

تحديات تطوير البرنامج التلفزيوني

كلية الإعلام – جامعة امدرمان الاسلامية

أ.د بدر الدين أحمد إبراهيم

محاضر -قسم الاذاعة والتلفزيون مدرسة الاعلام
كلية شرق النيل الجامعية

أ. مجدي عمر عثمان حمد

المستخلص:

هدفت الورقة الى التعريف بأهم التحديات التي تواجه تطوير البرنامج التلفزيوني وتحد من فاعليته، تكمن أهمية الورقة في تناولها لأحد أهم الموضوعات الحيوية في مجال الاعلام والمتعلقة بتطوير البرنامج التلفزيوني من خلال تناولها للتحديات التي تواجه تطويره وامكانية الحد منها ومعالجتها من خلال العديد من الادوات والاساليب. تسعى الورقة للاجابة عن تساؤلها الرئيس المتعلق بأهمية التحديات التي تواجه تطوير البرنامج التلفزيوني. انطلقت الورقة من فرضية رئيسية مفادها ان هنالك العديد من التحديات التي تواجه تطوير البرنامج التلفزيوني كما اعتمدت على كلا من المنهج الوصفي والتحليلي والمقارن، احتوت الورقة على العديد من المحاور تمثلت في تعريفها لمفهوم تطوير البرنامج التلفزيوني، أهم مؤشرات ضعف البرنامج التلفزيوني، التحديات التي تواجه تطوير البرنامج التلفزيوني، عرض أهم ملامح البرنامج التلفزيوني المتطور، تقديم مجموعه من الحلول والمقترحات تسهم في تطوير البرنامج التلفزيوني ومعالجة تحدياته. اختتمت الورقة بخاتمه ومجموعه من النتائج والتوصيات من ابرزها ان البرنامج التلفزيوني يواجه تحديات تحد من تطويره، يتمثل أهمها في عدم الوعي بأهمية البرنامج التلفزيوني، والتحديات السياسية الايديولوجية وكذلك تحديات التمويل والتحديات المجتمعية و ضرورة ابتداع الفكرة البرمجية، ومن أهم النتائج التي توصلت اليها الورقة ان هنالك العديد من المظاهر والملاحم التي تميز البرنامج التلفزيوني المتطور تمثل أهمها في قدرته على تحقيق الغاية التي صمم من أجلها، وان البرنامج التلفزيوني المتطور له عدة مجالات، كما تعبر المصدقية والقدرة على الاقناع والسرعة في نقل الاحداث وسعة الانتشار والقدرة عاى التحديث والمتابعة احد أهم مميزاته. كما اوصت الورقة بضرورة الالتزام بالعديد من الاجراءات والاساليب التي تسهم في تطوير البرنامج التلفزيوني منها ضرورة التخطيط المسبق للبرنامج، الحرص على توظيف الافكار بابداع مع الابتكار، ضرورة توفير الدعم والتمويل الكافي واعتماد التكنولوجيا ذات الكفاءة العالية، اضافة الى اعتماد الرؤية الاعلامية المتزنة التي تخاطب وتراعي عقول الجماهير على اختلاف اعمارهم وفتاتهم.

Challenges of TV program development

Prof. Dr. Badr El-Din Ahmed Ibrahim

Magdy Omar Othman Hamad

Abstract:

The paper aimed at introducing the most important challenges facing the development of the television program and limiting its effectiveness. The importance of the paper lies in its handling of one of the most vital issues in the field of media related to the development of the television program by addressing the challenges facing its development and the possibility of limiting and addressing them through many tools and methods. The paper seeks to answer its main question related to what are the challenges facing the development of the TV program. The paper started from a main hypothesis that there are many challenges facing the development of the TV program. It also relied on both the descriptive, analytical and comparative approach. The paper contained many axes represented in its definition the concept of developing the TV program, the most important indicators of the weakness of the TV program, the challenges facing the development of the TV program, presenting the most important features of the developed TV program, presenting a set of solutions and proposals that contribute to the development of the TV program and addressing its challenges. The paper concluded with a conclusion and a set of results and recommendations, the most prominent of which is that the TV program It faces challenges that limit its development, the most important of which is the lack of awareness of the importance of the TV program, the political and ideological challenges as well as funding challenges, societal challenges, and the need to innovate the programmatic idea. Its ability to achieve the purpose for which it was designed, and that a the advanced television program has several fields, as it reflects the credibility, the ability to persuade, the speed in transmitting events, the wide spread, and the ability to update and follow-up is one of its most important features. Employing ideas creatively with innovation, the necessity of providing adequate support and financing and adopting high-efficiency technology, in addition to adopting a balanced media vision that addresses and takes into account the minds of the masses of all ages and groups.

المقدمة:

يُمثل الفكر الجانب الأهم في ثلاثية (الفكر - الوعي - الطاقات)، فالأفكار مخزون إبداعي مُختزل بداخل العقل ينتجه مُفكر واعي، ليرتقي بفكر الانسان لترتفع درجة وعيه ومن ثم تتحرك طاقاته. اذ ان صحة المجتمعات ومآثها كما حيويتها وقوتها تتوقف علي حيوية فكرها ووعيتها به، حينها ستقوى الطاقات ويحسن توظيفها.

علي اثر ذلك تجئ الرسالة الاعلامية انعكاساً لفكرة نتيجة للتفكير، الذي هو سمة فطرية يتسم بها الانسان، الذي كرمه الله سبحانه وتعالى وميزه عن سائر الكائنات بنعمة العقل، ومكنه من إعماله في التفكير لينتقل من التساؤل والتفسير الي التدبير والتغيير. اذاً اعلامياً تُنتج فكرة ثم تُبني بالاساليب الاعلامية المفكر فيها ابداعاً، لنشر المعرفة وإحداث الاثر، فالادبيات والوقائع تجمع علي ان قوة المعرفة هي اساس اقتدار المجتمعات راهناً، وإحداث الاثر هو ضمان بدايات التغيير مستقبلاً.

من جهة أخرى فإن الفكرة مهما كانت قوتها وسحرها، الا ان وجود الهدف منها بجانب توظيفها باستراتيجية يُمثلان المحرك الاساسي في تنفيذها ونشرها وترجمتها. فالبرنامج التلفزيوني يُعد احد اهم نواقل الافكار فمن خلاله يتم بناء الفكرة او مجموعة الافكار بغرض تحقيق عمل تلفزيوني متميز ومتجدد ومنافس كهدف كبير يُحقق من خلاله الوظائف العامة للاداء التلفزيوني وايضا يحقق قوة الرسالة (الفكرة) القادرة علي التغيير ببث الوعي وتحريك الطاقات. ومن هنا وجب الوقوف على تحديات تقديم برنامجا تلفزيونيا متطورا، والتطور هنا ليس مواكبة المستجدات فحسب وانما التنفيذ بمهنية وعلمية لادق التفاصيل اذ ان الاهتمام بالجزء يؤدي الى تحقيق الاهداف من اجمالي الكل.

أولاً : الاطار المفاهيمي:

مفهوم التطوير في البرنامج التلفزيوني:

يعتمد مفهوم التطوير في البرنامج التلفزيوني على العديد من المنطلقات التي تعكس مجموعة من الأدوات والافكار والاحتياجات التي من خلالها يمكن تطوير البرنامج التلفزيوني، ومن هذه المنطلقات ما يلي:

أولاً: من منطلق اعمال الفكر:

البرنامج التلفزيوني عبارة عن وسط او ماعون تنصب حوله الافكار من كل اتجاه وفيه كل الاساليب التي تضبط وتوجه تلك الافكار نحو الاهداف التي من اجلها قام البرنامج التلفزيوني، والافكار مثلها مثل المنتجات تستهلك وتستخدم واخرى تنتهي صلاحيتها وثانية قد تنجح في زمان ما وفي زمان اخر ينظر لها وكأنها دون المستوى او عفى عنها الزمن لذا دائماً هناك حوجة لتجديد الافكار باعمال الفكر في جوانب تبني الافكار، والموضوعات التي تقدم البرنامج التلفزيوني المتطور والتطوير هنا يقصد به البحث عن ما يهم الجمهور من افكار تقرب حلول المشكلات التي تحتاج منه هو الاخر الى اعمال الفكر. اذا يمكن القول ان البرنامج التلفزيوني المتطور ينطلق من جوانب مختلفة لعملية فكرية واحدة. لافرق من حيث القيمة بين القائمين بالجوانب المختلفة من العملية الفكرية الواحدة والمهم هو ان يحسن كل منهم مايتصدى للاضطلاع به فالمسألة فرض على الفريق والنتيجة فضلها للفريق والنفع للجماعة بكل افرادها.⁽¹⁾

ثانياً: من منطلق تنفيذه

تطوير البرنامج التلفزيوني يحتاج كثيرا عند تنفيذه اي ضبط الافكار ان لا يتم النظر اليه فقط من ناحية ملء الساعات البرمجية ، فلا بد من ان يوضع في الاعتبار انه اداة لتحقيق الاهداف القومية والشاملة او تلك التي لها ارتباط بمناحي الحياة في الماضي والحاضر بجانب المستقبل حيث لابد من الاهتمام بنقطة محورية تتمثل في السؤال القائل: ماهو الغرض من اختيار فكرة برمجية؟ والعمل على تنفيذها؟. مستخدما في ذلك الكثير من العناصر التكنولوجية التي توظف خصائصها في ابراز الافكار وتقديمها على اساس هدف يراد الوصول اليه لسبب ما فيتشكل عقل جمعي نحو الفكرة او راي عام سائد وسط الجماهير وهو : (الرأي السائد بين اغلبية الشعب الواعية بالنسبة لموضوع او اكثر يمس هذه الاغلبية مسا مباشرا او يشغل تفكيرها⁽²⁾).

