

تأثير الإعلام البديل على بناء أجندة نشرات الأخبار

أميرة فتحى إبراهيم القاضى

باحثة دكتوراه
كلية الإعلام - جامعة القاهرة

تمثل الأخبار جانباً مهماً في عالم الإعلام المعاصر، وتبقى على الدوام السبيل الفاعل في متابعة الأحداث وتطوراتها في خضم ذلك الكم الهائل منها، الذى تتجاذبه وسائل الاتصال بمختلف أشكالها. ويمثل الخبر عنصراً أساسياً في تلك العملية الإعلامية سواء في مجال الصحافة أو الإذاعة أو قنوات التليفزيون وشبكات البث الفضائي، وقد شهدت صناعة الأخبار وأساليب إعدادها وإخراجها تطوراً كبيراً في سنوات العقد الأخير من القرن الماضى، وامتد هذا التطور ليشمل لغة الخبر وطريقة صياغته وتحريره وقوالبه والشكل الذى يصل به إلى المتلقى، لذلك فقد أولى الباحثون هذا الموضوع أهمية خاصة، انسجاماً مع تلك التطورات الكبيرة التى يشهدها الإعلام كعلم وفن وصناعة.

القناة، فقد أصبح للإعلام البديل بأنماطه المختلفة من مواقع التواصل الاجتماعى، وإذاعات الإنترنت، ومواقع التليفزيون الإلكتروني، ومواقع الصحف للأفراد وغيرها، دور مؤثر في بناء أجندة نشرات الأخبار، خاصة مع تعدد سماتها الإيجابية المختلفة من حيث السرعة وحرية تداول المعلومات وغيرها.

وتتناول هذه الدراسة تفصيلاً دور مواقع الإعلام البديل بمصادره المختلفة في بناء أجندة نشرات الأخبار التليفزيونية المقدمة في الإعلام المصرى على مستوى القنوات الرسمية والقنوات الخاصة.

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسى يتحدد في رصد تأثير الإعلام البديل على بناء أجندة نشرات الأخبار في التليفزيون الحكومي والخاص (دراسة على القائم بالاتصال، وتحليل مضمون).

ويتحقق هذا الهدف من خلال مجموعة من الأهداف الفرعية هي:

1- تحديد أهم وسائل الإعلام البديل وأكثرها استخداماً من جانب القائمين بالاتصال.

واستمر الإعلام التقليدي بأنماطه المختلفة يهيمن على صناعة المعلومات وتداولها، في ظل سيطرة كاملة على توجهات هذا الإعلام سواء من الحكومة أو الأحزاب أو رأس المال الخاص بالشكل الذى يخدم مصالح هذه الجهات. ومع ظهور نمط الإعلام الإلكتروني البديل، بدأت الساحة الإعلامية والسياسة تشهد إرهابات جديدة لنمط بديل من عملية تداول المعلومات وصناعتها، أصبح فيه المواطن طرفاً أساسياً بعد أن غاب-ولسنوات طويلة عن هذه العملية- الأمر الذى يطرح إشكالية مفادها: إلى أى مدى استطاع هذا الإعلام البديل أن يحقق ديمقراطية الاتصال، وحرية إنتاج المعلومات وتداولها في مصر؟

لذلك أوجد مجال دراسات تأثيرات وسائل الإعلام والاتصال في الفترة الأخيرة جدلاً واسعاً، حول تأثير الإعلام البديل على بناء أجندة نشرات الأخبار في التليفزيون الحكومي والخاص في مصر.

مشكلة الدراسة:

تتعدد مصادر التأثير في بناء أجندة نشرات الأخبار التليفزيونية ومنها وكالات الأنباء والمراسلين وسياسة

- ٢- الوقوف على رؤية القائمين بالاتصال لما ينشره الإعلام البديل، ومدى ثقتهم فيه.
- ٣- رصد تأثير الإعلام البديل على بناء أجندة نشرات الأخبار في التلفزيون الحكومي والخاص.
- ٤- رصد أهم معوقات استخدام مواقع الإعلام البديل وإمكانية تطور مضمونه من وجهة نظر عينة الدراسة.

أهمية الدراسة :

١- تعد هذه الدراسة محاولة بحثية لاستكشاف ظاهرة حديثة نسبياً -الإعلام البديل ووسائله المختلفة - آخذة في النمو والانتشار السريع داخل البيئة السياسية والإعلامية والمعلوماتية المصرية بما يسهم في توصيفها، وتحديد أبعاد تأثيرها على بناء نشرات الأخبار في التلفزيون الحكومي والخاص.

٢- اهتمامها بالبحث في العلاقة بين عنصرين من عناصر العملية الاتصالية هما: الوسيلة "الإعلام البديل"، والقائم بالاتصال من مستخدمي الإعلام البديل دون انفصال عن بيئتهما الحاضرة وما يرتبط بها من عوامل، الأمر الذي يساعد في الوصول إلى تفسير واقعي لا يعزل الظاهرة عن مفردات بيئتها.

٣- اختلاف معالجة القضايا السياسية في الإعلام البديل عن الإعلام التقليدي كما أشارت إلى ذلك عدة دراسات سابقة عن تلك الدراسة.

٤- أهمية العلاقة التكاملية بين الإعلام البديل والتقليدي من خلال الدور الذي تمارسه وسائل الإعلام في هذا المجال بتوعية الجمهور، ومعالجتها المختلفة للقضايا السياسية.

٥- أهمية نشرات الأخبار في التلفزيون الحكومي والخاص-واعتماده على الإعلام البديل-كمصدر رئيس لطرح أهم القضايا السياسية ذات الأهمية للرأى العام.

التعرف على مدى تأثير الإعلام البديل في مساعدة القائمين بالاتصال في القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة على تكوين مواقف واتجاهات بشأن القضايا السياسية، وانتهاءً باتخاذ القرار وبناء أجندة نشرات الأخبار.

الدراسات السابقة:

يمكن تقسيم الدراسات السابقة التي استندت إليها الباحثة في إعداد هذه الخطة البحثية إلى محورين أساسيين لتحديد معالجة وسائل الإعلام للقضايا السياسية، وتحديد تأثير الإعلام البديل على اتجاهات القائمين بالاتصال في القنوات الحكومية والخاصة -نحو هذه القضايا- في بناء نشرات الأخبار وهما:

١- الدراسات التي تناولت الإعلام البديل كمصدر إخباري.

٢- الدراسات التي تناولت بناء أجندة نشرات الأخبار.

أولاً: الدراسات التي تناولت الإعلام البديل وتأثيراته المختلفة

تتسم ظاهرة الإعلام البديل بالحدائثة النسبية، وعلى الرغم من عدم توصل الباحثة إلى دراسات تتصل مباشرة بموضوع البحث الدقيق، فهناك دراسات تناولت بعض جوانب هذه الظاهرة، حيث سعى عدد من الباحثين لاستكشاف ظاهرة الإعلام البديل من حيث سماته وخصائص جمهوره ومضمون رسائله وتأثيرها على الإعلام التقليدي، باعتباره نمطاً جديداً من الصحافة البديلة التي تعبر عن خطاب إعلامي جديد يتناقض مع الخطاب الذي يطرحه الإعلام السائد، وذلك على النحو الآتي:

١- دراسة (عزة عبد العزيز، ٢٠١٢) حول: "المهنية والاحترافية عند الصحفي المواطن في التفاعل الإلكتروني: دراسة تقويمية من منظور الصحفي التقليدي في العالم العربي".

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل وتفسير المهنية في صحافة المواطن من خلال دراسة خصائص صحف المواطن وخبراته ومهاراته وعوامل اتجاهه للإنتاج الصحفي على الانترنت، بالإضافة إلى رصد وتحليل وتفسير مواطن القوى والضعف والتحديات الكثيرة التي يواجهها الصحفي المواطن. وقد اعتمدت الدراسة على نظرية مشاركة الديمقراطية ومدخل الإعلام البديل،

وطبقت على عينة قوامها ٩٢ صحفياً مواطناً، و٦٤ صحفياً تقليدياً من تسع دول عربية.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- تفوقت نسبة الذكور على نسبة الإناث للصحفي المواطنين، وجاءت الفئة العمرية ٢٥-٣٠ سنة أكثر الفئات العمرية تردداً على الإنترنت.

- من أهم أشكال التفاعل بين الصحفي المواطن وجمهوره التعرف على أعماله، وزيادة عدد مرات المشاهدة، وإعادة نشر ما ينشر، وإعادة إرسال رسائله "Retweet".

- يرى الصحفي التقليدي أن شعبية صحافة المواطن تتبع من فضحها لسياسات الفساد.

٢- دراسة (وسام كمال محمود الخنبلي، ٢٠١١) حول "العوامل المؤثرة على القوائم بالاتصال في المواقع المصرية":

رمت الدراسة إلى التعرف على تأثير خصائص الإنترنت "الوسيلة" والجمهور المصري "المستقبل النشط" على العمل المهني للقوائم بالاتصال في المواقع المصرية الإلكترونية، من خلال التعرف على سمات وخبرات القوائم بالاتصال، وسمات بيئة العمل داخل المواقع الإلكترونية المصرية، ورصد مناخ التدريب وتطوير مهارات القوائم بالاتصال، فضلاً عن معرفة موقف القوائم بالاتصال في المواقع المصرية (عينة الدراسة) من التدوين، وصحافة المواطنين واستخداماتهم للشبكات الاجتماعية ومواقع الفيديو التشاركي.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- يغلب الطابع "الشكلي" الإداري المؤسسي على جميع المواقع عينة الدراسة ماعدا موقع "المصريون" الذي يتم إدارته بالشكل التقليدي لبيئة العمل الصحفي التقليدي، حيث يرتبط العمل بالإنتاج وتسليم العمل قبل موعد التحديث اليومي "Dead Line" وليس بالحضور في مواعيد معينة.

