

بحوث العلاقات العامة

الشرق الأوسط



معامل التأثير العربي لعام ٢٠١٩م = ١.٥٠

معامل التأثير "أرسيف" لعام ٢٠١٩م = ٠.١٣٢١

دورية علمية محكمة بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة الثامنة - العدد السابع والعشرون - أبريل / يونيو ٢٠٢٠م

ملخصات بحوث باللغة الإنجليزية:

▪ استراتيجيات تكوين المكانة الخاصة بثقافة المستهلك المحلية والأجنبية والعالمية في الاعلان التلفزيوني الدولي في مصر

أ.م.د. دينا أحمد عرابي (جامعة القاهرة) ... ص ١١

بحوث باللغة العربية:

▪ العوامل المؤثرة على فاعلية الأداء المهني لموظفي العلاقات العامة وخدمة العملاء بالبنوك

أ. د. عزة مصطفى الكحكي (جامعة أم القرى)

دانيه عبدالله علي المالكي (جامعة أم القرى) ... ص ١٥

▪ عنف اللغة بالخطاب الاعلامي

أ.م.د. سهاد عادل جاسم (الجامعة المستنصرية)

د. محمد جبار زغير (جامعة الإمام جعفر الصادق (ع)) ... ص ٦٣

▪ معالجة قضايا الحماية الاجتماعية للطفل في المواقع الالكترونية لمنظمات الطفولة وعلاقتها بإدراك طالبات الجامعة لها

د. سلوى علي إبراهيم الجيار (جامعة بورسعيد) ... ص ٧٥

▪ علاقة تعرض المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي بمستويات المواطنة الرقمية لديهم

د. عايدة محمد عوض المر (جامعة المنصورة) ... ص ٢٠١

▪ أساليب التسويق بالفيديو القصير: دراسة استكشافية على تطبيق "تيك توك" في مصر

د. شيماء عز الدين زكي جمعة (جامعة عين شمس) ... ص ٢٦٣

▪ العوامل المؤثرة على إدراك القوائم بالاتصال لأدواره الاعلامية وعلاقتها بالسلطة المحلية: دراسة مسحية للقوائم بالاتصال

في الاعلام التقليدي والجديد في محافظة بورسعيد

د. ولاء محمد محروس الناغي (جامعة بورسعيد)

د. هبه مصطفى حسن مصطفى (جامعة بورسعيد) ... ص ٢٩٩

▪ دور العلاقات العامة في إطار منظومة الاتصالات التسويقية المتكاملة

د. السيد عبد الرحمن علي عبد الرحمن (جامعة السويس) ... ص ٣٥١

▪ التحرش الالكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي وآثاره النفسية والاجتماعية لدى عينة من المراهقات: دراسة ميدانية

د. جيهان سعد عبده المعبي (جامعة المنصورة) ... ص ٣٨٥

▪ سلوك المشاهد ودوره في تعديل صورة المسلمين النمطية في بريطانيا: دراسة حالة على تأثر جماهير ليفربول باللاعب

المصري محمد صلاح

د. ريهام علي نوير (المعهد العالي للدراسات الأدبية بكينج ماريوط) ... ص ٤٤٧

▪ استخدام قناة الجزيرة الاخبارية لموقع التواصل الاجتماعي تويتر لنسج الاخبار الزائفة

حسن أحمد أبو شريفة (جامعة جازان)

سلامة أحمد محمد الفيقي (جامعة جازان) ... ص ٥١٥

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية (ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر

رقم الإيداع بدار الكتب: ٢٠١٩/٢٤٢٨٠

جمع الحقوق محفوظة ٢٠٢٠ @ APRA

الوكالة العربية للعلاقات العامة

www.jpra.epra.org.eg

الهيئة الاستشارية

أ.د. علي السيد عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د. ياس خضير البياتي (العراق)

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

أ.د. حسن عماد مكاوي (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - العميد السابق لكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. محمد معوض إبراهيم (مصر)

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس وعميد معهد الجزيرة العالي للعلوم الإعلام

أ.د. سامي السيد عبد العزيز (مصر)

أستاذ العلاقات العامة والاتصالات التسويقية - العميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د. عبد الرحمن بن حمود العناد (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والإعلام بقسم الإعلام كلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. محمود يوسف مصطفى عبده (مصر)

أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق لكلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د. سامي عبد الرؤوف محمد طابع (مصر)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. شريف درويش مصطفى اللبان (مصر)

أستاذ الصحافة - وكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. جمال عبد الحي عمر النجار (مصر)

أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للبنات - جامعة الأزهر

أ.د. بركات عبد العزيز محمد عبد الله (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث - جامعة القاهرة

أ.د. عابدين الدردير الشريف (لبنان)

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د. عثمان بن محمد العربي (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والرئيس السابق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. وليد فتح الله مصطفى بركات (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (الأردن)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والاتصال بجامعة العين - أبو ظبي

أ.د. محمد عبد الستار البخاري (سوريا)

بروفيسور متفرغ بقسم العلاقات العامة والدعاية، كلية الصحافة، جامعة ميرزة أولوغ بيك القومية الأوزبكية

أ.د. علي قسايسية (الجزائر)

أستاذ دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

أ.د. رضوان بو جمعة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر

أ.د. هشام محمد عباس زكريا (السودان)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الملك فيصل

مؤسسها

ورئيس مجلس الإدارة

د. حاتم محمد عاطف

رئيس EPRA

رئيس التحرير

أ.د. علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة والعميد

الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

رئيس اللجنة العلمية بـ EPRA

مديرا التحرير

أ.د. محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس

والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء

رئيس اللجنة الاستشارية بـ EPRA

أ.د. محمود يوسف مصطفى

أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق بكلية الإعلام

لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة

جامعة القاهرة

مساعدو التحرير

أ.د. رزق سعد عبد المعطي

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والألسن

جامعة مصر الدولية

أ.م.د. ثريا محمد السنوسي

أستاذ مشارك بكلية الاتصال

جامعة الشارقة

أ.م.د. سهاد عادل جاسم

أستاذ مساعد العلاقات العامة بكلية الآداب

الجامعة المستنصرية

أ.م.د. فؤاد علي سعدان

الأستاذ المشارك ورئيس قسم العلاقات العامة

كلية الإعلام - جامعة اليرموك

د. نصر الدين عبد القادر عثمان

أستاذ العلاقات العامة المساعد في كلية الإعلام

جامعة عجمان

مدير العلاقات العامة

المستشار/ السعيد سالم خليل

التدقيق اللغوي

علي حسين الميهي

صبري محمد سليمان

مدققا اللغة العربية

المراسلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقي

بين السرايات - ٢ شارع أحمد الزيات

إصدارات الوكالة العربية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم

رمز بريدي: ٣٢١١١ صندوق بريدي: ٦٦

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073 Tel: +2237620818

www.jprr.epra.org.eg

Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

جميع حقوق الطبع محفوظة.

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة للوكالة العربية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأية وسيلة، سواء بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوجرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-873X)

الشبكة القومية المصرية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع: ٣٠١٩ / ٢٤٢٨٠

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة (الوكيل المفوض للوكالة العربية للعلاقات العامة) على العنوان الآتي:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency, Egypt, Menofia, Shebin El-Kom
Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal code: 32111 Post Box: 66
Or

Egyptian Public Relations Association, Egypt, Giza,
Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghby st. of Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: jpr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

موقع ويب: www.jpr.epra.org.eg - www.apr.agency

الهاتف : 818 - 02-376-20 (+2) - 151 - 14 - 15 - 0114 (+2) - 157 - 14 - 15 - 0114 (+2)

فاكس : 73 - 048-231-00 (+2)

المجلة مفهرسة ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية التالية:



التعريف بالمجلة:

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثًا متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكييمها من قِبَل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة، أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة).
والمجلة ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة المتخصصة في التعليم والاستشارات العلمية والتدريب.

- المجلة معتمدة بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر، ولها ترقيم دولي ورقم إيداع ومصنفة دوليًا لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- أول دورية علمية محكمة في التخصص على مستوى الوطن العربي والشرق الأوسط، وأول دورية علمية عربية في تخصص (الإعلام) تحصل على معامل التأثير العربي Arab Impact Factor بمعامل تأثير = ١.٥٠ بنسبة ١٠٠% في تقرير عام ٢٠١٩م للمؤسسة الأمريكية " NSP نشر العلوم الطبيعية " برعاية اتحاد الجامعات العربية.
- المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
- تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقًا لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- يُقبل نشر البحوث الخاصة بالترقيات العلمية - وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
- يُقبل نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، ويُقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام، كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصليًا ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية - الإنجليزية - الفرنسية) على أن يُكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوبًا باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكن البحوث قد تم تقييمها من قِبَل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءًا من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يُراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته، ويُراعى الكتابة بينط (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold في البحوث العربية، ونوع الخط

- Times New Roman في البحوث الإنجليزية، وهوامش الصفحة من جميع الجهات (٢٠٤)، ومسافة (١) بين السطور، أما عناوين الجداول (١١) بنوع خط Arial.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المراجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.
 - يقدم الباحث عدد (٢) نسخ مطبوعة من البحث ونسخة إلكترونية على CD مكتوبة بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصرة عنه.
 - في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر. أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطار الباحث بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
 - إذا تطلب البحث إجراء تعديل بسيط فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي، أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ١٥ يوماً من إرسال الملاحظات له.
 - يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٢٨٠٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ \$٥٥٠ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب، مع تخفيض (٢٥%) لمن يحمل عضوية الزمالة العلمية للجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى. وتخفيض (٢٥%) من الرسوم لطلبة الماجستير والدكتوراه. ولأى عدد من المرات خلال العام. يتم بعدها إخضاع البحث للتحكيم من قبل اللجنة العلمية.
 - يتم رد نصف المبلغ للباحثين من داخل وخارج مصر في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
 - لا ترد الرسوم في حالة تراجع الباحث وسحبه للبحث من المجلة لتحكيمه ونشره في مجلة أخرى.
 - لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٤٠) صفحة A4- في حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٣٠ جنيهاً مصرياً للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب ١٠ \$.
 - يُرسل للباحث عدد (٢) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٥) مستلة من البحث الخاص به.
 - ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٢٥٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريين ١٥٠ \$.
 - ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٣٥٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريين ١٨٠ \$.
 - ملخص الرسالة عن ٨ صفحات.
 - ويتم تقديم خصم (١٠%) لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة. ويتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولي.
 - نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين ٣٠٠ \$، ويتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولي السريع. ويتم تقديم خصم (١٠%) لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة.
 - بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه، ومن خارج مصر ٣٥٠ \$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
 - بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ٨٥٠ جنيهاً ومن خارج مصر ٤٥٠ \$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
 - جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أو الوكالة العربية للعلاقات العامة أي دخل بها.
 - تُرسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الوكالة العربية للعلاقات العامة - جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم - تقاطع شارع صبري أبو علم مع شارع الأمين، رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦، والإيميل المعتمد من المجلة jprr@epa.org.eg، أو إيميل رئيس مجلس إدارة المجلة ceo@apr.agency بعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك.

الافتتاحية

منذ بداية إصدارها في أكتوبر — ديسمبر من عام ٢٠١٣م، يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام، ليصدر منها ستة وعشرون عددًا متتابعين، تضم بحوثًا ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وبما أن المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط — وهي تصدر بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) — وجد فيها الأساتذة الراحون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياتهم المنشودة للنشر على النطاق العربي، وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني. فقد تحسّلت المجلة على أول معامل تأثير عربي (AIF) للدوريات العلمية العربية المحكمة في تخصص (الإعلام) على مستوى الجامعات والمؤسسات العلمية التي تصدر محتوى باللغة العربية بمعدل = ١.٣٤ في عام ٢٠١٦م، ومعدل ١.٥٠ في عام ٢٠١٩م، والمعامل تابع لمؤسسة النشر الأمريكية العالمية (NSP) دار نشر العلوم الطبيعية Natural Publishing Sciences واتحاد الجامعات العربية. وكذلك نجحت المجلة في الحصول على معايير اعتماد معامل "أرسيف Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية والتي يبلغ عددها ٣١ معيارًا، وصنفت المجلة في تخصص العلوم الاجتماعية "متداخلة التخصصات" على المستوى العربي ضمن الفئة "الأولى Q1" وهي الفئة الأعلى. كما صنّفت كذلك في تخصص "الإعلام والاتصال" على المستوى العربي ضمن الفئة "الثانية Q2" وهي الفئة الوسطى المرتفعة، كذلك تصدرت المجلة الدوريات العلمية المحكمة المتخصصة في التصنيف الأخير للمجلس الأعلى للجامعات في مصر، والذي اعتمدها في الدورة الحالية للجنة الترقية العلمية تخصص "الإعلام" وتقييمها بـ (٦) درجات من (٧). وأصبحت المجلة متاحة على قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة"، وكذلك أصبحت المجلة ضمن قائمة المجلات العلمية المحكمة التي تصدر باللغة العربية المستوفية لمعايير الانضمام لقواعد البيانات العالمية، والتي تم مراجعتها من وحدة النشر بعمادة البحث العلمي بجامعة أم القرى.

والمجلة مفهرسة حاليًا ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية: (EBSCO HOST - دار المنظومة - العبيكان - دار نشر العلوم الطبيعية الأمريكية وقاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة").

وفي العدد السابع والعشرين من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال بحوثًا ورؤى علمية للأساتذة ولأساتذة المشاركين والمساعدين وكذلك الباحثين، مقدمة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من أعضاء هيئة التدريس للتقدم للترقية، أو الباحثين لمناقشة الدكتوراه والماجستير.

ففي البداية نجد وعلى صعيد البحوث الواردة في العدد "السابع والعشرين" من المجلة نجد: بحثاً باللغة الإنجليزية مقدماً من جامعة القاهرة تحت عنوان: "استراتيجيات تكوين المكانة الخاصة بثقافة المستهلك المحلية والأجنبية والعالمية في الإعلان التلفزيوني الدولي في مصر"، وهو مقدم من: أ.م.د. دينا أحمد عرابي، من مصر.

ومن جامعة أم القرى بالمملكة العربية السعودية نجد بحثاً مشتركاً تحت عنوان: "العوامل المؤثرة على فاعلية الأداء المهني لموظفي العلاقات العامة وخدمة العملاء بالبنوك"، وهو مقدم من: أ.د. عزة مصطفى الكحكي، من مصر، دانيه عبد الله علي المالكي، من السعودية.

ومن العراق قدم كل من: أ.م.د. سهاد عادل جاسم، الجامعة المستنصرية، د. محمد جبار زغير، جامعة الإمام جعفر الصادق (ع) بحثاً مشتركاً بعنوان: "عنف اللغة في الخطاب الإعلامي". ومن جامعة بورسعيد قدمت: د. سلوى علي إبراهيم الجيار، من مصر، بحثاً بعنوان: "معالجة قضايا الحماية الاجتماعية للطفل في المواقع الإلكترونية لمنظمات الطفولة وعلاقتها بإدراك طالبات الجامعة لها".

ومن الجامعة نفسها قُدم بحث مشترك من: د. ولاء محمد محروس الناغي - د. هبه مصطفى حسن مصطفى بعنوان: "العوامل المؤثرة على إدراك القارئ بالاتصال لأدواره الإعلامية وعلاقتها بالسلطة المحلية: دراسة مسحية للقارئ بالاتصال في الإعلام التقليدي والجديد في محافظة بورسعيد".

ومن جامعة المنصورة قدمت: د. جيهان سعد عبده المعبي، من مصر، دراسة ميدانية عن: "التحرش الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي وآثاره النفسية والاجتماعية لدى عينة من المراهقات".

ومن الجامعة ذاتها قدمت: د. عايدة محمد عوض المر، من مصر، بحثاً بعنوان: "علاقة تعرض المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي بمستويات المواطنة الرقمية لديهم".

أما د. شيماء عز الدين زكي جمعة، من جامعة عين شمس، من مصر، قدمت بحثاً بعنوان: "أساليب التسويق بالفيديو القصير: دراسة استكشافية على تطبيق "تيك توك" في مصر".

وقدم د. السيد عبد الرحمن علي، من جامعة السويس، من مصر، بحثاً بعنوان: "دور العلاقات العامة في إطار منظومة الاتصالات التسويقية المتكاملة".

ومن مصر كذلك قدمت د. ريهام علي نوير- المعهد العالي للدراسات الأدبية بكينج مريوط بالإسكندرية- بحثاً بعنوان: "سلوك المشاهد ودوره في تعديل صورة المسلمين النمطية في بريطانيا: دراسة حالة على تأثر جماهير ليفربول باللاعب المصري محمد صلاح".

ومن جامعة جازان بالمملكة العربية السعودية قدم حسن أحمد أبو شريفة بحثاً مشتركاً مع سلامة أحمد الفيقي لاستكمال إجراءات حصولهم على درجة الدكتوراه بعنوان: "استخدام قناة الجزيرة الإخبارية لموقع التواصل الاجتماعي تويتر لنسج الأخبار الزائفة".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول. ومن المعلوم بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقاً لقواعد النشر العلمي المتبعة في المجالات العلمية.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجتي الدكتوراه والماجستير فتخضع جميعها للتحكيم من قبل الأساتذة المتخصصين. وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

وأخيراً وليس آخراً ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

والله الموفق،،

رئيس تحرير المجلة

أ.د. علي عجوة

العوامل المؤثرة على إدراك القائم بالاتصال لأدواره الإعلامية

وعلاقتها بالسلطة المحلية

دراسة مسحية للقائم بالاتصال في الإعلام التقليدي والجديد في محافظة بورسعيد

إعداد

د. ولاء محمد محروس الناغي (*)

د. هبه مصطفى حسن مصطفى (**)

(*) المدرس بقسم الإعلام التربوي، كلية التربية النوعية، جامعة بورسعيد.
(**) المدرس بقسم الإعلام التربوي، كلية التربية النوعية، جامعة بورسعيد.

العوامل المؤثرة على إدراك القائم بالاتصال لأدواره الإعلامية وعلاقتها بالسلطة المحلية دراسة مسحية للقائم بالاتصال في الإعلام التقليدي والجديد في محافظة بورسعيد

د. هبة مصطفى حسن مصطفى
drhebamostafa@gmail.com
جامعة بورسعيد

د. ولاء محمد محروس الناغي
welnaghi@gmail.com
جامعة بورسعيد

ملخص:

تهدف الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة على إدراك القائم بالاتصال لأدواره الإعلامية وعلاقتها بالسلطة المحلية وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي اعتمدت على كل من منهج المسح الإعلامي والمنهج المقارن، حيث تم عمل مسح للقائم بالاتصال بمحافظة بورسعيد بوسائل الإعلام المحلية (صحف مطبوعة - إذاعة القناة - تليفزيون القناة الرابعة - المواقع الإلكترونية - إذاعات الإنترنت) وقامت الباحثتان بالتطبيق باستخدام أسلوبي المسح الشامل و العينة المتاحة والتي بلغت (٢٥٢) مبحوثاً وذلك باستخدام أداة الاستقصاء وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

١. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى تأثير كل من العوامل الذاتية والداخلية والخارجية ومستوى إدراك القائم بالاتصال لأدواره الوظيفية.
٢. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى تأثير العوامل الذاتية والداخلية والخارجية ومستوى تقييم القائم بالاتصال لأدوار مؤسسته .
٣. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى تأثير العوامل الذاتية والداخلية والخارجية ومستوى النمط الغالب في علاقة المؤسسات الإعلامية بالسلطة المحلية.
٤. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع الوسيلة التي يعمل بها القائم بالاتصال بورسعيد(صحافة -إذاعة - مواقع صحفية - إذاعة إنترنت - تليفزيون) في مستوى إدراكه لأدواره الوظيفية .
٥. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع الوسيلة التي يعمل بها القائم بالاتصال بورسعيد(صحافة -إذاعة - مواقع صحفية - إذاعة إنترنت - تليفزيون) في مستوى النمط الغالب في علاقة المؤسسة الإعلامية بالسلطة المحلية.

الكلمات المفتاحية: القائم بالاتصال، الدور الإعلامي، الإعلام التقليدي، الإعلام الجديد.

المقدمة:

يعتمد نجاح وسائل الإعلام على مجموعة كبيرة من العوامل والتي يأتي في مقدمتها قدرتها على طرح كل ما يدور حول الجمهور من أحداث وقضايا وهي المهمة التي تقع على عاتق القائم بالاتصال في تلك الوسائل حيث ترتبط بانتقائه الموضوعات التي تهتم الجمهور بالدرجة الأولى ليتم عرضها وفق ترتيب محدد تتداخل في وضعه العديد من العوامل.

فوسائل الإعلام تجذب الانتباه إلى قصص إخبارية معينة وتشجع الناس على الحديث حولها، وهي بهذا ترتب أولوياتهم من القضايا المهمة وتسعى إلى تشكيل الطريقة التي يفكرون بها حول القضايا والموضوعات (مراد، ٢٠٠٧م، ص٢٠١).

وقد تطورت البحوث التي تناولت دور القائم بالاتصال في بناء أجندة الجمهور وتعددت مداخلها بغية التعرف على تأثير القائم بالاتصال على المحتوى المقدم في وسائل الإعلام.

ويعد نموذج شوميكر ورايس Shoemaker & Reese أحد تلك المداخل البحثية التي حددت التأثيرات التي يعمل في إطارها القائم بالاتصال وهو ما أطلقا عليه "هرم التأثيرات" والذي ينقسم إلى خمس مستويات تبدأ بخصائص القائم بالاتصال وصفاته واتجاهاته، يليها تأثير نظام العمل ثم تأثير المؤسسة الإعلامية، فالتأثير من خارج المؤسسة ويأتي على قمة هذا الهرم تأثير الأيدلوجية وطبيعة النظام السياسي (عبد النبي، ٢٠١٥م، ص٢٧٩).

وفي ظل ما تشهده وسائل الإعلام من تطور سريع واستحداث العديد من وسائل الإعلام الجديد نجد أن الدور الذي يقوم به القائم بالاتصال في وسائل الإعلام المحلية سواءً التقليدية أو الحديثة لا يختلف عما يقوم به نظيره في وسائل الإعلام الجماهيرية، حيث يعمل في ظل العديد من التأثيرات التي من شأنها تحديد دوره في بناء الأجندة المحلية، ولهذا تحاول الباحثتان التعرف على تلك العوامل التي تؤثر على إدراك القائم بالاتصال في وسائل الإعلام المحلية لأدواره وعلاقته بالسلطة المحلية وتأثير ذلك على بناء أجندة وسائل الإعلام المحلي.

مشكلة الدراسة:

تم تحديد مشكلة الدراسة في الكشف عن العوامل المؤثرة على إدراك القائم بالاتصال في محافظة بورسعيد لأدوارهم الإعلامية وعلاقتهم بالسلطة المحلية.

وذلك في ضوء نتائج العديد من الدراسات السابقة، والتي أوصت بضرورة إجراء المزيد من البحوث الخاصة بدراسة القائم بالاتصال من أجل الوقوف على نتائج علمية تفسر وتثري المكتبة الإعلامية، باعتبار القائم بالاتصال من المكونات الإعلامية التي لم تحظ بدراسات كافية كدراسات الجمهور، لذا حاولت الدراسة الحالية أن تقدم تصوراً لأداء القائم بالاتصال في مجتمع محلي يتسم بالخصوصية والتجانس وله متطلبات واحتياجات إعلامية خاصة قد تغفل عنها وسائل الإعلام القومية،

ولأن هذا الدور الذي يقدمه القائم بالاتصال لا يتم في منأى عن العوامل الاجتماعية والسياسية والاقتصادية المختلفة التي تؤثر علي دوره المهني والوظيفي وينعكس علي المحتوى الإعلامي الذي يقدم عبر وسائله المختلفة، فجاءت الدراسة للوقوف علي مدي إدراكه لأدواره الإعلامية المحلية وأهم العوامل والضغوط والمؤثرات التي تتحكم فيما يقدم من محتوى إعلامي، ويساهم في بناء أجندة الإعلام المحلي بمحافظة بورسعيد، وكذلك دراسة علاقته بالسلطة المحلية باعتبارها أحد المحددات الرئيسية المؤثرة علي تشكيل المحتوى الإعلامي.