اولا: تحديات تطوير البرنامج التلفزيوني ومؤشرات ضعفه:

يقصد بتحديات التطوير تلك المشكلات او العقبات التي تحول دون تقديم البرنامج التلفزيوني بالاسلوب الذي يجعل منه قيمة جمالية جازبة ومشوقة في اللحظة الآتية ومنفعة ذات اثر يعدل في المفاهيم ويدعم القيم ويؤثر في توجيه السلوك مستقبلا وتختلف تلك التحديات بحسب التركيبة البنيوية للبرنامج التلفزيوني. ان البرنامج التلفزيوني يملك مايقدمه شكلا واقعيًا من الاتصال فهو ليس كالكتاب مثلا يقدم كلمة مطبوعة ولكنه يقدم لنا الواقع مصورا ومتحركا فهو يخاطب حاسة السمع والبصر من خلال اساليبه الفنية والتقنيات المتطورة.⁽³⁾ لان ايجاده يرتبط بتحدي المنظمة التلفزيونية الراعية والتي يكون البرنامج فيها وحدة له مدى زمني يتشارك فيه مع الوحدات البرمجية الاخرى ليتشكل بذلك الانتاج التلفزيوني ككل، وبجانب ذلك تمثل التحديات الفنية عقبة تحتاج الى معالجات اما اخطر التحديات تلك التي تتمثل في ان البرنامج التلفزيوني ما هو الا موقف اتصالي بين طرفين وهنا تكون الادوار العقلية التي يتم اعمالها في القدرة على الارسال الواضح ومن ثم الفهم والادراك من الطرف المتلقي. وبما ان البرنامج التلفزيوني شكل اونوع من انواع الاتصال ارسى فهم لآلية الاتصال بين المرسل والمتلقي فاصبح نموذجًا يحتذى، فدوما ما يصادف تشابه فكرة التكوين للبرنامج التلفزيوني من مجتمع الى اخر بالرغم من تباين الثقافة في المجتمعات اذ يمكن القول انه حالة انسانية محبة بين المجتمعات ولغة مشتركة قد تشابه الموسيقى عند ادراكها بين النوع البشري في العالم لذلك لابد من تزيل العقبات او التحديات التي دون تطويره ، ومن ابرز تلك التحديات التي تواجه تطوير البرنامج التلفزيوني مايلي:

عدم الوعي بأهمية البرنامج التلفزيوني:

يمثل البرنامج التلفزيوني النقطة الاساسية في عملية الانتاج التلفزيوني والذي يجب ان يتم انتاجه في ظل ظروف تمكنه من الخروج للعلن خاصة ان البرنامج التلفزيوني اثبت وعلى مر السنين انه الاداة القوية في التوجيه والتثقيف والتعليم وتحقيق الاهداف القريبة والبعيدة في المجتمعات، لذلك فإن الوعي بهذه الاهمية يشكل البداية الجيدة في سبيل افساح المجال لتكوين برنامج تلفزيوني متطور وان عدم الوعي ينعكس على الاستغلال الأمثل للامكانيات الفنية والتكنولوجية للاتصال والتي تمثل (الآلات والأجهزة الخاصة او الوسائل التي تساعد على انتاج المعلومات وتوزيعها واسترجاعها وعرضها)⁽⁴⁾.

التحديات السياسية:

تتمثل في أنها احد ابرز مجموعة القضايا الكبرى التي تواجه الاعلامي، خاصة تلك التي تحاول ان تقود البرنامج التلفزيوني نحو تحقيق اغراض سياسية ذات مصالح خاصة ، مما يدفع البرنامج التلفزيوني الى العمل وفق وظيفة تخدم فئة محددة الأمر الذي يحد من قوميته، ومن مظاهر التحديات السياسية عمليات التخطيط البرامجي الموضوعه لغرض سياسي والتي تخلو من النظرة او الرؤية الاستراتيجية في توجيه ادارة البرنامج التلفزيوني.

تحديات ايدولوجية:

ويكون هذا التحدي معيقا في تقديم برنامج تلفزيوني متطور خاصة عندما تكون هناك ايدولوجيات للسلطة او المنظمة الاعلامية التي يعمل تحت ظلها البرنامج التلفزيوني تقوم بفرض وتسيير أمر المؤسسة عبر تبنيها لايدولوجيه معينه تحاول اظهارها او بثها للجماهير تحت مسمى الحرية، الا ان تلك الحرية بالطبع لاتعني بالضرورة قيام الفرد دائما بتنفيذ افكاره الابداعية كيفما اراد حيث ان هناك قيودا وضوابط تنظيمية واجتماعية تحدد المقبول وغير المقبول⁽⁵⁾

السيطرة الحكومية والقانونية والتنظيمية:

ويتمثل هذا التحدي في القوانين والتشريعات المنظمة للاعلام بمختلف اشكاله وايضا القوانين واللوائح المنظمة للمؤسسة الاعلامية، ففي كثير من الأحيان تسيطر الحكومه على المؤسسات الإعلامية لتجعلها رهينة لعمل معين متجاهلة قضايا واحتياجات اخرى تعبر احتياجات المجتمعات ورغبتها، حيث تصبح هذه الضوابط والقوانين تحدياً كبيراً جداً يعيق من تطوير البرنامج التلفزيوني بل ويتعداه في الضرر ليشمل المؤسسات الاعلامية بأكملها⁽⁶⁾.

تحديات اقتصادية تتعلق بالتمويل:

تمثل تحديات التمويل والانفاق احد اهم التحديات التي تواجه تطوير البرنامج التلفزيوني حيث انه يقوم بتوفير كافة الاحتياجات المادية والتقنيه التي تساهم في اخراجه بالصوره المثلى التي تلبى تطلعات الجمهور المتلقي، وتتعلق ابرز تلك التأثيرات الاقتصادية بالمول، المعلن، المستهلك (الجمهور) المشترك (افراد او حكومات)، التوزيع او البث، وتتمثل كذلك بمحدودية الموارد ومحدودية السوق في اطار التنافس المحلي والدولي⁽⁷⁾.

تحديات مجتمعية:

وهي ذات اشكال متعددة اذ يتعلق بعضها بالمستوى التعليمي والثقافي للمجتمع او ما يمكن تسميته بالأمية التعليمية والثقافية ، وبعضها يتمثل في المستوى الثقافي للمجتمع اضافة الى الضغوط التي تمارس من التنظيمات الفكرية والسياسية والجماعات الطائفية ، وتثير هذه التحديات مسألة تأثير الموقف الاتصالي بين البرنامج التلفزيوني والمجتمع. فوعي المجتمعات وتطورها ينعكس على البرامج التي تقدم ومستوى التخاطب حيث تقوم بإبتداع افكار ومقومات عمل جديدة تتواءم مع طبيعة المجتمع المتحضر، فعلى الرغم من ان احدى وظائف العمل الاعلامي هي التوعية وتنمية المجتمعات الا ان تأخرها يعيق من تطوير العمل الاعلامي نفسه⁽⁸⁾.

التحديات الخارجية:

تتمثل في اشكال متعددة من بينها ظروف الاتصال الدولي ومنافسته بالإضافة الى الضغوط الاقتصادية عبر الاشتراكات او الاعلانات الدولية، وترجع في بعض الأحيان الى جملة من تعقيدات السياسة الدولية المتعلقة بفرض كيانات وسياسات اعلاميه معينه لتلك القوى العظمى التي تدير المؤسسات الاعلامية الدولية، كما تتأثر احيانا بأشكال العقوبات الاقتصادية على بعض الدول والتي تحد من فعالية عمل المؤسسات الاعلاميه، وبالتالي يتأثر البرنامج التلفزيوني كأحد المنظومات الاعلامية⁽⁹⁾.

تحديات تكنولوجيا:

تشكل المنافسة والتكنولوجيا الاعلامية وما رافقها من تدفق للمعلومات شكلا من اشكال التحديات الدائمة للاعلام من حيث قدرتها على مواكبة التطورات التكنولوجية والصمود في وجه المنافسات الاعلامية المحلية والاقليمية والدولية، كما ظهرت المنافسة المجتمعية مؤخرًا بظهور الاعلام الجديد والتي غيرت بشكل اساسي من امط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال⁽¹⁰⁾. وتظل معظم البرامج التلفزيونية والتي تفتقد للتكنولوجيه تقدم اشكالا من الاعمال التي تعرض باهته ولا تحظى بقبول واسع مما يعني وجود تحديا واضحا في امكانية تطويرها.

تحدي الطبيعة التكوينية للبرنامج التلفزيوني:

لتكوين برنامج تلفزيوني محدد بشكل معين وبفترة زمنية محددة مع امكانية بثه يحتاج ذلك لبيئة وظروف فنية ومالية وقدرات بشرية وفق مواصفات معينة مع القدرة على الالتزام بالتجديد والتحسين واستغلال ماطراً من جديد فمن الضروري وضع الاسئلة التالية في الاعتبار: ما الحوجة من ايجاد موقف اتصالي عبر البرنامج التلفزيوني؟ وكيف يمكن ان يتحقق ذلك؟. فعدم توفر تلك الظروف والقدرات والمواصفات الفنية والمالية والبشرية يجعل هنالك صعوبة في تطوير البرنامج التلفزيوني.

تحدي اطراف الموقف الاتصالي:

يتمثل هذا التحدي في فهم الطرف المرسل للطرف المتلقي خاصة القيم العامة والسلوك النفسي حتى يتمكن البرنامج التلفزيوني من ان يكون جزء مؤثر في العقل الجمعي لتلك الجماهير وهنا يجب : دراسة التكوين الذهني للجماهير، معرفة اساليبها في الاحساس والتفكير، والحاجة لدراسة كيف تولد آراؤهم وكيف تترسخ في النفوس⁽¹¹⁾.

مما يتطلب ذلك من الطرف المرسل داخل الموقف الاتصالي ان يقدم ما يتناسب ليتمكن من ان يقنع حد التأثير. فعدم الفهم بين المرسل والمتلقي يمثل تحديا ومعيقا لعمل البرنامج التلفزيوني.

اسلوب التشغيل:

يمثل اسلوب التشغيل تحديا مستمرا لفرق انتاج البرنامج التلفزيوني باعتبار ان البرنامج التلفزيوني يقدم رسائله باستمرار بحكم انه يحاول ان يحدث اثراً ثقافياً وذلك يحتاج الى اختيار الاساليب التي تمكن هذه الفرق من تقديم تلك الرسائل بروح مفعمة وجازبة وتخطط لطرق واساليب التقديم المتجددة. فعدم ابتكار اساليب تشغيلية جديدة للبرامج التلفزيونية من شأنها ان تعيق من تطوره¹².