- يؤيد ٨٧٪ من المحررين (عينة الدراسة) وضع ميثاق شرف لتنظيم عمل المدونين على الإنترنت، من أجل وضع

ضوابط ومحددات لضبط التدوين وتلافى سلبياته من نشر الإشاعات والتعبير بالألفاظ النابية، فضلاً عن الارتقاء بالتدوين والاستفادة بجهوده إلى جوار وسائل الإعلام التقليدية.

٣- دراسة (خالد صلاح الدين حسن علي، ٢٠٠٩)

حول: "دور الإعلام التقليدي والجديد في تشكيل معارف الرأي العام واتجاهاته نحو قضايا الديمقراطية، وتحدياتها في مصر: في إطار تحليل الخطاب الإعلامي، ونظرية الاعتماد":

تناولت الدراسة دور الإعلام التقليدي والجديد في تشكيل معارف الرأي العام واتجاهاته نحو قضايا الديمقراطية، وتحدياتها في مصر: في إطار تحليل الخطاب الإعلامي، ونظرية الاعتماد، حيث هدفت إلى رصد وقياس دور الخطاب الإعلامي الوارد في الصحف والتلفزيون والمدونات السياسية في التشكيل المعرفي للرأي العام واتجاهاته نحو قضايا الديمقراطية وتحدياتها في مصر. وقد طبقت عينة الدراسة على جريدة الأهرام والوفد والأهالي لتمثيل مجتمع الصحف، وفيما يتعلق بالتلفزيون المصري فقد تم اختيار برنامج البيت بيتك وبرنامجي العاشرة مساءً وواحد من الناس بقناة دريم الخاصة وبرنامجي ٩٠ دقيقة، و٤٨ ساعة بقناة المحور الخاصة، بالإضافة إلى مدونات راديو السادس من إبريل. وقد تم تطبيق الدراسة على عينة بلغ حجمها ٤٢٠ مفردة.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- على المستوى العام The Marco Level أظهرت الدراسة الدور الهام للخطاب الإعلامي وأطروحاته البارزة Salient Narratives بشأن الديمقراطية في تعميق وعي الرأي العام المصري بمفاهيم الديمقراطية، وأبعادها، والتحديات التي تواجه تكريسها في المجتمع المصري، حيث تفوقت كل من وسائل الإعلام التقليدية والجديدة على شبكات الاتصال الشخصي، وأنشطة الاتصال الجمعي، وهو الأمر الذي برره الباحث بأهمية الوظائف الديمقراطية التي تضطلع بها وسائل الإعلام التقليدية

مع عدم إمكانية الاعتماد على المستخدمين كصحفيين ومحررين.

٥- دراسة (نرمين زكريا خضر، ٢٠٠٩) حول: الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية: دراسة على مستخدمي Face-book".

استهدفت الدراسة التعرف على الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وأشهرها الفيس بوك، وقد اعتمدت الباحثة على مجموعة من النظريات والمداخل العلمية مثل نظرية المجال العام، Public Sphere ونظرية الحضور الاجتماعي Social Presence مدخل الاستخدامات والإشباع Uses and Gratifications وقد تحدد مجتمع الدراسة في مجتمع الشباب المصري (الجامعي بصفة خاصة).

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- أن مشاهدة ألبومات الصور الخاصة بالأصدقاء تأتي على رأس قائمة الأنشطة التي يمارسها المبحوثون على موقع ال Facebook بنسبة (٦٧,٧) من إجمالي عينة الدراسة.

- توجد فروق دالة في الآثار النفسية لاستخدام موقع ال Facebook بين طلاب جامعة القاهرة والجامعة البريطانية فيما يتعلق بعبارة "أستطيع أن أعبر عما بداخلي من خلال الموقع ولا يمكن الإفصاح عنه لأي شخص في الموقع".

٦- دراسة (شيم عبد الحميد قطب، ٢٠٠٩) حول: "رؤية القائم بالاتصال في الصحافة المصرية لمواقع التدوين في إطار التكامل بين الوسائل التقليدية والجديدة":

هدفت الدراسة إلى اندماج وسائل الإعلام والذي يشير إلى أن الفروق والفواصل بين وسائل النشر الجماهيري قديمها وحديثها في اتجاهها للذويان على اعتبار أن كل من هذه الوسائل يمارس دورا في التأثير. واعتمدت

والجديدة في الديمقراطيات الناشئة ومنها مصر.

- وعلى المستوى الأكثر تحديداً وعمقاً The Micro Level تشير نتائج الدراسة إلى أنه كلما زاد اعتماد الرأي العام على الخطاب الإعلامي للوسيلة الإعلامية المعينة سواء تقليدية أو جديدة، زادت بالتالي احتمالات تبنيه لأطروحات تلك الوسيلة، وتفسيرها للمواقع السياسي في تشكيل اتجاهاته، وتحديد موقفه إزاء قضايا الديمقراطية وتحدياتها.

٤- دراسة (السيد بخيت، ٢٠٠٩) حول: "أدوار مستخدمي المواقع الإلكترونية في صناعة المضامين الإعلامية: دراسة في المفاهيم وبيئة العمل".

سعت الدراسة إلى رصد التحولات الجديدة في صناعة وإنتاج المضامين الإعلامية وأدوار المستخدمين في هذا الصدد، وتحديد أبرز المقاربات النظرية التي اهتمت بتحليل الجوانب المتعلقة بالمضامين التي ينتجها المستخدمون. وتعتمد هذه الدراسة على منهج المسح لجمع وتنظيم وتصنيف الكتابات المتعلقة بالتحولات الحديثة في صناعة المحتوى الإعلامي وإنتاجه.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- لم توفر معظم المواقع الإعلامية العربية أشكالاً مناسبة ومحفزة للمستخدمين للمساهمة في تزويدها بمضامين إعلامية، ولم تهتم بشكل كبير بتعريف المستخدمين بسبل التواصل معها وتحميل موادهم الإعلامية على صفحاتها، كما لم تستضيف مدونتهم أو مدونات الإعلاميين العاملين بها، وغاب عنها الكثير من الأشكال التفاعلية التي يمكن أن تحفز المستخدمين على المساهمة بشكل أكبر بصفحاتها.

- بالرغم من إدراك المشرفين على تلك المواقع بأهمية المضامين التي يقدمونها للمستخدمين من صور وتعليقات وغيرها، فإن لديهم جملة تصورات سلبية فيما يتعلق بهذه المضامين، حيث يرون اقتصرها على التعليق على ما ينشر بالفعل، بينما لم يتطرقوا لإمكانية مساهمة المستخدمين في إنتاج أخبار ومقالات صالحة للنشر على هذه المواقع،

الدعم الملموس من خلال تقديم المعلومات والتفاصيل حول الأزمة.

- قدمت الدراسة نتيجة تتعلق بأن البيانات الصحفية للمنظمات لا تتضمن بشكل مباشر معلومات كافية تترجم ما يحدث على أرض الواقع، في حين أن المواقع الإلكترونية الإخبارية والمدونات تضمنت تفاصيل ومعلومات أكثر حول الأزمة والمتضررين منها.

٨- دراسة (فاطمة الزهراء محمد، ٢٠٠٧) حول: "التعرف على تأثير استخدام الإنترنت على المنتج الصحفي".

اعتمدت الدراسة على التعرف على تأثير استخدام الإنترنت على المنتج الصحفي، واعتمدت الباحثة على منهج المسح والمنهج المقارن، وأداة تحليل المضمون في عملية جمع البيانات، كذلك اعتمدت الدراسة على نظرية ثراء الوسيلة ومدخل التفاعل بين الإنسان والحاسب، وقامت الباحثة بإجراء دراسة تحليلية تطبيقية على المضمون الإخباري في الموقع الإلكتروني وذلك خلال شهر مارس ٢٠٠٧ وبلغ إجمالي ما تم تحليله ١٧٨٠ خبراً منشوراً على تلك المواقع.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- سجلت المواقع التابعة لمؤسسات إعلامية حديثة نسبياً أعلى معدلات الاهتمام بذكر مصدر الخبر حرصاً على إثبات مكانتها، في حين سجلت المواقع التابعة لمؤسسات صحفية أقل معدلات التجدد الإخباري.

- اهتمت معظم المواقع باستخدام الصور كعنصر إبراز مدعم للمحتوى الإخباري، وأن القيم العليا التي تحكم عمل مواقع الصحف تتمثل في المتابعة اللحظية لمستجدات الأخبار وقيم التنوع والبحث والولاء.

ثانياً: الدراسات التي تناولت بناء أجندة نشرات الأخبار

١- دراسة (آيات أحمد رمضان ٢٠١٢) حول: "معالجة المواقع الإخبارية الإلكترونية الموجهة للجمهور العربي لقضايا العالم الإسلامي، ودورها في تكوين معارف، واتجاهات النخبة المصرية".

الدراسة على منهج المسح لجمع المعلومات عن التدوين كنشاط اتصالي ومسح القائم بالاتصال بالتطبيق على عينة عمدية من الصحفيين العاملين بمختلف المؤسسات الصحفية المصرية، وطبقت الدراسة الميدانية على عينة قوامها ١٢٠ مفردة من الصحفيين العاملين في المؤسسات الصحفية المصرية مستخدمى الإنترنت.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- إن التدوين كنشاط اتصالي يلقي قبولاً واسعاً من القائم بالاتصال في الصحافة، يستفيد منها عبر التصفح والتعرف على القضايا والموضوعات التي يثار حولها النقاش انطلاقاً من جرأة المدونات في طرح القضايا والمشكلات وإثارة النقاش حولها.