ولذا يمكن بلورة مشكلة الدراسة في السؤال التالي:

ما العوامل المؤثرة على إدراك القائم بالاتصال لأدواره الإعلامية وعلاقتها بالسلطة المحلية؟

أهمية الدراسة:

تستمد الدراسة الحالية أهميتها من أهمية دراسة:

١- القائم بالاتصال باعتباره عنصراً فعالاً في العملية الاتصالية ومحددًا رئيسياً لبناء الأجندة الإعلامية، فمن خلال عمله كحارس بوابة يحدد لنا من المضامين ما يسمح بمرورها أو ما يمنعها، ولذا فتزداد أهمية دراسته باعتباره المسئول عن إنتاج الرسائل الإعلامية ليوضح من منظور عملي طبيعة الأدوار الوظيفية والمهنية التي يؤديها، ونرصد من خلاله الضغوط والمشكلات التي يتعرض لها في إنتاج تلك الرسائل.

٢- الواقع الإعلامي المحلي من خلال رؤية القائم بالاتصال بمحافظة بورسعيد ورصد العوامل والمتغيرات الوسيطة المؤثرة فيه ، خاصة وأن الإعلام القومي بتطوره ليس معبراً بحال عن الإعلام المحلي وإمكاناته وظروفه المختلفة.

٣- ندرة الدراسات والبحوث الإعلامية في المجتمعات المحلية التي تناولت إدراك القائم بالاتصال لأدواره الإعلامية التي يقدمها في مجتمعه المحلي، ودراسة العوامل والضغوط التي يتعرض لها ودراسة الخصائص الديمجرافية المختلفة عن تلك الفئة.

٤- العلاقة القائمة بين السلطة المحلية وبين وسائل الإعلام المحلية وذلك في إطار اختبار نموذج شوميكرو الذي يفترض بوجود علاقات تحكم عمل وأداء القائم بالاتصال.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة التعرف علي العوامل المؤثرة على إدراك القائم بالاتصال لأدواره الإعلامية وعلاقتها بالسلطة المحلية وينبثق من هذا الهدف عدة أهداف فرعية منها:

- ١- الكشف عن مدي إدراك القائم بالاتصال في الإعلام المحلي بمحافظة بورسعيد لأدواره الإعلامية.
- ٢- رصد العوامل (الذاتية-الداخلية-الخارجية) المؤثرة علي أداء القائم بالاتصال في محافظة بورسعيد.

- ٣- تقديم تقييم ذاتي لأداء القائم بالاتصال في محافظة بورسعيد لأدواره ومسؤولياته الإعلامية من وجهة نظره.
- ٤- الكشف عن رؤية القائم بالاتصال في محافظة بورسعيد لدور مؤسسته في خدمة المجتمع المحلي.
- ٥- تقييم القائم بالاتصال في محافظة بورسعيد لأدوار المؤسسات الإعلامية التي يعمل بها في خدمة مجتمعه.
- ٦- التعرف علي طبيعة مشاركة القائم بالاتصال في محافظة بورسعيد في رسم السياسات الإعلامية الخاصة بالمؤسسة الإعلامية التي يعمل بها.
- ٧- الكشف عن أنماط العلاقة بين القائم بالاتصال في محافظة بورسعيد وبين السلطة المحلية بالمحافظة.
- ٨- التعرف علي أجندة القائم بالاتصال في محافظة بورسعيد لأهم القضايا والمشكلات التي تهم الرأي العام المحلي.
- ٩- تحديد أهم التجاوزات والسلبيات التي كشفتها المؤسسة الإعلامية التي يعمل بها القائم بالاتصال بمحافظة بورسعيد.
- ١٠- توضيح أهم العوامل المؤثرة علي تشكيل المحتوى الإعلامي بمحافظة بورسعيد وفقاً لرؤية القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية المحلية.

تساؤلات الدراسة:

- تسعي الدراسة للإجابة علي السؤال الرئيسي التالي:
- ما العوامل المؤثرة على إدراك القائم بالاتصال لأدواره الإعلامية وعلاقتها بالسلطة المحلية؟ وينبثق من هذا السؤال عدة أسئلة فرعية :
١. ما مدي إدراك القائم بالاتصال في الإعلام المحلي بمحافظة بورسعيد لأدواره الإعلامية ؟
 ٢. ما العوامل (الذاتية - الداخلية - الخارجية)المؤثرة علي أداء القائم بالاتصال في محافظة بورسعيد؟
 ٣. ما رؤية القائم بالاتصال في محافظة بورسعيد لدور مؤسسته في خدمة المجتمع المحلي؟
 ٤. ما تقييم القائم بالاتصال في محافظة بورسعيد لأدوار المؤسسات الإعلامية التي يعمل بها في خدمة مجتمعه؟
 ٥. ما طبيعة مشاركة القائم بالاتصال في محافظة بورسعيد في رسم السياسات الإعلامية الخاصة بالمؤسسة الإعلامية التي يعمل بها؟
 ٦. ما أنماط العلاقة بين القائم بالاتصال في محافظة بورسعيد وبين السلطة المحلية بالمحافظة ؟
 ٧. ما أجندة القائم بالاتصال في محافظة بورسعيد لأهم القضايا والمشكلات التي تهم الرأي العام المحلي؟

٨. ما أهم التجاوزات والسلبيات التي كشفتها المؤسسة الإعلامية التي يعمل بها القائم بالاتصال بمحافظة بورسعيد؟

٩. ما العامل الأكثر تأثيراً على قرار القائم بالاتصال في حالة حصوله على معلومات تتعلق بقضايا فساد بالإدارة المحلية؟

١٠. ما أهم العوامل المؤثرة علي تشكيل المحتوى الإعلامي بمحافظة بورسعيد وفقاً لرؤية القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية المحلية؟

الدراسات السابقة:

تعددت الدراسات السابقة التي تناولت القائم بالاتصال في وسائل الإعلام ولكن يمكن تقسيم تلك الدراسات وفقاً لأهدافها إلى المحاور التالية:

أولاً: دراسات تناولت العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال في وسائل الإعلام التقليدية.

ثانياً: دراسات تناولت العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال في وسائل الإعلام الجديد.

وفيما يلي عرض لأهم ما تناولته تلك الدراسات:

أولاً دراسات تناولت العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال في وسائل الإعلام التقليدية:

وتشتمل على دراسات تناولت دراسة العوامل المؤثرة على أداء القائم بالاتصال في وسائل

الإعلام من حيث الأدوار والضغوط والمشكلات المهنية التي يتعرض لها القائم بالاتصال.

تناولت دراسة (الترك ، ٢٠١٩م) رصد بيئة العمل في المجالات الفلسطينية، حيث جاء تعدد مهام

العمل وعدم تناسب الدخل في الترتيب الأول كأبرز الضغوط التي تواجه القائم بالاتصال، بينما يرى

(٤٥,٩%) من عينة الدراسة أن السياسة التحريرية تؤثر بشكل كبير على الأداء المهني للقائم

بالاتصال.

وركزت دراسة (عبد المقصود، ٢٠١٧م) على الاتجاهات الحديثة في إطار المسؤولية الاجتماعية

للإعلام ومدى التزام القائم بالاتصال بالمعايير المهنية والأخلاقية، وقد وجدت أن هناك اهتماماً لدى

المدرسة العربية الأكاديمية بتقديم عدد من البحوث في مجال القائم بالاتصال، الأمر الذي يشير

لأهمية هذا الحقل البحثي، وإن كان لازال مقتصرًا على الرصد دون الانتقال لبحث العوامل المؤثرة

أو المسببة له وتركيز نطاق البحث حول رصد الممارسات الميدانية وعلاقتها بالأخلاقيات المهنية

للصحفي، وكذلك البحث في العوامل المؤثرة في السلوك، مع قلة تقديم الدراسات النظرية التي توفر

مداخل ونماذج فكرية مختلفة وتعقد مقارنات بين القيم والسلوكيات في إطار رؤى فلسفية ومجتمعية

متباينة. وترى الدراسة أنه يجب تقديم دراسات حالة محلية ترصد وتحلل عدداً من المعضلات

الأخلاقية أثناء العمل الإعلامي وتقييم مواطن القوة والضعف.

أما دراسة (علي ، ٢٠١٦م) والتي تناولت العوامل المؤثرة علي الممارسة المهنية للقائم بالاتصال

في الأخبار المصرية الإذاعية والتلفزيونية وتوصلت فيها إلي وجود فروق في مستوى الأداء المهني

بين القائمين بالاتصال العاملين في القطاع الحكومي والقائمين بالاتصال العاملين في القطاع الخاص حيث يتمتع العاملون في القطاع الحكومي بمستوى مهني أعلى مقارنة بالقطاع الخاص وذلك بالنسبة للمتغير المتعلق بالقيام بدور المراقب علي الحكومة، كما اتضح أيضاً أن العاملين في الراديو يعتقدون بضرورة القيام بدور المراقب علي الحكومة أكثر من هؤلاء العاملين في القنوات التلفزيونية.

أما دراسة (إسماعيل- أمين- الجمل، ٢٠١٤م) فتمثلت فيها أهم العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في بناء رسالته الإعلامية بالبرامج الحوارية في القنوات الفضائية (الحياة - الفضائية المصرية- MBC مصر- الفراعين) في عدم توافر الميزات والإمكانيات المادية.

بينما وجدت دراسة (Hermid , Thurman,2008) أن صحفي إنجلترا يتعاملون مع أدوارهم المهنية التي يؤدونها كحراس البوابة في التعامل مع إسهامات المواطنين من خلال اعتبارات رئيسية لدى المحرر تتصل بمدى الثقة في المعلومة والاهتمام بالمسئوليات المترتبة على النشر.

وقدمت دراسة (يونس ، ٢٠٠٥م) رصد وتحليل العوامل التي تؤثر علي أداء الصحفيين في الصحف الحكومية - حيث طبقت علي عينة من الصحفيين بصحيفتي (البيان والاتحاد الإماراتيين قوامها ٦٠ صحفياً) -وتوصلت إلى أن تدخل رؤساء العمل في المضمون ظهر كأحد العوامل المؤثرة علي أداء القائمين بالاتصال بنسبة ٩٧% من الصحفيين، والغالبية العظمى توضح أن من أهم التأثيرات الإيجابية هي إمدادهم بالخبرة وحمايتهم من الوقوع في الأخطاء التي تضعهم تحت طائلة القانون، في حين اعتبر ما يقرب من ثلث العينة أن هذا التأثير سلبي حيث أرجعوا السبب في ذلك إلي تدخلهم في العمل والحد من طموح الصحفي وحذف جوانب مهمة في المضمون، كما ذكر ٨٠% من الصحفيين أنه توجد صعوبات ترجع لكثرة الأعباء والمهام الصحفية للمحرر والأمن الوظيفي.

كما ربطت دراسة (بحيي، ٢٠٠٣م) بين رضا القائمين بالاتصال في القنوات المصرية المحلية وبين أدائهم وجاءت أهم المشكلات التي تعوق الأداء الإعلامي للقائم بالاتصال في القنوات المحلية قلة العائد المادي ونقص إمكانيات العمل الفنية، ومركزية العمل الإعلامي علاوة على وجود كثير من الروتين، وقلة الاهتمام بالدورات التدريبية ودراسات الجمهور.

بينما تناولت دراسة (عمران، ٢٠٠٢م) رؤية القائم بالاتصال في الصحافة الإقليمية بالصعيد لأخلاقيات الممارسة المهنية في الواقع العملي وتوصلت إلى أن العوامل المتعلقة بالسياسة التحريرية للصحيفة وتوجهات رؤساء العمل والعلاقة مع السلطة المحلية لها الأولوية في تحديد المضمون الذي ينشر في الصحف الإقليمية، بينما تتراجع العوامل المتعلقة بحاجة الجمهور ومبادئ وأخلاقيات المهنة. في حين توصلت دراسة (حافظ، ٢٠٠١م) إلي انخفاض مستوى الكفاءة الخاصة بالقائم بالاتصال في الصحف الإقليمية، حيث يزيد الاعتماد علي حديثي التخرج وكذلك غير المتخصصين الغير حاصلين علي مؤهلات متخصصة في الصحافة والإعلام، بالإضافة إلي نقص الإمكانيات الفنية

وضعت الجوانب الإخراجية والطباعية مما يؤثر على قدرة وكفاءة القائمين بالاتصال في هذه الصحف.

وصنفت دراسة (أبو سيف، ٢٠٠٠م) العوامل والضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال إلي ضغوط داخلية والتي جاء في مقدمة الضغوط، وتمثلت في آلية العمل وأسلوب الترقى بينما جاءت العلاقات بالمصادر وضغوط الإعلانات على رأس قائمة الضغوط الخارجية التي يعاني منها القائم بالاتصال.

في حين أسفرت دراسة (إبراهيم، ٢٠٠٠م) التي تناولت الاتجاهات الحديثة في دراسات القائم بالاتصال عن ندرة الدراسات التقويمية التي تركز على تقييم أداء القائم بالاتصال، وضعف الاهتمام بالدراسات الخاصة بالانتماءات والجماعات المرجعية للقائم بالاتصال ومدى تأثيرها عليهم، علاوة على أن أغلب الدراسات لم تعتمد على الفروض بمعناها العلمي المبني على نظريات حيث استخدم ٧٣,٣% منها على التساؤلات.

ثانياً: دراسات تناولت العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال في وسائل الإعلام الجديد:

وجدت دراسة (إبراهيم، ٢٠١٧م) التي تناولت المتغيرات المؤثرة في بيئة الأنواع الصحفية بالصحف الإلكترونية المصرية أن الضغوط المتعلقة بأساليب تنظيم وإدارة الصحف المتمثلة في أجندة أولويات التغطية التي يضعها رؤساء العمل وتوجيهات رؤساء العمل المباشرة أثناء العمل، وضغوط السياسة التحريرية هي الأكثر تأثيراً على القائم بالاتصال، فضلاً عن عدم وجود أسلوب واضح لتقييم الأداء المهني نظراً لاعتماد عملية التقييم في الأساس على الملاحظات والآراء الشخصية للقيادات التحريرية مما يؤثر سلباً على الأداء المهني للقائمين بالاتصال.

بينما تناولت دراسة (فايز، ٢٠١٦م) آليات بناء أجندة المنصات المختلفة داخل الوسيلة الإعلامية الواحدة من خلال رصد وتوصيف أهم خصائص وسمات أجندة القائم بالاتصال للموضوعات السياسية في دول الشرق الأوسط المنشورة داخل المنصات الإعلامية المتمثلة في المؤسسة العربية بمنصاتها الخمس ومؤسسة BBC عربي بمنصاتها الست، والتعرف على أهم سمات بيئة العمل الإعلامي من داخل المؤسسات، وقد وجدت أن تأثيرات الأجندة بمستوياتها الأولى والثاني في ظل العصر الرقمي أصبح أمراً يتسم بالصعوبة في ظل بيئة إعلامية شديدة التعقيد والتنوع والتطور كل لحظة، وأن أهم العناصر التي تؤثر في بناء أجندة وسائل الإعلام في ظل تعدد المنصات الإعلامية هو عرض المحتوى.

وقد وجدت العديد من الدراسات أن من أهم هذه العوامل تأثيراً هو قلة العائد المادي وعدم توفير ضمان اجتماعي للعمل في وسائل الإعلام الجديد، وهي العوامل التي ترتبط بطبيعة الوسيلة التي مازالت تعاني إشكاليات في وجود ضوابط ولوائح معلنة وعلى الرغم من ذلك فإن الشعور بالرضا

الوظيفي لدى العاملين في تلك الوسائل جاء أعلى من نظرائهم ممن يعملون بالوسائل التقليدية ومن تلك الدراسات ما توصلت دراسة (ماض، ٢٠١٤م) حول العوامل المؤثرة في الرضا الوظيفي للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الإلكترونية وأيضاً دراسة (حامد، ٢٠١٠م) حول تأثير العوامل الاقتصادية على حجم العمل.

في حين رصدت دراسة (الأزرق، ٢٠١٢م) أهم الإشكاليات المهنية التي تواجه القائم بالاتصال في الصحف الإلكترونية المصرية في استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي وكذلك الآليات والضوابط التي يعتمد عليها حيث استخدمت أداة المقابلة المتعمقة مع ٢٠ صحفياً، وقد وجدت أن هناك إجراءات متبعة لمراقبة مشاركات المستخدمين وفرزها وتنظيمها لضبط ما يتم الاستعانة به من إعلام المواطن وذلك لتحقيق دوره كحارس للبوابه.

كما قارنت دراسة (Viall, 2009) بين المواقع المحلية لصحافة المواطن والمواقع الإعلامية التقليدية من خلال التركيز على نظرية الصحافة الديمقراطية، وأوضحت النتائج أن المواقع المحلية تحتوي على نسب أعلى من المحتوى السياسي والمجتمعي لكن مع نسب أقل في المضامين الرياضية والترفيهية وأخبار المال والجريمة، كما أكدت على قيام صحافة المواطن بدور الرقيب على المجتمع. وتناولت دراسة (William, 2008) دور التأثيرات الخارجية المؤثرة على القيم الإخبارية للصحفيين العاملين بالمواقع الإخبارية الإلكترونية الأمريكية وقد طبقت الدراسة على ٦٥٥ صحفياً، وقد توصلت إلي وجود مجموعة من العناصر المؤثرة على القيم الإخبارية أهمها مصادر المعلومات والمناقشة مع وسائل الإعلام الأخرى وكذلك الرأي العام والإعلانات.

بينما أوضحت دراسة (William, 2007) تأثير الدور المهني للصحفيين على إدراكهم لمصداقية الأخبار الإلكترونية واستخدمت في ذلك مقياساً للمصداقية مكوناً من أربعة عناصر: (الثقة - العدالة - الدقة - الشمول)، وقد توصلت الدراسة إلي أن الأخبار الإلكترونية تحظى بمصداقية متوسطة واثبت أن للدور المهني تأثيراً إيجابياً على مفهوم الصحفيين لمصداقية الأخبار الإلكترونية.

وأوضحت دراسة (Park, 2000) تعدد الدور الذي يقدمه القائم بالاتصال سواءً من خلال مساهمته في وضع الأجندة بالصحف الإلكترونية وبين كونهم حراساً للبوابه، حيث يتوقف دور الجمهور عند عرض الأخبار فقط للصحيفة والقائم بالاتصال هو فقط ما يختار ما يسمح بنشره. وقد طبقت هذه الدراسة على عينة من صحفيي صحيفة شيكاغو تريبيون الإلكترونية.

التعقيب على الدراسات السابقة:

- قلة الدراسات التي تناولت دراسة القائم بالاتصال في وسائل الإعلام المحلية لذا فالدراسات التي توافرت للباحثين دراسات ليست حديثة مثلما هو الحال مع دراسات القائم بالاتصال في الإعلام القومي والإلكتروني .

- تنوع تقسيم الدراسات للعوامل المؤثرة على أداء القائم بالاتصال فبعض الدراسات قدمتها بصورة إجمالية والبعض الآخر اكتفى بدراسة الضغوط الداخلية، في حين قدمت دراسات أخرى تأثير الضغوط الداخلية والخارجية ولم تتطرق الدراسات إلى تأثير كل من العوامل الذاتية والداخلية والخارجية على إدراك القائم بالاتصال لأدواره.
- اقتصرت الدراسات على دراسة القائم بالاتصال في وسيلة إعلامية واحدة في حين تقدم الدراسة الحالية دراسة مقارنة لتلك العوامل على إدراك القائم بالاتصال لأدواره في وسائل الإعلام المحلية التقليدية ممثلة في (الصحف - الإذاعة - التلفزيون) ووسائل الإعلام الجديد ممثلة في (المواقع الصحفية الإلكترونية- الإذاعة عبر الإنترنت).
- تناولت العديد من الدراسات تأثير تلك الضغوط علي (الرضا الوظيفي - أخلاقيات المهنة - الممارسة المهنية)؛ في حين لم توضح الدراسات علاقة القائم بالاتصال في المجتمعات المحلية بنمط العلاقة السائدة مع السلطة المحلية وتأثير ذلك علي أجندة القائم بالاتصال والكشف عن أهم الضغوط التي تحكم ممارسته في كشف قضايا الفساد المحلي.

فروض الدراسة:

- ١- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى تأثير العوامل (الذاتية والداخلية والخارجية) ومستوى إدراك القائمين بالاتصال لأدوارهم الإعلامية.
- ٢- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى تأثير العوامل (الذاتية والداخلية والخارجية) ومستوى تقييم القائمين بالاتصال لأدوار مؤسستهم.
- ٣- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى تأثير العوامل (الذاتية والداخلية والخارجية) ومستوى النمط الغالب في علاقة المؤسسات الإعلامية بالسلطة المحلية.
- ٤- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع الوسيلة التي يعمل بها القائم بالاتصال بورسعيد(صحافة -إذاعة - مواقع صحفية - إذاعة إنترنت - تلفزيون) في مستوى إدراكهم الوظيفية.
- ٥- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع الوسيلة التي يعمل بها القائم بالاتصال بورسعيد(صحافة -إذاعة - مواقع صحفية - إذاعة إنترنت - تلفزيون) في مستوى النمط الغالب في علاقة المؤسسة الإعلامية بالسلطة المحلية.

نوع الدراسة ومنهجها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تسمح بوصف الظاهرة وتحليلها وتحديدًا تحديدًا دقيقاً للتعرف علي العوامل المؤثرة على إدراك القائمين بالاتصال بمحافظة بورسعيد لأدوارهم الإعلامية وعلاقتها بالسلطة المحلية.

وتعتمد الدراسة علي منهجين أساسيين هما:

– منهج المسح الذي يُعد أحد المناهج الأساسية في البحوث الوصفية وذلك بهدف جمع البيانات وتفسيرها للوصول إلي دلالات ذات أهمية من خلال مسح القائم بالاتصال في الإعلام المحلي التقليدي والجديد في محافظة بورسعيد.

– استخدام المنهج المقارن وقد اعتمدت عليه الباحثتان في أكثر من محور للدراسة هي:
١. المقارنة بين القائم بالاتصال في وسائل الإعلام المحلية التقليدية والجديدة محل الدراسة والتعرف علي انتماءاته وعلاقته بالسلطة المحلية للوقوف على أوجه التشابه والاختلاف فيما بينهم .

٢. المقارنة بين السمات المهنية للقائم بالاتصال في كل وسيلة من وسائل الإعلام المحلية التقليدية والجديدة موضع الدراسة.

٣. المقارنة بين علاقة القائم بالاتصال ومؤسسته بالسلطة المحلية في وسائل الإعلام المحلية التقليدية والجديدة بمحافظة بورسعيد.

مجتمع الدراسة:

تم تحديد مجتمع الدراسة الميدانية من القائم بالاتصال في وسائل الإعلام المحلية (صحف مطبوعة – إذاعة القناة – تليفزيون القناة الرابعة – المواقع الإلكترونية – إذاعات الإنترنت) بمحافظة بورسعيد ويرجع ذلك لمجموعة من الأسباب:

١. اهتمام الباحثتين بالمجتمع البورسعيدي وأدوار القائم بالاتصال في وسائل الإعلام المحلية والتي تمثل أهمية كبيرة في تقديم الموضوعات والمشكلات التي تهتم الجمهور البورسعيدي على وجه الخصوص.

٢. تأتي الدراسة الحالية في ضوء ما توصلت إليه الباحثتان من نتائج في دراسة سابقة تناولت الخريطة الثقافية والاجتماعية لجمهور الإعلام التقليدي والجديد في محافظة بورسعيد، حيث أوضحت تلك الدراسة عزوف الجمهور عن متابعة الإعلام المحلي مقابل الإعلام القومي نتيجة عدم رضا الجمهور عن أداء وسائل الإعلام المحلية، وهو ما تطلب دراسة القائم بالاتصال والتعرف علي أجدته والعوامل المؤثرة علي أدائه لأدواره الإعلامية في المجتمع المحلي انطلاقاً من دوره في صناعة المحتوى المحلي.

عينة الدراسة:

استخدمت الباحثتان أسلوبين في اختيار عينة الدراسة هما:

١. أسلوب المسح الشامل:

حيث استطاعت الباحثتان استخدام المسح الشامل للقائم بالاتصال في إذاعة القناة وعددهم (٣٧) مبحوثاً) وكذلك القائم بالاتصال في تليفزيون القناة المنتمين لمحافظة بورسعيد وعددهم (٥١) مبحوثاً).