تحدي التنافس:

ويتمثل التحدي التنافسي في اتجاهات متعددة تشمل منتج البرامج التلفزيونية المماثل (المنظمات التلفزيونية) حيث تشكل تحدياً تنافسياً إذ ان الجميع يستغل الفضاء ويستهدف نفس الجمهور وتبقى القدرة التنافسية على تقديم الافضل والاستحواز على رضا الجمهور اكبر الأمان لدى صناع البرنامج التلفزيوني. هذا التنافس وما يفرزه من مظاهر قد تقلل من فعالية تلك البرامج ومعدلات رضا الجمهور عنها وبالتالي يتأثر تطورها نتيجة لذلك التنافس⁽¹³⁾.

ابتداع الفكرة البرمجية الجديدة:

وهي النقطة المفصلية التي تؤكد على قوة البرنامج وابتداع الافكار البرمجية يمثل تحدي مهم جدا، وبما ان البرنامج التلفزيوني موقف اتصالي يخاطب المتلقي اذا من الاول ان يكون لهذا الموقف الاتصالي هدف يراد له ان يتحقق في الطرف المتلقي، من جانب اخر فان الموقف الاتصالي عبر البرنامج التلفزيوني ما هو الا انتاج عقلي ابتدع فكرة ذات هدف تترجم من خلال عقل المتلقي الى سلوك وقيم مضافة وتصحيح مسار. ويأتي التحدي من امكانية انتاج تلك الافكار التي تحدث الأثر المهم في المتلقي.

ربطه بالأهداف والخطط القومية:

البرنامج التلفزيوني في احد اهم جوانبه ماهو الا اداء مفكر لبنائها ولكن له ارتباط وثيق بتلك الاهداف والخطط القومية التي تشمل الدولة ككل ويمكن تسميتها بالاستراتيجية القومية او الشاملة إذ من الضروري ان لا يكون هنالك فاصل فكري يفصل ما بين تلك الاستراتيجية القومية والعملية القصدية من البرنامج التلفزيوني المعبر عن الأمة ، والتحدي هنا يتمثل في ان يستوعب البرنامج التلفزيوني المتطور المسارات التي وضعتها الاستراتيجية القومية وذلك:

(لاستخدام الموارد المتاحة افضل استخدام ممكن بهدف تحقيق اهداف قومية معينة⁽¹⁴⁾).

ثانياً : مؤشرات الضعف في تطوير البرنامج التلفزيوني:

هنالك العديد من المظاهر التي تعكس جوانب الضعف التي تصاحب تطوير البرنامج التلفزيوني ويمكن توضيحها كما يلي:

1. ضياع العديد من الفرص التي تتاح في البيئة الخارجية للمؤسسة الاعلامية في حين تستطيع مؤسسات اخرى منافسة واغتنام هذه الفرص واستثمارها، وغالبا ما يرتبط بذلك مواجهة المؤسسة التي يغيب فيها التوظيف الاستراتيجي للعديد من الأفكار وذلك نتيجة لعدم الادراك، الرؤية البعيدة المدى عدم الاستعداد لها وبالتالي عدم القدرة على التعامل الفعال معها.
2. ضعف العلاقة وغياب الربط بين رسائل وافكار المؤسسة التلفزيونية لجمهورها من جانب وما تضعه من سياسات وبرامج للعمل من جانب اخر مما يؤدي الى اهدار جزء كبير من الامكانيات و الموارد و عدم الاستفادة منها نتيجة لعدم ادراك المؤسسة لما لديها من نقاط قوة و كيفية الانتفاع بها و ما لديها من نقاط ضعف و كيفية معالجتها.
3. وجود مناخ تنظيمي به الكثير من اسباب خلق التوتر والقلق بين الموظفين وعدم احساسهم بالامان وضعف الانضمام للمؤسسة وحالات الصراع والنزاع بين المديرين والادارات كل ذلك

- نتيجة لغياب منهج التفكير التطويري في بناء البرنامج التلفزيوني مما أدى الى عدم وجود او قصور الرؤية والهدف من انشاء اي برنامج تلفزيوني.
4. عدم موضوعية اسس و معايير تقويم الاداء و قياس الكفاءة و يرجع ذلك لضعف تحويل الاهداف الى نتائج موضوعية قابلة للقياس و ترجمة ذلك الى خطط و برامج عمل , و من اهم مخاطر ذلك ضعف قدرة المؤسسة على الابداع و الابتكار، فضلا عن ذلك التطبيقات الحرفية للوائح و الاجراءات و القواعد، و تخوف الافراد من تقديم افكار غير تقليدية للتطوير والتحديث.
5. تخبط المؤسسة بقراراتها ووجود فجوات واضحة على عهودها و التزاماتها، و وضوح ظهرت المغالاة في اهدافها بصورة يصعب تحقيقها نتيجة لعدم الرؤية وعدم رؤية عناصر البيئة الداخلية على حقيقتها، وصياغة الاهداف، وضع خطط و برامج العمل على افتراضات خاطئة و من ثم استخدام الموارد والامكانيات في مسارات لا تحقق الاهداف المرسومة.
6. ضعف قدرة المؤسسة لايجاد البدائل الاستراتيجية التي بها يستمر توازن المؤسسة استجابة للتغيرات في محددات عملية التخطيط، بما ينتج منه عدم ملاءمة الخطط و البرامج للحقائق القائمة في بيئة المؤسسة ويتطلب ذلك تغيرا او تعديلا متكررا و دون مبرر في مسارات العمل في المؤسسة و كل ذلك يصطدم مع مقومات استقرار المؤسسة و نموها و تطورها¹⁵.

ثانيا: ملامح البرنامج التلفزيوني المتطور:

هنالك العديد من العلامات والمظاهر التي يعكس توفرها أهم ملامح البرنامج التلفزيوني المتطور وهي كما يلي:

1. قدرة البرنامج التلفزيوني على تحقيق الغاية التي من اجلها تم تصميمه، فهو وسيلة تطرق جميع مناحي الحياة فلا يمكن وصفه بالفن او السياسة ولا بالعمل الاجتماعي او التربوي واما يتطرق الى كل مناحي الحياة ، وان الغاية الاساسية من تصميمه هو تحريك الافكار حول تلك الموضوعات فاذا كانت الافكار البرمجية المثارة حولها قد خاطبت العقل بقصد احداث الاثر فان الغايات في صورتها الكلية لا شك من بلوغها.
2. البرنامج التلفزيوني ما هو الا مجموعة عناصر يتم مزج بعضها البعض وكل عنصر تحركه الفكرة الرئيسية للبرنامج وفق افكار جانبية تمثلها تلك العناصر، فالامر يشابه استراتيجيات المؤسسة الرئيسية والتي تتوافق معها استراتيجيات وحداتها، وفي البرنامج التلفزيوني يجب مخاطبة المتلقي من خلال حواسه وعقليته مستخدمين استراتيجيات وعناصر البرنامج وبذلك ستجد الفكرة او الرسالة الرئيسية طريقها الى ادراك المتلقي.
3. القدرة على مواجهة الاعصار الفكري القادم من خلال رؤية اعلامية متزنة تخاطب عقول الشباب والابناء ولا تهاجم الآخرين بل الدعوه للسلام والخير للبشرية.⁽¹⁶⁾
4. الاعلام يفتقر الى رؤس الاموال الكبيرة ومهما اختلفت الوسائل والجهات التي تدعمه سواء كانت رؤس اموال لرجال اعمال او تتبناه جهات رسمية سيكون في نهاية الامر عبئا

ماليا وان هذا التوظيف سيحقق الاهداف والغايات سواء كانت ربحية او سياسية او مجتمعية وذلك لوجود الاهداف التي سيسعى اليها فريق العمل بتفكير استراتيجي لينتق مفهوم هذا التفكير من الخطط التي تؤمن المستقبل لمشروع معين عن طريق صياغة الاستراتيجية الناجحة التي تؤكد انتهاز الفرص.⁽¹⁷⁾

5. البرنامج التلفزيوني المتطور يستطيع سلك الطرق التي يستجيب بها الانسان تجاه المثيرات الخارجية فهو يعمل وفق: **التعزيز او التدعيم** وذلك لان الانسان يستجيب للمثير الاضافي بصورة ايجابية، فكلما كان المثير الاضافي يبعث بدرجة اكبر على الرضا والسعادة او يستثير الغرائز بقوة بينما يتجنب الاستجابة اذا كان المثير يبعث الى النفور او الخوف . بمعنى اخر يمكن القول بان البرنامج التلفزيوني المتطور يستطيع برمجة خارطة الانسان السلوكية دون ان يشعر بذلك، وكذلك **بالمحاكاة**: ذلك لان الانسان يميل الى تصديق ما يكون مصحوبا بمثال عملي او تجربة شخصية فهو يكتسب سلوكيات معينة بطريقة اسرع من خلال محاكاته للاخرين خاصة اذا كان هؤلاء من ذوي التأثير والشهرة **والمحاكاة تأتي على امط مختلفة:**

أ) قد يكون هدفها استخدام المشاهير في الترويج لسلوك او موقف معين حيث تظهر شخصية شهيرة تمارس ذلك العمل المستهدف بالترويج من اجل دفع الناس لمحاكاته ب- قد تكون المحاكاة جزئية او عرضية فالانسان المعجب بشخصية مشهورة يعلم جيدا انه لن يستطيع تقليدها تماما لاسباب مختلفة كالصفات الجسمية او المهارات وغيره ومن ثم يلجأ الى محاكاة الصفات الثانوية او المثيرات الاضافية مثل طريقة الكلام او التصرف او الاكل والشرب وغيره.