- تحول المدونات في اتجاه طرح القضايا والمشكلات وإثارة النقاش حولها. تشير نتائج الدراسة إلى اهتمام الصحافة بتغطية ونشر قضايا تثار عبر التدوين.

٧- دراسة (Keri S. & Patty M., ٢٠٠٨) حول: "استخدام وسائل الإعلام الجديدة كمصدر للمعلومات في عملية الحوار وإدارة الأزمات في حال عدم تقديم المنظمات الرسمية للمعلومات للجمهور".

تركز الدراسة على استخدام وسائل الإعلام الجديدة للتعرف على التفاصيل الفنية خلال أزمة تسجيل أغذية الحيوانات الأليفة عام ٢٠٠٧ م، من خلال تحليل مضمون عينة من المدونات والمواقع الإخبارية والمقالات والبيانات الصحفية، حيث بلغت عدد المدونات (٢٤٨ مدونة) بنسبة ٧٤٪ من عينة الدراسة، والمواقع الإخبارية (٦٥ موقعاً) بنسبة ١٤٪ والبيانات الصحفية (٢٧) بياناً بنسبة ٧٪ والمقالات الصحفية (٢٢ مقالاً) بنسبة ٥٪ باستخدام محرك البحث الإلكتروني جوجل.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- تمثلت أشكال الدعم المتنوعة من خلال وسائل الإعلام الجديدة في الدعم العاطفي خاصة في المدونات الإلكترونية وذلك عندما يتأثر الأفراد بالأزمة، وكذلك

ألقاه أمام الجلسة المشتركة لمجلسي الشعب والشورى في ١٩ ديسمبر ٢٠٠٥ م.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- اتضح أن جريدة الأهرام والتليفزيون المصرى كانا أكثر اهتماماً بكل ما يخص الرئيس أكثر من جريدتى الوفد والمصري اليوم، وهذا من تأثير أحد المصادر الإخبارية وهو رئيس الدولة على أجنده وسائل الإعلام.

٣- (دراسة "تيدسكو" 2005) Tedesco بعنوان: "القضايا واستراتيجية وضع الأجندة فى الانتخابات الرئاسية لعام ٢٠٠٤"

هدفت الدراسة إلى توضيح العلاقة بين أجندة المرشح وأجندة الصحافة خلال انتخابات الرئاسة الأمريكية فى عام ٢٠٠٤

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- وجود تشابه بين أجندة المرشح وأجندة الوسيلة خلال الحملة الانتخابية بشكل عام ووجود ارتباط قوى بين أجندات الصحف خلال المراحل الحرجة من الانتخابات.

- أظهرت النتائج أن أحد المرشحين لديه القدرة على التأثير فى أجندة وسائل الإعلام بينما الآخر تأثرت أجندته بأجندة وسائل الإعلام، قد يعود ذلك إلى وجود عدد من الموضوعات الهامة لدى الجمهور الموجود فى الحملة الانتخابية للمرشح الأول.

- كما أظهرت النتائج تأثير أجندة أحد المرشحين على أجندة الآخر خلال بعض مراحل الانتخابات.

جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة:

ويتم الاستفادة من الدراسات السابقة من خلال:

١- تحديد الجوانب التى أغفلتها الدراسات السابقة من أجل البحث فيها حتى يمكن لهذه الدراسة أن تمثل إضافة جديدة.

٢- صياغة تساؤلات وفروض الدراسة بشكل علمى يحقق أهداف الدراسة.

٣- تحديد الإطار النظري المناسب للدراسة.

وهدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات النخبة المصرية تجاه هذه المواقع، والتعرف على درجة اعتماد النخبة المصرية عليها من بين الوسائل الأخرى، والأسباب الرئيسية للاعتماد على هذه المواقع.

وقامت الباحثة بتحليل جميع المواد الإخبارية (الأخبار- التقارير-القصة الخبرية) المتعلقة بالقضايا العربية خلال عام كامل ، وذلك فى المواقع الإخبارية الأجنبية الموجهة التالية: صوت إسرائيل (عراييل)، والبي بي سي BBC العربية البريطانية، والسى إن إن CNN الأمريكية، وروسيا اليوم الروسية، وكانت عينة الدراسة الميدانية ٢٠٧ مفردة من النخب المصرية مقسمة بين النخب الدينية والإعلامية والأكاديمية والسياسية.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- اتسمت معالجة الموقع الروسى بالحيادية يليه الموقع البريطانى الـ BBC ثم الأمريكى الـ CNN الذى اتصفت معالجته بالسلبية النسبية لإجمالى المعالجات للقضايا الثلاث بينما كانت معالجة الموقع الإسرائيلى (عراييل) بالسلبية المطلقة فى معالجته للقضايا الثلاث محل الدراسة.

- احتل الموقع الإخبارى (BBC) المرتبة الأولى من بين أكثر المواقع الإخبارية التى تعتمد عليها النخبة المصرية فى الحصول على المعلومات تلاه الموقع الأمريكى الـ (CNN) بينما احتل المرتبة الرابعة، الموقع الروسى (روسيا اليوم)، واحتل الموقع الإسرائيلى (عراييل) المرتبة الأخيرة.

٢- دراسة (سماح رضا زكى محمود، ٢٠١٠) بعنوان: "دور الخطاب الرئيسى فى بناء أجندة وسائل الإعلام والصفوة المصرية".

واستهدفت الدراسة الكشف عن حجم الدور الذى يمكن أن يقوم به الرئيس المصرى أو خطابه الرئيسى الذى يلقيه فى افتتاح الدورة البرلمانية والذى يحدد فيه الخطوط العامة للسياسة الداخلية والخارجية لمصر، وفى دفع بعض القضايا إلى أجندة وسائل الإعلام.

وقد قامت الباحثة بتحليل خطاب الرئيس مبارك الذى

٤- ساعدت الدراسات السابقة الباحثة فى وضع المقاييس الخاصة بمتغيرات الدراسة بما يتلاءم مع طبيعة الدراسة الحالية.

وفى إطار ذلك خلصت الباحثة إلى الاستفادة من نتائج الدراسات السابقة -على سبيل المثال- فى الآتى :

- انتهت غالبية الدراسات السابقة إلى أن الإعلام البديل-بما يتيح من ساحات للحوار- يمثل مجالاً هاماً يمكن فى إطاره التحوار بشأن القضايا المختلفة ومنها القضايا السياسية وذلك فى إطار حرية التعبير وبما يدعم تعددية الاتجاهات والآراء. وفى ضوء ما سبق تهتم هذه الدراسة برصد تأثير الإعلام البديل على بناء أجندة نشرات الأخبار فى التلفزيون الحكومي والخاص فى مصر.

أشارت بعض الدراسات السابقة إلى أن نمط ملكية وسائل الإعلام يؤثر بشكل كبير على درجة الحرية التى تتاح للقائمين بالاتصال وعلى مناقشة القضايا السياسية، حيث أن كل قناة تعبر عن مصالح الجهة المملوكة لها.

٥- كما ستستفيد الباحثة من الدراسات السابقة فى تصميم صحيفة الاستقصاء وكذلك ستفيد فى مناقشة نتائج هذه الدراسة ومقارنتها بالدراسات السابقة للوقوف على أوجه الاتفاق والاختلاف بين دراسة وغيرها من الدراسات السابقة.

٦- ستفيد الدراسات السابقة فى تفسير النتائج التى ستفسر عنها تلك الدراسة.

تساؤلات الدراسة:

١- ما أهم وسائل الإعلام البديل التى يفضلها القائمون بالاتصال فى القنوات الحكومية والخاصة؟

٢- لماذا يفضل القائمون بالاتصال فى التلفزيون الحكومي والخاص تلك الوسائل الإعلامية البديلة؟

٣- ما أهم المضامين التى يحرص عليها القائمون بالاتصال فى التلفزيون الحكومي والخاص خلال تعرضهم لوسائل الإعلام البديل؟

٤- ما مدى ثقة الباحثين فى الإعلام البديل؟

٥- ما تقييم الباحثين للدور الذى تقوم به وسائل الإعلام البديل فى نشرات الأخبار عن القضايا السياسية؟

٦- ما تأثير المتغيرات الديموجرافية (النوع- السن- مستوى التعليم) فى ترتيب الباحثين لأولويات قضاياهم التى يعتمدون فى إعدادها على التفاعل مع الإعلام البديل.

٧- ما تأثير متغيرات ملكية الوسيلة الإعلامية؟

الفروض المقترحة للدراسة:

١- يوجد ارتباط إيجابى بين المحتوى الإخبارى الخاص بالقضايا السياسية على المواقع الإخبارية ومواقع التواصل الإجتماعى على شبكة الانترنت وبين ترتيب أجندة نشرات الأخبار التلفزيونية المقدمة بالتلفزيون الحكومي والخاص.

٢- توجد علاقة ارتباطية بين حجم استخدام القائمين بالاتصال ومواقع الإعلام البديل ودرجة الاعتماد عليها كمصادر لبناء أجندة نشرات الأخبار فى التلفزيون الحكومي والخاص.

٣- هناك علاقة ارتباطية بين ثقة القائمين بالاتصال فى الشبكات الإخبارية التى يتعرضون لها، وتقديمهم للقضايا المعروضة على تلك الشبكات فى نشرات الأخبار التلفزيونية.

٤- توجد اختلافات ذات دالة إحصائية فى درجة اعتماد القائمين بالاتصال على مواقع الإعلام البديل فى بناء أجندة نشرات الأخبار باختلاف نمط ملكية القناة التلفزيونية (الحكومية والخاصة).