٢. أسلوب العينة المتاحة:

نظراً لتعثر الحصول على الاستبيان بأسلوب المسح الشامل من كل القائمين بالاتصال في الوسائل الإعلامية المحلية الأخرى، فقد اعتمدت الباحثتان على استخدام أسلوب العينة المتاحة مع الوسائل التي لم يستجيب كل القائمين بالاتصال بها للاستبيان وهي الصحف المحلية وبلغ عددهم (٢٤مبحوثاً) صحفياً ممن يعملون فعلياً بوقت الدراسة وذلك نظراً لتوقف العديد من الصحف عن الصدور وتعثر البعض الآخر، وفيما يتعلق بالمواقع الإلكترونية فقد وصلت العينة المتاحة لدى الباحثتين إلى (٧٤مبحوثاً) وفي الإذاعة عبر الانترنت بلغت (٦٢مبحوثاً).

وبذلك يكون إجمالي العينة في الوسائل الإعلامية المحلية (٢٥٢مبحوثاً) في الفترة من (١ أكتوبر ٢٠١٨م إلي ٣٠ مايو ٢٠١٩م).

أدوات جمع البيانات:

تم الاستعانة باستمارات الاستقصاء للحصول علي المعلومات المطلوبة من القائمين بالاتصال بمحافظة بورسعيد وذلك للتعرف علي العوامل المؤثرة على إدراك القائمين بالاتصال بمحافظة بورسعيد لأدوارهم الإعلامية وعلاقتها بالسلطة المحلية في ضوء عمل مسح للقائمين بالاتصال في الإعلام التقليدي والجديد في محافظة بورسعيد.

اختبار الصدق والثبات:

قامت الباحثتان بإعداد صحيفة الاستقصاء لجمع البيانات اللازمة وعرضها علي السادة المحكمين من الأساتذة المتخصصين في الإعلام وإجراء بعض التغييرات اللازمة علي الاستمارة بناءً علي توجيهاتهم لتكون الاستمارة في صورتها النهائية، وتطبيقها علي القائمين بالاتصال، وتم تطبيق اختبار الصدق والثبات علي عينة عشوائية قوامها ٢٥ مبحوثاً بنسبة ١٠% من مجتمع الدراسة للتأكد من ثبات الاستمارة، وتم حساب معامل الثبات بين الاختبارين وقد وصل إلي ما يؤدي إلي ثبات وصلاحيّة الاستمارة للتطبيق وتعميم النتائج علي القائمين بالاتصال.

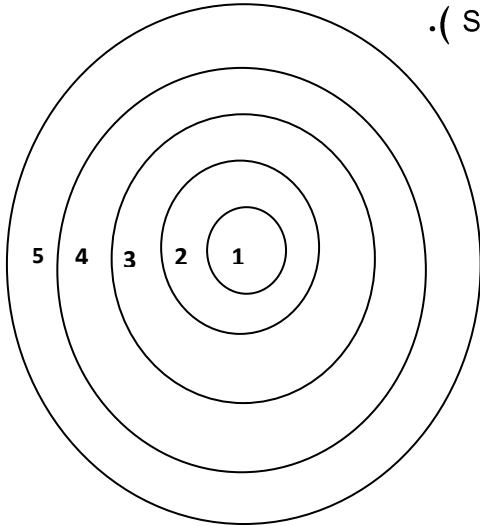
الأساليب الإحصائية المستخدمة:

- ١- التكرارات والنسب المئوية.
- ٢- الانحرافات المعيارية والمتوسطات.
- ٣- كاي ٢ اختبار العلاقات بين المتغيرات.
- ٤- معامل ارتباط بيرسون لقياس علاقة الارتباط بين المتغيرات.
- ٥- اختبار تحليل التباين الأحادي ANOVA.

نموذج Shoemaker (مستويات التحليل) التسلسل الهرمي للتأثيرات:-

على الرغم من أن الإثنوجرافيا توفر وجهة نظر دقيقة من الداخل عن البيئة الاجتماعية إلا أن هناك حاجة إلى تصور أوسع للمدخل السوسيولوجي للأخبار الذي يشتمل على المنظور الأثنوجرافي بجانب مستويات أخرى من التحليل بما في ذلك القضايا المهنية الفردية والهياكل الاجتماعية الكبرى التي تؤثر على قرارات غرفة الأخبار، وتشمل نموذج التسلسل الهرمي للتأثيرات الذي طور (Shoemaker and Reese, 1996- 2014) الخصائص الفردية وروتين العمل والمستوى التنظيمي والقضايا المؤسسية والنظام الاجتماعي (Shoemaker ,Reese , 2014,p 168) .

ويشير هذا النموذج النظري خاصة على المستوى الفردي فكرة الهيكل والوكالة. فالعمل الصحفي نشاط بشري فردي ولكن هذا النشاط مقيد بالهياكل المحيطة به ومن ثم تبرز إشكالية التعارض بين التركيز على الخصائص الشخصية ودور الهياكل في توجيه هذا النشاط، فعلى سبيل المثال يوضح مدخل الاقتصاد السياسي لوسائل الإعلام أن الصحفيين مجرد أدوات لتحقيق مصالح الطبقات والسلطات المسيطرة (Shoemaker ,Reese, 1996,p1-2) .



- | | |
|---------------------------|-----------------------|
| 1- Individual | 1- الفرد |
| 2- Communication routines | 2- الروتين الإعلامي |
| 3- Organizational | 3- المنظمة |
| 4- Social institution | 4- المؤسسة الاجتماعية |
| 5- Social system | 5- النظام الاجتماعي |

شكل رقم (١)

يوضح نموذج التسلسل الهرمي للتأثيرات الاجتماعية وتطبيقاته على المحتوى الإعلامي لوسائل الاتصال الجماهيري المطبوعة والمسموعة والمرئية

١- الفرد:-

على المستوى الأصغر، يفترض أن الصحفيين المهنيين المبدعين طرف رئيسي ومهم في صنع القرار الصحفي سواءً في فهم المشروع الصحفي أو كيفية القيام بالتعبير عن واقع المجتمع بشكل قياسي أو الالتزام بالمعايير المهنية. ويشمل المستوى الفردي السمات الشخصية والقيم الإخبارية التي يلتزمون بها والأدوار المهنية التي يقومون بها والسمات الديموجرافية (النوع- الطبقة- المستوى الاجتماعي)، حيث تعتبر هذه الخصائص مهمة في تفسير ما يتخذه الصحفيون من قرارات تستند إلى المستوى النفسي وما يواجهونه من ضغوط وقيود في عملهم (Wilnat , Weaver , 2014,p8-11).

ويعبر هذا المستوى من التحليل عن الاستقلال النسبي للصحفي الفرد وكيف يتم تنشئته وتشكيل قيمه؟ وكيف ينعكس ذلك على قراره ودوره؟

ولقد اهتمت دراسات (Weaver, Colleagues, Beam, Brownie, Voakes, and Wilhoit) بتفسير وتحليل مدركات الصحفيين لأدوارهم وخلصت إلى اعتقادهم أن الصحافة تسير في الاتجاه الخاطئ ومن ثم تراجع معدل رضاهم الوظيفي، وعلى الرغم من أن العديد من الدراسات تسعى إلى الحصول على توصيف للمهنة ككل فإن المستوى الفردي يؤكد على حقيقة أنه لا يوجد نمط مهني واحد حتى داخل الثقافات الوطنية. فمع التحولات المهنية السريعة يساعد المستوى الفردي في فهم كيفية ارتباط الأدوار المهنية بالهياكل الأكبر كوسيلة للتكيف والبقاء في إطار النظام الإعلامي. ففي دراسة (Hassid, 2011) للإعلام الصيني اتضح وجود أربعة أنماط للصحفيين هي: النمط الأمريكي للصحفي المحترف، ونمط الصحفي الشيوعي الناطق بلسان الحزب، ونمط الصحفي البراجماتي الفاسد الذي يفعل أي شيء مقابل ثمن، ونمط الصحفي المحترف المؤيد القادر على التكيف والبقاء والمشاركة (Hassid, 2011, p813-832).

ويفترض أن الممارسات الإبداعية الفردية والمهنية تساعد على فهم عملية إنتاج الأخبار وتشكيلها. فالمستوى الفردي للتحليل يأخذ في الاعتبار السمات الشخصية للصحفيين والقيم الإخبارية التي يلتزمون بها، والقيم المهنية التي يدعونها، والأدوار الوظيفية التي يقومون بها، بجانب السمات الديموجرافية (الجنس - العرق - الطبقة).

وعلى الرغم من التأكيد على الفصل بين الذاتية والموضوعية، إلا أن العوامل الفردية، والصفات النفسية والاجتماعية التي تعمل ضمن شبكة من القيود والهياكل تؤثر في القرار الصحفي وتشكيل المحتوى، ومن ثم ينبغي مراعاة حقيقة أنه لا يوجد توصيف واحد للمهنية ولا حتى داخل الثقافات الوطنية (Wilnat, Weaver, 2014, p12-13).

٢- الروتين الإعلامي:-

ويقصد بالروتين أنماط السلوك التي تشكل الهياكل الفورية للعمل الإخباري، وطرق العمل التي تشكل الممارسة المهنية وتشمل القواعد غير المشروطة والتوجيهات المهنية وممارسات السلطة من قبل الرؤساء التي تخدم سياسات المؤسسة الصحفية واحتياجاتها والتكيف مع متطلبات مصادر الأخبار والتحكم في سير العمل وتشكيل بنية ذات مغزى. وتتراوح هذه المتطلبات بين المهلة الزمنية ومقتضيات المساحة واستخدام الاقتباسات ودواعي الموضوعية والتوازن بين احتياجات المؤسسة والصحفيين واحتياجات الجمهور (Coddington, : 2015, p108-110).

وفى إطار الأعمال الروتينية غير المستقرة داخل بيئة الإعلام الرقمي، ينبغي التكيف مع التدفقات الرقمية والمفاهيم الجديدة، والتعامل مع القيم الإخبارية والمهنية من خلال تطوير إجراءات روتينية جديدة والتحقق باستمرار من تدفقات المعلومات الواردة ومراقبة الجمهور والقراءة والمشاهدة،

ومراقبة أنواع القصص التي تجذب الجمهور والعثور على طرق جديدة للتحقق بشكل مناسب بما يسمى برواية القصص الإخبارية القديمة، وتحقيق التوافق بين ما تقتضيه المعايير المهنية والمساحة الإخبارية التشاركية الأكثر انفتاحاً على شبكة الإنترنت (Lee, Chan, 2008, p.112-133).

٣ - الضغوط التنظيمية:-

لقد ساهم المدخل الأنتوجرافي للصحافة والمرتبب بالمستوى التنظيمي في فهم الأخبار كمنتج تنظيمي تحدده الهياكل والقيود التنظيمية، حتى أصبحت عملية صناعة وتشكيل الأحداث والأخبار اليومية عملية أكبر سلاسة تخضع للسيطرة الاجتماعية داخل غرف الأخبار من خلال علاقة تعاونية لإنتاج الأخبار تسعى للحفاظ على الأوضاع القائمة، حتى في إطار التوترات التي تظهر في إطار التغيير الاجتماعي يتزايد دور الرقابة الذاتية للصحفيين جنباً إلى جنب السيطرة الاجتماعية داخل غرف الأخبار (Benson, 2004, p 275-292).

٤ - الضغوط المؤسسية:-

يعتبر المستوى الاجتماعي- المؤسسي المجال الأكثر شمولاً واشتراكاً بين المنظمات، حيث تتداخل المؤسسات والمنظمات المؤثرة في العمل الإخباري، وتدخل المؤسسة الصحفية بدورها في علاقات تبعية منظمة مع منظمات فاعلة ومؤثرة بما في ذلك الدولة والعلاقات العامة والإعلان، ومن ثم تبرز أهمية تفكيك بنية نظام وسائل الإعلام ولاسيما الإعلان العابر للحدود الوطنية لتحديد كيفية التفاعل بين العوامل الاقتصادية والسياسية والتنظيمية أي بين التنظيم والمجتمع ككل. وفي إطار المنظور المؤسسي الجديد للعلوم السياسية يتم التعامل مع الإعلام كمتغير سياسي يتضمن بعداً تاريخياً يساعد في تفسير ظهور الممارسات والقواعد كحصيلة طارئة. فالمجال الصحفي يتم تنظيمه من خلال مزيج بين رأس المال الاقتصادي والثقافي، ومن ثم تشترك وسائل الإعلام في أهدافها في البحث عن الشرعية والوصول إلى المعلومات والاستقلالية والتجانس وتحقيق المال. وهكذا توجد عملية تكيف واعتماد وتبادل بين الإعلام والمؤسسات وينعكس ذلك على تشكيل المنتج الإخباري في الدول الديمقراطية المتقدمة، حيث أصبحت العمليات السياسية أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام وأبرز مثال على ذلك قيام شبكة فوكس نيوز الأمريكية بإلزام الحزب الجمهوري خلال إدارته لحملته الرئاسية بإنشاء منتدى للنقاش للمرشحين (Bourdieu, 2005, p 29-47).

٥ - النظام الاجتماعي:-

يهتم مستوى النظام الاجتماعي بالنظريات التقليدية للمجتمع وبناء القوة والسيطرة من حيث صلتها بالصحافة، حيث كانت أبحاث الاتصال الأمريكية تركز على المدخل الوظيفي الذي يفترض توازن المصالح الذاتي. ولكن عندما تصبح عملية صنع القرار الصحفي خاضعة للتشكيل، فإن المصالح القوية تبدو متورطة بشكل مباشر، ومن ثم تبرز أهمية المدخل الاقتصادي السياسي واعتبار الصحافة امتداداً للطبقة الاجتماعية والقوة. فعلى سبيل المثال يؤكد النموذج الدعائي لكل من

(Herman / Chomsky, 1988) أن الصحفيين لديهم القليل من الاستقلالية النسبية حيث يعملون على دعم مصالح مصادرههم ومعانيهم والنخب الأخرى المسيطرة. وتوضح نظرية الهيمنة كيف تصبح علاقات القوة متجانسة حتى مع منح وسائل الإعلام بعض الاستقلال النسبي من السلطة والمصالح الطبقيّة، فإن الأيديولوجية تفسر كيف يتدفق النظام الاجتماعي كمشروع إعلامي للأفكار بهدف خدمة السلطة والمصالح الأمر الذي يؤدي إلى تهميش المعارضة والإنحراف المهني. وهكذا، تعمل المؤسسات الإعلامية في إطار نظام اجتماعي أكبر. وهذه الأنظمة تمتد على نحو متزايد للحدود الوطنية، ومن ثم تبرز أهمية استخدام المقاربة عبر الوطنية كتطور نظري جديد ومهم، حيث يتضح دور الأيديولوجية العالمية المسيطرة في تشكيل قيم مهنية معولمة وثقافة صحافية عالمية، ففي دراسة (anitzsch et al, 2011) للمؤسسات الإخبارية في ١٨ دولة اتضح تراجع تأثير السياق الوطني بشكل مباشر على تصورات الصحفيين لأدوارهم ومسئولياتهم المهنية والأخلاقية وتزايد تأثير العولمة الثقافية والإعلامية، حيث برزت ثلاث مجموعات من الدول هي: المجموعة الغربية- المجموعة الموالية للغرب- الدول النامية الانتقالية ولكنها جميعاً تشترك في تبني قيم العولمة (Hanitzsch, Hanusch, Mellado, Anikina, Berganza, Cangoz, Coman, Hamada, Hernandez,) (Karadjov, Moreira, 2011,p273-293).

جدوى التسلسل الهرمي للتأثيرات:-

مع تطور المفاهيم الأساسية في أبحاث الصحافة، أصبح من المفيد ربطها بالمستوى التحليلي الخماسي الهرمي، حيث يمكن النظر إلى أن المهنية الاحترافية تعمل بطرق مختلفة عبر كل مستوى من المستويات الخمسة (Shoemaker, Vos, 2009 ,p13-18).

ومع ظهور الإنترنت والدور المتزايد لبوابات الأخبار الإلكترونية تغيرت القوى والعوامل المؤثرة داخل كل مستوى من مستويات التأثير، وأصبح السؤال مركزاً على صانعي القرار التحريري المحددين في إطار وفرة الإنترنت على منصات الأخبار وشبكات التواصل الاجتماعي، الأمر الذي يتطلب إعادة نظر في العديد من المفاهيم المتعلقة بالسيطرة الاجتماعية وحراسة البوابة والرقابة الذاتية. فلا تزال القرارات المتعلقة بالأخبار جارية ولكن في مواقع وتتابعات مختلفة، فقد يبرز تأثير متغير وقد يتراجع متغير آخر في إطار التسلسل الهرمي، علاوة على أن بعض الأطراف التي كانت مهمة في السابق بدأت تفقد دورها وأهميتها (Vos, Heinderycks, 2015,p 45).

لقد شجع نموذج العوامل المؤثرة على القرار الصحفي على فرز الفروع الصغيرة المتوسطة والكلية وهو يوفر إطاراً لتحليل تفاعل العوامل المختلفة في مستويات متعددة وفي وقت واحد، ومن ثم يساعد على تفسير وتحليل العوامل السياسية المتداخلة والمؤثرة في العمل الصحفي. وقد تم توسيع مستوى النظام الاجتماعي ليشمل تأثير العولمة على الصحافة الدولية والمؤسسات الإعلامية الدولية (Hanitzsch, 2010,p 5-22).

النتائج الخاصة بالدراسة الميدانية:

١ - البيانات الشخصية:

جدول رقم (١)
البيانات الشخصية للقائمين بالاتصال في محافظة بورسعيد

القائم بالاتصال						البيانات الشخصية	النوع
الإجمالي	تليفزيون	إذاعة انترنت	إذاعة	مواقع صحفية	صحافة		
ك	ك	ك	ك	ك	ك		
%	%	%	%	%	%		
١٨١	٤٥	٣٣	١٦	٦٦	٢١	ذكر	النوع
%٧١.٨	%٨٨.٢	%٥٣.٢	%٤٣.٢	%٨٤.٦	%٨٧.٥	أنثى	
٧١	٦	٢٩	٢١	١٢	٣	الإجمالي	
%٢٨.٢	%١١.٨	%٤٦.٨	%٥٦.٨	%١٥.٤	%١٢.٥		
٢٥٢	٥١	٦٢	٣٧	٧٨	٢٤		
%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠		
٨٨	٠	٣٣	٠	٤٧	٨	30-20 سنة	السن
%٣٤.٩	%٠	%٥٣.٢	%٠	%٦٠.٣	٣٣.٤%	40-30 سنة	
٧٨	١٧	٢١	١١	٢٤	٥	50 - 40 سنة	
%٣٠.٩	%٣٣.٤	%٣٣.٩	%٢٩.٦	%٣٠.٨	%٢٠.٨	60 -50 سنة	
٥٢	١٩	٣	١٩	٤	٧	أكثر من 60	
%٢٠.٧	%٣٧.٢	%٤.٨	%٥١.٣	%٥.١	%٢٩.٢	الإجمالي	
٢٥	١٢	٤	٤	٣	٢		
%٩.٩	%٢٣.٥	%٦.٥	%١١.٤	%٣.٨	%٨.٣		
٩	٣	١	٣	٠	٢		
%٣.٦	%٥.٩	%١.٦	%٨.٦	%٠	%٨.٣		
٢٥٢	٥١	٦٢	٣٧	٧٨	٢٤		
%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠		
١١	٦	٣	٠	٠	٢	دبلوم	المؤهل
%٤.٤	%١١.٨	%٤.٨	%٠	%٠	%٨.٣	تربية نوعية	
٣٨	١٠	١٩	٠	٤	٥	آداب	
%١٥.٢	%١٩.٦	%٣٠.٦	%٠	%٥.١	%٢٠.٨	إعلام	
٦٣	٧	٢١	٤	٢٤	٧	ماجستير	
%٢٥.٢	%١٣.٧	%٣٣.٩	%١١.٤	%٣٠.٨	%٢٩.٢	دكتوراه	
١٢	٣	٤	٠	٣	٢	تجارة	
%٤.٨	%٥.٩	%٦.٥	%٠	%٣.٨	%٨.٣	فنون تطبيقية	
٥	٠	١	٣	١	٠	خدمة إجتماعية	
%٢	%٠	%١.٦	%٨.٦	%١.٣	%٠	علوم	
٤	٣	٠	٠	٠	١	الإجمالي	
%١.٦	%٥.٩	%٠	%٠	%٠	%٤.٢		
٩٦	١٢	١٢	٢٨	٤١	٣		
%٣٨.٤	%٢٣.٥	%١٩.٤	%٨.٠	%٥٢.٦	%١٢.٥		
٤	٣	٠	٠	٠	١		
%١.٦	%٥.٩	%٠	%٠	%٠	%٤.٢		
١٢	٧	٢	٠	٠	٣		
%٤.٨	%١٣.٧	%٣.٢	%٠	%٠	%١٢.٥		
٥	٠	٠	٠	٥	٠		
%٢	%٠	%٠	%٠	%٦.٤	%٠		
٢٥٢	٥١	٦٢	٣٧	٧٨	٢٤		
%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠		
١٧٨	٢٢	٤٩	٣٥	٥٩	13	غير منتمي	الانتماء النقابي
%٧٠.٦	%٤٣.١	%٧٩	%٩٤.٦	%٧٥.٦	%٥٤.٢		

٧٤	٢٩	١٣	٢	١٩	١١	منتمي	
%٢٩.٤	%٥٦.٩	%٢١	%٥.٤	%٢٤.٤	%٤٥.٨		
٢٥٢	٥١	٦٢	٣٧	٧٨	٢٤	الاجمالي	
%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠		
٢٤٨	49	٦١	٣٧	٧٨	٢٣	غير منتمي	الانتماء الحزبي
%٩٨.٤	%٩٦.١	%٩٨.٤	%١٠٠	%١٠٠	%٩٥.٨		
٤	٢	١	٠	٠	١	منتمي	
%١.٦	%٣.٩	%١.٦	%٠	%٠	%٤.٢		
٢٥٢	٥١	٦٢	٣٧	٧٨	٢٤	الاجمالي	
%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠		
١٤٩	٨	٤٨	٢٤	٦٦	٣	من ٢٠٠٠:٥٠٠ جنيه	الدخل
%٥٩.١	١٥.٧	%٧٧.٤	%٦٤.٩	%٨٤.٦	%١٢.٥		
١.٣	٤٣	١٤	١٣	١٢	٢١	من ٦٠٠٠:٢٠٠٠	
%٤٠.٩	%٨٤.٣	%٢٢.٦	%٣٥.١	%١٥.٤	%٨٧.٥		
٢٥٢	٥١	٦٢	٣٧	٧٨	٢٤	الاجمالي	
%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠		
١٦٠	٢	٦٢	٢	٧١	٢٣	مؤقت	التعاقد
%٦٣.٥	%٣.٩	%١٠٠	%٥.٤	%٩١.١	%٩٥.٨		
٩٢	٤٩	٠	٣٥	٧	١	تعيين	
%٣٦.٥	%٩٦.١	%٠	%٩٤	%٨.٣	%٤.٢		
٢٥٢	٥١	٦٢	٣٧	٧٨	٢٤	الاجمالي	
%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠		
٤٦	٠	١٨	٠	٢٢	٦	اقل من سنة	الخبرة
%١٨.٢	%٠	%٢٩	%٠	%٢٨.٢	%٢٥		
٦٢	٠	٢٥	٠	٢٦	١١	من ٥:١ سنين	
%٢٤.٦	%٠	%٤٠.٣	%٠	%٣٣.٣	%٤٥.٨		
٤٧	٣	١٤	٩	١٨	٣	١٠:٥ سنين	
%١٨.٧	%٥.٩	%٢٢.٦	%٢٤.٣	%٢٣.١	%١٢.٥		
٥٩	٢٨	٥	١٣	١٢	١	١٥:١٠ سنة	
%٢٣.٤	%٥٤.٤	%٨.١	%٣٥.١	%١٥.٤	%٤.٢		
٣٨	٢٠	٠	١٥	٠	٣	من ٢٠:١٥ سنة	
%١٥.١	%٣٩.٢	%٠	%٤٠.٥	%٠	%١٢.٥		
٢٥٢	٥١	٦٢	٣٧	٧٨	٢٤	الإجمالي	
%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠		

يتضح من الجدول السابق:

- أن إجمالي مفردات العينة بلغ (٢٥٢ مفردة) مقسمة بين فئات القائم بالاتصال في محافظة بورسعيد بواقع (٧٨ مفردة) من المواقع الصحفية، و(٦٢ مفردة) من القائم بالاتصال في إذاعات الإنترنت، و(٥١ مفردة) من القائم بالاتصال في التلفزيون المحلي، و(٣٧ مفردة) من القائم بالاتصال في الإذاعة المحلية، و(٢٤ مفردة) من القائم بالاتصال في الصحافة المحلية.

