

أهدى البحوث العلمية بقسم بحوث الطرق والمعينات الإرشادية المنشورة عام ٢٠١٠

متطلبات الإعلاميين الزراعيين في الوظائف الإعلامية لقناة فضائية زراعية مصرية
د/ محمد فاروق الجمل د/ حمدي السيد أنور رافع د/ حسن علي حسن شرش
المجلة العلمية للإرشاد الزراعي، المجلد الرابع عشر، العدد الثاني، ٢٠١٠م.

الأهداف:

٢- أن ما يقرب من ثلاثة أرباع الباحثين بنسبة ٦٨,٦٪ من إجمالي الباحثين لديهم متطلبات بدرجة عالية في شمول الوظائف الإعلامية المدروسة لقناة فضائية زراعية مقترحة لتتواءم مع احتياجات المشاهدين.
٣- أن متطلبات الباحثين للوظائف الإعلامية للقناة الفضائية الزراعية المصرية يتركز بدرجة عالية في وظيفتي تهيئة المناخ الملائم للتنمية والإخبار حيث أشار إلى ذلك ٩٣,٣٪ و ٨٧,٦٪ من عينة الباحثين على الترتيب.

٤- تبين أن التعامل السريع مع الأحداث والأزمات والإعلانات بلغ نسبة ٧٧,١٪ وأن نشرات الأخبار الزراعية بنسبة ٦٤,٨٪ والأفلام التسجيلية بنسبة ٦٣,٨٪. وكانت أهم متطلبات الباحثين في الشكل الإعلامي للرسالة الإعلامية بالبرامج التي تبثها القناة الفضائية الزراعية المقترحة.

يستخلص من النتائج السابقة ما يلي:

١- أن الباحثين يتعرضون أنتقائياً للقنوات الفضائية أكثر من تعرضهم للقنوات المحلية وذلك بغية البحث عن الجديد من المعلومات.
٢- أن أكثر القوالب الفنية لتقديم البرامج بالقناة الفضائية الزراعية في رأي الباحثين هي: زيارات لموقع الأحداث. والإعلانات للمنتجات الزراعية الموصى بها حيث احتل نفس الترتيب بنسبة ٨١٪ من آراء الباحثين.

استهدف البحث التعرف على خصائص الإعلاميين الزراعيين الباحثين والتعرف على متطلباتهم في الوظائف الإعلامية لقناة فضائية زراعية مصرية. ثم تحديد العلاقة بين هذا المتغير التابع والمتغيرات المستقلة المدروسة للمبجوثين. والتعرف على آراء الباحثين في قالب الفنى للرسالة الإعلامية المقدمة من خلال القناة الفضائية الزراعية المصرية.

الطريقة البحثية:

أجرى البحث بالجهات ذات التخصص الإعلامى الزراعى بالقطاع الزراعى. حيث تم اختيار عينة البحث المكونة من ١٠٥ مبجوث إعلامى زراعى عشوائياً بنسبة مقدارها ٤٣,٤٪ من شاملة البحث البالغ عددها ٢٤٢. وإستخدم فى جمع البيانات الإستبيان مع المقابلة الشخصية خلال شهر مارس ٢٠١٠. وإستخدم فى تحليل البيانات إحصائياً معامل الارتباط البسيط لبيرسون. والمتوسط الحسابى. والإنحراف المعيارى. وعرضت البيانات بإستخدام التكرارات والنسب المئوية.

النتائج: تبين ما يلي:

١- أن ما يقرب من أربعة أخماس الباحثين بنسبة ٨١٪ من إجمالي الباحثين لديهم خبرة فى العمل الإعلامى الزراعى لمدة تتراوح بين ١٥ سنة وما يزيد على ٢٥ سنة.