نوع الدراسة:

تعد الدراسة من الدراسات الوصفية التى تسعى لرصد وتحليل وفهم خصائص معالجة وسائل الإعلام البديل للقضايا السياسية وتأثيرها على بناء نشرات الأخبار بالتلفزيون الحكومي والخاص فى مصر.

١- أدوات جمع البيانات:

أ - استمارة استبيان على القائم بالاتصال:

٤٠ إلى أقل من ٥٠ عام) ٢٢,٨٪ وبلغت نسبة فئة (أقل من ٢٠ عام) بنسبة ١٣,٦٪ وفي الترتيب الأخير جاءت فئة (٥٠ عاماً فأكثر) بنسبة ٦,٨٪

■ من حيث الدخل الشهري بلغت نسبة من يتقاضون دخلاً (من ٣٠٠٠ إلى أقل من ٥٠٠٠ جنيه شهرياً) ٢٨,٦٪ يليهم من يتقاضون دخلاً (من ٥٠٠٠ إلى أقل من ١٠٠٠٠ جنيه شهرياً) بنسبة ٢١,٨٪ ثم من يتقاضون دخلاً (من ٢٠٠٠ إلى أقل من ٣٠٠٠ جنيه شهرياً) بنسبة ١٥,٩٪ ثم من هم (أقل من ١٠٠٠ جنيه شهرياً) بنسبة ٩,١٪ ثم أصحاب الدخل (من ١٠٠٠ إلى أقل من ٢٠٠٠ جنيه شهرياً) و(أكثر من ١٠٠٠٠ جنيه شهرياً) بنسبة ٢,٣٪ لكل منهما.

ثانياً: الخصائص الوظيفية

خصائص العينة		ك	%
جهة العمل	التلفزيون الحكومي	٢٨	٦٣,٧
	قناة فضائية خاصة ON TV	١٦	٣٦,٣
الوظيفة	محرر	١٧	٣٨,٦
	مدير تحرير	١٤	٣١,٨
	رئيس قسم	٦	١٣,٦
	مراسل	٤	٩,١
	محرر مترجم	١	٢,٣
	مدير إدارة الإعداد	١	٢,٣
	مدير إدارة المراسلين	١	٢,٣
عدد سنوات الخبرة الإعلامية	١٠ أعوام فأكثر	٢٦	٥٩,١
	٥ سنوات إلى أقل من ١٠ أعوام	١٥	٣٤,١
	أقل من ٥ أعوام	٣	٦,٨

توضح بيانات الجدول السابق الخصائص الوظيفية لعينة القائمين بالاتصال محل الدراسة، حيث توزعوا على النحو التالي:

■ من حيث جهة العمل بلغت نسبة من يعملون بالتلفزيون الرسمي) ٦٣,٧٪ بينما بلغت نسبة من

تستخدم الباحثة استمارة استبيان على القائم بالاتصال لقياس مدى تأثير الإعلام البديل عليهم في بناء أجندة نشرات الأخبار في قناتي النيل للأخبار الحكومية والOn TV الخاصة.

خصائص عينة الدراسة (ن=٤٤)

أولاً: الخصائص الديموجرافية

خصائص العينة		ك	%
النوع	ذكور	٣٢	٧٢,٧
	إناث	١٢	٢٧,٣
المؤهل التعليمي	مؤهل جامعي	٣٩	٨٨,٧
	ماجستير	٣	٦,٨
	دكتورة	٢	٤,٥
	من ٣٠ إلى أقل من ٤٠ عام	٢٥	٥٦,٨
العمر	من ٤٠ إلى أقل من ٥٠ عام	١٠	٢٢,٨
	أقل من ٣٠ عام	٦	١٣,٦
	من ٢٠٠٠ إلى أقل من ٥٠٠٠ جنيه شهرياً	١٧	٣٨,٦
الدخل الشهري	من ٥٠٠٠ إلى أقل من ١٠٠٠٠ جنيه شهرياً	١٤	٣١,٨
	من ٢٠٠٠ إلى أقل من ٣٠٠٠ جنيه شهرياً	٧	١٥,٩
	أقل من ١٠٠٠ جنيه شهرياً	٤	٩,١
	أكثر من ١٠٠٠٠ جنيه شهرياً	١	٢,٣
	من ١٠٠٠ إلى أقل من ٢٠٠٠ جنيه شهرياً	١	٢,٣

توضح بيانات الجدول السابق الخصائص الديموجرافية لعينة القائمين بالاتصال محل الدراسة، حيث توزعوا على النحو التالي:

■ من حيث النوع بلغت نسبة (الذكور) ٧٢,٧٪ بينما بلغت نسبة (الإناث) ٢٧,٣٪

■ من حيث المؤهل التعليمي بلغت نسبة (أصحاب مؤهل جامعي فقط) ٨٨,٧٪ على حين بلغت نسبة (حملة ماجستير) ٦,٨٪ و(حملة دكتورة) ٤,٥٪ .

■ من حيث الفئة العمرية بلغت نسبة فئة (من ٢٠ إلى أقل من ٤٠ عام) بنسبة ٥٦,٨٪ بينما بلغت نسبة فئة (من

والتغطية الإخبارية الجيدة بوزن نسبي ٦٦,٦% ثم لعدم وجود بديل متاح غيرها بوزن نسبي ٦٢,١% وأخيراً لأنها تعطى أجر مالي أفضل بوزن نسبي ٦٠,٦% .

٢- يقال أن العمل الإعلامي الحكومي لا يحظى بنفس درجة الاهتمام والتقدير المادي والأدبي مقارنة بالعمل الخاص، هل هذا هو الوضع القائم في مجال عملك؟

هل الوضع قائم	ك	%
أحياناً	٢٨	٦٣,٦
دائماً	٩	٢٠,٥
لا	٧	١٥,٩
الإجمالي	٤٤	١٠٠

توضح بيانات الجدول السابق أن ٦٣,٦% من عينة القائمين بالاتصال قد أجابوا بأحياناً على تقديرهم لفكرة أن العمل الإعلامي الحكومي لا يحظى بنفس درجة الاهتمام والتقدير المادي والأدبي مقارنة بالعمل الخاص، ثم رأى ٢٠,٥% أن ذلك يحدث دائماً، على حين بلغت نسبة من رأوا أن ذلك لا يحدث ١٥,٩% من عينة القائمين بالاتصال.

٣- في رأيك ما السبب في عدم الاهتمام بذلك؟ (ن=٣٧)

سبب عدم الاهتمام	ك	%
لأنه يحمل اسم إعلام الحكومة ويتبعها في سياساتها	٢٣	٦٢,٢
غياب الشفافية والإهمال الوظيفي وسياسة القيادات	٩	٢٤,٣
تفوق الإعلام الخاص عليه جماهيرياً	٥	١٣,٥

توضح بيانات الجدول السابق أن ٦٢,٢% من عينة القائمين بالاتصال الذين رأوا أن العمل الإعلامي الحكومي لا يحظى بنفس درجة الاهتمام والتقدير المادي والأدبي مقارنة بالعمل الخاص أرجعوا ذلك إلى أنه إعلام

يعملون بقناة فضائية خاصة. 36.3% (ON TV)

■ من حيث الوظيفة بلغت نسبة (المحررين) ٣٨,٦% على حين بلغت نسبة (مديرو التحرير) ٣١,٨% و(رؤساء الأقسام) بنسبة ١٣,٦% ثم (المراسلين) بنسبة ٩,١% .

■ من حيث عدد سنوات الخبرة الإعلامية بلغت نسبة أصحاب الخبرة (١٠ أعوام فأكثر) ٥٩,١% يليهم أصحاب الخبرة (٥ سنوات إلى أقل من ١٠ أعوام) بنسبة ٣٤,١% ثم أصحاب الخبرة (أقل من ٥ أعوام) بنسبة ٦,٨%

المحور الأول: بيئة العمل الإعلامي وتأثيرها على الأداء المهني:

١- ما هي أسباب اختيارك هذه المؤسسة دون غيرها؟ (ن=٤٤)

سبب الاختيار	مدى الموافقة		موافق		معارض		الوزن النسبي	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%		
لاكتساب الخبرة	٢٧	٦١,٤	١٦	٣٦,٤	١	٢,٣	86.3	١
شهرة المؤسسة ومكانتها	٢٣	٥٦,٣	٢٠	٤٥,٥	١	٢,٣	83.3	٢
لأنها من أفضل الوسائل الإعلامية في مصر	١٣	٢٩,٥	٣١	٧٠,٥	-	-	76.5	٣
لأنها متوافق مع سياساتها الإعلامية	١٣	٢٩,٥	٣٠	٦٨,٢	١	٢,٣	75.7	٤
تشجيع للرأي العام في مضمونها	٥	١١,٤	٣٥	٧٩,٥	٤	٩,١	67.4	٥
الإمكانات (التقنية والمادية) التي تتيح بها والتغطية الجيدة	٦	١٣,٦	٣٢	٧٢,٧	٦	١٣,٦	66.6	٦
عدم وجود بديل متاح غيرها	٦	١٣,٦	١٦	٥٩,١	١٢	٢٧,٣	62.1	٧
لأنها تعطى أجر مالي أفضل	٢	٤,٥	٢٢	٥٠,٠	١٠	٢٢,٧	60.6	٨

توضح بيانات الجدول السابق أن السبب الأبرز لاختيار عينة القائم بالاتصال في الدراسة العمل في المؤسسات التي يعملون بها هو لاكتساب الخبرة بوزن نسبي قدره ٨٦,٣% يليه في الترتيب شهرة المؤسسة الإعلامية ومكانتها بوزن نسبي قدره ٨٣,٢% ثم لرؤيتهم أن المؤسسة من أفضل الوسائل الإعلامية في مصر بوزن نسبي ٧٦,٥% ثم لتوافق اتجاهات القائم بالاتصال مع سياسة المؤسسة الإعلامية بوزن نسبي ٧٥,٧% ثم لاستجابة المؤسسة للرأي العام في مضمونها بوزن نسبي ٦٧,٤% ثم لوفرة الإمكانيات (التقنية والمادية) التي توجد بها

رأواها معلنة دائماً بلغت نسبتهم ٢٧,٣% على حين أشار ١١,٤% من القائمين بالاتصال إلى صعوبة التحديد، في الوقت الذي لم تزد فيه نسبة من رأوا أن هذه السياسة في القنوات التي يعملون بها غير معلنة عن ٤,٥% من القائمين بالاتصال محل الدراسة.