أولاً - من حيث النوع:

حيث جاءت نسبة ٧١.٨% من الذكور، ونسبة ٢٨.٢% من الإناث.

ويمكن تفسير ذلك إلى صعوبة ومشقة العمل الصحفي الذي يحتاج إلى قدرة علي تحمل العمل لساعات طويلة وتعامل مع فئات مختلفة من المصادر وهو ما يحجم عنه الكثير من الإناث ويجعل مالكي المؤسسات الإعلامية يفضلون التعامل مع الذكور.

واتفقت هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (العزاوي، ٢٠١٣م، ص ١٧٤) ارتفاع نسبة الذكور بنسبة ٨٦% من إجمالي العينة.

وبالنظر للجدول السابق نلاحظ ارتفاع نسبة عمل الإناث في المجال الإذاعي وقد يرجع السبب في ذلك إلى طبيعة عمل الإذاعة التي تتطلب الأصوات النسائية بالإضافة إلى كونها عمل حكومي يتم العمل به عن طريق التعيين.

ثانياً- السن:

يتضح من الجدول السابق: تقسيم مفردات العينة من حيث العمر حيث جاءت نسبة ٣٤.٩% من إجمالي المبحوثين في الفترة العمرية بين (٢٠:٣٠ سنة) يليها في الترتيب الثاني الفئة من (٣٠:٤٠ سنة) بنسبة ٣٠.٩% وفي الترتيب الثالث بنسبة ٢٠.٧% تمثلت الفئة العمرية (٤٠:٥٠ سنة) أما المرتبة الرابعة فقد تمثل فيها أعمار القائم بالاتصال بين (٥٠:٦٠ سنة) بنسبة ٩.٩% يليها في المرتبة الأخيرة الفئة العمرية (الأكثر من ٦٠ سنة) بنسبة ٣.٦%.

ويرجع ارتفاع نسبة عمل الشباب في وسائل الإعلام المحلية إلى الاستعانة بحديثي التخرج من الكليات والطلاب ممن يعملون بنظام الأجر وذلك من أجل تقليل نفقات العاملين في المؤسسات الإعلامية، مقابل الاستعانة بعنصر الخبرة خاصة في وسائل الإعلام الجديد والصحافة المطبوعة والتي تناسب إمكانات الشباب التكنولوجية مثل المواقع الصحفية وإذاعة الإنترنت أما السن (٤٠:٥٠ سنة) ومن (٥٠:٦٠ سنة) فيظهر أكثر في وسائل الإعلام التقليدية الحكومية وقد يرجع ذلك للتعين في تلك المؤسسات والاستعانة بجانب الخبرة العملية.

ثالثاً : المؤهل الدراسي:

ويوضح الجدول السابق تقسيم مفردات العينة من حيث المؤهل حيث جاءت نسبة ٣٨.٤% حاصلين على بكالوريوس التجارة، و نسبة ٢٥.٢% حاصلين على ليسانس آداب، ونسبة ١٥.٢% من المبحوثين حاصلين على بكالوريوس التربية النوعية، ونسبة ٤.٨% لكل من حاصلين على بكالوريوس الإعلام و بكالوريوس الخدمة الاجتماعية، بينما نسبة ٤.٤% حاصلين على دبلوم، ونسبة ٢% حاصلين على بكالوريوس علوم سياسية ودرجة ماجستير، ونسبة ١.٦% حاصلين على بكالوريوس فنون و درجة الدكتوراه.

ومن نتائج الجدول السابق يتضح أن معظم القائمين بالاتصال في الصحف المحلية من غير المتخصصين في مجال الإعلام وأن نسبة لا تتخطى ٥% من حجم العينة من يحصلون على بكالوريوس إعلام ويمكن أن يضاف إليهم دارسي الآداب والتربية النوعية بأقسام الإعلام.

ويرجع ذلك إلى أن التخصص ليس شرطاً للعمل في وسائل الإعلام المحلي التي تفتح أبوابها لكل من يريد ممارسة العمل الإعلامي.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (عمران، ٢٠٠٢م، ص ٤٩) والتي أكدت أن الصحف الإقليمية تسمح بممارسة العمل الصحفي بغض النظر عن المؤهل الإعلامي وكذلك دراسة (حافظ، ٢٠٠١م، ص ١٣٧) والتي توصلت إلى انخفاض مستوى الكفاءة الخاصة بالقائم بالاتصال في الصحف الإقليمية حيث يزيد الاعتماد على حديثي التخرج وغير المتخصصين في الصحافة والإعلام.

رابعاً - الانتماء النقابي:

يتضح من الجدول السابق: تقسيم مفردات العينة من حيث الانتماء لنقابة الصحفيين حيث جاءت نسبة ٧٠.٦% من إجمالي المبحوثين غير منتمين لنقابة الصحفيين، ونسبة ٢٩.٤% منهم ينتمون إلى نقابة الصحفيين.

ويرجع ذلك إلى أن المبحوثين لا تتطبق عليهم الشروط اللازمة للانضمام إلى نقابة الصحفيين نتيجة لعدم تفرغهم للعمل الإعلامي، بالإضافة إلى حصول العديد من الإصدارات علي تراخيص غير مصرية وعدم استمراريتها واستمرارية من يعملون فيها ،مما جعل القائمين بالاتصال يلجأون إلي تشكيل بعض النقابات الداخلية فيما بينهم مثل نقابة الإعلام الإلكتروني ببورسعيد.

خامساً - الانتماء السياسي:

يتضح من الجدول السابق: تقسيم مفردات العينة من حيث الانتماء للأحزاب السياسية حيث جاءت نسبة ٩٨.٤% من إجمالي المبحوثين غير منتمين لأحزاب سياسية، ونسبة ١.٦% منهم ينتمون إلى أحزاب سياسية.

وقد يرجع السبب في تلك النتيجة لضعف الأحزاب السياسية الموجودة علي الساحة الإعلامية في الفترة الحالية.

سادساً- الدخل:

يتضح من الجدول السابق: تقسيم مفردات العينة من حيث الدخل حيث جاءت نسبة ٥٩.١% من إجمالي المبحوثين معدل دخلهم أقل ٢٠٠٠ جنية، ونسبة ٤٠.٩% منهم معدل دخلهم من ٢٠٠٠: أقل من ٦٠٠٠ جنية، في حين لم يحصل أكثر من ٦٠٠٠ جنية على أي استجابات من جانب المبحوثين من القائم بالاتصال بمحافظة بورسعيد.

ومما سبق نلاحظ أن أكثر من نصف العينة يتقاضى من ٥٠٠:٢٠٠٠ جنية شهرياً ويرجع ذلك لضعف عائد الإعلام المحلي بالإضافة إلي أن الغالبية العظمى من العاملين بالإعلام المحلي غير معينين ويتقاضون الراتب بنظام المكافآت والحوافز مقابل العمل وقد يجمع في كثير من الأوقات بين أكثر من عمل في وقت واحد. كما أن بعض المواقع والصحف المحلية وإذاعات الإنترنت تستعين بطلبة الجامعات في العمل الإعلامي وذلك لتقليل النفقات.

نسبة ٢٠.٢% (تلفزيون القنال)، ونسبة ١٤.٧% (إذاعة القنال)، ونسبة ٩.٥% (إذاعة وسط البلد على الإنترنت)، ونسبة ٨.٣% (إذاعة سوبرانو)، ونسبة ٦.٧% (راديو مباشر من بورسعيد)، ونسبة ٥.٦% (موقع بورسعيد أون لاين)، ونسبة ٥.٢% (موقع صدى البلد)، ونسبة ٤.٨% (موقع بورسعيد الآن)، ونسبة ٤.٤% (موقع فيتو بورسعيد)، ونسبة ٣.٩% (موقع بورسعيد اليوم)، ونسبة ٢.٨% لكلاً من (موقع بورسعيد دلوقتي - جريدة أخبار بلدنا)، ونسبة ٢.٤% لكلاً من (جريدة الحياة البورسعيدية - جريدة البيان البورسعيدية - جريدة بورسعيديون)، ونسبة ١.٩% (جريدة أخبار تهكم).

٣- إدراك القائمين بالاتصال في الإعلام المحلي لأدوارهم الوظيفية:

جدول (٣)

إدراك القائمين بالاتصال في الإعلام المحلي بمحافظة بورسعيد لأدوارهم الوظيفية

الاتجاه	الدور	دائماً		أحياناً		نادراً		المتوسط المرجح	الانحراف المعياري
		%	ك	%	ك	%	ك		
دور الوسيط									
	احصل على المعلومات وأقدمها للجمهور أول بأول	١٤٠	٥٥.٦	٨٨	٣٤.٩	٢٤	٩.٥	٢.٤٦٠٣	٦٦٣٨١
	أركز على الأخبار والموضوعات التي تهم قطاعاً كبيراً من الجمهور	١٤٥	٥٧.٥	٧٦	٣٠.٢	٣١	١٢.٣	٢.٤٥٢٤	٧٠٤٠٨
	أقدم متابعة تفصيلية للأحداث والقضايا المثارة	١٣٩	٥٥.٢	٧٦	٣٠.٢	٣٧	١٤.٧	٢.٤٠٤٨	٧٣٢٦١
	أحلل السياسات والتشريعات وأناقشها	١٢١	٤٨	١٠٧	٤٢.٥	٢٤	٩.٥	٢.٣٨٤٩	٦٥٤٩٣
دور الناقد والرقيب									
	أقيم أداء مؤسسات المجتمع واكشف أوجه الخلل في خدماتها	٥٣	٢١	٨٧	٣٤.٥	١١٢	٤٤.٤	١.٧٦٥٩	٧٧٦١٠
	اكتشف الممارسات الخاطئة في المجتمع	٦٠	٢٣.٨	٤٣	١٧.١	١٤٩	٥٩.١	١.٦٤٦٨	٨٤١٠٩
	أقيم وانقد القرارات والتنظيمات	٦٤	٢٥.٤	٣٠	١١.٩	١٥٨	٦٢.٧	١.٦٢٧٠	٨٦٣٠٠
	اكتشف الفساد في الأنظمة والخدمات في القطاعين العام والخاص	٤٩	١٩.٤	٤٩	١٩.٤	١٥٤	٦١.١	١.٥٨٣٣	٧٩٦٥٣
دور المشاركة في تقديم الحلول والبدائل									
	أقوم بطرح الحلول والبدائل للمشكلات المحلية التي يعاني منها الجمهور المحلي	٤١	١٦.٣	١١١	٤٤	١٠٠	٣٩.٧	١.٧٦٥٩	٧١١٨٤
	أقدم مقترحات تطويرية بشأن القضايا التي تهم الرأي العام المحلي	٥٨	٢٣	٦٦	٢٦.٢	١٢٨	٥٠.٨	١.٧٢٢٢	٨١٤٦٠
	أتواصل مع أعضاء مجلس الشعب باستمرار من أجل تطوير الجوانب السلبية على المستوى المحلي	٤٦	١٨.٣	٥٠	١٩.٨	١٥٦	٦١.٩	١.٥٦٣٥	٧٨٣٢٥
	أسعى للتواصل مع السلطة التنفيذية بمحافظتي لحل القضايا التي أتيناها	٤٩	١٩.٤	٣٦	١٤.٣	١٦٧	٦٦.٣	١.٥٣١٧	٨٠٠٢٦
	جملة من سنلوا	٢٥٢							١.٩١٠٤
	المتوسط المرجح للمقياس								

يتضح من الجدول السابق: أن جاءت استجابات المبحوثين من القائمين بالاتصال في الإعلام المحلي بمحافظة بورسعيد بالنسبة لعبارة (دور الوسيط) من مقياس إدراك القائمين بالاتصال لأدوارهم الوظيفية في المقدمة عبارة (أحصل على المعلومات وأقدمها للجمهور أولاً بأول) بمتوسط مرجح ٢.٤٦ ، وفي الترتيب الثاني عبارة (أركز على الأخبار والموضوعات التي تهم قطاعاً

كبيراً من الجمهور) بمتوسط مرجح ٢.٤٥، وفي الترتيب الثالث عبارة (أقدم متابعة تفصيلية للأحداث والقضايا المثارة) بمتوسط مرجح ٢.٤٠، وفي الترتيب الرابع والأخير جاءت عبارة (أحلل السياسات والتشريعات وأناقشها) بمتوسط مرجح ٢.٣٨.

في حين جاءت استجابات المبحوثين على عبارات المحور الثاني (دور الناقد والرقيب) في الترتيب الأول عبارة (أقيم أداء مؤسسات المجتمع واكشف أوجه الخلل في خدماتها) بمتوسط مرجح ١.٧٦، وفي الترتيب الثاني (أكتشف الممارسات الخاطئة في المجتمع) بمتوسط مرجح ١.٦٤، وفي الترتيب الثالث عبارة (أقيم وأنقد القرارات والتنظيمات) بمتوسط مرجح ١.٦٢، وفي الترتيب الرابع والأخير عبارة (أكشف الفساد في الأنظمة والخدمات في القطاعين العام والخاص) بمتوسط مرجح ١.٥٨.

كما جاءت استجابات المبحوثين على عبارات المحور الثالث (دور المشاركة وطرح الحلول والبدائل) في الترتيب الأول عبارة (أقوم بطرح الحلول والبدائل للمشكلات المحلية التي يعاني منها الجمهور المحلي) بمتوسط مرجح ١.٧٦، وفي الترتيب الثاني عبارة (أقدم مقترحات تطويرية بشأن القضايا التي تهم الرأي العام المحلي) بمتوسط مرجح ١.٧٢، وفي الترتيب الثالث جاءت عبارة (أتواصل مع أعضاء مجلس الشعب باستمرار من أجل تطوير الجوانب السلبية على المستوى المحلي) بمتوسط مرجح ١.٥٦، وفي الترتيب الرابع والأخير جاءت عبارة (أسعى للتواصل مع السلطة التنفيذية بمحافظةي لحل القضايا التي اتبناها) ١.٥٣.

كما تشير النتائج إلى أن جاء المتوسط المرجح للمحور الأول من المقياس (دور الوسيط) ٢.٤٤١٨ وهو ما يعادل اتجاه دائماً مما يشير إلى تبني هذا الدور بالنسبة للقائم بالاتصال في الإعلام المحلي بنسبة مرتفعة.

كما جاء المحور الثاني من المقياس (دور الناقد والرقيب) بمتوسط مرجح ١.٦٥٥٨ وهو ما يعادل اتجاه: نادراً مما يشير إلى تبني هذا الدور من جانب القائم بالاتصال في الإعلام المحلي بنسبة منخفضة.

بينما جاء المحور الثالث (دور المشاركة في تقديم الحلول والبدائل) بمتوسط مرجح ١.٦٤٥٨ وهو ما يعادل اتجاه: نادراً مما يشير إلى تبني هذا الدور من جانب القائم بالاتصال في الإعلام المحلي بنسبة منخفضة.

وجاء المتوسط المرجح للمقياس بالكامل ١.٩١٠٤ وهو ما يعادل اتجاه: أحياناً مما يشير إلى إدراك القائمين بالاتصال في الإعلام المحلي بمحافظة بورسعيد لأدوارهم الوظيفية بنسبة متوسطة. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (الصبيحي، ٢٠١٧م، ص ٨٩-٩٠) التي أكد فيها أن القائم بالاتصال يميل إلى الاقتناع بالدور المحايد الذي يتمثل في تقديم المعلومات التي يحصلون عليها بأسرع

ما يمكن للرأي العام ويركز علي الموضوعات التي تهتم الجمهور ويبتعد عن الأدوار التي تسعى للتحليل وتفسير المشكلات و النتائج والتحقق من صحة المعلومات والجوانب الرقابية.

ويمكن أيضاً تفسير هذه النتيجة في إطار التطور في البيئة الاتصالية الجديدة والتي ساهمت في تغيير إدراك القائمين بالاتصال لأدوارهم الوظيفية والمهنية خاصة في البيئة الرقمية التي تحتم سرعة تداول الإخبار والموضوعات لمواكبة الأحداث، والذي انعكس بدوره علي الاهتمام بالدور الرقابي الناقد ودور القائم بالاتصال في دراسة المشكلات وتقديم حلول لها والذي يتطلب قدرة علي الدراسة والتحليل والتفسير وربط المتغيرات ببعضها.

وتعكس هذه النتيجة ضعف مستوي الأدوار التي يقوم بها القائم بالاتصال في المجتمع المحلي والتي تتمثل في نقل الأخبار والموضوعات، حيث اهتم فيها بحشد أكبر عدد من الأخبار والموضوعات والتي في كثير من الأوقات لا تحمل أي أهمية في مقابل تراجع الدور المهم في المجتمع المحلي والخاص بطرح المشكلات وإبراز القضايا المحلية المختلفة، وتقديم التغطية المتعمقة التي تساهم في حل المشكلات والقضايا، ومشاركة الجهات التنفيذية والمحلية في حلها بالإضافة لتأخر دور الناقد والرقيب والخاص بكشف التجاوزات والممارسات الخاطئة في المجتمع والذي يساعد بشكل كبير في التغيير الاجتماعي وطرح ساحات ومنابر محلية للمساءلة الاجتماعية والكشف عن الفساد داخل المجتمع المحلي والتي لا تستطيع في كثير من الأوقات أن تهتم به وسائل الإعلام القومية ، وربما يكون السبب في تأخر هذه الأدوار متعلقاً ببيئة الممارسة الإعلامية بجانب ضعف مهارات الإعلامي ومستوي تأهيله وتدريبه المهني، خاصة وأن الغالبية من القائمين بالاتصال في محافظة بورسعيد من غير المتخصصين في المجال الإعلامي.

٤- مدى تمكن القائم بالاتصال في الإعلام المحلي من القيام بدوره :

جدول (٤)

مدى تمكن القائم بالاتصال في الإعلام المحلي بمحافظة بورسعيد من القيام بدوره من وجهة نظره

الإجمالي	تلفزيون	إذاعة انترنت	إذاعة	مواقع صحفية	صحافة	القائم بالاتصال
						مستوى الأداء
ك	ك	ك	ك	ك	ك	
%	%	%	%	%	%	
١٦٣	٤٢	٣٠	٢٣	٤٨	٢٠	أقوم بدوري إلى حد ما
%٦٤.٧	٨٢.٤	%٤٨.٤	%٦٢.٢	%٦١.٥	%٨٣.٣	
٧٣	٩	٢٤	١٤	٢٣	٣	أقوم بدوري
%٢٩	%١٧.٦	%٣٨.٧	%٣٧.٨	%٢٩.٥	%١٢.٥	
١٦	٠	٨	٠	٧	١	لا أقوم بأي دور
%٦.٣	%٠	%١٢.٩	%٠	%٩	%٤.٢	
٢٥٢	٥١	٦٢	٣٧	٧٨	٢٤	الاجمالي
%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	

قيمة كا^٢ = ٢٤.٨٠٨ درجة الحرية = ٢ مستوى الدلالة = ٠.٠١

يتضح من الجدول السابق: أن جاءت استجابات المبحوثين من القائمين بالاتصال في الإعلام المحلي بمحافظة بورسعيد على مدى تمكنهم من القيام بأدوارهم في الترتيب الأول (أقوم بدوري إلى حد ما) بنسبة ٦٤.٧% من إجمالي المبحوثين، ثم (أقوم بدوري) في الترتيب الثاني بنسبة ٢٩%، وفي الترتيب الثالث والأخير (لا أقوم بأي دور) بنسبة ٦.٣% وبحساب قيمة كآ جاءت ٢٤.٨٠٨ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠١ مما يشير إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى تمكن القائم بالاتصال من أداء دوره وبين فئات القائم بالاتصال في الإعلام المحلي بمحافظة بورسعيد.

وتشير النتائج بالجدول السابق إلى وجود مشكلات لدى القائم بالاتصال في القيام بدوره في وسائل الإعلام المحلية حيث أن نسبة ٦٤.٧% أجابوا بأنهم يقومون بدورهم إلى حد ما مما يوضح عدم رضا القائمين بالاتصال عن مستوى أدائهم، كما يشير إلى ارتفاع مستوى تمكن القائمين بالاتصال في الوسائل الجديدة في القيام بدورهم مقارنة بالقائمين بالاتصال في الوسائل التقليدية، حيث يرى (٤٧) مبحوثاً من القائمين بالاتصال في المواقع الصحفية وإذاعة الإنترنت تمكنهم من القيام بدورهم وهو ما يمكن إرجاعه إلى طبيعة الوسيلة التي عادة ما تحدد مهاماً لكل شخص يقوم بتنفيذها بشكل محدد.

ومما سبق نجد أن اختيار القائمين بالاتصال لأسلوب: أقوم بدوري إلي حد ما يوضح تذبذب تقييمهم للدور الذي يقدمونه نظراً لغياب التقييم المهني المبني على أسس ومعايير علمية واضحة كاشفة للقائم بالاتصال توضح درجة أدائه الفعلية، أما الواقع في وسائل الإعلام المحلية فالأداء يتم تقييمه عن طريق الملاحظات والآراء الشخصية للقيادات التحريرية والتي تتدخل فيها في بعض الأوقات الأهواء الشخصية وغياب كشوف الإنتاج والتقارير الدورية التي تجعل القائم بالاتصال غير قادر على التعرف بصورة محددة وموضوعية عن تقييم دوره بشكل فعلي.

وهو ما يتفق مع ما توصلت إليه دراسة (أبو الخير : ٢٠١٨م، ص٦٩) من عدم الاهتمام بتقييم الأداء داخل المؤسسات الصحفية نتيجة لعدم وجود أدلة ومؤشرات داخل المؤسسة يمكن الاعتماد عليها، بالإضافة إلي عدم إيمان أغلب رؤساء التحرير ومجالس الإدارات بأهمية تقييم الأداء وإن وجدت فتكون جهوداً ذاتية من قبل رؤساء الأقسام وليست ذات طابع مؤسسي.

٥- رؤية القائم بالاتصال لادوار المؤسسة الإعلامية التي يعمل بها في خدمة المجتمع المحلي

جدول (٥)

رؤية القائم بالاتصال لطبيعة ادوار مؤسسته في خدمة المجتمع المحلي بمحافظة بورسعيد

العبارة	الاتجاه		موافق		إلى حد ما		غير موافق		الانحراف المعياري	الاتجاه
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
تنفيذ السياسة الإعلامية الخاصة بها	١٥٠	٥٩.٥%	١٠٢	٤٠.٥%	٠	٠%	٠	٠%	٤٩١٨٢	موافق
تبني الموقف الرسمي إزاء القضايا المحلية والخارجية	١٢٨	٥٠.٨%	١١١	٤٤%	١٣	٥.٢%	١٣	٥.٢%	٥٩٣٨٦	موافق
تؤدي مؤسستي دور الوسيط	٦١	٢٤.٢%	١٦٧	٦٦.٣%	٢٤	٩.٥%	٢٤	٩.٥%	٥٦٣٠٣	إلى حد ما
تقوم مؤسستي بدور الرقيب والناقد	٧٨	٣١%	١٢٥	٤٩.٦%	٤٩	١٩.٤%	٤٩	١٩.٤%	٧٠١٩١	إلى حد ما
التعبير عن مصالح الجماهير في مواجهة السلطات	٨٠	٣١.٧%	١١٣	٤٤.٨%	٥٩	٢٣.٤%	٥٩	٢٣.٤%	٧٣٩٤٧	إلى حد ما
دور المشاركة في تقديم الحلول	٤٧	١٨.٧%	٩٤	٣٧.٣%	١١١	٤٤%	١١١	٤٤%	٧٥١٤٨	إلى حد ما
إجمالي من سئلوا	٢٥٢		المتوسط المرجح		٢.١٩٠٥					

يتضح من الجدول السابق: أن جاءت عبارة (تنفيذ السياسة الإعلامية للمؤسسة) في الترتيب الأول من بين أدوار مؤسسات الإعلام المحلي بمحافظة بورسعيد كما يراها القائم بالاتصال بمتوسط مرجح ٢.٥٩، وفي الترتيب الثاني جاءت عبارة (تتبني الموقف الرسمي إزاء القضايا المحلية والخارجية) بمتوسط مرجح ٢.٤٥، وفي الترتيب الثالث جاءت عبارة (تؤدي مؤسستي دور الوسيط) بمتوسط مرجح ٢.١٤، وفي الترتيب الرابع جاءت عبارة (تقوم مؤسستي بدور الرقيب والناقد للسياسات) بمتوسط مرجح ٢.١١، كما جاءت عبارة (التعبير عن مصالح الجماهير في مواجهة السلطات) في الترتيب الخامس بمتوسط مرجح ٢.٠٨، وفي الترتيب السادس والأخير جاءت عبارة (دور المشاركة في تقديم الحلول) بمتوسط مرجح ١.٧٤.