ب) احيانا تكون المحاكاة عكسية بمعنى تقديم سلوك ما او فئة ما او فكرة ما في سياق سلبي منفرد يدفع الجمهور الى تجنب محاكاتها تماما كونها تعززت بمثيرات سلبية

6. البرنامج التلفزيوني المتطور يؤثر في الخريطة الادراكية للجمهور، وذلك عند التخطيط له يستوجب تحليل الخريطة الادراكية للجمهور لامكانية بناءه بحيث تتناسب الفكرة فيه مع الخريطة الادراكية . ويعود ذلك للمسئولية المجتمعية التي يتشارك فيها البرنامج التلفزيوني مع منظمات المجتمع بان: يزيد الاهتمام بتهيئة الظروف والظروف والمناخ العام الذي يمكن الفرد من ان يحيا حياة مستقرة مع التقليل - قدر الامكان - من الصراعات والاحباطات التي تؤثر سلبا على الفرد وتستنزف جهده وطاقته وتضر بصحته النفسية.⁽¹⁸⁾ ومن خلال حرف وازافة بعض المكونات والافكار ولعطاء صورة قد تكون مختلفة عن الواقع .

أن التفاعل بين المتلقي والبرنامج التلفزيوني المتطور لا يحدث بطريقة نمطية سطحية بل يتخذ شكلا معقدة تكتنفه مؤثرات متعددة لذلك يمكن القول بأن البرنامج التلفزيوني المتطور يشبع حاجات معينة لدى ذلك المتلقي. الا ان تطور البرنامج يؤثر في القدرة على ابراز حاجات اخرى جديدة يشعر معها المتلقي انه يريد الاشباع من تلك الحاجات وهكذا تتم دورة العلاقة بين نشوء الحاجات وقرار المتلقي في التعرض املا في اشباعها وهذا يجعل المتلقي يستعيد الدورة مرة اخرى املا في اشباع كل الحاجات لتكون المعادلة (من ثقافة الحاجة الى ثقافة الرغبة).

مجالات البرنامج التلفزيوني المتطور:

من الضروري تفهم ان البرنامج التلفزيوني له عائد مادي وان كان على المدى الطويل اذ ان تكلفة انتاجه غالباً تكون في حوجة الى توفر الامال اللازم وتوفير التكنولوجيا وفرق الانتاج المدربة اما قيمته في التغيير او صياغة الوجدان او تشكيل العقل الجمعي نحو القضايا والاحداث ونحو التنمية والتقدم عالية جدا. البرنامج التلفزيوني وعبر حاستي السمع والبصر يخاطب العقل الذي يعتبر المحرك الاساسي لسلوك الانسان اذا من الضروري ان يفهم كيفية معالجة المعلومات والافكار التي تبث للمتلقين لبناء الرؤى حول صدى تلك الرسائل المرسله اليه. اذا يمكن القول ان تطوير البرنامج التلفزيوني سيجعله احد الوسائل التي لها دور اساسي في نقل الثقافة واحداث الاثر للتغير في اتجاه التطور والنماء ودعم المواقف، او التأثير فيها وعلي حفز وتعزيز ونشر الازمات السلوكية وتحقيق التكامل الاجتماعي⁽¹⁹⁾.

إن التعامل العقلي بين طرفي الرسالة يجعل اختيار الاسلوب التشغيلي الجاذب ضرورة ملحة وتصبح الأفكار الجديدة التي تخدم هدف البرنامج مطلب اساسي لتقديم برنامج متطور يخاطب العقل ويعمل في ظل جو تنافسي فيظل الأقوى هو من يتفهم آليات واسس نجاح البرنامج التلفزيوني والتي حتما تنعكس ملامحه في مجالات متعددة منها:

أولاً: في المجال البشري:

يساهم البرنامج التلفزيوني المتطور في بناء شخصية الفرد وتكوينه النفسي، المساهمة في تربية الاطفال وتكوينهم، الاهتمام باعداد الشباب تثقيفهم، والاهتمام بمشاكل الشرائح الخاصة في المجتمع مثل المعوقين والمسنين⁽²⁰⁾.

ثانياً: في مجال الحريات :

يعمل البرنامج التلفزيوني المتطور على بسط حرية الابداع ويفتح لها الابواب ويرعاها بالنشر والتطوير، كما يسمح بحق الاتصال والحوار وممارسة الحريات بمختلف اشكالها.

ثالثاً: في المجال الاقتصادي والتنموي :

يساهم البرنامج التلفزيوني في التنمية الشاملة وترسيخ قيم جديدة في مجالات النشاط الاقتصادي والمساهمة في اجراء الحوار والنقد حول الخطط التنموية ومشاكلها وتعريف الفرد باهداف التنمية.

رابعاً: في المجال الثقافي:

يساهم البرنامج التلفزيوني في ترسيخ الثقافة القومية، الحفاظ علي الخصوصية القومية، تغيير اتجاهات الناس وقيمهم، ربط حاضر الامة بماضيها، تعميق المفاهيم الروحية، وتطوير اللغة الرسمية والتكيف مع المتغيرات الحضارية والثقافية والعلمية.

خامساً: في مجال القيم:

الانتاج التلفزيوني يساهم في ترسيخ مفاهيم الاعتماد على النفس والثقة بها والايمان بالتكافل الاجتماعي والروح الجماعية والعديد من القيم المجتمعية.

سادساً: في المجال الوطني:

وذلك بغرس المفاهيم المعاصرة عن الوطن والمواطنة، الارتباط بالارض انطلاقاً من الوجود الاجتماعي والثقافي والروحي، كما يمكن للانتاج التلفزيوني المساهمة في مواجهة الغزو الثقافي الخارجي الذي يهدد الهوية والقيم الحضارية.

وظائف البرنامج التلفزيوني المتطور:

لبناء برنامج تلفزيوني متطور يتم توظيف خصائص مجموعة من العناصر منها البشرية، الكهربية، الالكترونية، التطبيقية، التكنولوجية، المعلوماتية وغيرها من التي بينها الباحث خلال سرده الفصل الخامس، وذلك للخروج بعمل يخدم الاهداف العامة للخطط الاعلامية متضامناً في ذلك مع المنتج الاعلامي الكلي الذي يجب ان يتقيد بافكار استراتيجية وقرارات قومية، وتأتي الوظائف العامة للبرنامج التلفزيوني المتطور على النحو التالي:

أولاً: الوظيفة الاعلامية:

تتمثل في جمع البيانات والانباء والصور والتعليقات بعد معالجتها ووضعها في الاطار الملائم من اجل فهم الظروف الشخصية والبيئية والدولية لتمكين مُتلقي الخبر من الوصول الى وضع يسمح له باتخاذ القرار السليم⁽²¹⁾.

وظيفة التوحيد والمشاركة:

هذه الوظيفة تتمثل في توفير رصيد مشترك من المعرفة بدعم الوحدة ليتمكن اعضاء المجتمع من التعايش والعمل المشترك.

خلق الحوافز والدوافع:

اذ من المعروف ان اجهزة الاعلام تعمل علي استحثاث الهمم وتشجيع التطلعات الفردية والجماعية.

الحوار والنقاش:

البرنامج التلفزيوني المتطور يساعد في تبادل المعلومات وتلاقح الافكار وتوضيح مختلف وجهات النظر واستجلاء المعطيات وخلق ارضية للعمل الذي يتماشى مع المصلحة العامة علي مختلف مستوياتها المحلية والقطرية والدولية.

التكامل والتفاهم:

تقتضي هذه المهمة تمكين الافراد والمجموعات والامم من ابلاغ اصواتهم بما يكفل فرص الاضطلاع والتفاهم والتعرف علي ظروف معيشة الاخرين ووجهات نظرهم وتطلعاتهم.

خدمة المجتمع :

لم يعد اليوم بإمكان المجتمعات ان تحيا حياة عصرية ما لم يتم اعلامها علي وجه صحيح بالشؤون الاقتصادية والسياسية والاحداث الدولية وظروف المناخ وغيره.

الوظيفة الثقافية :

والتي يمكن اعتبار تفرعاتها كوظائف اساسية لها وهي على النحو التالي:
أ-التثقيف والتربية: تتعلق هذه الوظيفة بنشر المعرفة علي اساس تفتيح الازهان وتكوين الشخصية وشحذ الكفاءات وتنمية الزوق وتهذيبه⁽²²⁾.

ب- النهوض بالانتاج الفكري: هذه الوظيفة تعني نشر الانتاج في مجال الادب والفن والابتكار الفكري واليدوي بصورة عامة ويتمثل خاصةً في:

- استحثاث وابرار الانتاج البشري بكل اوجهه الفكرية، الفنية، والمادية ونشره وتوزيعه على اوسع نطاق بين البشر.

- تفجير الطاقات الخلاقة الكامنة في الاشخاص والمجموعات وتمكينها من الاسهام في اعداد الرسالة الثقافية وابلغها.
- تهذيب الزوق العام ودفح الجماهير الى التفاعل مع الانتاج الفكري والابداع الفني.
- التفاعل مع المحيط الاجتماعي والسعي الى الارتقاء به الى منزلة اسمى.
- تناقل التراث بين الاجيال واثرائه وجعله السراج الذي ينير الحاضر ويصل بين الماضي والمستقبل.
- ضمان الامن الثقافي للمجتمع حتي لا يكون ضحية الغزو الفكري الاجنبي.
- الترفيه: تتمثل هذه الوظيفة في تقديم عروض التمثيليات الروائية والمسرحيات والافلام وفرق الموسيقى والرقص والرياضة والالعاب..ال غير ذلك بالاعتماد على الكتابة والصورة والصوت والرموز بهدف التسلية والترفيه.