٤- هل صناعة القرار التحريري اليومي والأسبوعي في قناتك تقبل المناقشة والتعديل؟

مدى قبول صناعة القرار التحريري المناقشة والتعديل	ك	%
أحياناً	٢٥	٥٦,٨
دائماً	٩	٢٠,٥
لا	٦	١٣,٦
يصعب التحديد	٤	٩,١
الإجمالي	٤٤	١٠٠

توضح بيانات الجدول السابق أن ٥٦,٨% من عينة القائمين بالاتصال قد أشاروا إلى أن صناعة القرار التحريري اليومي والأسبوعي في القناة التي يعملون بها تقبل أحياناً المناقشة والتعديل، بينما من رأوا دائماً تقبل المناقشة والتعديل بلغت نسبتهم ٢٠,٥% ولم تزد نسبة من رأوا أن صناعة القرار التحريري اليومي والأسبوعي في القناة التي يعملون بها لا تقبل المناقشة والتعديل عن ١٣,٦% على حين أشار ٩,١% من القائمين بالاتصال إلى صعوبة التحديد هذا الأمر.

٧- ما هي المجالات والملفات التي تعمل عليها في إطار العمل داخل قناتك؟ (ن=٤٤)

المجالات والملفات	ك	%
الأخبار	٣٨	٨٦,٤
الأخبار المحلية	٢١	٤٧,٧
الأخبار العالمية	١٩	٤٣,٢
تغطية شئونوزارات	٩	٢٠,٥
الرياضة	٧	١٥,٩
الفن	٤	٩,١

يحمل اسم الحكومة ويتبعها في سياستها بنسبة ٦٢,٢% بينما أرجع ٢٤,٣% ذلك لغياب الشفافية والإهمال الوظيفي وسياسة القيادات، ورأي ١٢,٥% أن ذلك يرجع إلى تفوق الإعلام الخاص عليه جماهيري

٤- هل سبق لك العمل بإحدى مؤسسات الإعلام البديل أو بمؤسسة إعلامية أخرى لها علاقة مباشرة بالإعلام البديل؟

أسبقية العمل	ك	%
لا	٢٣	٥٢,٣
نعم	٢١	٤٧,٧
الإجمالي	٤٤	١٠٠

توضح بيانات الجدول السابق أن ما يزيد قليلاً عن نصف العينة (بنسبة ٥٢,٣% من القائمين بالاتصال) لم يسبق لهم العمل بإحدى مؤسسات الإعلام البديل أو بمؤسسة إعلامية أخرى لها علاقة مباشرة بالإعلام البديل، بينما عمل ٤٧,٧% من القائمين بالاتصال عينة الدراسة بإحدى مؤسسات الإعلام البديل أو بمؤسسة إعلامية أخرى لها علاقة مباشرة بالإعلام البديل.

٥- هل السياسة التحريرية لمؤسستك واضحة ومعلنة؟

هل السياسة التحريرية معلنة	ك	%
أحياناً	٢٥	٥٦,٨
دائماً	١٢	٢٧,٣
يصعب التحديد	٥	١١,٤
لا	٢	٤,٥
الإجمالي	٤٤	١٠٠

توضح بيانات الجدول السابق أن ٥٦,٨% من عينة القائمين بالاتصال قد أشاروا إلى أن السياسة التحريرية في القنوات التي يعملون بها تكون معلنة أحياناً، بينما من

توضح بيانات الجدول السابق أن ٧٤,٧٪ من عينة القائمين بالاتصال قد أشاروا إلى أنهم يعتمدون على الإعلام البديل في معالجة ملفات الأخبار بشكل عام، ويعتمد عليها ٣٦,٤٪ في تغطية الأخبار المحلية، ويعتمد عليها ١٨,٢٪ في معالجة الأخبار العالمية، بينما بلغت نسبة من يعتمدون عليها في تغطية شؤون الوزارات والموضوعات الرياضية ١٥,٩٪ كل منهما، وجاء في الترتيب الأخير من يعتمدون عليها في ملفات الفن بنسبة ١١,٤٪ من القائمين بالاتصال محل الدراس

١٠- ما هي مصادر الإعلام البديل التي تعتمد عليها في تغطية الموضوعات المختلفة؟

الترتيب	الوزن	٧		٦		٥		٤		٣		٢		١	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
١	169	-	-	2.3%	1	2.3	1	6.8	3	2.3	1	15.9	7	34.1	15
٢	166	4.5	2	-	-	9.1	4	2.3	1	11.4	5	22.7	10	20.5	9
٣	159	-	-	4.5	2	9.1	4	2.3	1	18.2	8	13.6	6	20.5	9
٤	100	4.5	2	13.6	6	6.8	3	13.6	6	15.9	7	6.8	3	-	-
٥	99	4.5	2	6.8	3	9.1	4	9.1	4	9.1	4	13.6	6	2.3	1
٦	93	2.3	1	2.3	1	4.5	2	4.5	2	9.1	4	-	-	18.2	8
٧	49	9.1	4	4.5%	2	4.5	2	4.5	2	6.8	3	4.5	2	-	-
٨	42	2.3	1	4.5	2	2.3	1	9.1	4	-	-	6.8	3	-	-
٩	40	2.3	1	9.1	4	4.5	2	11.4	5	2.3	1	-	-	-	-
١٠	20	6.8	3	-	-	-	-	2.3	1	-	-	2.3	1	2.3	1
١١	13	2.3	1	-	-	2.3	1	2.3	1	2.3	1	-	-	-	-

توضح بيانات الجدول السابق أنه فيما يخص ترتيب مصادر الإعلام البديل التي يعتمد عليها القائمون بالاتصال في تغطية الموضوعات المختلفة، فقد تصدرت الترتيب صفحات المؤسسات الحكومية بوزن مرجح قدره ١٦٩ نقطة، يليها صفحات وكالات الأنباء الأجنبية بوزن مرجح قدره ١٦٦ نقطة، ثم صفحات القنوات العربية في المركز الثالث بوزن مرجح قدره ١٥٩ نقطة، ثم صفحات القنوات الأجنبية بوزن مرجح قدره ١٠٠ نقطة، على حين جاءت صفحات مؤسسات المجتمع المدني في مؤخرة الترتيب.

توضح بيانات الجدول السابق أن ٨٦,٤٪ من عينة القائمين بالاتصال يعملون في ملفات الأخبار بشكل عام، ويعمل ٧٤,٧٪ في تغطية الأخبار المحلية، ويعمل ٤٣,٢٪ في مجال تغطية الأخبار العالمية، وبلغت نسبة من يعملون في مجال تغطية شؤون الوزارات ٢٠,٥٪ ووصلت نسبة من يعملون مع ملفات رياضية إلى ١٥,٩٪ وجاء في الترتيب الأخير من يعملون في ملفات الفن بنسبة ٩,١٪ من القائمين بالاتصال محل الدراسة.

٨- هل تعتمد على الإعلام البديل في بناء أجنده نشره الأخبار الرئيسية لقناتك؟

مدى الاعتماد على الإعلام البديل في بناء أجنده نشره الأخبار الرئيسية لقناتك	ك	%
أحياناً	٣٣	٧٥
لا	١٠	٢٢,٧
دائماً	١	٢,٣
الإجمالي	٤٤	١٠٠

توضح بيانات الجدول السابق أن ٧٥٪ من عينة القائمين بالاتصال يعملون في قنوات تعتمد أحياناً على الإعلام البديل في بناء أجنده نشره الأخبار الرئيسية بها، بينما ذكر ٢٢,٧٪ أن المؤسسات التي يعملون بها لا تعتمد على الإعلام البديل في بناء أجنده نشره الأخبار الرئيسية بها، على حين ذكر مبحوث واحد فقط أن هذا الاعتماد دائم في القناة التي يعمل بها.