وبحساب المتوسط المرجح للمقياس بلغ ٢.١٩ والذي يعادل اتجاه: موافق إلى حد ما على مقياس ليكرت الثلاثي مما يشير إلى قيام المؤسسات الإعلامية بمحافظة بورسعيد بأدوارها المنوط بها بدرجة متوسطة من وجهة نظر القائم بالاتصال.

ويوضح القائمون بالاتصال من خلال بيانات الجدول السابق أن السياسة الإعلامية هي المتحكم الرئيسي والمحدد لقرار النشر والتناول الإعلامي للقضايا والموضوعات التي تتفق مع رؤيتها، ومن ثم تكون هناك أولويات محددة للقضايا التي يجب أن تهتم بها.

كما تشير النتائج السابقة إلى اتجاه وسائل الإعلام المحلية إلى الالتزام بما وضعته من السياسة الإعلامية مع التزامها بشكل كبير بتبني الموقف الرسمي إزاء القضايا المحلية والخارجية في الترتيب الثاني، وهو ما يعني تبني أسلوب التبعية لدى تلك الوسائل لمؤسسات الدولة، كما تتفق هذه النتيجة مع رؤية القائم بالاتصال لدور مؤسسته كوسيط بين مؤسسات الدولة والجمهور، ومن ثم لم تستطع وسائل

الإعلام المحلية بمحافظة بورسعيد من التمكن من الممارسة الإعلامية لدور الناقد وحل مشكلات المجتمع.

ومما سبق نجد أن تركيز وسائل الإعلام المحلية علي إبراز إنجازات السلطة المحلية وغياب الخطاب المعارض له وتجنب نشر الموضوعات التي تتعارض مع هذه المواقف تؤدي في كثير من الأوقات إلي نمطية الموضوعات وتكرارها عبر الوسائل المختلفة وتشابهها رغم اختلاف ملكيتها. وتتفق هذه الدراسة مع ما توصلت إليه دراسة (أبو الخير، ٢٠١٨م، ص ٨٢) من أن توجيه السياسة التحريرية بشكل يخدم توجهات الحكومة والسلطة الحاكمة يؤدي في بعض الأوقات لمنع نشر بعض الموضوعات وتعديل زوايا معالجتها.

٦- تقييم القائم بالاتصال لمستوى الدور الذي تقوم به مؤسسته في خدمة المجتمع المحلي:

جدول (٦)

تقييم فئات القائم بالاتصال لمستوى الدور الذي تقوم به مؤسسته في خدمة المجتمع المحلي بمحافظة بورسعيد

القائم بالاتصال	صحافة	مواقع صحفية	إذاعة	إذاعة انترنت	تلفزيون	الإجمالي	مستوى الأداء	
							ك	%
تقوم بدورها إلى حد ما	١٨	٣٢	١٢	٢٠	٤٤	١٢٦	ك	%٧٥
	%٥٠	%٤١	%٣٢.٤	%٣٢.٣	%٨٦.٣	%٥٠	ك	%٥٠
تؤدي دورها	٥	٤٥	٢١	٤١	٥	١١٧	ك	%٢٠.٨
	%٢٠.٨	%٥٧.٧	%٥٦.٨	٦٦.١	%٩.٨	%٤٦.٤	ك	%٢٠.٨
لا تقوم بأي دور	١	١	٤	١	٢	٩	ك	%٤.٢
	%٤.٢	%١.٣	%١٠.٨	%١.٦	%٣.٩	%٣.٦	ك	%٤.٢
الاجمالي	٢٤	٧٨	٣٧	٦٢	٥١	٢٥٢	ك	%١٠٠
	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	ك	%١٠٠

قيمة كا^٢ = ٥٧.٤٣٢ درجة الحرية = ٢ مستوى الدلالة = ٠.٠١

يتضح من الجدول السابق: أن جاءت استجابات المبحوثين من القائمين بالاتصال في الإعلام المحلي بمحافظة بورسعيد على مستوى قيام المؤسسة التي يعمل بها بدورها في الترتيب الأول (تقوم بدورها إلى حد ما) بنسبة ٥٠% من إجمالي المبحوثين، ثم (تؤدي دورها) في الترتيب الثاني بنسبة ٤٦.٤%، وفي الترتيب الثالث والأخير (لا تقوم بأي دور) بنسبة ٣.٦%.

وبحساب قيمة كا^٢ جاءت ٥٧.٤٣٢ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠١ مما يشير إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى قيام مؤسسات الإعلام المحلي بدورها وبين فئات القائم بالاتصال في الإعلام المحلي بمحافظة بورسعيد.

٧- مدى اتفاق القائم بالاتصال مع السياسة الإعلامية للمؤسسة التي يعمل بها:

جدول (٧)

مدى اتفاق القائم بالاتصال مع السياسة الداخلية لمؤسسته الإعلامية

الاجمالي	تلفزيون	إذاعة انترنت	إذاعة	مواقع صحفية	صحافة	القائم بالاتصال مستوى الاتفاق
%	%	%	%	%	%	%
١٣٤	١٩	٤٥	١٧	٤٢	١١	اتفق
%٥٣.١	%٣٧.٣	%٧٢.٦	%٤٥.٩	%٥٣.٨	%٤٥.٨	
١.٣	٣٢	١٧	٢٠	٢١	١٣	اتفق إلى حد ما
%٤٠.٩	%٦٢.٧	%٢٧.٤	%٥٤.١	%٢٦.٩	%٤٤.٢	
١٥	٠	٠	٠	١٥	٠	لا اتفق
%٦	%٠	%٠	%٠	%١٩.٢	%٠	
٢٥٢	٥١	٦٢	٣٧	٧٨	٢٤	الاجمالي
%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	

قيمة كا^٢ = ٥٥.٩٣٦ درجة الحرية = ٢ مستوى الدلالة = ٠.٠١

يتضح من الجدول السابق: أن جاءت استجابات المبحوثين من القائمين بالاتصال في الإعلام المحلي بمحافظة بورسعيد على مدى اتفاقهم مع السياسة الإعلامية للمؤسسات التي يعملون بها في الترتيب الأول (اتفق) بنسبة ٥٣.١% من إجمالي المبحوثين، ثم (اتفق إلى حد ما) في الترتيب الثاني بنسبة ٤٠.٩%، وفي الترتيب الثالث والأخير (لا اتفق) بنسبة ٦%.

وبحساب قيمة كآ جاءت ٥٥.٩٣٦ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠١ مما يشير إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى اتفاق القائم بالاتصال مع السياسة الإعلامية للمؤسسة التي يعمل بها وبين فئات القائم بالاتصال في الإعلام المحلي بمحافظة بورسعيد. ونلاحظ من الجدول السابق ارتفاع نسبة اتفاق القائم بالاتصال مع السياسة الإعلامية للمؤسسة في وسائل الإعلام الجديد المتمثلة في (المواقع الصحفية- إذاعة الإنترنت) وهو ما يشير إلى وجود مناخ جيد من التفاعل داخل بيئة العمل، فالسياسة الإعلامية للمؤسسة يتم فهمها واستيعابها من خلال ممارسة القائم بالاتصال لعمله والعلاقات الجيدة مع الزملاء، إلى جانب وجود مساحة أكبر للاختيار لدى القائم بالاتصال في وسائل الإعلام الجديد للاستمرار في العمل بالمكان الذي يتوافق مع اتجاهاته ومرجعياته نظراً لتعدد وسائل الإعلام الجديد.

وهو ما يتفق مع ما توصلت إليه دراسة (نصر الدين، ٢٠٠٥م، ص ١١٣) من أن توافق الصحفيين المصريين مع السياسات التحريرية للصحف أحد الاعتبارات التي تضعها القيادات داخل المؤسسات الصحفية كشرط أساسي لقبول الصحفيين للعمل بتلك المؤسسات.

في حين أظهر ارتفاع نسبة اتفاق القائم بالاتصال إلى حد ما مع السياسة الداخلية للمؤسسة في الوسائل التقليدية المتمثلة في (الصحافة- الإذاعة - التلفزيون) أن بيئة العمل لا تتمتع بنفس قدر

التفاعل المتاح داخل الوسائل الجديدة كما أن القائم بالاتصال يضطر إلى تقبل ظروف العمل وهو ما يمثل أحد ضغوط العمل الداخلية التي تؤثر بدورها على أدائه لعمله.

وتتفق الدراسة مع ما توصلت إليه (مراد ، ٢٠٠٧م، ص ٢٤٤) حيث وجدت أن الارتباط بين القائم بالاتصال وسياسة المؤسسة يعني أنه مطالب بالتعرض لمناطق الصراع كما تراها مؤسسته وفي إطار قيودها ومتطلباتها وليس في إطار ما تمليه عليه حاسته الإعلامية ودوافعه المهنية.

٨- تصرف القائم بالاتصال في حالة اختلافه مع سياسة مؤسسته الإعلامية:

جدول (٨)

تصرف القائم بالاتصال في حالة اختلافه مع سياسة مؤسسته الإعلامية

القائم بالاتصال	صحافة	مواقع صحفية	إذاعة	إذاعة انترنت	تلفزيون	الإجمالي
طريقة التصرف	%	%	%	%	%	%
لا اعرف بالتحديد	١٤	٤٧	٠	٣٤	٣٧	١٣٢
	%٥٨.٣	%٦٠.٣	%٠	%٥٤.٨	%٧٢.٥	%٥٢.٤
محاولة طرح حل دبلوماسي	٢	٢٠	٢١	٢٦	٤	٧٣
	%٨.٣	%٢٥.٦	%٥٦.٨	%٤١.٩	%٧.٥	%٢٩
أقوم بعملتي وفقاً لقناعاتي ومبادئ الخاصة	٦	٦	٤	٢	٤	٢٢
	%٢٥	%٧.٧	%١٠.٨	%٣.٢	%٧.٥	%٨.٧
أحاول التقريب بين وجهات النظر	٠	٥	١٢	٠	٠	١٧
	%٠	%٦.٤	%٣٢.٤	%٠	%٠	%٦.٧
أقوم بعملتي دون التدخل في السياسة الإعلامية للمؤسسة	٢	٠	٠	٠	٦	٨
	%٨.٣	%٠	%٠	%٠	%١١.٨	%٣.٢
الاجمالي	٢٤	٧٨	٣٧	٦٢	٥١	٢٥٢
	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠

قيمة كا^٢ = ١٢٤.٣٢٦ درجة الحرية = ٤ مستوى الدلالة = ٠.٠١

يتضح من الجدول السابق: أن جاء (لا اعرف بالتحديد كيف أتصرف) في الترتيب الأول من بين استجابات الباحثين من القائمين بالاتصال في حالة اختلافهم مع السياسة الإعلامية للمؤسسة التي يعملون بها بنسبة ٥٢.٤% من إجمالي الباحثين، ثم (محاولة طرح حل دبلوماسي) بنسبة ٢٩%، وفي الترتيب الثالث جاء (أقوم بعملتي وفقاً لقناعاتي ومبادئ الخاصة) بنسبة ٨.٧%، وفي الترتيب الرابع جاء (أحاول التقريب بين وجهات النظر) بنسبة ٦.٧%، وفي الترتيب الخامس والأخير جاء (أقوم بعملتي دون التدخل في السياسة الإعلامية للمؤسسة) بنسبة ٣.٢%.

وبحساب قيمة كا^٢ جاءت ١٢٤.٣٢٦ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠١ مما يشير إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الطريقة التي يتصرف بها القائم بالاتصال في حالة اختلافه مع سياسة المؤسسة وبين فئات القائم بالاتصال في الإعلام المحلي بمحافظة بورسعيد.

وتبرز نتائج الجدول السابق تخطب القائمين بالاتصال وعدم وضوح رؤيتهم في حالة حدوث خلاف مع السياسة الإعلامية للمؤسسة وبنسبة تجاوزت الـ ٥٠% مما يؤكد على حرص القائمين بالاتصال على العمل الإعلامي بصرف النظر عن مدي اتفاقه أو اختلافه مع المؤسسة بالإضافة إلى

ضعف إمام القائم بالاتصال بقوانين العمل الإعلامي حيث أن نسبة كبيرة من المبحوثين من غير المتخصصين الذين لم يدرسوا التشريعات الإعلامية التي من شأنها توضيح ما له وما عليه من حقوق وواجبات دون تضارب بين حرية الصحفي ومسؤولياته.

٩- مدى مشاركة القائم بالاتصال في رسم السياسة الإعلامية للمؤسسة التي يعمل بها :

جدول (٩)

مدى مشاركة القائم بالاتصال في رسم السياسة الإعلامية للمؤسسة التي يعمل بها

الإجمالي	تليفزيون	إذاعة انترنت	إذاعة	مواقع صحفية	صحافة	القائم بالاتصال مستوى المشاركة
%	%	%	%	%	%	%
١٠٧	٢٠	٣٤	٤	٣٩	١٠	لا أشرك مطلقاً
%٤٢.٥	%٣٩.٢	%٥٤.٨	%١٠.٨	%٥٠	%٤١.٧	
٥٨	١٦	١٥	٢	١٦	٩	أشرك إلى حد ما
%٢٣	%٣١.٤	%٢٤.٢	%٥.٤	%٢٠.٥	%٣٧.٥	
٨٧	١٥	١٣	٣١	٢٣	٥	أشرك
%٣٤.٥	%٢٩.٤	%٢١	٨٣.٨	%٢٩.٥	%٢٠.٨	
٢٥٢	٥١	٦٢	٣٧	٧٨	٢٤	الاجمالي
%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	١٠٠ %	%١٠٠	

قيمة كا^٢ = ٥٢.٦٧٩ درجة الحرية = ٢ مستوى الدلالة = ٠.٠١

يتضح من الجدول السابق: أن جاءت استجابات المبحوثين من القائمين بالاتصال في الإعلام المحلي بمحافظة بورسعيد على مدى مشاركتهم في رسم السياسة الإعلامية للمؤسسات التي يعملون بها في الترتيب الأول (لا أشرك) بنسبة ٤٢.٥% من إجمالي المبحوثين، ثم (أشرك) بنسبة ٣٤.٥% في الترتيب الثاني، وفي الترتيب الثالث والأخير (أشرك إلى حد ما) بنسبة ٢٣%.

وبحساب قيمة كا^٢ جاءت ٥٢.٦٧٩ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠١ مما يشير إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى مشاركة القائم بالاتصال في رسم السياسة الإعلامية للمؤسسة التي يعمل بها وبين فئات القائم بالاتصال في الإعلام المحلي بمحافظة بورسعيد. وتعتبر النتيجة السابقة عن ضعف نسب المشاركة في رسم السياسات الإعلامية للقائمين بالاتصال في محافظة بورسعيد وقد يرجع السبب في ذلك إلى انحصار دور المشاركة في السياسات الإعلامية علي الجهاز الإداري في تلك المؤسسات والذي عادة ما يتكون من عدد قليل من الأفراد متمثلين في رئيس مجلس الإدارة ورئيس التحرير ومدير التحرير إما الغالبية من المحررين والمخرجين والمصورين والمعدنين فدورهم تنفيذ هذه السياسات ومشاركتهم ضعيفة نسبياً.

وبالرجوع للجدول السابق يتضح أن القائمين بالاتصال الأكثر مشاركة في (الإذاعة المحلية والتليفزيون المحلي) وقد يرجع ذلك لاهتمام تلك الوسائل بعقد الاجتماعات اليومية لمتابعة البرامج والأفكار مع رؤساء تحرير البرامج المختلفة وتقديم الخرائط اليومية للعمل البرامجي باعتبارها

وسائل يومية، في حين انخفضت نسب المشاركة في المواقع الإلكترونية والإذاعات الإلكترونية والصحف.

واتفقت هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (أبو الخير، ٢٠١٨م، ص ٧٤) والتي توصلت لمحدودية مشاركة الصحفيين في صنع القرار التحريري ورسم السياسات التحريرية للصحف التي يعملون بها.

ومما سبق نجد أن غياب مشاركة القائمين بالاتصال في رسم سياسة المؤسسة الإعلامية يهمل من الممارسة الإعلامية الجيدة ويحول التطوير في العمل الإعلامي ويبعد عن الابتكار والتجديد في صناعة القرار التحريري.

١٠- طبيعة مشاركة القائم بالاتصال في رسم سياسة المؤسسة:

جدول (١٠)

طبيعة مشاركة القائم بالاتصال في رسم سياسة المؤسسة الإعلامية التي يعمل بها

القائم بالاتصال	صحافة	مواقع صحفية	إذاعة	إذاعة انترنت	تلفزيون	الإجمالي
ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك
%	%	%	%	%	%	%
٤	١٣	١٨	١٢	٩	٥٦	
%٢٨.٦	%٣٣.٣	%٥٤.٥	%٤٢.٩	%٢٩	٣٨.٦	وضع الخطط والبرامج
٤	١٢	٣	١٢	٨	٣٩	
%٢٨.٦	%٣٠.٨	%٩.١	%٤٢.٩	%٢٥.٨	%٢٦.٩	المشاركة في القرارات الإدارية
٥	٨	٤	٣	١٢	٣٢	
%٣٥.٧	%٢٠.٥	%١٢.١	%١٠.٧	%٣٨.٧	%٢٢.١	في حدود تكليف رؤسائي لي
١	٦	٨	١	٢	١٨	
%٧.١	%١٥.٤	%٢٤.٢	%٣.٦	%٦.٥	%١٢.٤	المشاركة في تقييم الأداء الإعلامي
١٤	٣٩	٣٣	٢٨	٣١	١٤٥	
%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	الإجمالي

قيمة كا^٢ = ٢٥.٦٦١ درجة الحرية = ٣ مستوى الدلالة = ٠.٠٥

يتضح من الجدول السابق: أن جاءت استجابات الباحثين من القائمين بالاتصال في الإعلام المحلي بمحافظة بورسعيد على طبيعة مشاركتهم في رسم السياسة الإعلامية للمؤسسات التي يعملون بها في الترتيب الأول (وضع الخطط والبرامج) بنسبة ٣٨.٦% من إجمالي الباحثين، ثم (المشاركة في القرارات الإدارية) بنسبة ٢٦.٩% في الترتيب الثاني، وفي الترتيب الثالث (في حدود تكليف رؤسائي لي) بنسبة ٢٢.١%، وفي الترتيب الرابع والأخير (المشاركة في تقييم الأداء الإعلامي) بنسبة ١٢.٤%.

وبحساب قيمة كا^٢ جاءت ٢٥.٦٦١ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥ مما يشير إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين طبيعة مشاركة القائم بالاتصال في رسم السياسة الإعلامية للمؤسسة التي يعمل بها وبين فئات القائم بالاتصال في الإعلام المحلي بمحافظة بورسعيد.

وتشير نتائج الجدول السابق إلى إعطاء الإذاعة مساحة من الحرية للقائم بالاتصال بالمشاركة في وضع الخطط والبرامج بصورة أكبر مما تسمح به باقي الوسائل، ويمكن إرجاع ذلك إلى قلة عدد القائمين بالاتصال في الإذاعة المحلية ببورسعيد مما يستدعي تكثيف الجهود لإنتاج البرامج الإذاعية.

١١- نمط العلاقة بين القائم بالاتصال في الإعلام المحلي والسلطة المحلية:

جدول (١١)

نمط الدور الغالب الذي يحكم علاقة القائم بالاتصال بالسلطة المحلية من وجهة نظر القائم بالاتصال

النمط	القائم بالاتصال					
	صحافة	مواقع صحفية	إذاعة	إذاعة انترنت	تلفزيون	الإجمالي
	ك	ك	ك	ك	ك	ك
	%	%	%	%	%	%
نمط العلاقة التوافقية	٢٠	٢٨	٢٦	٤٩	٤٤	١٦٧
	%٨٣.٣	%٣٥.٩	%٧٠.٣	%٧٩	%٨٦.٣	%٦٦.٣
نمط العلاقة المستقلة	١	٣٣	٤	١٠	١	٤٩
	%٤.٢	%٤٢.٣	%١٠.٨	%١٦.١	%٢	%١٩.٤
نمط علاقة التبعية	٣	١٧	٧	٣	٦	٣٦
	%١٢.٥	%٢١.٨	%١٨.٩	%٤.٨	%١١.٨	%١٤.٣
الإجمالي	٢٤	٧٨	٣٧	٦٢	51	٢٥٢
	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠	%١٠٠

قيمة كا^٢ = ٥٨.٠٣٠ درجة الحرية = ٢ مستوى الدلالة = ٠.٠١

يتضح من الجدول السابق: أن جاءت استجابات المبحوثين من القائمين بالاتصال في الإعلام المحلي بمحافظة بورسعيد على نمط الدور الغالب الذي يحكم علاقة المؤسسة الإعلامية بالأدوار المحلية في الترتيب الأول (نمط العلاقة التوافقية) بنسبة ٦٦.٣% من إجمالي المبحوثين، ثم (نمط العلاقة المستقلة) بنسبة ١٩.٤% في الترتيب الثاني، وفي الترتيب الثالث والأخير (نمط علاقة التبعية) بنسبة ١٤.٣%.

وبحساب قيمة كا^٢ جاءت ٥٨.٠٣٠ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠١ مما يشير إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين نمط علاقة المؤسسة الإعلامية بالأدوار المحلية وبين فئات القائم بالاتصال في الإعلام المحلي بمحافظة بورسعيد.

ونلاحظ من الجدول السابق ارتفاع طبيعة العلاقة التوافقية خاصة مع التلفزيون وضعف العلاقة التوافقية بالنسبة للمواقع الصحفية وقد يرجع السبب في ذلك لطبيعة السياسة الإعلامية، فتلفزيون القناة يرتبط أكثر بتغطية الأخبار الرسمية والتعامل المباشر مع المسؤولين ويغلب عليه الطابع الحكومي الرسمي، أما المواقع الإخبارية فتتمتع بقدر من الاستقلالية والحرية التي تسمح لها بنقد وعرض السياسات المخالفة في بعض الأوقات للسلطة المحلية.

وتقدم العلاقة التوافقية على العلاقة المستقلة يشير إلي فقد قدر كبير من موضوعية وحيادية الإعلام المحلي المطلوب حيث تسمح تلك العلاقة بقدر من التحيز في عرض الحقائق والقضايا الخاصة

بالمجتمع وتتحول معها وسائل الإعلام إلي أبواق دعائية للسلطة الرسمية المحلية وتسمح في كثير من الأوقات لانحراف الإعلام عن القيم الإخبارية المطلوبة.