الأهداف الأساسية من وظائف الانتاج الاعلامي:

- كل ما ذكر فيما سبق من وظائف البرنامج التلفزيوني المتطور الرئيسية تنطوي على جملة من الغايات والاهداف التي بدونها لا يكمن للبرنامج التلفزيوني القيام بواجبه على الوجه المطلوب، وبالتالي فإن عدم توفرها يعني ان هناك تقصيرا في بناءه وتقديمه بصورة مواكبه اذ عليه ان يساعد في الاتي:
1. اقرار الديمقراطية الثقافية: فالحق في الثقافة وارد ومعترف به ضمن الاعلان العالمي لحقوق الانسان كما ان التعبير الانساني لا يكون له معنى بدون عدالة وحرية ، لذلك يجب على اجهزة الثقافة من خلال وظائفها الأساسية العمل على ان لا تمتاز الطبقات الراقية والاقليات المحظوظة بكل انتاج ثقافي مفيد وجذاب على حساب الأصناف الشعبية الأخرى⁽²³⁾.
 2. استحداث اللامركزية والمشاركة الجماعية: ان المشاركة تتمثل في اسهام المواطن في كل مراحل العمل الثقافي واشاعة اللامركزية في هذا المجال.
 3. الحفاظ على اللغة وتطويرها: اجهزة الثقافة هي المسؤولة عن وضع اللغة والمحافظة عليها من الاندثار والزوبان.
 4. الاسهام في التنمية: وذلك من خلال الرفع من المستوى الفكري وبالتالي المادي للانسان وتُنمية طاقته ليصبح قادرا على استيعاب مقومات التطور والنهضة.
 5. حماية الهوية الثقافية: بتمكين الثقافات الوطنية ومن التكامل ومن الاثراء بالاحتكاك بغيرها وتمكين الامة من تعريف الرأي العام العالمي بقيمها الثقافية والاجتماعية وجلب الاحترام والتقدير لها.

مميزات البرنامج التلفزيوني المتطور:

- منذ بداية الستينات وبعد نضج صناعة التلفزيون وانتشار اجهزة الاستقبال التلفزيوني على مستوى العالم تقريبا، كانت البرامج التلفزيونية الأداة الاعلامية الاولى من حيث عدد المتابعين وتنوع مشاربهم وفتاتهم. اصبح جهاز التلفزيون بالفعل رمزا للمكانة الاجتماعية فخلال سنوات انتشاره الاولى كانت الاسر غير القادرة على شراء التلفزيون توفر من قوتها الضروري حتي تتمكن من شرائه⁽²⁴⁾.
- كان الموقف الاتصالي عبر التلفزيون يحتوي انتاجاً يستهدف الاعلان التجاري، فلما اثبت جدواه تم استغلاله كوسيلة للدعاية السياسية والتنمية الاقتصادية والثقافية، وذلك بسبب تمتع البرامج التلفزيونية

بالتنوع بمزايا نقل الاخبار والاحداث العالمية الهامة بالصورة والصوت. لذلك ومنذ البدايات الاولى تميز البرنامج التلفزيوني بعدد من الصفات التي جعلته قادرا على ايجاد مكانة مميزة من بين ادوات صياغة المجتمعات مما جعله يوجد المواقف الاتصالية التي تتميز بعدد من المميزات منها مايلي:

أولاً: المصدقية والقدرة علي الاقناع :

فريق البرنامج التلفزيوني يسخر عدد من العناصر فيتمكن الجمهور من رؤية وسماع الاحداث المنقولة اليهم بانفسهم، مما يترك ذلك تأثيرا مقنعا وقويا لان الجمهور لم يتابع الحدث فقط بل كانوا شهوداً وحضوراً له، وبما ان الانسان لايشكك في الشئ الذي يراه بعينه ويسمعه باذنه، لذا يأخذ تقريبا ما يراه عبر التلفزيون او اي وسيط الكتروني اخر من برامج تلفزيونية كحقيقة لاتقبل النقاش او الطعن فيها، لذلك تبرز الاهداف الخفية للبرنامج التلفزيوني، وذلك من خلال اداء فريق العمل الذي ان اراد ترك اثارا متفاوته على الجمهور عبر معالجة تلك الحقائق والاحداث من خلال اكتمال العرض واسلوبه ودرجة التركيز على عناصره والتحكم فيما يعرض وما يحجب عن المشاهدين⁽²⁵⁾.

ثانياً: السرعة في نقل الأحداث:

منذ مطلع الستينات اصبح مايقدم عبر جهاز التلفزيون في تطور مستمر حتى اصبح اشمل واسرع في نقل الاخبار، اذ انه كان يتساوى مع ما أنتج لجهاز الراديو في بث الاخبار الهامة لكنه يتفوق عليه بامكانية عرض الصورة لاحقا وخلال ساعات، اما اليوم فان انتاج الاخبار التلفزيونية وبث الاحداث الهامة يتمان في لحظة وقوعهما، لذلك فالناس في جميع انحاء العالم ومنذ اكثر من اربعين عاما تتجمع مساءً حول اجهزة التلفزيون لمشاهدة ما أنتج من اخبار لرؤية تفاصيل ما سمعوا عنه من خلال جهاز الراديو او ما قرأوه في الصحف، هذا في حد ذاته جعل للبرنامج التلفزيوني القول الفصل والكلمة الأخيرة بين ما يصدقه الناس ويقتنعون به لانهم شاهدوه بأعينهم وبين ما يتشككون في تصديقه لانهم لم يروه. وبظهور الاعلام الجديد لم يكن البرنامج التلفزيوني بعيدا عن ركب التطور لذا حُجزت المكانة عبر منصات الاعلام الجديد وطور البرنامج التلفزيوني ليخاطب جمهورا عريضا بحسب امكانيات ومساحات تلك المنصات.

ثالثاً: مجانية الخدمة:

قبل ظهور جهاز التلفزيون وبداية الانتاج عبره كان الناس اذا سمعوا عن حدث ما في الراديو يتوجهون الي شراء الصحف وربما المجلات المصورة لمعرفة التفاصيل ورؤية الصور، اما في عهد ما بعد اختراع جهاز التلفزيون والانتاج له قد حُلّت إشكال الحوجة الى التثبت من قبل الجمهور حول ذلك الحدث، وفي هذا العصر تحشد ملايين الدولارات بغرض انشاء الفضائيات التلفزيونية وبناء المحتويات البرمجية ذات التكاليف العالية بدون اي مقابل مالي عدا الاشتراك الرسمي الذي تفرضه بعض الحكومات مقابل كل جهاز تلفزيون تمتلكه الاسرة.

رابعاً: تغير انماط الترفيه والتسلية الجماعية :

منذ بداية الثلاثينيات من القرن العشرين تعود الناس في بعض المجتمعات على قضاء الامسيات مجتمعين حول جهاز الراديو بدلا من الذهاب الى المقهى او النادي، ثم لم تلبث هذه العادة ان تأصلت بعد ظهور اجهزة (الفوتوغراف) وسماع الموسيقى من الاسطوانات المسجلة في المنزل بوجود الاصدقاء بدلا من

الذهاب الى المسرح ، وهكذا جاء التلفزيون في الوقت الذي إلف فيه الناس اساليب الترفيه والتسلية المنزلية واصبحوا يتشوقون لرؤية الافلام السينمائية في منازلهم خصوصاً أولئك الذين لايقدررون على تأمين مصاريف الذهاب الى صالات العرض السينمائي، لذلك لم تواجه اجهزة التلفزيون اي مشقة في التأقلم مع هذا الجو الترفيهي المنزلي الجديد خصوصاً عندما تماشي الانتاج التلفزيوني مع قوالب الترفيه في المصادر الاخرى فاضاف الى ما ينتجه المسرح وما تنتجه السينما اضاف انتاج التمثيلية والمسلسل التلفزيوني⁽²⁶⁾.

خامساً: سعة الانتشار:

لايزال الانتاج التلفزيوني حتى الان محافظاً على المركز الاول بين الانتاج لوسائل الاعلام الاخرى في الانتشار بين الناس، فهو يتفوق على ما ينتج في الصحف والراديو من حيث عدد المتابعين لذلك يعد الاداة الرئيسية في انتاج حملات الاعلان التجاري ويعود ذلك لسهولة الالتقاط منزلياً، وامكانية المشاهدة بالكييفية المفضلة للمشاهد، كذلك المقدرة على مخاطبة الناس عبر الانتاج لجهاز التلفزيون على اختلاف مستوياتهم الثقافية والاعلامية....، فالناس يشاهدون ما أنتج باعينهم ويكونون فناعاتهم بعواطفهم وهذا لايحتاج الى اتقان القراءة والكتابة، وهذه الميزة على وجه الخصوص جعلت الهوة بين اعداد المتعلمين وغير المتعلمين الذين يتابعون الاحداث العالمية تنكمش، اذ لم تعد متابعة الاحداث العالمية تحتاج الى مستوى علمي او ادراك خاص فهي في متناول الجميع وكلا يفسرها حسب مستواه ونضجه.

سادساً: القدرة على التحديث والمتابعة:

انفرد الانتاج التلفزيوني في المجال الاخباري بالمقدرة على المتابعة وتحديث المعلومات والصور من مواقع الاحداث اولاً بأول بينما كان الراديو عاجزاً عن نقل الصورة ، اما الصحف فإن تحديث معلوماتها يحتاج الى اصدار الملاحق والطبعات الاضافية وذلك يستغرق وقتاً ومالاً وجهداً اختصره الانتاج التلفزيوني في البداية الى دقائق ثم اصبح الان فورياً لا تاخير فيه، لذا يعتبر الانتاج التلفزيوني الاداة الاعلامية الأكثر مشاهدة خلال الازمات السياسية والصراعات العسكرية والاحداث العالمية الهامة لانه الاسرع في النقل والمقدرة على تحديث البيانات وكان هذا واضحا في التطور الذي لحق بالبرنامج التلفزيوني الذي استوعب اساليب الاتصال الرقمي المعروف بانه:

عملية اجتماعية يتم فيها الاتصال عن بعد بين اطراف يتبادلون الأدوار في بث الرسائل الاتصالية المتنوعة واستقبالها من خلال النظم الرقمية ووسائلها.²⁷

سابعاً: تعدد مصادر التغذية التلفزيونية:

في بدايات عهد التلفزيون كانت المحطات المحلية في العواصم العالمية الكبرى تتنافس في اجتذاب المشاهد من خلال انتاج وتقديم برامج مشوقة وتغطيات اخبارية ورياضية تعتمد على ميول القارئ عليها سياسياً وعقائدياً، فهذا الانتاج التلفزيوني عادةً يكون مصبوغاً بتلك الاتجاهات ومن هنا كان المشاهد التلفزيوني قادراً على رؤية الحدث الواحد ومتابعة تفسيراته من خلال وجهات نظر متعددة تحرره من الوقوع تحت سيطرة كاتب او معلق معين اما اليوم فان البث التلفزيوني الفضائي ضاعف قوة هذا العامل بالذات اضعافاً مضاعفة⁽²⁸⁾.