٩- ما هي المجالات والملفات التي تعتمد على الإعلام البديل في معالجتها؟ (٩=٤٤)

المجالات والملفات	ك	%
الأخبار	٢١	٤٧,٧
الأخبار المحلية	١٦	٣٦,٤
الأخبار العالمية	٨	١٨,٢
الرياضة	٧	١٥,٩
تغطية شؤون الوزارات	٧	١٥,٩
الفن	٥	١١,٤

١١- ما هي المعايير المهنية التي تحكم أدائك للعمل الإخباري؟

الترتيب	العدد	١		٢		٣		٤		٥		المعيار	
		د	%	د	%	د	%	د	%	د	%		
١	205	-	-	-	6,8	3	15,9	7	27,3	12	40,9	18	المهنية
٢	191	4,5	2	2,3	1	6,8	3	13,6	6	31,8	14	31,8	التصريح عن المشكلات والمخاطر لمطاع
٣	124	13,6	6	6,8	3	13,6	6	11,4	5	9,1	4	20,5	الاشتماع لمطالب القراء بوجهات نظرم في حدود أهداف العمل
٤	101	-	-	15,9	7	13,6	6	25	11	11,4	5	-	الفرصة في تطوير الخدمات المهنية
٥	93	4,5	2	13,6	6	9,1	4	13,6	6	11,4	5	6,8	التطلع لشعرة بالكتابة الفعلة
٦	45	13,6	6	11,4	5	15,9	7	4,5	2	-	-	-	الفرصة في التعاون مع الآخرين

١٣- هل يؤثر انتماءك السياسي على اختيارك ومعالجتك للمواد الإخبارية؟ (جدول رقم)

تأثير الانتماء السياسي على الاختيار	ك	%
لا	٣٣	٧٥
أحياناً	١٠	٢٢,٧
دائماً	١	٢,٣
الإجمالي	٤٤	١٠٠

توضح بيانات الجدول السابق أن ٧٥٪ من القائمين بالاتصال قد أشاروا إلى أن انتماءهم السياسي لا يؤثر على اختيارهم ومعالجتهم للمواد الإخبارية، بينما ذكر ٢٢,٧٪ أن انتماءهم السياسي يؤثر أحياناً على اختيارهم ومعالجتهم للمواد الإخبارية، على حين ذكر مبحوث واحد فقط أن ذلك يحدث دائماً.

١٤- هل تهتم بمتابعة ومعالجة القضايا التي ينفرد بإثارتها الإعلام البديل؟

مدى الاهتمام	ك	%
أحياناً	٣٦	٨١,٨
دائماً	٦	١٣,٦
لا	٢	٤,٥
الإجمالي	٤٤	١٠٠

توضح بيانات الجدول السابق أن غالبية القائمين بالاتصال محل الدراسة بنسبة ٨١,٨٪ قد أشاروا إلى أنهم يهتمون أحياناً بمتابعة ومعالجة القضايا التي ينفرد بإثارتها الإعلام البديل، بينما أشار ١٣,٦٪ إلى أنهم يهتمون دائماً بمتابعة ومعالجة القضايا التي ينفرد بإثارتها الإعلام البديل، بينما لم تزد نسبة من لا يهتمون بمتابعة ومعالجة القضايا التي ينفرد بإثارتها الإعلام البديل عن ٤,٥٪ فقط من القائمين بالاتصال.

توضح بيانات الجدول السابق أنه فيما يخص المعايير المهنية الحاكمة لأداء القائمين بالاتصال للعمل الإخباري، فقد تصدرت الموضوعية الترتيب بوزن مرجح قدره 205 نقطة، يليها التعبير عن المشكلات واحتياجات قطاع الجمهور بوزن مرجح ١٩١ نقطة، ثم الاستجابة لمطالب الرؤساء ووجهات نظرم في حدود أهداف العمل في المركز الثالث بوزن مرجح ١٢٤ نقطة، ثم الرغبة في تطوير القدرات المهنية بوزن مرجح قدره ١٠١ نقطة، فالاطلاع والمعرفة واكتساب الخبرة بوزن مرجح ٩٣ نقطة، وأخيراً الرغبة في التعاون مع الآخرين بوزن مرجح ٤٥ نقطة.

١٢- إلى أي مدى تطبق المعايير المهنية التي تحكم أدائك للعمل الإخباري؟

مدى تطبيق المعايير المهنية	ك	%
أحياناً	٣٢	٧٢,٧
دائماً	١٢	٢٧,٣
الإجمالي	٤٤	١٠٠

توضح بيانات الجدول السابق أن ٧٢,٧٪ من عينة القائمين بالاتصال يطبقوا أحياناً المعايير المهنية التي تحكم أدائك للعمل الإخباري، بينما يطبق ٢٧,٣٪ هذه المعايير المهنية دائماً.

٣٤,١٪ ثم التشاور مع الزملاء بنسبة ٢٥٪ ثم المندوب بنسبة ١٥,٩٪ وأخيراً المراسل بنسبة ١١,٤٪ .

١٧- من المسئول عن اختيار أفكار الموضوعات المنتقاة من وسائل الإعلام البديل (٩٥) ن= (٤٤)

المسئول عن اختيار الأفكار في المؤسسة	ك	%
رئيس تحرير	٢٢	٥٠
رئيس القسم المختص	١٦	٣٦,٤
التشاور مع الزملاء	٦	١٣,٦
المراسل	٥	١١,٤
اجتماعات دورية	٥	١١,٤
المندوب	٢	٤,٥

توضح بيانات الجدول السابق أن المسئول الأول عن اختيار أفكار الموضوعات المنتقاة من وسائل الإعلام البديل داخل المؤسسة التي يعمل بها القائمون بالاتصال محل الدراسة هو رئيس التحرير بنسبة ٥٠٪ يليه رئيس القسم المختص بنسبة ٣٦,٤٪ ثم التشاور مع الزملاء بنسبة ١٣,٦٪ ثم المراسل والاجتماعات الدورية بنسبة ١١,٤٪ لكل منهما، وأخيراً المندوب بنسبة ٤,٥٪ .

المحور الثاني: رؤية القائمين بالاتصال لقضايا تمت إقرارها في الإعلام البديل:

١٨- هل يعد استخدام الإنترنت من ضمن أولوياتك اليومية؟

استخدام الإنترنت	ك	%
دائماً	٣٥	٧٩,٥
أحياناً	٩	٢٠,٥
الإجمالي	٤٤	١٠٠

توضح بيانات الجدول السابق أن غالبية القائمين بالاتصال محل الدراسة بنسبة ٧٩,٥٪ يستخدمون

١٥- هل يُحدث تناول الإعلام البديل للقضايا تغييراً في أولويات اختيارك ومعالجتك للمواد الإخبارية؟

مدى التغيير في الأولويات	ك	%
أحياناً	٢٩	٦٥,٩
لا	٩	٢٠,٥
دائماً	٦	١٣,٦
الإجمالي	٤٤	١٠٠

توضح بيانات الجدول السابق أن قرابة ثلثي القائمين بالاتصال محل الدراسة بنسبة ٦٥,٩٪ قد أشاروا إلى أنه أحياناً يُحدث تناول الإعلام البديل للقضايا والموضوعات المختلفة تغييراً في أولويات اختيارهم ومعالجتهم للمواد الإخبارية، بينما أشار ١٣,٦٪ من القائمين بالاتصال إلى أنه دائماً يُحدث تناول الإعلام البديل للقضايا تغييراً في أولويات اختيارهم ومعالجتهم للمواد الإخبارية، وعلى النقيض ذكر ٢٠,٥٪ أن ذلك التغيير لا يقع.

١٦- من المسئول عن اختيار أفكار الموضوعات التي يتم معالجتها داخل المؤسسة التي تعمل بها (٩٥) ن= (٤٤)

المسئول عن اختيار الأفكار في المؤسسة	ك	%
رئيس تحرير	٢٤	٥٤,٥
رئيس القسم المختص	١٩	٤٣,٢
اجتماعات دورية	١٥	٣٤,١
التشاور مع الزملاء	١١	٢٥
المندوب	٧	١٥,٩
المراسل	٥	١١,٤

توضح بيانات الجدول السابق أن المسئول الأول عن اختيار أفكار الموضوعات التي يتم معالجتها داخل المؤسسة التي يعمل بها القائمون بالاتصال محل الدراسة هو رئيس التحرير بنسبة ٥٤,٥٪ يليه رئيس القسم المختص بنسبة ٤٣,٢٪ ثم الاجتماعات الدورية بنسبة

أولوية قضايا الإعلام البديل	ك	%
أحياناً	٢٦	٥٩,١
يصعب التحديد	٧	١٥,٩
لا	٦	١٣,٦
دائماً	٥	١١,٤
الإجمالي	٤٤	١٠٠

توضح بيانات الجدول السابق أن ٥٩,١% من عينة القائمين بالاتصال قد أشاروا إلى أن القنوات التي يعملون بها تضع أحياناً السياسة التحريرية للقناة التي تعمل بها قضايا الرأي العام المثارة عبر الإعلام البديل كهدف من أولوياتها، بينما بلغت نسبة من يضعونها دائماً ١١,٤% أما من لا تضع القنوات التي يعملون بها السياسة التحريرية للقناة التي تعمل بها قضايا الرأي العام المثارة عبر الإعلام البديل كهدف من أولوياتها فنسبتهم ١٣,٦% بينما من أشاروا إلى أنه يصعب عليهم التحديد كانت نسبتهم ١٥,٩%.

٢٢- هل يؤثر نمط ملكية الوسيلة الإعلامية على عدم نشر قضايا الرأي العام المثارة عبر الإعلام البديل؟

تأثير نمط الملكية	ك	%
أحياناً	٢٥	٥٦,٨
دائماً	١٤	٣١,٨
يصعب التحديد	٤	٩,١
لا	١	٢,٣
الإجمالي	٤٤	١٠٠

توضح بيانات الجدول السابق أن ٥٦,٨% من عينة القائمين بالاتصال رأوا أن نمط ملكية الوسيلة الإعلامية يؤثر أحياناً على عدم نشر قضايا الرأي العام المثارة عبر الإعلام البديل، ورأى ٣١,٨% أنها تؤثر دائماً، بينما كان التحديد صعباً على ٩,١% من القائمين بالاتصال، على

١٩- ما مدى ثققتك وتصديقك للمعلومات التي يتم تداولها عبر الإعلام البديل؟

الثقة في معلومات الإعلام البديل	ك	%
أحياناً	٣٥	٧٩,٥
لا	٩	٢٠,٥
الإجمالي	٤٤	١٠٠

توضح بيانات الجدول السابق أن ٧٩,٥% من عينة القائمين بالاتصال يثقون أحياناً في معلومات الإعلام البديل، بينما ٢٠,٥% لا يثقون في معلومات الإعلام البديل.