١٢- ترتيب القضايا والمشكلات في محافظة بورسعيد حسب درجة اهتمام القائم بالاتصال بها:

جدول (١٢)

ترتيب القضايا والمشكلات في محافظة بورسعيد حسب اهتمام القائم بالاتصال بها

الأوزان المرجحة		الثامن	السابع	السادس	الخامس	الرابع	الثالث	الثاني	الأول	الترتيب	القضايا
مجموع الأوزان	الوزن النسبي										
١٨٣٩	٢٠.٣	٠	٠	٩	٨	١٦	٩	٣٤	١٧٦		مشكلة الإسكان
١٣٩٤	١٥.٤	٤	١١	١٥	٣٣	٤٠	٦٤	٧٣	١٢		الطلاق
١٢١٥	١٣.٤	١٦	٢٠	٢٦	٢٩	٥٩	٥٧	٣٢	١٣		البطالة
١١٦٢	١٢.٩	٣١	١٢	٣١	٣٢	٤٣	٣٣	٥٩	١١		التهرب الجمركي
١١٣٥	١٢.٥	٨	٤٢	٣٣	٤٠	٤٠	٥٢	٢٤	١٣		الأسعار
١٠٠٣	١١.١	٢٤	٤٤	٣٣	٥٩	٣٨	٢٤	١٨	١٢		التعليم
٦٧٥	٧.٥	٩٣	٦٤	٢٤	٣٤	٨	٩	٨	١٢		النظافة
٦٢٤	٦.٩	٧٦	٥٩	٨١	١٧	٨	٤	٤	٣		المواصلات
٩٠٤٧		مجموع الأوزان المرجحة									

يتضح من الجدول السابق: أن جاءت قضية (الإسكان) في مقدمة القضايا والمشكلات التي يهتم بها القائم بالاتصال في الإعلام المحلي بمحافظة بورسعيد بوزن نسبي ٢٠.٣ كما جاءت قضية (الطلاق) في الترتيب الثاني بوزن نسبي ١٥.٤، وفي الترتيب الثالث جاءت قضية (البطالة) بوزن نسبي ١٣.٤، وفي الترتيب الرابع جاءت قضية (التهرب الجمركي) بوزن نسبي ١٢.٩، وفي الترتيب الخامس جاءت قضية (الأسعار) بوزن نسبي ١٢.٥، كما جاءت في الترتيب السادس قضية النظافة بوزن نسبي ١١.١، وفي الترتيب السابع جاءت قضية (التعليم) بوزن نسبي ٧.٥، وفي المرتبة الثامنة والأخيرة جاءت قضية (المواصلات) بوزن نسبي ٦.٩.

ومما سبق نجد أن قضية ومشكلة الإسكان في مقدمة المشكلات المطروحة بمحافظة بورسعيد والتي استمرت لفترة طويلة ويرجع السبب الرئيسي فيها إلي محدودية الأراضي بالمحافظة مع زيادة عدد الأفراد، وبالرغم من محاولات الإسكان الاجتماعي لمبادرات الدولة لحل أزمة الإسكان في المحافظات المختلفة ومنها بورسعيد إلا أن الإجراءات التي اتخذتها المحافظة تسببت في بطء تسليم الوحدات مما أدى إلي حدوث بعض الأزمات بين السكان والسلطة المحلية مما جعل المشكلة مستمرة، وهو ما يفسر تقدمها في الترتيب الأول يليها مشكلة ارتفاع نسب الطلاق في المحافظة بورسعيد وهي نتيجة طبيعية خاصة وأن المحافظة تصنف علي أنها الأكثر ارتفاعاً في نسب الطلاق بمحافظات مصر وترتبط المشكلة بأزمة الإسكان إلي حد كبير، أما مشكلة المواصلات فقد جاءت في مرتبة

متأخرة نظراً لأن محافظة بورسعيد لا تعاني من أزمة في المواصلات ولكن إنشاء مناطق سكنية جديدة علي أطراف المحافظة هو ما أدى إلي بروز هذه المشكلة خاصة مع ضعف توفر وسائل مواصلات عامة بشكل مستمر علي مدار اليوم والتي بدأت في الحل تدريجياً.

١٣- أمثلة لمشكلات تبنتها المؤسسات الإعلامية التي يعمل بها القائم بالاتصال وقوبلت باستجابة رسمية من الإدارة المحلية:

جدول (١٢)

أمثلة لمشكلات بمحافظة بورسعيد تبنتها المؤسسة الإعلامية التي يعمل بها القائم بالاتصال وقوبلت باستجابة رسمية من الإدارة المحلية

المشكلات	القائم بالاتصال	صحافة	مواقع صحفية	إذاعة	إذاعة انترنت	تلفزيون	الإجمالي
	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك
	%	%	%	%	%	%	%
مشكلات خدمية (سوء الخدمات المحلية)	١١	٣٢	١٧	١٣	٢٧	١٠٠	٤٥.٨%
مشكلات اجتماعية (البطالة - البطالة - الإدمان وتعاطي المخدرات)	٩	١٦	١٧	١٢	١٣	٦٧	٣٩.٧%
لا يوجد	١	٢٣	٠	١٩	٦	٤٩	٢٦.٦%
مشكلات صحية (تدهور الخدمات الطبية - ضعف الرقابة الصحية)	٢	٠	٠	٦	٤	١٢	١٩.٤%
مشكلات اقتصادية (مواجهة غلاء الأسعار وجشع التجار - الكساد التجاري - مواجهة الفساد الإداري في القطاعات الحكومية)	٠	٦	٠	٤	١	١١	٧.٧%
مشكلات رياضية (ضعف الاهتمام بمرکز الشباب والأندية الرياضية - دعم الأنشطة الرياضية بالمحافظة)	١	٠	٠	٤	٠	٥	٦.٥%
مشكلات ترفيه (الاهتمام بالشاطئ واستغلاله -)	٠	٠	٠	٤	٠	٤	٦.٥%
مشكلات سياسية (المشاركة السياسية)	٠	١	٣	٠	٠	٤	١.٦%
الإجمالي	٢٤	٧٨	٣٧	٦٢	٥١	٢٥٢	١٠٠%

قيمة ك^٢ = ٨٧.٣٥٩ درجة الحرية = ٧ مستوى الدلالة = ٠.٠١

يتضح من الجدول السابق: أن جاءت المشكلات (الخدمية) في مقدمة المشكلات التي تبنتها المؤسسات الإعلامية وقوبلت باستجابة رسمية من جانب الإدارة المحلية بنسبة ٣٩.٧% كما جاءت المشكلات (الاجتماعية) في الترتيب الثاني بنسبة ٢٦.٦%، وفي الترتيب الثالث (لا يوجد) مشكلات قوبلت باستجابة من جانب الإدارة المحلية بنسبة ١٩.٤%، وفي الترتيب الرابع جاءت مشكلات (صحية) بنسبة ٧.٧%، وفي الترتيب الخامس جاءت مشكلات (اقتصادية) بنسبة ٦.٥%، كما جاءت في الترتيب السادس مشكلات (رياضية) بنسبة ٦.٥%، وفي الترتيب السابع جاءت كل من مشكلات (ترفيهية - سياسية) بنسبة ١.٦%.

وبحساب قيمة كا^٢ جاءت ٨٧.٣٥٩ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠١ مما يشير إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين نوعية المشكلات التي تبنتها المؤسسات الإعلامية وقوبلت باستجابة رسمية من قبل الإدارة وبين فئات القائم بالاتصال في الإعلام المحلي بمحافظة بورسعيد.

ومما سبق نجد أن المشكلات الخدمية كانت في مقدمة المشكلات التي تبنتها وسائل الإعلام المحلية وهو ما يفسر أن هذه الوسائل تعد وسائل خدمية تهتم بتقديم خدمات للجمهور المحلي وهو ما يتماشى مع طبيعتها ومخاطبة المسؤولين من أجل التغلب على هذه المشكلات، وكان أبرزها كما أوضح القائمون بالاتصال من خلال سؤالهم المفتوح عن المشكلات التي تبنتها مؤسساتهم ممثل في (مشكلة النظافة- وتكسير الشوارع - انقطاع المياه -إزالة الإشغالات- توفير وسائل مواصلات عامة).

أما المشكلات السياسية فقد جاءت في ترتيب متأخر وقد يرجع السبب في ذلك إلي تراجع وسائل الإعلام المحلية عن تناول الموضوعات السياسية والاكتفاء بتناول الأخبار الرسمية للمحافظة، والمساهمة في الدعوات الخاصة بالمشاركة السياسية وهو الأمر المرتبط بفترة إجراء الانتخابات وهو ما يشير إلى ضعف الممارسة المهنية لتلك الوسائل والتي يجب أن تقدم تغطية متوازنة لكافة المضامين وعدم اقتصر دورها على الدور الخدمي بحيث يكون لها دور في العملية السياسية من خلال توفير المعرفة والمعلومات اللازمة.

١٤- أمثلة لأهم التجاوزات والسلبيات التي كشفت عنها مؤسسات الإعلام المحلي التي يعمل بها القائم بالاتصال:

جدول (١٤)

أمثلة للتجاوزات والسلبيات التي كشفت عنها مؤسسات الإعلام المحلي التي يعمل بها القائم بالاتصال على مستوى محافظة بورسعيد

التجاوزات	القائم بالاتصال					
	صحافة	مواقع صحفية	إذاعة	إذاعة انترنت	تلفزيون	الإجمالي
	ك	ك	ك	ك	ك	ك
	%	%	%	%	%	%
لا يوجد	٧	٤٦	٧	٤٦	٨	١١٤
فساد إدارة الإسكان	٢٩.٢%	٥٩%	١٨.٩%	٧٤.٢%	١٥.٧%	٤٥.٢%
مشكلة النظافة	٩	٧	٦	٦	٢٤	٥٢
التهرب الجمركي	٣٧.٥%	٩%	١٦.٢%	٩.٧%	٤٧.١%	٢٠.٦%
استغلال التجار ورفع الأسعار على المستهلكين	٣	٦	٩	٧	٦	٣١
تجاوزات الإشغالات والعشوائيات	١٢.٥%	٧.٧%	٢٤.٣%	١١.٣%	١١.٨%	١٢.٣%
قضايا الفساد الإداري والرشوة	١	٩	٤	١	٣	١٨
التهرب الجمركي	٤.٢%	١١.٥%	١٠.٨%	١.٦%	٥.٩%	٧.١%
استغلال التجار ورفع الأسعار على المستهلكين	٢	٢	٧	٠	٦	١٧
تجاوزات الإشغالات والعشوائيات	٨.٣%	٢.٦%	١٨.٩%	٠%	١١.٨%	٦.٧%
قضايا الفساد الإداري والرشوة	٢	٣	٤	٢	٤	١٥
التهرب الجمركي	٨.٣%	٣.٨%	١٠.٨%	٣.٢%	٧.٨%	٦%
تجاوزات الإشغالات والعشوائيات	٠	٥	٠	٠	٠	٥
قضايا الفساد الإداري والرشوة	٠%	٦.٤%	٠%	٠%	٠%	٢%
الإجمالي	٢٤	٧٨	٣٧	٦٢	٥١	٢٥٢
	١٠٠%	١٠٠%	١٠٠%	١٠٠%	١٠٠%	١٠٠%

قيمة كا^٢ = ١٠٣.٧٥٦ درجة الحرية = ٦ مستوى الدلالة = ٠.٠١

يتضح من الجدول السابق: أن جاءت (لا يوجد) تجاوزات أو سلبيات كشفت عنها المؤسسات الإعلامية على مستوى محافظة بورسعيد من وجهة نظر القائم بالاتصال في المقدمة بنسبة ٤٥.٢%، كما جاء (فساد إدارة الإسكان) في الترتيب الثاني بنسبة ٢٠.٦% وفي الترتيب الثالث (مشكلة النظافة) بنسبة ١٢.٣%، وفي الترتيب الرابع جاءت (التهرب الجمركي) بنسبة ٧.١%، وفي الترتيب الخامس جاءت استغلال التجار ورفع الأسعار على المستهلكين بنسبة ٦.٧% أما تجاوزات (الإشغالات والعشوائيات) بنسبة ٦%، كما جاءت في الترتيب السادس والأخير (الفساد الإداري والرشوة) بنسبة ٢%.

وبحساب قيمة كآ جاءت ١٠٣.٧٥٦ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠١ مما يشير إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين نوعية التجاوزات التي كشفت عنها المؤسسات الإعلامية وبين فئات القائم بالاتصال في الإعلام المحلي بمحافظة بورسعيد.

وتتفق نتيجة الجدول السابق مع نتيجة الجدول الخاص بإدراك القائمين بالاتصال في محافظة بورسعيد لأدوارهم الإعلامية والتي كشفت النتائج فيها عن تأخر الأدوار الرقابية للقائم بالاتصال، وهو الدور المنوط به كشف التجاوزات والسلبيات في المجتمع والقدرة على حل المشكلات مقابل ارتفاع دور الوسيط الإعلامي في نقل الأخبار، وهو ما يعبر عن أن هذه الوسائل هي لسان حال السلطة المحلية أكثر من كونها صوتاً للتعبير عن احتياجات الجمهور المحلي والكشف عن أوجه الفساد والتجاوزات والسلبيات ومتابعة المحليات.

١٥ - العوامل المؤثرة على قرار القائم بالاتصال في حصوله على معلومات تتعلق بقضايا الفساد المحلي:

المحور الأول الخاص بالضغط الداخلي:

جدول (١٥)

المحور الأول: مدى تأثير الضغوط الداخلية على القائم بالاتصال في الإعلام المحلي بمحافظة بورسعيد

الاتجاه العبارة	تؤثر		لا تؤثر		إلى حد ما		الاتجاه	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
السياسة الإعلامية للمؤسسة	١٤٥	٥٧.٥	١٠٧	٤٢.٥	٠	٠	٢.٥٧٥٤	٤٩٥٢٧
العلاقة مع المصادر	١٢٦	٥٠	١١٦	٤٦	١٠	٤	٢.٤٦٠٣	٥٧٣٧٦
الضغوط الاقتصادية	١٢٤	٤٩.٢	١١٧	٤٦.٤	١١	٤.٤	٢.٤٤٨٤	٥٧٦٩٣
الضغوط التنظيمية والإدارية	١٣٠	٥١.٦	١٠٤	٤١.٣	١٨	٧.١	٢.٤٤٤٤	٦٢٥٥٦
العلاقة مع الرؤساء	١١٤	٤٥.٢	١٢٨	٥٠.٨	١٠	٤	٢.٤١٢٧	٥٦٨٣٥
الوقت	٦٣	٢٥	١٦٤	٦٥.١	٢٥	٩.٩	٢.١٥٠٨	٥٧٢٥١
نمط الملكية	٧٤	٢٩.٤	١١٣	٤٤.٨	٦٥	٢٥.٨	٢.٠٣٥٧	٧٤٣٣١
العلاقة مع الزملاء	٨٢	٣٢.٥	٧٠	٢٧.٨	١٠٠	٣٩.٧	١.٩٢٨٦	٨٤٨٥١
إجمالي من سئلوا	٢٥٢		المتوسط المرجح للمحور الأول		٢.٣٠٧٠			

يتضح من الجدول السابق: أن جاءت (السياسة الإعلامية للمؤسسة) في مقدمة الضغوط الداخلية التي تؤثر على القائم بالاتصال في الإعلام المحلي بمحافظة بورسعيد بمتوسط مرجح ٢.٥٧، وفي الترتيب الثاني جاءت (العلاقة مع المصادر) بمتوسط مرجح ٢.٤٦، وفي الترتيب الثالث جاءت (الضغوط الاقتصادية) بمتوسط مرجح ٢.٤٥، وفي الترتيب الرابع (الضغوط التنظيمية والإدارية) بمتوسط مرجح ٢.٤٤، وفي الترتيب الخامس (العلاقة مع الرؤساء) بمتوسط مرجح ٢.٤١، وجاءت (الوقت) في الترتيب السادس بمتوسط مرجح ٢.١٥، وفي الترتيب السابع (نمط الملكية) بمتوسط مرجح ٢.٠٣، أما في الترتيب الثامن والأخير جاءت (العلاقة مع الزملاء) بمتوسط مرجح ١.٩٢.

وجاء المتوسط المرجح للمحور الأول (تأثير الضغوط الداخلية على القائم بالاتصال في الإعلام المحلي بمحافظة بورسعيد) ٢.٣٠، وهو ما يعادل اتجاه: تؤثر إلى حد ما مما يشير إلى مستوى تأثير متوسط لتلك العوامل.

وتعكس النتيجة السابقة الضغوط الداخلية التي تفرضها مؤسسات الإعلام المحلي على قرار القائم بالاتصال والتي جاء في مقدمتها (السياسة الإعلامية) التي تمثل قيوداً على القائم بالاتصال، حيث أن الرضوخ للسياسة الإعلامية من أهم العوامل التي تجعل القائم بالاتصال دائم التفكير في مدى ملاءمة ما يطرحه من موضوعات مع سياسة المؤسسة فتخرج الموضوعات عن نطاق حدسه الإعلامي وما يراه من مخالفات وتجاوزات داخل السلطة المحلية إلى عملية تطويع المادة الإعلامية وما يتفق مع توجهات السياسية، مما يشير إلى عدم وجود ضوابط حقيقية وضمانات تصون استقلالية القائم بالاتصال مما ينعكس سلباً على أدائه المهني.

ويتفق ذلك مع ما توصلت إليه دراسة (إسماعيل- أمين- الجمل، ٢٠١٤م، ص ٥١٧) ودراسة (الترك، ٢٠١٩م، ص ٢٦) والتي أثبتت أن السياسة التحريرية من أكثر الضغوط التي تؤثر على عمل القائم بالاتصال.

في حين جاءت (العلاقة مع المصادر والحصول على المعلومات) في الترتيب الثاني ويرجع ذلك إلى عدم تعاون المصادر خاصة الرسمية وتهربها من استقبال القائمين بالاتصال والرد على أسئلتهم أو تزويدهم بالبيانات والمعلومات والتصريحات الضرورية، وخاصة أن معظم القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام المحلية من غير المقيدون بالنقابة وهو ما يمثل عائقاً أمام تحقيق مصداقية ما ينشر من موضوعات في ظل حساسيتها كونها تتعلق بسمعة أشخاص، مما قد يعرض القائمين بالاتصال للمساءلة في حالة غياب تصريح المصادر الرسمية لهم بالنشر، وفي بعض الحالات يتم منع القائمين بالاتصال من حضور بعض الاجتماعات الرسمية والتي تتعلق بقضايا ومشكلات مهمة نظراً لتوجهاتهم المعارضة للقرارات الرسمية بحجة الحصول على للتصريحات اللازمة للنشر.

ويتفق ذلك مع دراسة (بوشيخ، ٢٠١٤م، ص ١٢٢) والتي توصلت إلى أن من أكثر الصعوبات المهنية هي الوصول إلى مصادر الخبر الرسمية.

كما يرجع تأثير الضغوط الاقتصادية على قرار القائم بالاتصال فيما يتعلق بقضايا الفساد إلى خوف القائم بالاتصال من التعرض للفصل والاستبعاد أو توقيع بعض الجزاءات من قبل رؤسائه بالعمل، بالإضافة إلى غلبة نفوذ الأشخاص التي تتعلق بهم قضايا الفساد عادة داخل المجتمع.

المحور الثاني الخاص بالضغوط الخارجية:

جدول (١٦)

المحور الثاني : مدى تأثير الضغوط الخارجية على القائم بالاتصال في الإعلام المحلي بمحافظة بورسعيد

الاتجاه العبارة	تؤثر		لا تؤثر		إلى حد ما		الاتجاه العبارة	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
الضغوط السياسية	٥٩.٩	١٥١	٠	٠	٤٠.١	١٠١	٥٩.٩	١٥١
التشريعات الإعلامية	٥٣.٢	١٣٤	٥.٢	١٣	٤١.٧	١٠٥	٥٣.٢	١٣٤
المنافسة الإعلامية	٥٠	١٢٦	٤	١٠	٤٦	١١٦	٥٠	١٢٦
الضغوط التكنولوجية	٤٩.٢	١٢٤	٤.٨	١٢	٤٦	١١٦	٤٩.٢	١٢٤
الضغوط الاجتماعية	٤٣.٣	١٠٩	٤	١٠	٥٢.٨	١٣٣	٤٣.٣	١٠٩
الضغوط الثقافية	٢٣	٥٨	٨.٣	٢١	٦٨.٧	١٧٣	٢٣	٥٨
احتياجات الجمهور	٣٢.٩	٨٣	٤١.٣	١٠٤	٢٥.٨	٦٥	٣٢.٩	٨٣
ضغوط أولويات التغطية الإعلامية	١٦.٣	٤١	٤٧.٢	١١٩	٣٦.٥	٩٢	١٦.٣	٤١
إجمالي من سئلوا	٢٥٢		المتوسط المرجح للمحور الثاني		٢٥٢		٢.٢٦٦٤	

يتضح من الجدول السابق: أن جاءت (الضغوط السياسية) في مقدمة الضغوط الخارجية التي تؤثر على القائم بالاتصال في الإعلام المحلي بمحافظة بورسعيد بمتوسط مرجح ٢.٥٩، وفي الترتيب الثاني جاءت (التشريعات الإعلامية) بمتوسط مرجح ٢.٤٨، وفي الترتيب الثالث جاءت (المنافسة الإعلامية) بمتوسط مرجح ٢.٤٦، وفي الترتيب الرابع (الضغوط التكنولوجية) بمتوسط مرجح ٢.٤٤، وفي الترتيب الخامس (الضغوط الاجتماعية) بمتوسط مرجح ٢.٣٩، وجاءت (الضغوط الثقافية) في الترتيب السادس بمتوسط مرجح ٢.١٤، وفي الترتيب السابع (احتياجات الجمهور) بمتوسط مرجح ١.٥٩، أما في الترتيب الثامن والأخير جاءت (أولويات التغطية الإعلامية) بمتوسط مرجح ١.٦٩. وجاء المتوسط المرجح للمحور الثاني (تأثير الضغوط الخارجية على القائم بالاتصال في الإعلام المحلي بمحافظة بورسعيد) ٢.٢٦، وهو ما يعادل اتجاه: تؤثر إلى حد ما مما يشير إلى مستوى تأثير متوسط لتلك العوامل.

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن العوامل الخارجية هي الأكثر تأثيراً على أداء القائم بالاتصال في الإعلام المحلي ويأتي في مقدمتها (الضغوط السياسية) والتي تتنوع بين منع القائم بالاتصال من حضور بعض الاجتماعات وفرض مضامين معينة تخدم مصالح المصادر.

وتتفق النتائج مع دراسة (الراجحي، ٢٠١٥م، ص٧٦) والتي توصلت إلى أن أكثر الضغوط السياسية التي يتعرض لها الصحفي هي تدخل المصادر في فرض مضمون يخدم مصالحهم. وفي الترتيب الثاني جاءت التشريعات الإعلامية كأبرز الضغوط الخارجية حيث لا يستطيع أن يتجاوزها القائم بالاتصال وهي تفرض عليه ضغوطاً إذا تعلق الأمر بكشف الفساد الإداري إذا لم تتوفر لديه المستندات التي تدعم موقفهم إزاء هذه القضايا .

وفي المرتبة الثالثة جاءت المنافسة وهو ما يمكن إرجاعه لطبيعة المنافسة بين الوسائل القومية التي تتمتع بإمكانيات وكفاءات مهنية وخبرة في المجال الإعلامي يفتقدها القائم بالاتصال في الإعلام المحلي من جانب، ومن جانب آخر ما استطاعت أن تحققه وسائل الإعلام الجديد من قدرة علي جذب ومشاركة وتفاعل الجمهور خاصة في طرح وتبادل القضايا والموضوعات التي تهمهم بقدر كبير من الحرية ومساحات أكبر لإبداء الرأي والتغلب علي مشكلات الوسائل التقليدية المحلية.

المحور الثالث الخاص بالضغوط الذاتية:

جدول (١٧)

المحور الثالث : مدى تأثير الضغوط الذاتية على القائم بالاتصال في الإعلام المحلي بمحافظة بورسعيد

الاتجاه العبارة	تؤثر		إلى حد ما		لا تؤثر		المتوسط المرجح	الأحرف المعياري	اتجاه العبارة
	%	ك	%	ك	%	ك			
الدخل	٦٠.٧	٩٩	٣٩.٣	٩٩	٠	٠	٢.٦٠٧١	٤٨٩٣٦	تؤثر
الخبرة	٥١.٢	١١٣	٤٤.٨	١١٣	٤	١٠	٢.٤٧٢٢	٥٧٤٣٧	تؤثر
الخلفية الاجتماعية والثقافية	٥١.٦	١٠٩	٤٣.٣	١٠٩	٥.٢	١٣	٢.٤٦٤٣	٥٩٤٣٩	تؤثر
السمات الشخصية للقائم بالاتصال	٤٠.٥	١٣٩	٥٥.٢	١٣٩	٤.٤	١١	٢.٣٦١١	٥٦٥٠٥	تؤثر
الانتماء السياسي	٣١.٧	٧٠	٢٧.٨	٧٠	٤٠.٥	١٠٢	١.٩١٢٧	٨٤٧٠٢	إلى حد ما
إجمالي من سئلوا	٢٥٢		المتوسط المرجح للمحور الثالث				٢.٣٦٣٥		تؤثر

يتضح من الجدول السابق: أن جاء (الدخل) في مقدمة الضغوط الذاتية التي تؤثر على القائم بالاتصال في الإعلام المحلي بمحافظة بورسعيد بمتوسط مرجح ٢.٦٠، وفي الترتيب الثاني جاءت (الخبرة) بمتوسط مرجح ٢.٤٧، وفي الترتيب الثالث جاءت (الخلفية الاجتماعية والثقافية) بمتوسط مرجح ٢.٤٦، وفي الترتيب الرابع (السمات الشخصية للقائم بالاتصال) بمتوسط مرجح ٢.٣٦، وفي الترتيب الخامس والأخير (الانتماء السياسي) بمتوسط مرجح ١.٩١.