ثامناً: التأثير الادماني للانتاج التلفزيوني :

تميز الانتاج التلفزيوني عن غيره بمقدرته على إحداث تأثير ادماني عند متابعتة، اذ اصبح جزءاً من حياة المشاهد يفتقده اذا لم يكن موجوداً، بل ان كثيراً من المشاهدين يتكون جهاز التلفاز يعمل حتى وان لم يكونوا يتابعون ما يعرض فقط لان ايقافه يجعلهم يحسون بهدوء غير مرغوب وتشغيله يذهب الوحشة من الغرفة او المنزل، كما اتضح ان عدد ساعات المشاهدة تتزايد تدريجياً ثم تصل الى مستوى معين لاتقل عنه بعد ذلك، كما لوحظ ان وجود التلفزيون في الفنادق كان عامل جذب للنزلاء الذين لم يعودوا يستطيعون الاستغناء عنه ولو لايام معدودة كما يلاحظ وبعد ولوج الانتاج التلفزيوني الى الوسائل المرتبطة بالانترنت ان التأثير الادماني موجود مسبقاً.

تاسعاً: تنوع المادة الترفيهية المعروضة:

استغل الانتاج التلفزيوني جهاز التلفزيون كوسيلة لنقل مادة متنوعة وشاملة لارضاء اذواق الجمهور المتلقي، اضافة الى انتاج البرامج المتخصصة للطفل والمرأة والمراهقين، ونقل المشاهد من السينما الى المسرح والى الملاعب الرياضية واعماق البحار والمناطق الجغرافية النائية وساحات المعارك والحروب، فمن خلال الانتاج التلفزيوني شاهد مئات الملايين مناظر سياحية واحداثاً تاريخية واقليم جغرافية وفصائل من الحيوانات لم تكن رؤيتها متيسرة الا لأعداد قليلة جدا ومحدودة للغاية من البشر، بل اصبح الانسان يستطيع من خلال ما يقدم اليه من انتاج تلفزيوني خلال عام واحد مشاهدة ما شاهده اسلافه من البشر في مئات السنين⁽²⁹⁾.

خصائص البرنامج التلفزيوني المتطور:

اصبح انتاج الخدمة التلفزيونية هاجسا يسيطر على تفكير الحكومات خلال مرحلة الخمسينيات من القرن العشرين وذلك لمجموع الاسباب والعوامل التي زكرت سابقا، واصبح وجود هذه الخدمة الاعلامية في بلد ما دليلاً على تقدمه الحضاري والثقافي وانفتاحه على المعطيات والاحداث العالمية والتفاعل معها، ووجدت فيه الحكومات اداة غير مسبوقة للتأثير في مجال صناعة الرأي العام وتوجيهه وكذلك بناء القنوات وترسيخها بهدف السيطرة على عواطف ومشاعر الشعوب. اما في عالم اليوم وزُعم التطورات التقنية في الاتصال الا ان الانتاج التلفزيوني يعتبر احد اهم وسائل الاعلام بسبب انه انتاج يصلح لتتناقله اعداد مختلفة من الوسائل الاعلامية التي عبرها اصبح الانتاج التلفزيوني اداة ثقافية تساعد على دعم المواقف او التأثير فيها وعلى توحيد مناهج السلوك وتحقيق التكامل الاجتماعي، والانتاج التلفزيوني يشكل للملايين من البشر الوسيلة المهمة في الحصول على الثقافة بجميع اشكال التعبير وهو قادر على تقديم الروائع والابداع من الماضي والحاضر، وقد يذهب به الامر الى خلق امط ثقافية توعوية جديدة تغير في اتساق الافكار المتعلقة بانواع عديدة متباينة من المعتقدات والقيم⁽³⁰⁾.

التاثيرات السالبة للبرنامج التلفزيوني:

تعود ابرز المخاطر السلبية التي يمكن ان يؤثر فيها الانتاج التلفزيوني الى كون الوسيلة الناقلة (التلفزيون) احادية الاتجاه لذلك تتركز المخاطر في الاتي:

1. سوء الاستخدام:

الاعلام ليس مجرد عملية نقل اخبار ونشر معلومات ولكنه يشمل الدعاية والاعلان سواء في المجال التسويقي او في المجال الفكري الابداعي او فيما يتعلق بالسلوكيات ومضامينها الاخلاقية وتحقيق الاهداف

المختلفة للمجتمع في المجال المعرفي والاجتماعي والثقافي والتوعوية والتوجيه والترفيه والتسلية والتثقيف فيوشك الاعلام ان يكون قناة الاتصال الاولى من حيث التأثير على المجتمع والاسرة والفرد، بل ان مؤسسات التربية والتعليم تواجه تحدياً كبيراً من قبل وسائل الاعلام فالطفل الذي يقضي ساعات معدودة في المدرسة يقضي مثل هذه الساعات او اكثر راغباً منصتاً متفاعلاً امام شاشات التلفاز.

2. نوعية المحتوى:

خطورة المحتوى تأتي اذا ما كان منافياً للعادات والواقع والقيم في المجتمع ذلك لان محتوى مثل هذا محمولاً بالقوالب الخاصة بالانتاج محكماً في عمليات التصوير والديكور مخاطباً العاطفة او العقل او الغريزة بإمكانه تغير اتجاهات الافكار، وربما تبني افكار جديدة مفصلة لخدمة اهداف هدامة، وقد تتغير مواقف الافراد في شكل اقتناع تام او وسط او ضعيف او انها تعمل كوسيط للتغيير، ولتحقيق هذا التأثير تتبع مصادر البث التلفزيوني استراتيجيات نفسية متنوعة يتركز معظمها فيما يلي:

- أ. الاحلال والابدال الفكري محل الثوابت او الفكرة الاصلية وفي ذلك يتبع المُرسَل التسلسل السيكلوجي التالي : احترام الثوابت والقيم، زعزعة اتجاهات الفرد، عدم ائزان نفسي، تقديم البديل الفكري، حيث تتجنب الرسالة الاعلامية التصادم مع الاهداف القائمة لتضمن ثقة الفرد بالمصدر لاحترامه لمعتقداته مع البث التدريجي لمضامين خفية من اجل زعزعة افكار وقيم الفرد دون التعرض لها مباشرة فتجعله في حالة حيرة وتشويش وعدم ائزان نفسي ثم تعرض البديل وهو فكرة محددة او ايدلوجية شاملة.
- ب. تكرار الفكرة البديلة، واستمرارية تعرض المتلقي لها حتى يقتنع بها على اعتبار ان هذه الفكرة مهمة جدا لدرجة انها حاضرة في وسائل الاعلام.
- ج. التقليل من عرض الرسائل الاعلامية التي تعزز القيم والافكار المعارضة لسياسة المصدر الاعلامي، واحيانا حججها نهائياً رغم اهميتها واحتياج المشاهد لها.
- د. في نفس الوقت يتم تقديم افكار الفرد وقيمه الاصلية بصورة مشوهة وباهتة وعبر برامج مملة للتخفيف من رسوخها في نفس المتلقي، فان البديل يحاط بقالب جميل يتضمن مثيرات حسية وذهنية اي عوامل جذب بصرية وصوتية وتغير في نوع الحركة ودرجاتها، وذلك بمخاطبة المتلقي عبر حواسه فيتفاعل مع المشهد ويكتسب معلومات وهكذا حتى يتقبلها وجدانياً بعد ان استوعبها عقلياً واختزلها معرفياً، وقد تتحول الى اغماط سلوكية يمارسها الفرد ويدافع عنها، وهذه الطرق يمكن ايضاً استخدامها في ترسيخ القيم والأصالة والخلق الانساني وذلك عبر البرامج الانسانية والاسلامية الكافية لسد حاجات المجتمع(31).

الانتاج التلفزيوني عنصر تنمية:

لقد تم ربط الانتاج التلفزيوني منذ زمن بعيد بالانتاج وبالعامل، الا ان الصلة بينه والاقتصاد اصبحت بارزة الان اكثر فاكثر، واضحى الاتصال عبره قوة اقتصادية مهيمنة وعاملاً حاسماً من عوامل التنمية الحقيقية في مختلف انحاء العالم وذلك من خلال التحكم فيه والتعامل معه على اساس: انه وسيلة اتصال جماهيري داخل المجتمع وتوجيهه بالشكل المطلوب الذي يتفق مع اهداف الحركة التنموية ومصلحة المجتمع العليا.³² تحتل نشاطات التلفزيون البرمجية مكانة كبيرة في اقتصاد العالم ،

ويبرز ذلك من خلال فرص العمل ، حجم راس المال ، الصناعات المتصلة بمحطات البث ، اجهزة التقاط الصوت والصورة، كما ان الانتاج مرتبط ايضا بفروع اخرى عديدة من النشاط الصناعي مثل الاقمار الصناعية والادمجة الالكترونية والالياف الضوئية.

هناك من ذهب الى ابعاد من ذلك في تحليلهم حيث يرون ان قطاع الانتاج للتلفزيون يمثل قسما كبيرا من الانشطة الخاصة بالتربية والعلوم والطب الوقائي والخدمات والادارة والمصالح المالية، ويقدر البعض ان نشاطات الاعلام في صورته الشاملة والاتصال في البلدان التي بلغت درجة عليا من التطور التقني قد فاقت كل النشاطات الاخرى.