٢٠- كيف تتعامل مع البيانات والمعلومات الخاصة بالرأي العام التي يكون مصدرها الإعلام البديل؟

كيفية التعامل مع بيانات ومعلومات الإعلام البديل	ك	%
استخدم أساليب مختلفة للتأكد من المعلومات	٢٩	٦٥,٩
أعرضها على رئيس التحرير أو على رئيسي المباشر	١٥	٣٤,١
الإجمالي	٤٤	١٠٠

توضح بيانات الجدول السابق أن ٦٥,٩% من عينة القائمين بالاتصال يستخدمون أساليب مختلفة للتأكد من المعلومات الخاصة بالرأي العام التي يكون مصدرها الإعلام البديل، بينما ٣٤,١% يعرضها على رئيس التحرير أو على رئيسه المباشر

٢١- هل تضع السياسة التحريرية للقناة التي تعمل بها قضايا الرأي العام المثارة عبر الإعلام البديل كهدف من أولوياتها؟

يملكونها دائماً عن ٦,٨% على حين بلغن نسبة من لا يملكون صلاحية إجراء هذه المراجعة ١٨,٢% وأشار ٤,٥% إلى صعوبة تحديد ذلك.

نتائج اختبارات الفروض:

١- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى اعتماد القائمين بالاتصال على الإعلام البديل في بناء أجنده نشره الأخبار الرئيسية للقنوات التي يعملون بها من جانب والمجالات والملفات التي يعتمدون على الإعلام البديل في معالجتها من جانب آخر.

مؤشرات إحصائية	لا		أحياناً		دائماً		مدى الاعتماد
	ك	%	ك	%	ك	%	
الأخبار	٢	٢٠,٧١	٦	١٣,٦	١٤	٣١,٨	١
الرياضة	٢	١٠,٥٧٨	١	١٣,٦	٦	-	-
الفن	٢	١,٨٨٠	-	-	٥	١١,٤	-
الأخبار العالمية	٢	٠,٢٤٤	٤,٥	١٣,٦	٦	-	-
الأخبار المحلية	٢	١,٩٢٥	١,٨	٣	٢٧,٣	١٢	١
تغطية شؤون الزوارات	٢	٢,٠٢٧	١,٨	٣	٩,١	٤	-

يتضح من بيانات الجدول السابق تنوع مجالات اعتماد القائمين بالاتصال على الإعلام البديل في بناء أجنده نشره الأخبار الرئيسية للقنوات التي يعملون بها، حيث يعتمدون أحياناً على الإعلام البديل في تغطية كافة أشكال الأخبار المختلفة والرياضة والفن والأخبار العالمية والأخبار المحلية وتغطية شؤون الزوارات.

كما تُظهر المؤشرات الإحصائية عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى اعتماد القائمين بالاتصال على الإعلام البديل في بناء أجنده نشره الأخبار الرئيسية للقنوات التي يعملون بها من جانب والمجالات والملفات التي يعتمدون على الإعلام البديل في معالجتها من جانب آخر، حيث كانت قيم مستوي المعنوية في جميع مجالات الاعتماد أكبر من ٠,٠٥ ما يعني عدم دلالتها الإحصائية. وبذلك يثبت عدم صحة الفرض الأول القائل بوجود

حين أشار مبحوث واحد فقط إلى أن نمط ملكية الوسيلة الإعلامية لا يؤثر مطلقاً على عدم نشر قضايا الرأي العام المثارة عبر الإعلام البديل.

٢٣- كيف يتم التعامل، غالباً، مع مادتك الإخبارية الخاصة بقضايا الرأي العام المثارة عبر الإعلام البديل بعد تسليمها؟ (ن=٤٤)

كيفية التعامل	ك	%
يعاد صياغة أجزاء منها	٢٥	٥٦,٨
يضاف لها أبعاد جديدة	١١	٢٥
يعاد معالجتها لخدمة غرض معين	١٠	٢٢,٧
تدمج مع مواد أخرى	٧	١٥,٩
تُحذف أجزاء منها	٣	٦,٨

توضح بيانات الجدول السابق أنه فيما يخص تعامل القائمين بالاتصال مع المادة الإخبارية الخاصة بقضايا الرأي العام المثارة عبر الإعلام البديل بعد تسليمها، فإن ٥٦,٨% يقومون بإعادة صياغة أجزاء منها، بينما يضيف ٢٥% منهم إليها أبعاداً جديدة، و٢٢,٧% يعيدون معالجتها لخدمة غرض معين، و١٥,٩% يدمجونها مع مواد أخرى، و٦,٨% يحذفون أجزاءً منها.

٢٤- هل تملك صلاحية مراجعة هذا التغيير داخل

مجالك؟

مدى امتلاك صلاحية المراجعة	ك	%
أحياناً	٣١	٧٠,٥
لا	٨	١٨,٢
دائماً	٣	٦,٨
يصعب التحديد	٢	٤,٥
الإجمالي	٤٤	١٠٠

توضح بيانات الجدول السابق أن ٧٠,٥% من عينة القائمين بالاتصال يكون لهم أحياناً صلاحية مراجعة التغيير في المادة التحريرية، بينما لم تزد نسبة من

ومستوي المعنوية ٠,٤٨٦، إذ مستوي المعنوية أكبر من ٠,٠٥ ما يعني عدم دلالة الإحصائية.

وبذلك يثبت عدم صحة الفرض الثاني القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى اعتماد القائمين بالاتصال على الإعلام البديل في بناء أجندة نشرة الأخبار الرئيسية للقنوات التي يعملون بها من جانب والمجالات والملفات التي يعتمدون على الإعلام البديل في معالجتها من جانب آخر.

٣- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى اعتماد القائمين بالاتصال على الإعلام البديل في بناء أجندة نشرة الأخبار الرئيسية للقنوات التي يعملون بها من جانب ومدى الثقة في المعلومات التي يتم تداولها عبر الإعلام البديل من جانب آخر.

مدى الثقة	دائماً		أحياناً		لا		الإجمالي
	ك	%	ك	%	ك	%	
دائماً	١	٢,٣	٢٩	٦٥,٩	٩	٢٠,٥	٣٩
أحياناً	٥	١١,٤	١	٢,٣	٥	١١,٤	١١
لا	٥	١١,٤	٤	٩,١	٩	٢٠,٥	١٨
الإجمالي	١٠	٢٢,٧	٣٣	٧٥	١٤	٣٢	٤٤

(٢١٥-٣٤٧، درجة الحرية=٤، مستوى المعنوية=٠,٤٨٦)

يتضح من بيانات الجدول السابق أن أكثر أفراد العينة (بنسبة ٦٥,٩٪) يعتمدون أحياناً على الإعلام البديل في بناء أجندة نشرة الأخبار الرئيسية للقنوات التي يعملون بها في الوقت ذاته الذي يثقون فيه أحياناً في المعلومات التي يتم تداولها عبر الإعلام البديل، ما يعني افتقاد الرابطة بين متغيري الاعتماد والثقة في معلومات الإعلام البديل.

كما تُظهر المؤشرات الإحصائية المبينة أسفل الجدول عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى اعتماد القائمين بالاتصال على الإعلام البديل في بناء أجندة نشرة الأخبار الرئيسية للقنوات التي يعملون بها من جانب ومدى الثقة في المعلومات التي يتم تداولها عبر الإعلام

علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى اعتماد القائمين بالاتصال على الإعلام البديل في بناء أجندة نشرة الأخبار الرئيسية للقنوات التي يعملون بها من جانب والمجالات والملفات التي يعتمدون على الإعلام البديل في معالجتها من جانب آخر.

٢- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى اعتماد القائمين بالاتصال على الإعلام البديل في بناء أجندة نشرة الأخبار الرئيسية للقنوات التي يعملون بها من جانب ومدى تغيير أولويات الاختيار والمعالجة للمواد الإخبارية تبعاً لذلك الاعتماد من جانب آخر.

مدى التغيير	دائماً		أحياناً		لا		الإجمالي
	ك	%	ك	%	ك	%	
دائماً	٥	١١,٤	١	٢,٣	٦	١٣,٦	١٢
أحياناً	١	٢,٣	٢٢	٥٢,٣	٥	١١,٤	٢٨
لا	٥	١١,٤	٤	٩,١	٩	٢٠,٥	١٨
الإجمالي	١٠	٢٢,٧	٣٣	٧٥	١٤	٣٢	٤٤

(٢١٥-٣٤٧، درجة الحرية=٤، مستوى المعنوية=٠,٤٨٦)

يتضح من بيانات الجدول السابق أنه على الرغم من اعتماد بعض القائمين بالاتصال عينة الدراسة أحياناً على الإعلام البديل في بناء أجندة نشرة الأخبار الرئيسية للقنوات التي يعملون بها، فإن هذا الاعتماد لا يقود إلى تغيير دائم في أولويات الاختيار والمعالجة للمواد الإخبارية، ما يعني افتقاد الرابطة بين متغيري الاعتماد والتغيير تبعاً لذلك الاعتماد.

كما تُظهر المؤشرات الإحصائية المبينة أسفل الجدول عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى اعتماد القائمين بالاتصال على الإعلام البديل في بناء أجندة نشرة الأخبار الرئيسية للقنوات التي يعملون بها من جانب ومدى تغيير أولويات الاختيار والمعالجة للمواد الإخبارية تبعاً لذلك الاعتماد من جانب آخر، حيث بلغت قيمة χ^2 ٣,٤٤٧ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند درجة حرية ٢

البديل من جانب آخر، حيث بلغت قيمة ك_٢ ١٦٥ ، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند درجة حرية ٢ ومستوي المعنوية ٠,٩٢١، إذ مستوي المعنوية أكبر من ٠,٠٥ ما يعني عدم دلالاته الإحصائية.