وجاء المتوسط المرجح للمحور الثالث (تأثير الضغوط الذاتية على القائم بالاتصال في الإعلام المحلي بمحافظة بورسعيد) ٢.٣٦، وهو ما يعادل اتجاه: تؤثر مما يشير إلى مستوى تأثير مرتفع لتلك العوامل.

أما فيما يتعلق بتأثير العوامل الذاتية والتي يأتي في مقدمتها (الدخل) وهو ما يعد نتيجة مقبولة حيث أن الدخل لا يتناسب مع النفقات الشخصية للقائم بالاتصال علاوة على ما يتطلبه ممارسة المهنة

من نفقات تتعلق بالتنقلات بين المصادر المختلفة والمظهر اللائق والأدوات التكنولوجية اللازمة للتعطية الإعلامية مما يعيق القائم بالاتصال من أداء مهام عمله بكفاءة وهو ما يشير إلى ضعف المخصصات المالية لوسائل الإعلام المحلية.

ويتفق ذلك مع ما توصلت إليه دراسة (الترك، ٢٠١٩م، ص٢٣) من أن أبرز الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال هي عدم تناسب الدخل مع طبيعة العمل الإعلامي، كما تتفق مع دراسة (حافظ، ٢٠٠١م، ص١٤٩).

جدول (١٨)

الضغوط المؤثرة على القائم بالاتصال في الإعلام المحلي بمحافظة بورسعيد

الاتجاه	المتوسط المرجح	الأنحراف المعياري	اتجاه العبارة
المحور الأول : الضغوط الداخلية	٢.٣٠٧٠	٢٦٦٦٩	إلى حد ما
المحور الثاني : الضغوط الخارجية	٢.٢٦٦٤	٢٦٦٢٤	إلى حد ما
المحور الثالث الضغوط الذاتية	٢.٣٦٣٥	٣٠٥٤٩	تؤثر
المقياس	٢.٣١٢٣	٢٦٢٠٣	إلى حد ما

يتضح من الجدول السابق: أن جاءت (العوامل الذاتية) في مقدمة العوامل التي تؤثر على القائم بالاتصال في الإعلام المحلي بمحافظة بورسعيد بمتوسط مرجح ٢.٣٦، وفي الترتيب الثاني جاءت (العوامل الداخلية) بمتوسط مرجح ٢.٣٠، وفي الترتيب الثالث والأخير جاءت (العوامل الخارجية) بمتوسط مرجح ٢.٢٦.

كما جاء المتوسط المرجح لإجمالي العوامل المؤثرة ٢.٣١ وهو ما يعادل اتجاه: تؤثر إلى حد ما مما يشير إلى مستوى التأثير المتوسط لتلك العوامل على القائم بالاتصال في الإعلام المحلي بمحافظة بورسعيد.

وتظهر نتائج الجدول السابق تقدم تأثير كل من الضغوط الذاتية يليها بنسبة متقاربة الضغوط الداخلية وتراجع تأثير الضغوط الخارجية التي جاءت في الترتيب الثالث في حالة اتخاذ القائم بالاتصال قرار نشر موضوعات تتعلق بقضايا الفساد المحلي، ويرجع ذلك إلى تعرض القائمين بالاتصال في الإعلام المحلي بمحافظة بورسعيد إلى مجموعة من الضغوط المادية والمعلوماتية التي لا تتسق مع ضوابط العمل الإعلامي فضلاً عن أن معظمهم غير مؤهلين دراسياً ويفتقدون الخبرة اللازمة للعمل الإعلامي. وتتفق النتيجة السابقة مع (عمران، ٢٠٠٢م، ص٦٤-٦٥) التي تؤكد أن الوضعية المهنية للقائمين بالاتصال في الصحف الإقليمية علي اختلاف انتماءاتهم الصحافية تعكس صورة قاتمة حيث أن معظمهم من الهواة غير المؤهلين ويتخذون من مهنة الصحافة عملاً إضافياً إلي جانب وظائفهم الأساسية وهو ما انعكس بالسلب علي ممارستهم المهنية.

١٦- ترتيب العوامل المؤثرة على تشكيل المحتوى الإعلامي بالمؤسسات الإعلامية التي يعمل بها القائم بالاتصال من وجهة نظره :

جدول (١٩)

ترتيب العوامل الاجتماعية المؤثرة على تشكيل المحتوى الإعلامي بالمؤسسات الإعلامية التي يعمل بها القائم بالاتصال من وجهة نظره

الترتيب	القضايا	الأوزان المرجحة													
		الأول	الثاني	الثالث	الرابع	الخامس	السادس	السابع	الثامن	التاسع	العاشر				
١	السياسة الإعلامية للمؤسسة	٧٠	٥٧	٣٦	٢٤	٢٠	١٦	١٠	٧	٤	٤	٤	٤	٩.٥%	٣٦٨٢
٢	الضغوط السياسية	٢٨	٢٧	٣٧	٢٨	١٧	٣٤	٩	٢٣	٢٨	٩	٨	٩	٨.٣%	٣١٩٧
٣	الضغوط الاقتصادية	١٢	٣٨	٤٦	٢٢	٢٩	٢٨	٢٠	١٢	٢	٠	٨	٠	٨.٣%	٣٢٣١
٤	المنافسة الإعلامية	٤٩	٢٣	٢٤	٢٧	٣٦	٨	٩	١٢	١٨	١٢	١٢	٠	٨.٢%	٣١٦٤
٥	العلاقة مع الرؤساء	٢٤	٢٦	٢٠	٣٧	٢٧	١٢	٤٠	٢٦	٤	٩	١١	٨	٨%	٣١٠٢
٦	العلاقة مع المصادر	١٢	١٢	٣٣	٨	٢٦	٥٣	١٣	٢٦	١٢	٩	١٢	١١	٧.٣%	٢٨٢٢
٧	الأداء المهني للقائم بالاتصال	٠	٠	١٩	٣٧	٣١	٢٦	٢١	٢٠	٢٥	١٧	١٤	٨	٦.٧%	٢٦٠٦
٨	الانتماء السياسي للقائم بالاتصال	٤	٤	٠	٣٧	١٩	١٢	٢٠	٢٥	٢٠	١٣	٩	١٢	٦.٣%	٢٤٢٥
٩	احتياجات الجمهور	٢٥	٢٠	٩	١٠	١٥	١٤	١٤	٤	٢١	٢٩	٣٨	١٣	٦.٣%	٢٤٤٨
١٠	الخلفية الاجتماعية الثقافية للقائم بالاتصال	٠	١٤	٤	٠	٢٠	١٧	٣٥	٢٦	٢٦	١٥	١٦	٤	٥.٤%	٢٠٨٤
١١	العلاقة مع المعلنين	٠	٠	٩	٠	٠	١٠	١٢	١٨	٣٠	٦٠	٢٤	١٢	٤.٥%	١٧٢٠
١٢	الضغوط الإدارية والمهنية	٨	٤	١١	٨	٠	١٣	٠	٠	٢٢	١٧	٥	٤٩	٤.٣%	١٦٧٠
١٣	تشريعات إعلامية	٠	١٩	٠	٠	٨	٤	٢٣	٥	٤	١٥	٨	٢٣	٣.٩%	١٤٨٧
١٤	موثائق الشرف الإعلامي	٢٤	٠	٠	٠	٠	٤	٠	١٩	١١	٨	١١	٨	٣.٧%	١٤٤٥
١٥	الضغوط الاجتماعية	٠	٨	٣	٣	٠	٣	٤	٨	٤	١٨	٥	٢١	٣.٣%	١٢٦١
١٦	العلاقة مع الزملاء	٠	٠	٠	٠	٠	٤	٠	٨	١٢	٤	٢٠	١٩	٣.٢%	١٢٥٠
١٧	الضغوط الثقافية	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٨	١٢	١٢	١٩	٢.٦%	١٠٤٥
مجموع الأوزان المرجحة		٣٨٦٢١													

يتضح من الجدول السابق: أن جاءت (السياسة الإعلامية) في مقدمة العوامل الاجتماعية المؤثرة على المحتوى الإعلامي بالمؤسسات الإعلامية من وجهة نظر القائم بالاتصال في الإعلام المحلي بمحافظة بورسعيد بوزن مؤوي ٩.٥%، كما جاء كل من (الضغوط السياسية - الضغوط الاقتصادية) في الترتيب الثاني بوزن مؤوي ٨.٣%، وفي الترتيب الثالث جاء (المنافسة الإعلامية) بوزن مؤوي ٨.٢%، وفي الترتيب الرابع جاءت (العلاقة مع الرؤساء) بوزن مؤوي ٨%، وفي الترتيب الخامس جاءت (العلاقة مع المصادر) بوزن مؤوي ٧.٣%، كما جاءت في الترتيب السادس (الأداء المهني للقائم بالاتصال) بوزن مؤوي ٦.٧%، وفي الترتيب السابع جاء كل من (الانتماء السياسي - احتياجات

(الجمهور) بوزن مؤوي ٦.٣%، وفي المرتبة الثامنة جاءت (الخلفية الاجتماعية الثقافية للقائم بالاتصال) بوزن مؤوي ٥.٤%، كما جاءت في المرتبة التاسعة (العلاقة مع المعلنين) بوزن مؤوي ٤.٥%، وفي الترتيب العاشر جاءت (الضغوط الادارية والمهنية) بنسبة ٤.٣%، وجاء في الترتيب الحادي عشر (التشريعات الإعلامية) بوزن مؤوي ٣.٩%، وفي الترتيب الثاني عشر (مواثيق الشرف الإعلامي) بوزن مؤوي ٣.٧%، وفي الترتيب الثالث عشر جاءت (الضغوط الاجتماعية) بوزن مؤوي ٣.٣%، كما جاءت (العلاقة مع الزملاء) في الترتيب الرابع عشر بوزن مؤوي ٣.٢%، وفي الترتيب الخامس عشر والأخير جاءت (الضغوط الثقافية) بوزن مؤوي ٢.٧%.

وتعكس النتيجة السابقة الضغوط التي تفرضها المؤسسات الإعلامية علي قرار القائم بالاتصال والذي يتعلق بسياساتها الإعلامية ومحدودية الممارسات المهنية والتي تقيد المحررين في اتخاذ القرار التحريري، حيث تضع المؤسسات الإعلامية إطاراً عاماً لا يستطيع القائم بالاتصال أن يتجاوزه وتلزمه بسياساتها حيث تكون المحدد لما يتم نشره وإلا تعرض وفقاً لسلطتها الرسمية لإجراء وتنفيذ العقوبات المقررة لذلك.

وتتفق هذه الدراسة مع ما توصلت إليه دراسة (ماض، ٢٠١٤م، ص ١٢٢) والتي جاءت فيها أهم العوامل التي تؤثر علي نشر المضامين الإعلامية هو الالتزام بسياسة المواقع كما تتفق مع دراسة (دهمش، ٢٠١٧م، ص ٢٠) والتي أكدت علي المحدودية النسبية للمحررين في صناعة القرار التحريري ومعاناتهم من عدم وجود ضوابط حقيقية تصون استقلاليتهم وتؤمن لهم استقراراً وظيفياً.

كذلك مثلت الضغوط السياسية التي يمارسها المسئولون علي القائمين بالاتصال في الإعلام المحلي دوراً كبيراً في تشكيل المحتوى، حيث يجد القائم بالاتصال المحلي عزوفاً في تعاون المسئولين من أجل الوصول للمعلومات أو إجمالاً عن تناول بعض القضايا والموضوعات أو المبالغة في تناول لموضوعات أخرى ومخالفة الحقائق، وهو ما ينعكس علي حق المواطن في الحصول علي إعلام موضوعي.

ومما سبق نستنتج أن الضغوط الاقتصادية التي تمر بها المؤسسات الإعلامية المحلية هي أهم الأسباب التي تقف عائقاً في تشكيل المحتوى الإعلامي فلا شك أن مصادر التمويل وما تمارسه من ضغوط ينعكس علي الأداء الإعلامي للصحفي وكذلك المحتوى، فبالنسبة للصحف المطبوعة بمحافظة بورسعيد بدأت إصدارتها تتعثر ولم تنتظم في الصدور، فبعضها خفض حجم العمالة وخفض الأجور وهو ما أدى إلي انصراف عنصر الخبرة في المجال الإعلامي وتم استبداله ببعض الطلبة من غير المتخصصين، وأما البعض الآخر من الصحف فتوقف عن الصدور بسبب تكلفة التجهيزات والطباعة وضعف التوزيع، أما تليفزيون القناة الرابعة فما زال يعاني من ضعف الإمكانيات والمعدات المتهالكة التي تؤثر علي شكل المنتج المقدم مما أدى إلي انصراف الجمهور عنها نتيجة ضعف البرامج المقدمة بها.

وتشكل المنافسة الإعلامية أحد الضغوط التي يراها القائم بالاتصال في الوسائل المحلية حيث استطاعت الوسائل الحديثة مثل المواقع الإلكترونية والإذاعات عبر الإنترنت أن تجذب قطاعاً أكبر من الجمهور مما كان له الأثر في تحول كثير من الصحف المحلية إلي مواقع صحفية للتغلب علي مشكلة التوزيع ومواجهة المشكلات الاقتصادية السابق ذكرها.

أو مشكلات المنافسة مع الوسائل المشابهة مثل القنوات والإذاعات المحلية ونظيرها من القنوات الفضائية والإذاعات الكبرى التي تحظى بميزانيات تجعلها قادرة علي تقديم محتوى مميز جاذب للجمهور بعكس القنوات المحلية الفقيرة الإنتاج.

وفي الترتيب الرابع تمثلت الضغوط التي تساهم في تشكيل المحتوى من خلال العلاقة مع الرؤساء ممثلة في الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال عن طريق تدخل الرؤساء في العمل بطرق مختلفة سواءً بحذف مضمون العمل أو رفضه لأفكار تختلف مع توجهاته.

اختبار صحة فروض الدراسة:

الفرض الأول: "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى تأثير كل من العوامل الذاتية والداخلية والخارجية ومستوى إدراك القائمين بالاتصال لأدوارهم الوظيفية".
وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين مستوى تأثير العوامل الذاتية والداخلية والخارجية ومستوى إدراك القائمين بالاتصال لأدوارهم الوظيفية.

جدول (٢٠)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين مستوى تأثير العوامل الذاتية والداخلية والخارجية ومستوى إدراك القائمين بالاتصال لأدوارهم الوظيفية

مستوى إدراك القائمين بالاتصال لأدوارهم الوظيفية		المتغيرات
معامل الارتباط	الدلالة	
.١٤٠*	٠.٠٥	مستوى تأثير الضغوط الداخلية
.١٣٤*	٠.٠٥	مستوى تأثير الضغوط الخارجية
.١٠٣	غير دالة	مستوى تأثير الضغوط الذاتية
.١٣٣*	٠.٠٥	مستوى تأثير العوامل الذاتية والداخلية والخارجية

يتبين من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين مستوى تأثير العوامل الداخلية ومستوى إدراك القائمين بالاتصال لأدوارهم الوظيفية، حيث بلغت قيمة $r(0.140)$ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.05) .

كما يتبين وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين مستوى تأثير العوامل الخارجية ومستوى إدراك القائمين بالاتصال لأدوارهم الوظيفية، حيث بلغت قيمة $r(0.134)$ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.05) .

كما يتبين عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى تأثير العوامل الذاتية ومستوى إدراك القائمين بالاتصال لأدوارهم الوظيفية، حيث بلغت قيمة $r(0.103)$ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.005) .

كما تبين وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تأثير العوامل الداخلية والخارجية والذاتية ومستوى إدراك القائمين بالاتصال لأدوارهم الوظيفية، حيث بلغت قيمة $r(0.133)$ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.005) .

وبذلك فإننا نقبل صحة الفرض الأول حيث وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى تأثير العوامل الذاتية والداخلية والخارجية ومستوى إدراك القائمين بالاتصال لأدوارهم الوظيفية.

الفرض الثاني: "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى تأثير العوامل الذاتية والداخلية والخارجية ومستوى تقييم القائمين بالاتصال لأدوار مؤسستهم".

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين مستوى تأثير العوامل الذاتية والداخلية والخارجية ومستوى تقييم القائمين بالاتصال لأدوار مؤسستهم.

جدول (٢١)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين مستوى تأثير العوامل الذاتية والداخلية والخارجية ومستوى تقييم القائمين بالاتصال لأدوار مؤسستهم

مستوى تقييم القائمين بالاتصال لأدوار مؤسستهم		المتغيرات
الدالة	معامل الارتباط	
٠.٠١	**٠.٤٧٣	مستوى تأثير الضغوط الداخلية
٠.٠١	**٠.٤٢٨	مستوى تأثير الضغوط الخارجية
٠.٠١	**٠.٥٠٨	مستوى تأثير الضغوط الذاتية
٠.٠١	**٠.٥٠٣	مستوى تأثير العوامل الذاتية والداخلية والخارجية

يتبين من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين مستوى تأثير العوامل الداخلية والداخلية ومستوى تقييم القائمين بالاتصال لأدوار مؤسستهم، حيث بلغت قيمة $r(0.473)$ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.001) .

كما يتبين وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين مستوى تأثير العوامل الخارجية ومستوى تقييم القائمين بالاتصال لأدوار مؤسستهم، حيث بلغت قيمة $r(0.428)$ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.001) .

كما يتبين عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى تأثير العوامل الذاتية ومستوى تقييم القائمين بالاتصال لأدوار مؤسستهم، حيث بلغت قيمة $r(0.508)$ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.001) .

كما تبين وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تأثير العوامل الداخلية والخارجية والذاتية ومستوى تقييم القائمين بالاتصال لأدوار مؤسستهم حيث بلغت قيمة $r(0.503)$ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.001) .

وبذلك فإننا نقبل صحة الفرض الثاني حيث توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى تأثير العوامل الذاتية والداخلية والخارجية ومستوى تقييم القائمين بالاتصال في الإعلام المحلي بمحافظة بورسعيد لأدوار مؤسستهم.

ومما سبق يتضح أنه كلما قلت الضغوط الخارجية والداخلية علي القائم بالاتصال في المجتمع المحلي كلما زاد مستوي إدراكه لأدواره الوظيفية.

الفرض الثالث : توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى تأثير العوامل الذاتية والداخلية والخارجية ومستوى النمط الغالب في علاقة المؤسسات الإعلامية بالسلطة المحلية من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين مستوى تأثير العوامل الذاتية والداخلية والخارجية ومستوى النمط الغالب في علاقة المؤسسة الإعلامية بالسلطة المحلية.

جدول (٢٢)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين مستوى تأثير العوامل الذاتية والداخلية والخارجية ومستوى النمط الغالب في علاقة المؤسسة الإعلامية بالسلطة المحلية

أنماط علاقة المؤسسات الإعلامية بالسلطة المحلية		المتغيرات
الدالة	معامل الارتباط	
غير دالة	.٠١٠	مستوى تأثير الضغوط الداخلية
غير دالة	.٠٠٤	مستوى تأثير الضغوط الخارجية
.٠٠٥	*.١٣٧	مستوى تأثير الضغوط الذاتية
غير دالة	.٠٥٨	مستوى تأثير العوامل الذاتية والداخلية والخارجية

يتبين من الجدول السابق: عدم وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين مستوى تأثير العوامل الداخلية ومستوى النمط الغالب في علاقة المؤسسة الإعلامية بالسلطة المحلية، حيث بلغت قيمة $r(0.010)$ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.005) .

كما يتبين عدم وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين مستوى تأثير العوامل الخارجية ومستوى النمط الغالب في علاقة المؤسسة الإعلامية بالسلطة المحلية، حيث بلغت قيمة $r(0.004)$ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.001) .

كما يتبين وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى تأثير العوامل الذاتية ومستوى النمط الغالب في علاقة المؤسسة الإعلامية بالسلطة المحلية، حيث بلغت قيمة $r(0.137)$ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0.005) .

كما تبين عدم وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تأثير العوامل الداخلية والخارجية والذاتية ومستوى النمط الغالب في علاقة المؤسسة الإعلامية بالسلطة المحلية، حيث بلغت قيمة $r(0.058)$ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05) .

وبذلك فإننا نقبل صحة الفرض الثالث جزئياً حيث توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى تأثير العوامل الذاتية ومستوى تقييم القائمين بالاتصال في الإعلام المحلي بمحافظة بورسعيد لأدوار مؤسستهم.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع الوسيلة التي يعمل بها القائم بالاتصال بورسعيد (صحافة - إذاعة - مواقع صحفية - إذاعة إنترنت - تليفزيون) في مستوى إدراكهم لأدوارهم الوظيفية.

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم تطبيق اختبار تحليل التباين الأحادي ANOVA لمعرفة الفروق بين نوع الوسيلة التي يعمل بها القائم بالاتصال ببورسعيد (صحافة - إذاعة - مواقع صحفية - إذاعة إنترنت - تليفزيون) في مستوى إدراكهم لأدوارهم الوظيفية.

جدول (٢٣)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي ANOVA لمعرفة الفروق بين نوع الوسيلة التي يعمل بها القائم بالاتصال ببورسعيد (صحافة - إذاعة - مواقع صحفية - إذاعة إنترنت - تليفزيون) في مستوى إدراكهم لأدوارهم الوظيفية

الدالة	قيمة ف	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين
٠.٠١	١٠.٣١٤	١.٣١٢	٤	٥.٢٤٨	بين المجموعات
		.١٢٧	٢٤٧	٣١.٤١٦	داخل المجموعات
			٢٥١	٣٦.٦٦٤	المجموع

تشير نتائج تطبيق اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع الوسيلة التي يعمل بها القائم بالاتصال ببورسعيد (صحافة - إذاعة - مواقع صحفية - إذاعة إنترنت - تليفزيون) في مستوى إدراكهم لأدوارهم الوظيفية، حيث بلغت قيمة ف 10.314 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.01) ، وبتطبيق اختبار Scheffe لمعرفة اتجاه الفروق كانت الفروق لصالح وسيلة الإذاعة.

وبذلك فإننا نقبل الفرض الرابع حيث توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع الوسيلة التي يعمل بها القائم بالاتصال ببورسعيد (صحافة - إذاعة - مواقع صحفية - إذاعة إنترنت - تليفزيون) في مستوى إدراكهم لأدوارهم الوظيفية لصالح وسيلة الإذاعة.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (الصبيحي: ٢٠١٧م، ص ١٠٤) والتي أكدت وجود فروق دالة بين إدراك الإعلاميين السعوديين لأدوارهم الوظيفية باختلاف نوع الوسيلة وهو ما يشير إلى تباين بين آدائه للأدوار الوظيفية والمهنية.

ويمكن تفسير ذلك في ضوء عمل الإذاعة الذي يتسم بجانب من التنظيم والتخطيط نتيجة لانتماؤه لاتحاد الإذاعة والتليفزيون والذي يتم فيه العمل وفق رؤية وخطة برامجية محددة وتنفيذ لأنشطة إعلامية بكادر محدد الأدوار.

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع الوسيلة التي يعمل بها القائم بالاتصال بورسعيد(صحافة -إذاعة - مواقع صحفية - إذاعة إنترنت - تليفزيون) في مستوى النمط الغالب في علاقة المؤسسة الإعلامية بالسلطة المحلية.

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم تطبيق اختبار تحليل التباين الأحادي ANOVA لمعرفة الفروق بين نوع الوسيلة التي يعمل بها القائم بالاتصال بورسعيد(صحافة -إذاعة - مواقع صحفية - إذاعة إنترنت - تليفزيون) في مستوى النمط الغالب في علاقة المؤسسة الإعلامية بالسلطة المحلية.

