبراهيم سعيد إبراهيم : « دور إذاعة وسط الدلتا فى خدمة المجتمع المحلى » رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة : كلية الإعلام جامعة القاهرة ، ١٩٨٩) .
- ١٣ - سامى الشريف : « الإذاعات المحلية : الفكرة والتطبيق » (القاهرة : الطباعى العربى للنشر ، ١٩٨٨) .
- ١٤ - اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، الإدارة العامة لبحوث المشاهدين ، بحث القناتين السادسة والسابعة ، (القاهرة : اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، مايو ١٩٩٤) .
- ١٥ - محمد الوفائى : « قنوات التلفزيون الاقليمية فى مصر : هل تحقق لامركزية الاتصال ؟ » بحث مقدم إلى المؤتمر السنوى الثامن للبحوث السياسية حول السياسة والنظام المحلى فى مصر ٣-٥/١٢/١٩٩٤ (القاهرة : كلية الاقتصاد والعلوم السياسية جامعة القاهرة ، ١٩٩٤) .

- ١٦ - ايمان رمضان عبد التواب : « دور الاتصال فى تنمية المجتمعات المحلية » رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة : كلية الإعلام جامعة القاهرة ، ١٩٩٥) .
- ١٧ - Roger D. Wimmer & Joseph R. Domimiok. Mass Media Research : An Introduction. 3rd. edition (California : Wadsworth Publishing Co, 1991) p. 24.
- ١٨ - زيدان عبد الباقي : « قواعد البحث الاجتماعى » ط ٣ (القاهرة : بدون ناشر ، ١٩٨٠) ص ٢٩٣ - ٢٩٤ .
- ١٩ - غريب محمد سيد و عبد الباسط محمد : « البحث الاجتماعى » : ج ٢ : التصميم والإجراءات (الإسكندرية : دار الجامعات المصرية ، ١٩٧٥) ص ٢٢٢ - ٢٢٣ .
- ٢٠ - قام بتحكيم صحيفة البحث كل من :
أ . د . منى الحديدى / رئيس قسم الإذاعة بكلية الإعلام جامعة القاهرة .
أ . د . عدلى رضا / أستاذ بقسم الإذاعة كلية الإعلام جامعة القاهرة .
د . ابتسام الجندى / أستاذ مساعد بقسم الإذاعة كلية الإعلام جامعة القاهرة .
- ٢١ - محمد الوفائى : مناهج البحث فى الدراسات الاجتماعية والإعلامية (القاهرة : مكتبة الأنجلو المصرية ، ١٩٨٩) ص ١١١ .
- ٢٢ - قام بالمعاونة فى إجراء المقابلات مع المبحوثين كل من :
السيدة / عزة مصطفى الكحكى / مدرس مساعد بقسم الإعلام التربوى بكلية التربية النوعية بميت غمر .
الآنسة / حنان محمد اسماعيل / معيدة بقسم الإعلام التربوى بكلية التربية النوعية بدمياط .
- ٢٣ - راجع الجدول رقم (١) .
- ٢٤ - Mohamed Wafai & Iehan A. El-Tidi. " Mass Media in a Centralized Communication System " Communication Research No. 1, July 1992, p.207.
- ٢٥ - Robert L. Hilliard. Television Station Operations and Management (Boston : Focal Press, 1989) p. 86.
- ٢٦ - Joseph Dominick, L. Sherman and Gary Copeland. Broadcasting Cable and Beyond : An Introduction to Modern Electronic Media (New york : Mc Graw - Hill Co. 1990) p. 203.
- ٢٧ - اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، الإدارة العامة لبحوث المشاهدين . مرجع سابق . ص ٧٥ .