البرنامج التلفزيوني توعية واسهام:

قد يكون توسيع الافق الذهني اول مظهر من مظاهر وظائف الانتاج التلفزيوني، اذ بإمكانه وبفضل ما يكتسبه لدى الجماهير من مصداقية ان يساعد شعوب البلدان النامية على معرفة نمط حياة الشعوب الاخرى وعلى نظرتها الى اساليبها الخاصة ان كانت في حاجة الى المراجعة ذلك ان المجتمع التقليدي حسب (د.لارنر) غير مساهم خلافاً للمجتمعات الحديثة، فافراده يعيشون في اسر وقبائل منعزلة بعضها عن البعض الاخر، وفي هذا المجتمع لاتولد حاجات تدعو الى ترابط المصالح الاقتصادية الا نادراً، ولغياب هذا التشابك فان وافق كل فرد يكون مقتصرًا على الاطار المحلي والقرارات لاتهم الا البعض من الاشخاص المعروفين والمعنيين مباشرة وبالتالي لا فائدة (ايدلوجية) وطنية تقرب بين المتساكنين الذين لايعرف بعضهم بعضا وتساعدهم على تبادل الاراء او الاتفاق حول الاختيارات الاساسية⁽³³⁾. وهكذا فان الانتاج التلفزيوني في تقريبه للبعيد، في توضيحه للغامض، في توسيعه لأفق المواطن يساعد على تسيير التحول من المجتمع التقليدي الى المجتمع الحديث، ويساهم في تقريب مستويات العيش في المجتمعات النامية وتبقى غايته المنشودة تحرير هذه المجتمعات من التواكل والجمود وتشجيع المطامح الشخصية وحث المتساكنين على تحسين ظروف حياتهم بالعمل البناء والمجهود اللازم. فلا مجال للتشكيك اليوم في جدوى الانتاج التلفزيوني واعتباره وسيلة اتصال في ميدان التخطيط الاقتصادي والعمل الانمائي.

تعدد اوجه البرنامج التلفزيوني المتطور:

تتعدد أوجه البرنامج التلفزيوني المتطور لتشتمل على الاتي:

اولا: اجهزة انتاج البرنامج التلفزيوني:

ازدادت كفاءتها من حيث النوعية كما هو حال محطات الارسال وازدادت كفاءة اجهزة التسجيل والتصوير التي امكن اسخدامها لفترة طويلة دون الحاجة لاعادة شحنها بالطاقة وصغر حجمها وخف وزنها مما سهل استعمالها في كل الظروف وسهل الرقائق واللوحات الالكترونية عملية اصلاح الاعطال وتقليل اخطاء العمل، كما توفرت امكانية الوصول بالبرنامج التلفزيوني الى مسافات ابعد وبصوت وصورة اوضح كما تأثر بثورة الاتصالات مما انعكس ذلك ايجابا في نقل الاخبار والاحداث مباشرة وممكن من تعايش اكثر صدقا مع احداث العالم ومشاكله.⁽³⁴⁾

إن استعمال التقنيات الحديثة في البرنامج التلفزيوني اثر على جوانب كثيرة سواء بالنسبة للاجهزة ام بالنسبة للعاملين في حقل انتاج البرنامج التلفزيوني.⁽³⁵⁾

ثانياً: العاملون في مجال البرنامج التلفزيوني :

اوجدت التقنية الحديثة جيلا جديدا من المهندسين والفنيين القادرين على التعامل مع هذه التقنيات تخرجوا في جامعات ومعاهد متخصصة وغطوا كثيرا من الاحتياجات للقوة البشرية المدربة. ويرى الباحث ان الاهتمام بحاجة العاملين الملحة الى دورات مكثفة ومتكررة تبين لهم امكانية هذه التقنيات وسبل استغلالها وفائدتها في عملهم من اهم مقومات تطوير البرنامج التلفزيوني.

ثالثاً: صناعة وادارة الافكار البرمجية المبدعة:

الابداع سمة لازمت البرنامج التلفزيوني والاجهزة الناقلة لهذا الابداع فبلا شك ترجمت افكار العديد من العلماء والمفكرين تلك التي انتجت للعالم الكثير من الفوائد التي خدمت في تطوير البرنامج التلفزيوني كما اسلف الباحث الحديث عنها خاصة تلك الاجهزة والتقنيات التي جعلت من نقل الصورة والصوت ممكناً ومبدعاً وجازباً، وفي مجال صناعة وادارة الافكار المبدعة خلال البرنامج التلفزيوني فان ذلك يمثل وجه من اوجه:ادارة التغيير من الواقع الحالي الى الواقع المراد الوصول اليه من خلال تطوير الاعمال والسلوك باتباع اساليب عملية لتعزيز التغيير المراد احداثه.⁽³⁶⁾

لصناعة وادارة الأفكار المبدعة عبر البرنامج التلفزيوني المتطور العديد من الخصائصهما:

- عملية اجتماعية تنبع من الناس وتعتمد عليهم وتتجاوب مع احتياجاتهم.
- الاختيار الافضل والانسب والاستخدام الامثل للموارد المتاحة.
- الممارسة الفعالة للعملية الادارية من وضع للاستراتيجيات والتكتيكات المحكمة والواقعية والتوجيه السليم والتنسيق والتنظيم المرن والرقابة المحكمة والتوظيف السليم للموارد والموازنات لحل المشكلات بالفاعلية المطلوبة والملحة.
- التصرف والسلوك الانساني الرفيع والخير والخبرة العملية الحكيمة من اجل الانجاز والاخذ والعطاء لصالح الانسان.

رابعاً: اداة لتشكيل وهندسة الجمهور:

تمثل وجه من اوجه البرنامج التلفزيوني المتعددة دائماً ما تستعين الدول بالبرنامج التلفزيوني اسوة بادوات الاعلام الاخرى من صحافة او راديو او اعلام بديل سعياً منها الى تشكيل الجمهور واحيانا تهيئته لسبب او غرض ما يراد ان يحقق مصلحة عامة تهم غالبية او اكثرية جمهور تلك الدولة ، حينها تشحز الهمم وتنتج الافكار التي تصب في مصلحة تحقيق الغرض او الهدف والسمة البارزة لبرامج التلفزيون في العصر الحالي محاولتها تخطي الحدود والتنافس على ايجاد العقل الجمعي الذي يرتبط بافكار تلك البرامج التلفزيونية في اي مكان، وكثيرا ما يكون العمل بهذه الطريقة مقصود ومدبر وبسبب تعدد المستويات التي تمر بها تلك الرسالة من دولة الى اخر ومن ثقافة الى اخرى مغايرة اذا يصبح امر التخطيط التقليدي للبرامج التلفزيونية في العصر الحالي امراً غير مجدي.

فهناك من يخطط لأهداف تهدم وآخرين يخططون لتحقيق مصلحة بعيدة تتحقق بعد سنين عددا ليصبح التخطيط اكثر احكاماً وامضى في تحقيق الاهداف، فهم لايعتمدون فقط على التخطيط الاجرائي اليومي في تنفيذ الاعمال واما يربط بالتخطيط التشغيلي والتخطيط التكتيكي ليظل كل ذلك تخطيطاً

استراتيجياً لإدارة العمل وتقديمه وبالتالي تحقيق الاهداف الاستراتيجية والتكتيكية والتشغيلية والاجرائية ليكون البرنامج التلفزيوني المتطور اداة مهمة، لذا يدار بما سبق من اساليب تخطيط وعوامل مباشرة تسهم في تشكيل اراء الجماهير وسلوكياتهم لذا تمزج عوامل: الصور والكلمات والعبارات او الشعارات لانها تؤثر في عقل الجمهور بجانب تلك العناصر يدخل تقديم التجربة وهي منهجية فعالة من اجل زرع حقيقة ما في روح الجماهير بشكل راسخ.³⁷

الخاتمة:

بهذا تكون الورقة قد تناولت تحديات تطوير البرنامج التلفزيوني من خلال توضيحها لمفهوم التطوير في البرنامج التلفزيوني واهم التحديات التي تواجه تطويره. ومن ثم أهم المؤشرات التي تعكس ضعفه. كما قدمت الورقة مجموعه من المقترحات تصلح لمعالجة وتطوير البرنامج التلفزيوني. اختتمت الورقة بخاتمه ومجموعه من النتائج والتوصيات تظهر كما يلي:

النتائج:

من أهم النتائج التي توصلت اليها الورقة :-

1. إن هنالك العديد من المظاهر والملامح التي تميز البرنامج التلفزيوني المتطور تمثل أهمها في قدرته على تحقيق الغاية التي صمم من أجلها،
2. إن البرنامج التلفزيوني المتطور له عدة مجالات.
3. تعتبر المصادقية والقدرة على الاقتناع والسرعة في نقل الاحداث وسعة الانتشار والقدرة على الانتشارو التحديث والمتابعه احد أهم مميزاته
4. إن البرنامج التلفزيوني المتطور يحتاج الى قدرات تشغيلية ومواصفات تخصصية .
5. إن البرنامج التلفزيوني عملية قسدية لاترك مجالاً للصدفه
6. البرنامج التلفزيوني المتطور قادر على مزج الالة الالكترونية والعقل البشري المشغل كوحدة واحدة.