جدول (٢٤)

نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي ANOVA لمعرفة الفروق بين نوع الوسيلة التي يعمل بها القائم بالاتصال بورسعيد(صحافة - إذاعة - مواقع صحفية - إذاعة إنترنت - تليفزيون) في مستوى النمط الغالب في علاقة المؤسسة الإعلامية بالسلطة المحلية

الدلالة	قيمة ف	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين
٠.٠٥	٣.٣١٩	١.٠٧٥	٤	٤.٣٠٢	بين المجموعات
		٠.٣٢٤	٢٤٧	٨٠.٠٢٨	داخل المجموعات
			٢٥١	٨٤.٣٢٩	المجموع

تشير نتائج تطبيق اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع الوسيلة التي يعمل بها القائم بالاتصال ببورسعيد(صحافة -إذاعة - مواقع صحفية - إذاعة إنترنت - تليفزيون) في مستوى النمط الغالب في علاقة المؤسسة الإعلامية بالسلطة المحلية، حيث بلغت قيمة ف (٣.٣١٩) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠٥)، وبتطبيق اختبار Scheffe لمعرفة إتجاه: الفروق كانت الفروق لصالح وسيلة المواقع الصحفية.

وبذلك فإننا نقبل صحة الفرض الخامس حيث توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع الوسيلة التي يعمل بها القائم بالاتصال بورسعيد (صحافة -إذاعة - مواقع صحفية - إذاعة إنترنت - تليفزيون) في مستوى النمط الغالب في علاقة المؤسسة الإعلامية بالسلطة المحلية لصالح وسيلة المواقع الصحفية.

وقد يرجع السبب في ذلك إلي طبيعة المواقع الصحفية التي تتطلب تحديثاً سريعاً لأخبارها المحلية والتي جعلتها تتفوق علي غيرها من الوسائل المحلية الأخرى بالإضافة إلى اهتمام السلطة المحلية بمخاطبة جمهور بورسعيد عبر تلك المواقع.

الخاتمة:

- في ضوء ما سبق عرضه من نتائج يمكن استخلاص الاستنتاجات التالية:
١. معظم القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام المحلية بمحافظة بورسعيد من غير المؤهلين وغير النقابيين مما ينعكس بدوره على عدم إمامهم بضوابط العمل الإعلامي والذي ظهر جلياً في عدم معرفتهم بالتصرف الأمثل في حال اختلافهم مع سياسة مؤسستهم الإعلامية، بالإضافة إلى تراجع إدراكهم لدورهم كناقد ورقيب في مقابل بروز دورهم كوسيط لنقل الأحداث، علاوة على تقدم قيامهم بدورهم إلى حد ما والذي يؤثر سلباً على الممارسة المهنية والأداء الإعلامي بوسائل الإعلام المحلية.
 ٢. يرى القائم بالاتصال أن المؤسسة الإعلامية المحلية لا تستطيع القيام بدورها على الوجه الأكمل، وقد تمثل هذا الدور في تنفيذ السياسة الإعلامية الخاصة بها وتبني الموقف الرسمي إزاء القضايا المحلية والخارجية، وهو ما يوضح عجز تلك المؤسسات عن الممارسة الإعلامية لكافة أدوارها بنفس الكفاءة حيث تراجع دورها كرقيب وناقد للسلطة المحلية في سبيل تحقيق سياسات محددة.
 ٣. على الرغم من رؤية معظم القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام المحلية لوجود عقبات في القيام بدورهم، إلا أنه توجد درجة كبيرة من اتفاقهم مع السياسة الداخلية في وسائل الإعلام الجديد مقارنة بالإعلام التقليدي.
 ٤. القائم بالاتصال في وسائل الإعلام المحلية مطالب بقبول السياسة الإعلامية لمؤسسته دون السماح له بالمشاركة في رسم هذه السياسة، وحتى من يشارك فيها تقتصر مشاركته على وضع الخطط والبرامج بدرجة كبيرة وذلك بحكم منصبه بالمؤسسة وليس دوره كقائم بالاتصال.
 ٥. شغلت قضية الإسكان حيزاً مهماً في أجندة القائم بالاتصال في وسائل الإعلام المحلية وهو ما يؤكد على تبني تلك المؤسسات لدورها كوسيط في نقل الأحداث، حيث أنها من أكثر المشكلات التي قام الجمهور بعمل وقفات احتجاجية حولها كما يظهر ذلك بوضوح من تناول مؤسسات لإعلام المحلي للمشكلات الخدمية والتي يعتبر التواصل حولها مع السلطة المحلية أمراً لا يضعها في تصادمات تؤثر على عملها، وهو ما يوضحه كذلك تبنيها للعلاقة التوافقية مع السلطة المحلية من جانب وعدم وجود سلبيات وتجاوزات كشفت عنها المؤسسة من جانب آخر.
 ٦. تعتبر السياسة الإعلامية هي أكثر العوامل تأثيراً على تشكيل المحتوى الإعلامي بالمؤسسات الإعلامية المحلية من وجهة نظر القائم بالاتصال، والتي تعد المحدد الرئيسي لما ينشره من

موضوعات وقضايا محلية يليها الضغوط السياسية التي يمارسها المسؤولون علي القائمين بالاتصال في الإعلام المحلي.

٧. يواجه القائم بالاتصال في وسائل الإعلام العديد من الضغوط أثناء قيامه بالكشف عن قضايا الفساد المحلي ولكن أكثرها تأثيراً على إدراكه لدوره هي الضغوط الذاتية، والتي جاءت ممثلة في انخفاض الدخل وضعف الخبرة والخلفية الثقافية للقائم بالاتصال، وتعد أكثر المشكلات التي تواجه وسائل الإعلام المحلية هي مشكلات اقتصادية ممثلة في نقص الكوادر الإعلامية المُتربّة وتدني الإمكانيات وغياب الفهم السليم لدور مؤسسات الإعلام المحلي والتي تؤثر علي الأدوار المهنية والإعلامية لقيام المؤسسات بدورها كرقيب على السلطة المحلية بجانب ممارسة أدوارها الخدمية لإحداث التوازن في الأدوار الاعلامية المختلفة.

هوامش الدراسة:

أولاً - الهوامش العربية:

١. إبراهيم، سلوى حسن (٢٠١٧) المتغيرات المؤثرة في بيئة الأنواع الصحفية بالصحف الإلكترونية المصرية، دراسة تحليلية لأنواع الصحفية والقائم بالاتصال، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.
٢. إبراهيم، محمد سعد (٢٠٠٠) الاتجاهات الحديثة في دراسات القائم بالاتصال، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ع ٤، مجلد ١.
٣. أبو الخير، خالد (٢٠١٨) التحليل النقدي لمقاييس تقييم الأداء في دراسات وبحوث الصحافة: نحو بناء دليل مؤشرات لقياس كفاءة الأداء الصحفي، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، جامعة الأهرام الكندية، ع ٢٣.
٤. أبو سيف، ايناس (٢٠٠٠) العوامل المؤثرة على معالجة القضايا العربية في الصحافة المصرية: دراسة ميدانية على القائمين بالاتصال في الشؤون العربية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ع ٣، مجلد ١.
٥. الأزرق، نرمين نبيل (٢٠١٢) الاستعانة بصحافة المواطن في مواقع الصحف المصرية بين تحقيق الحق في الاتصال وتطبيق أخلاقيات المهنة - دراسة لإشكاليات وضوابط اتخاذ القرار لدى القائم بالاتصال، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعه القاهرة، كلية الإعلام، ع ٤١.
٦. إسماعيل، محمود حسن؛ أمين، سعيد عبد الغني؛ الجمل، محمود مصطفى (٢٠١٤) العوامل المؤثرة على ترتيب أولويات قضايا القائم بالاتصال في البرامج الحوارية، مجلة بحوث التربية النوعية، جامعه المنصورة، كلية التربية النوعية، ع ٣٤.
٧. بوشايخ، حسينة (٢٠١٤) بيئة العمل الصحفي وأثرها في ممارسة أخلاقيات المهنة: دراسة حالة، رؤى إستراتيجية، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، مج (٢)، ع (٦).
٨. الترك، أحمد عرابي (٢٠١٩) بيئة العمل الصحفي في المجالات الفلسطينية: دراسة على القائم بالاتصال في مجلة السعادة، مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية، الجامعة الإسلامية بغزة، مج (٢٧)، ع (٤).
٩. حافظ، اسما حسين (٢٠٠١) القائم بالاتصال في الصحافة الإقليمية: دراسة ميدانية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ع (١٠).
١٠. حامد، أمنية مصطفى (٢٠١٠) اقتصاديات إدارة المواقع الإخبارية الإلكترونية: دراسة تطبيقية على عينة من المواقع المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعه القاهرة، كلية الإعلام.
١١. دهمش، سلوي (٢٠١٧) المتغيرات المؤثرة في بنية الأنواع الصحفية بالصحف الإلكترونية المصرية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.
١٢. الراجحي، مناور بيان (٢٠١٥) العوامل المؤثرة على ممارسة الصحافة الكويتية لوظيفتها النقدية: دراسة مسحية على القائم بالاتصال في عينة من الصحف الكويتية، حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة الكويت، مجلس النشر العلمي، الحولية ٣٦، الرسالة ٤٣٣.
١٣. الصبيحي، محمد بن سليمان (٢٠١٧) إدراك الإعلاميين السعوديين لأدوارهم الوظيفية والمهنية في بيئة الإعلام الرقمي، المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، ع (١٨).

١٤. عبد الرحمن، حسن محمد، بيئة العمل في الصحف الفلسطينية : دراسة لواقع الصحف والقائم بالاتصال، رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية.
١٥. عبد المقصود، منى مجدي (٢٠١٧) الاتجاهات الحديثة في إطار المسؤولية الاجتماعية للإعلام رؤية تحليلية نقدية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، جامعة الأهرام الكندية، ع ١٦.
١٦. عبد النبي، ندى (٢٠١٥) دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء أجندة القائم بالاتصال في الصحف المصرية بالنسبة للأخبار والقضايا المحلية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ع ٤٤، مجلد ١٤.
١٧. العزاوي، هيثم علي (٢٠١٣) العوامل المؤثرة علي القائم بالاتصال في القنوات الفضائية العراقية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الدول العربية، معهد البحوث والدراسات العربية - القاهرة.
١٨. علي، هند محمد (٢٠١٦) العوامل المؤثرة علي الممارسة المهنية للقائم بالاتصال في الأخبار المصرية الإذاعية والتلفزيونية، رسالة ماجستير، جامعة عين شمس، كلية الآداب.
١٩. عمران، أميمه محمد (٢٠٠٢) القائم بالاتصال في الصحافة الإقليمية وأخلاقيات المهنة: دراسة ميدانية على عينة من القائمين بالاتصال الإقليمي بالصعيد، المجلة العلمية لكلية الآداب، جامعة أسيوط، كلية الآداب، ع (١٢).
٢٠. فايز، فاطمة (٢٠١٦) آليات بناء أجندة المنصات المختلفة داخل الوسيلة الإعلامية الواحدة، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.
٢١. ماض، رانده فكري (٢٠١٤) العوامل المؤثرة في الرضا الوظيفي للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية الالكترونية، مجلة دراسات الطفولة، كلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، ع ٦٥.
٢٢. مراد، ماجدة (٢٠٠٧) العوامل المؤثرة على بناء القائم بالاتصال لأجندة الأخبار في الإذاعة المصرية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ع (٢٨).
٢٣. نصر الدين، محمد (٢٠٠٥) الصحف المصرية الصادرة عن شركات مساهمة دراسة تقييمية للفن الصحفي والأداء المهني، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.
٢٤. يحيى، دينا (٢٠٠٣) العوامل المؤثرة في الرضا الوظيفي للقائم بالاتصال في قنوات التلفزيون المحلية، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد ٢٠.
٢٥. يونس، محمد أحمد (٢٠٠٥) العوامل المؤثرة على أداء القائم بالاتصال، مجلة المؤتمر العلمي السنوى الحادى عشر، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.

ثانياً - الهوامش الأجنبية:

1. Benson, R., (2004) Bringing the sociology of media back, in Political Communication, Vol. 21, No. 3.
2. Bourdieu, P., (2005) The political field, the social science field, and the journalistic field, In R. Benson & E. Neveu (Eds.), Bourdieu and the journalistic field, Malden, MA: Polity.
3. Codington, M., (2015) Telling secondhand stories: News aggregation and the production of journalistic knowledge, University of Texas at Austin.
4. Hanitzsch, T. (2010) Modeling perceived influences on journalism: Evidence from a cross-national survey of journalists, Journalism & Mass Communication Quarterly, Vol. 87, No. 4.
5. Hanitzsch, T.؛ Hanusch, F.؛ Mellado, C.؛ Anikina, M.؛ Berganza, R.؛ Cangoz, I.؛ Coman, M.؛ Hamada, B.؛ Hernandez, M.؛ Karadjov, C.؛ Moreira, S. (2011) Mapping journalism cultures across nations, Journalism Studies, Vol. 12, No
6. Hassid, J., (2011) Four models of the fourth estate: A typology of contemporary Chinese journalists, China Quarterly, Vol. 20, No. 8, (December).
7. Hermid Alfred ؛ Thurman Neil (2008) A clash Of Cultures, The integration of user- generated content within professional journalistic frame works at British newspapers websites, journalism practice , vol. (2),No. (3).
8. Lee, F. L. F. ؛Chan, J. (2008) Organizational production of self-censorship in the Hong Kong media, The International Journal of Press./ Politics, 14(1).
9. park, Hee (2000) Journalism By Demand : The Changing Role Of Online Journalists are Agenda Setters. A Case study of the Internet Chicago Tribune, PhD , Purdue University.
10. Shoemaker, P. ؛ Reese, S (1996) Mediating the message: Theories of influences on mass media content, 2nd ed., New York: Longman.

11. Shoemaker, P. & Reese, S (2014), *Mediating the message in the 21st century: A media sociology perspective*, New York: Rout ledge.
12. Shoemaker, P. & Vos, T., (2009) *Gate keeping theory*, New York: Taylor & Francis.
13. Viall ,Elizabeth (2009) *Hyper Local Citizen Journalism Sites And Traditional Media Sites :Similarities and Contrasts in them ,objectivity and watchdog function* ,Ph.D , Indiana University.
14. Vos, T. & Heinderycks, F. (2015) *Gate keeping in transition*, New York: Rout ledge.
15. Wilhoit ,L. Weaver, D. (2014) *The American journalist in the digital age: Key findings*, Bloomington: School of Journalism, Indiana University, Bloomington, IN.
16. William, P. Cassidy (2007) *online news credibility : An examination of the perceptions of newspaper journalists*, journal of computer – mediated communication Vol.12, No.2 ,Available online at:<https://www.jcmc.indiana.edu/vol.12/issue 2/Cassidy.htm>.
17. William, P. Cassidy (2008) “outside influences extra media forces and the news worthiness conception of line newspaper journalists.

Factors Affecting the Communicator's Perception of his Media Roles And their Relationship with the Local Authority: A Survey Study for on the Communicator in the Traditional and New Media in Port Said Governorate

Dr. Heba Mostafa Hassan Mostafa
mahmmmed_j_12@yahoo.com
 Faculty of Specific Education,
 Port Said University

Dr. Walaa Mohamed Mahrous Abdo Elnaghi
welnaghi@gmail.com
 Faculty of Specific Education,
 Port Said University

Abstract

The study aims to identify factors affecting the communicator's Perception regarding their media roles and their relationship with the local authority. This is a descriptive study that relies on both the media survey approach and comparative method. A comprehensive survey has been conducted on the communicators in the local media institutions in Port Said city in specific fields such as: printed newspapers, El-Qanah Radio, the four T.V Channel, online websites and online radio. The study survey data contains (252) sample, using the survey tool. The study has concluded some results; among these are:

1. There is a statistically significant correlative relation between the level of influence of both individual's internal and external factors and the level of communicators' awareness of their functional roles.
2. There is a statistically significant correlative relation between the level of influence of the individuals' internal and external factors and the level of communication assessment for the roles of their organizations.
3. There is a statistically significant correlative relation between the level of influence of the individuals' internal and external factors and the level of the common style in the relationship between the media institutions and the local authority.
4. There are statistically significant differences between the media type the communicators use in Port Said city (such as: Press, Radio, online newspapers, online radio and television) and communicators' level of awareness in their job roles.
5. There are statistically significant differences between the media type the communicators use in Port Said city (such as: press, radio, online newspapers, online radio and television) and the level of predominant pattern in the relationship of the media institution with the local authority.

Keywords: Factors influencing, communicating, media roles, local authority, traditional media, new media.

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of use of Al Arabia Public Relations Agency, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-873X)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)
With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt
Deposit number : 24380 /2019

To request such permission or for further enquires, please contact:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency
Arab Republic of Egypt,
Menofia - Shibben El-Kom - Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Or

Egyptian Public Relations Association
Arab Republic of Egypt,
Giza, Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

Email: ceo@apr.agency - jprr@epra.org.eg

Web: www.apr.agency, www.jprr.epra.org.eg

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

Fax: (+2) 048-231-00 -73

The Journal is indexed within the following international digital databases:



- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.
- The author should present a printed copy and an electronic copy of his manuscript on a CD written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during one week after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 15 days.
- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 2800 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 550 \$.with 25% discount for Masters and PhD Students.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 1400 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 275 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- Fees are not returned if the researcher retracts and withdraws the research from the journal for arbitration and publishing it in another journal.
- The manuscript does not exceed 40 pages of A4 size. 30 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 10 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 25 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Two copies of the journal and Five Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 250 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 350 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations. Three copies of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- Three copies of the journal are sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Al Arabia Public Relations Agency or the Egyptian Public Relations Association.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Al Arabia Public Relations Agency,
 Arab Republic of Egypt, Menofia, Shibben El-Kom, Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
 Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

And also to the Journal email: jpr@epra.org.eg, or ceo@apr.agency, after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of Public Relations Research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication (after peer refereeing these papers by a number of Professors specialized in the same field under a scientific supervision of the Egyptian Public Relations Association, which considered the first Egyptian scientific association specialized in public relations, (Member of the network of scientific Associations in the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo).

The Journal is part of Al-Arabia Public Relations Agency's publications, specialized in education, scientific consultancy and training.

- The Journal is approved by the Supreme Council for Media Regulation in Egypt. It has an international numbering and a deposit number. It is classified internationally for its both printed and electronic versions by the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo. In addition, it is classified by the Scientific Promotions Committee in the field of Media of the Supreme Council of Universities in Egypt.
- It is the first arbitrate scientific journal with this field of specialization on the Arab world and the Middle East. Also, the first Arab scientific journal in the specialty of (media) which obtained the Arab Impact Factor with a factor of 1.50 = 100% in the year of 2019G report of the American Foundation NSP "Natural Sciences Publishing" Sponsored by the Arab Universities Union.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic in Arabic Papers, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.

Founder & Chairman

Dr. Hatem Moh'd Atef

EPRA Chairman

Editor in Chief

Prof. Dr. Aly Agwa

Professor of Public Relations & former Dean of Faculty of Mass Communication - Cairo University
Head of the Scientific Committee of EPRA

Editorial Managers

Prof. Dr. Mohamed Moawad

Media Professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai University
Head of the Consulting Committee of EPRA

Prof. Dr. Mahmoud Youssef

Professor of Public Relations & former Vice Dean Faculty of Mass Communication - Cairo University

Editorial Assistants

Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty

Professor of Public Relations
Misr International University

Dr. Thouraya Snoussi (Tunisia)

Associate professor of Mass Communication & Coordinator College of Communication University of Sharjah (UAE)

Dr. Suhad Adil (Iraq)

Associate Professor of Public Relations
Mass Communication Department
College of Arts - Al-Mustansiriyah University

Dr. Fouad Ali Saddam (Yemen)

Associate Professor & Head Dep. of Public Relations
Faculty of Mass Communication
Yarmouk University (Jordan)

Dr. Nasr Elden Othman (Sudan)

Assistant Professor of Public Relations
Faculty of Mass Communication & Humanities Sciences
Ajman University (UAE)

Public Relations Manager

Alsaeid Salm

Arabic Reviewers

Ali Elmehy

Sabri Suleiman

Address

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt
Giza - Dokki - Ben Elsarayat - 2 Ahmed Zayat Street

Publications: Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt
Menofia - Shiben El-Kom - Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073

Tel : +2237620818

www.jprr.epra.org.eg

Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

Advisory Board **

JPRR.ME

Prof. Dr. Aly Agwa (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Yas Elbaity (Iraq)

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information and Humanities, Ajman University of Science

Prof. Dr. Hassan Mekawy (Egypt)

Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Mohamed Moawad (Egypt)

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai University

Prof. Dr. Samy Abd Elaziz (Egypt)

Professor of public relations and marketing communications for the former Dean of the Faculty of Information, Cairo University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aneid (KSA)

Professor of Media and Public Relations Department of the Faculty of Media Arts - King Saud University

Prof. Dr. Mahmoud Youssef (Egypt)

Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Samy Taya (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

Prof. Dr. Gamal Abdel-Hai Al-Najjar (Egypt)

Professor of Media, Faculty of Islamic Studies for Girls, Al-Azhar University

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban (Egypt)

Professor of printing press & Vice- Dean for Community Service at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Barakat Abdul Aziz Mohammed (Egypt)

Professor of radio and television & Vice- Dean of the Faculty of Mass Communication for Graduate Studies and Research, Cairo University

Prof. Dr. Othman Al Arabi (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts – King Saud University

Prof. Dr. Abden Alsharif (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat (Egypt)

Professor of Radio & Television and Vice- Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Tahseen Mansour (Jordan)

Professor of Public Relations at the Faculty of Mass Communication, Yarmouk University

Prof. Dr. Mohamed Elbokhary (Syria)

Professor, Department of Public Relations and Publicity, School of Journalism, University of MF Uzbek national Ulugbek Beck

Prof. Dr. Ali Kessaissia, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Redouane BoudJema, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Hisham Mohammed Zakariya, (Sudan)

Professor of Mass Communication at King Faisal University – Former Dean of the Faculty of Community Development at the University of the Nile Valley, Sudan.

**English Researches:**

- **Associate Prof. Dr. Dina Ahmed Orabi** - Cairo University
Local, Foreign and Global Consumer Culture Positioning: Strategy Choices in International Television Advertising in Egypt 7

Abstracts of Arabic Researches:

- **Prof. Dr. Azza Mostafa Elkahkey** - Umm Al-Qura University
Dania Abdullah Al Malik - Umm Al-Qura University
Factors Affecting on Effectiveness of the Professional Performance of Public Relations and Customer Service Staff in the Banks 31
- **Associate Prof. Dr. Suhad Adel Jassim** - University of Mustansiriya
Dr. Mohammed Jabbar Zoghair - Imam Sadeq University (PR)
Language Violence in Media Discourse 33
- **Dr. Salwa Ali Ibrahim Elgayyar** - Port Said University
Treatment of the Social Protection Issues for the Child in Websites of the Childhood Organizations and Their Relationship with Awareness of the University Students 34
- **Dr. Aida M. Almor** - Mansoura University
Relationship between Adolescents' Exposure to Social Media and their Digital Citizenship Levels 35
- **Dr. Shimaa Ezz El-Din Zaki Gomaa** - Ain Shams University
Short Video Marketing Methods: An Exploratory Study on "TikTok" in Egypt 36
- **Dr. Heba Mostafa Hassan Mostafa** - Port Said University
Dr. Walaa Mohamed Mahrous Abdo Elnaghi - Port Said University
Factors Affecting the Communicator's Perception of his Media Roles And their Relationship with the Local Authority: A Survey Study for on the Communicator in the Traditional and New Media in Port Said Governorate 37
- **Dr. Elsayed Abdelrahman Ali Abdelrahman** - Suez University
Role of Public Relations in Framework of the Integrated Marketing Communications System 38
- **Dr. Gehan Saad Abdo El Maby** - Mansoura University
Electronic Harassment through Social Media and its Psychological and Social Effects among a sample of Teenage girls: A field Study 39
- **Dr. Riham Ali Noweir** - Institute of Literary studies in King Mariot
Behavior of the Audience in Modifying the Stereotype of Muslims in Britain: A case Study of the Influence of Egyptian player Muhammad Salah on Liverpool Fans 41
- **Hassan Ahmed Abusharifah** - Jazan University
Salama Ahmed Mohammed Alfaifi - Jazan University
Usage of Al-Jazeera for the Social Media Platforms such as Twitter as a Tool to Generate Fake News 42