التوصيات:

أوصت الورقة بضرورة الآتي:

1. ضرورة التخطيط المسبق للبرنامج.
2. الحرص على توظيف الافكار بابداع مع الابتكار.
3. ضرورة توفير الدعم والتمويل الكافي واعتماد التكنولوجيا ذات الكفاءة العالية.
4. اعتماد الرؤية الاعلامية المتزنة التي تخاطب وتراعي عقول الجماهير على اختلاف اعمارهم وفئاتهم.
5. وضع الضوابط اللازمة التي تهتم بالاهلية الاكاديمية والتدريبية لفرق عمل انتاج البرنامج التلفزيوني

الهوامش:

- (1) زكي نجيب محمود ، تجديد الفكر العربي ، الميزان للنشر والتوزيع ، 2017م ، ص 337.
- (2) محمد جمال
- (3) الفار ، المعجم الاعلامي ، مرجع سابق ، ص 180.
- (4) صالح ابو اصبح ، تحديات الاعلام العربي (دراسات الاعلام) ، دار الشروق للنشر والتوزيع ، ط:اولى ، 1999م ، فلسطين ، ص 214.
- (5) حسن عماد مكاوي ، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ، الدار العربية للنشر والتوزيع ، 2009م ، مصر ، ص 68.
- (6) عثمان عبد الله عثمان ، فرص ومعوقات الابداع في الادارة ، ط: اولى ، مطابع نجد ، 2014م ، السعودية، ص 196.
- (7) ملخص مناقشة التحديات القانونية التي تعترض العمل الاعلامي، المؤتمر الدولي للقانون والاعلام، جامعة قطر، بتاريخ -28يناير 2020-، عبر www.al-sharq.com
- (8) واقع سوق البرامج التلفزيونية العربية وسبل تطويرها، المهرجان العربي للاذاعة والتلفزيون، دوره 20، الملف عبر www.asbu.net
- (9) مالك رحاب محمود العزة، استخدام التقنيات التلفزيونية الحديثة وتأثيرها على زيادة متابعة مشهدة البرامج الاخبارية في التلفزيون الاردني، بحث مقدم لنيل درجة الماجستير في الاعلام، جامعة الشرق الاوسط، 2017، ص 65.
- (10) قيس العزاوي، تحديات الاعلام في الوطن العربي، مجلة شئون عربية، تصدر عن الامانه العامه لجامعة الدول العربية سبتمبر 2020، عبر www.arabaffairsonline.com
- (11) محمد جمال الفار - المعجم الاعلامي - مرجع سابق - ص 30.
- (12) غوستاف لوبون (ترجمة: هاشم صالح ، مصدر سابق. ص 99.
- (13) مهارات اتصاليه، معهد البحرين للتنمية السياسية، سلسلة كتب 2014، يناير 2015.
- (14) تحديات تواجه عمل البرنامج التلفزيوني، مدونات معهد الجزيرة للاعلام. net.institute.aljazeera.net
- (15) حسين عمر ، مبادئ التخطيط الاقتصادي والتخطيط التائيري في نظام الاقتصاد الحر ، ط:اولى ، دار الفكر، مصر ، 1998م ، ص 19.
- (16) دورات تدريبيه الكترونيه، حول التخطيط الاستراتيجي للاعلام، مقدمه من قبل المدرب محمد حسين ابو صالح ضمن مشاريع تخصص التخطيط الاستراتيجي للدوله ، لمحور العناصر الاساسية للاعلام

- (17) صلاح عبد الحميد ، الاعلام الفضائي والمجتمع (التاثير والتاثر)، دار اقلام للنشر والتوزيع ، مصر 2011م، ص244.
- (18) Huyh Macmillan&MahenTampoe – Strategic Management – OX Ford University
Published – U.S.A -2000 – P.164
- (19) وفيق صفوت مختار ،الصحة النفسية واساليب تنشئة الطفل اسريا وتربويا ومجتمعيا ، ط: اولى ،دار
الطلائع ، مصر ، 2012م ،ص25.
- (20) هشام محمود الاقداحي ، الاتصال والاعلام الدولي والاتصال الجماهيري (مصر : مؤسسة الشباب
الجامعية ، 2010 ، ص 20.
- (21) فؤاد احمد الساري ، وسائل الاعلام النشأة والتطور ، ص50.
- (22) هشام محمود الاقداحي ، الاتصال والاعلام الدولي والاتصال الجماهيري ، مصدر سابق ، ص161.
- (23) هشام محمود الاقداحي ، مصدر سابق ، ص163.
- (24) فؤاد احمد الساري ، وسائل الاعلام النشأة والتطور ، ص70
- (25) ملفين ل . ديفلر وساندرا بول، روكيتيش، ترجمة:كمال عبد الرؤوف ، ط: الثانية، الدار الدولية
للاستثمارات الثقافية ، مصر 2014م ، ص169.
- (26) فؤاد احمد الساري ، وسائل الاعلام النشأة والتطور ، مصدر سابق ، ص338.
- (27) فؤاد احمد الساري ، مصدر سابق، ص341.
- (28) محمد عبد الحميد ، الاتصال والعلام على شبكة الانترنت ،ط:اولى ،عالم الكتب ، مصر ، 2007م ، ص26.
- (29) فؤاد احمد الساري ، مصدر سابق، ص342.
- (30) محمد جمال الفار ، المعجم الاعلامي ، مصدر سابق ، ص 112.
- (31) شوقي صلاح احمد اسماعيل ، (مقال بعنوان: الشباب الافريقي في تنمية المجتمع) ، مجلة قراءات
افريقية ، العدد 19، 2016، ص74.
- (32) عبد العزيز شرف ، الاعلام الاسلامي وتكنولوجيا الاتصال ،ص40.
- (33) الداغر مجدي محمد عبد الجواد ، دور وسائل الاعلام في دعم خطط التنمية المستدامة ، مجلة حوليات
الاداب والعلوم الاجتماعية ، العدد:33، 2012م ، ص 23.
- (34) عبد العزيز شرف ، مصدر سابق،، ص 49.

- (35) عبد العزيز شرف، مصدر سابق ، ص 154.
- (36) فيصل كامل نجم الدين ، اساسيات ومهارات العمل التلفزيوني، مصدر سابق ، ص 153.
- (37) داني محمد احمد ، (ادارة التغيير اداة اصيلة للاصلاح الاداري) ، مجلة السودان للادارة والتنمية ، العدد 22، يونيو 2007م ، ص 5.
- (38) غوستاف لوبون ، مصدر سابق ، ص 115،116،122.

المصادر والمراجع:

- (1) زكي نجيب محمود ، تجديد الفكر العربي ، الميزان للنشر والتوزيع ، 2017م ، ص 337.
- (2) محمد جمالالفار ، المعجم الاعلامي ، مرجع سابق ، ص 180.
- (3) صالح ابو اصبع ، تحديات الاعلام العربي (دراسات الاعلام) ، دار الشروق للنشر والتوزيع ، ط:اولى ، 1999م ، فلسطين ، ص 214.
- (4) حسن عماد مكاوي ، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ، الدار العربية للنشر والتوزيع ، 2009م، مصر، ص 68.
- (5) عثمان عبد الله عثمان ، فرص ومعوقات الابداع في الادارة ، ط: اولى ، مطابع نجد ، 2014م،السعودية ، ص 196.
- (6) ملخص مناقشة التحديات القانونية التي تعترض العمل الاعلامي، المؤتمر الدولي للقانون والاعلام، جامعة قطر، بتاريخ 28-يناير-2020 ، عبر www.al-sharq.com
- (7) واقع سوق البرامج التلفزيونية العربية وسبل تطويرها،المهرجان العربي للاذاعهوالتلفزيون،الدو ره 20،الملف عبر www.asbu.net
- (8) مالك رحاب محمود العزة،استخدام التقنيات التلفزيونية الحديثة وتأثيرها على زيادة متابعة مشتهدة البرامج الاخبارية في التلفزيون الاردني،بحث مقدم لنيل درجة الماجستير في الاعلام، جامعة الشرق الاوسط، 2017، ص 65.
- (9) قيس العزاوي، تحديات الاعلام في الوطن العربي،مجلة شئون عربييه، تصدر عن الامانه العامه لجامعة الدول العربييه سبتمبر 2020،عبر www.arabaffairsonline.com
- (10) غوستاف لوبون (ترجمة: هاشم صالح ، مصدر سابق. ص 99.
- (11) مهارات اتصاليه، معهد البحرين للتنمية السياسية، سلسلة كتب 2014،يناير 2015.
- (12) تحديات تواجه عمل البرنامج التلفزيوني، مدونات معهد الجزيرة للاعلام، net.institute.aljazeera.com
- (13) حسين عمر ، مبادئ التخطيط الاقتصادي والتخطيط التاثيري في نظام الاقتصاد الحر ، ط:اولى ، دار الفكر ، مصر ، 1998م ، ص 19.
- (14) دورات تدريبيه الكترونيه،حول التخطيط الاستراتيجي للاعلام، مقدمه من قبل المدرب محمد حسين ابو صالح ضمن مشاريع تخصص التخطيط الاستراتيجي للدوله ، لمحور العناصر الاساسية للاعلام الاستراتيجي،عبر onstrategos.com/ar/lea
- (15) صلاح عبد الحميد ، الاعلام الفضائي والمجتمع (التاثير والتاثر)، دار اقليم للنشر والتوزيع ، مصر 2011م، ص 244.
- (16) Huyh Macmillan&MahenTampoe - Strategic Management - OX Ford University Published - U.S.A -2000 - P.164
- (17) وفيق صفوت مختار ،الصحة النفسية واساليب تنشئة الطفل اسريا وتربويا ومجتمعيا ، ط: اولى ، دار الطلائع ، مصر ، 2012م ، ص 25.

- (18) هشام محمود الافداحي ، الاتصال والاعلام الدولي والاتصال الجماهيري (مصر : مؤسسة الشباب الجامعية ، 2010 ، ص 20.
- (19) فؤاد احمد الساري ، وسائل الاعلام الناشئة والتطور ، ص50
- (20) ملفين ل . ديفلر وساندرا بول، روكيتيش ،ترجمة:كمال عبد الرؤوف ، ط: الثانية، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية ، مصر 2014م ، ص 169.
- (21) محمد عبد الحميد ، الاتصال والعلام على شبكة الانترنت ،ط:اولى ،عالم الكتب ، مصر ، 2007م، ص26.
- (22) شوقي صلاح احمد اسماعيل ، (مقال بعنوان: الشباب الافريقي في تنمية المجتمع) ، مجلة قراءات افريقية ، العدد 19، 2016، ص74
- (23) عبد العزيز شرف ، الاعلام الاسلامي وتكنولوجيا الاتصال ،ص40.
- (24) الداغر مجدي محمد عبد الجواد ، دور وسائل الاعلام في دعم خطط التنمية المستدامة ، مجلة حوليات الاداب والعلوم الاجتماعية ، العدد:33 ، 2012م ، ص23.
- (25) فيصل كامل نجم الدين ، اساسيات ومهارات العمل التلفزيوني، مصدر سابق ، ص 153.
- (26) داني محمد احمد ، (ادارة التغيير اداة اصيلة للاصلاح الاداري) ، مجلة السودان للادارة والتنمية ، العدد 22،يونيو 2007م ، ص5.