وبذلك يثبت عدم صحة الفرض الثالث القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى اعتماد القارئ بالاتصال على الإعلام البديل في بناء أجندة نشرة الأخبار الرئيسية للقنوات التي يعملون بها من جانب ومدى الثقة في المعلومات التي يتم تداولها عبر الإعلام البديل من جانب آخر.

٤- توجد فروق دالة إحصائياً بين القائمين بالاتصال في كل من القنوات الحكومية والخاصة في مدى اعتمادهم على الإعلام البديل في بناء أجندة نشرة الأخبار الرئيسية للقنوات التي يعملون بها.

مؤسسة العمل	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة T	درجة الحرية	مستوي المعنوية
حكومية	٢٨	٢,٢٥	٠,٥١٨	٠,٩٦٦	٤١	٠,٣٤٢
خاصة	١٦	٢,١٣	٠,٣٤٢			

يتضح من بيانات الجدول السابق عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين القائمين بالاتصال في كل من القنوات الحكومية والخاصة في مدى اعتمادهم على الإعلام البديل في بناء أجندة نشرة الأخبار الرئيسية للقنوات التي يعملون بها، حيث بلغت قيمة T ٠,٩٦٦، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند درجة حرية ٤١ ومستوي معنوية ٠,٣٤٢.

وبذلك يثبت عدم صحة الفرض الرابع القائل بوجود فروق دالة إحصائياً بين القائمين بالاتصال في كل من القنوات الحكومية والخاصة في مدى اعتمادهم على الإعلام البديل في بناء أجندة نشرة الأخبار الرئيسية للقنوات التي يعملون بها.

الهوامش:

فاطمة الزهراء محمد أحمد السيد، "تأثير استخدام شبكة الانترنت على المنتج الصحفي"، رسالة دكتوراه غير منشورة. (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2007).

مها عبد المجيد صلاح، "التغيرات المؤثرة على التفاعلية في النشر الصحفي على شبكة الانترنت: دراسة تحليلية وشبه تجريبية"، مرجع سابق، 2007.

وسام كمال محمود الحنبلي، العوامل المؤثرة على القارئ بالاتصال في المواقع المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم صحافة، 2011).

وليد محمد عمشة، أثر التكنولوجيا المستخدمة في جمع وتقديم الأخبار على شكل ومضمون الخدمة الإخبارية: دراسة على القنوات الفضائية العربية غير الحكومية، رسالة ماجستير غير منشورة. (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2001).

ب- كتب عربية:

إبراهيم حمادة بسيوني، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، ط 1 عالم الكتب، القاهرة، 2008.

أحمد زكرياء، نظريات الإعلام، ط 1 المكتبة المصرية للنشر، 2009 ص 06.

بسيوني إبراهيم حمادة، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، ط 1 عالم الكتب، القاهرة، 2008 ص 208.

حسن عماد مكاوي وليلى عبد حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة. (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ط 1 1998).

حمادة بسيوني، وسائل الإعلام والسياسة، دار النهضة للشرق، القاهرة، 1997.

شريف درويش اللبان، أزمة حرية التعبير: الإعلام التلقيني في مواجهة التدوير، مرجع سابق، 2008.

فؤادة عبد المنعم البكري، الإعلام الدولي، ط 1. القاهرة: عالم الكتب، 2011.

عزيز لعبان، وسائل الإعلام والمجتمع إشكالية التأثير: من الأثر المؤكد إلى الأثر المحتمل.

محمد سيد محمد، الاتصال الدولي، ط 1. القاهرة: دار الفكر العربي، 2011.

محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط 1 الفرزدق للنشر والتوزيع، الكويت، 2003.

ج- بحوث منشورة في دوريات علمية:

إبراهيم بعزیز "دور وسائل الاتصال الجديدة في إحداث التغيير السياسي في البلدان العربية"، المجلة العربية للعلوم السياسية، العدد 31 ص 2011
أماني فهمي، الاتجاهات العلمية الحديثة لنظريات التأثير في الراديو والتلفزيون، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الرابع، ديسمبر، 1998 ص 341.

السيد بخيت، أدوار مستخدمي المواقع الإلكترونية في صناعة المضامين الإعلامية: دراسة في المفاهيم وبيئة العمل، المجلة المصرية لبحوث الرأي

Egyptian revolution: How Civic Engagement and citizen journalism titled the Balance, Arab Media and Society, Issue 13, 2011

Khamis, Sahar, Paul B. Gold and Katherine Vaughn, Beyond Egypt's "Facebook Revolution" and Syria's "YouTube Uprising." Comparing political contexts, Actors and communication Strategies, Arab Media and Society, No.15, 2012.

Maxwell M Combs and Donald Show, the Evolution of Agenda Setting Research: Twenty Five Years in the Marketplace of Ideas, Journal of Communication, Vol. 4, PP 703-711.

MC Combs Maxwell, Explorers and Surveyors: Expanding strategies for Setting Research, Journalism Quarterly, vol 69, N°: 4, 1992, p13

Patterson R and MC clure R, Print Vs network New, Journal of Communication, Vol 26, N° 1, 1976, PP 23-28.

Price V and Tewksbury D, New Values and Public Opinion: A Theoretical Account of Media Priming and Framing, in Sietman, R.B, Framing the 2004 Presidential Election: The Role of me

Rogers Evertt, the Anatomy of Agenda Setting Research Journal of Communication, Vol. 43, N°: 3, P70.

Setting buildings in local television News, Adams douglas, information subsidy and agenda, Journalism Quarterly, vol 67, no 4, 1995.

Weaver David, Zhu Hua Jain, and Willant Lars, The Bridging Function of Interpersonal Communication in Agenda setting, Journalism Quarterly, Vol 69, N°: 02, 1992, P830

Weimann Gabriel and Brosius Hans, Is there a Two Step of Agenda Setting, International Journal of Public Opinion, Vol6, N° 4, 1994, P225

Winter J, Agenda-Setting for the Civil Rights Issue, Public Opinion Quarterly, Vol. 45, PP 376-383.

Yagada Ailaen and Dogier David, the Media Agenda Setting Effect of Concrete Versus Abstract Issues, Journalism Quarterly, Vol 67, N° 2, 1990, PP 3-9.

ZHU Jian Hua, Issue Completion and Attention Distraction: Sun Theory of Agenda Setting, Journalism Quarterly, Vol 69, N°: 04, 1992, P101.

ج- كتب أجنبية:

Branston, Gill & Stafford, Roy Media Students Book, Third Edition. (London: Routledge, 2002) p.136.

Denis Shane, Using the media How to deal with the press TV and radio, (Great Britain, 1979), p, 46.

Ferguson, Robert. Representing Race Ideology, Identity and the media, (London: Arnold publishers,1998).P.176

Maxwel Mac Combs, D. Show, Agenda-Setting and The Political Process: in The Emergence of Political Issues, Ed Show and MC Combs, 1977, P152

Pew internet & American Life Project, "Teens and social Media", December 19, 2007, Available At, HYPERLINK "http://www.pewinternet.org//media//Files/Reports/

العام، المجلد التاسع، العدد الثالث، يناير- يونيو 2009. شيماء إسماعيل، " المدونات المصرية على الشبكة العنكبوتية العالمية مصدرًا للمعلومات مع إشارة خاصة لمدونات المكتبات ومدونات المكتبيين"، Cybrarians Journal? العدد 13 (يونيو 2007).

محمد بن سعود البشير، قصور النظرية في الدراسات الإعلامية، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، عدد 83? جامعة الكويت، 2003.

هبة جمال الدين، أولويات الإعلام وعملية تشكيل الرأي العام، المجلة الإجتماعية القومية، المجلد الثلاثون، العدد الثاني والثلاثون، مصر، سبتمبر 1993.

د- بحوث منشورة في مؤتمرات علمية:

الصادق الرابع، " المدونات والوسائط الإعلامية: بحث في حدود الوصل والفصل"، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر الدولي الأول للإعلام الجديد:

تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، من 9-17 إبريل 2009.

خالد صلاح الدين حسن على، " دور الإعلام التقليدي والجديد في تشكيل معارف الرأي العام واتجاهاته نحو قضايا الديمقراطية، وتحدياتها في مصر:

في إطار تحليل الخطاب الإعلامي، ونظرية الاعتماد"، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمي الخامس عشر للإعلام والإصلاح:..التحديات، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، الجزء الثاني، من 9-17 يوليو 2009.

شيم عبد الحميد قطب، " رؤية القائم بالاتصال في الصحافة المصرية لمواقع التدوين في إطار التكامل بين الوسائل التقليدية والجديدة"، ورقة

بحثية مقدمة للمؤتمر العلمي الخامس عشر للإعلام والإصلاح:..التحديات، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، الجزء الثاني، من 9-17 يوليو 2009.

نرمين زكريا خضر، "الأثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصرى لمواقع الشبكات الإجتماعية: دراسة على مستخدمى Facebook؟

ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمي الدولي الأول " الأسرة والإعلام وتحديات العصر، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 15/17 فبراير 2009.

Navasartian Kanakara, "Digging for Votes: An Analysis of 2008 presidential candidates use of new Media", MA Thesis, U.S.A, University of South earn California, May 2008.

Storck Madeline, The Role of Social Media in political Mobilization: A case study of the January 2011 Egyptian Uprising,

ب- بحوث منشورة في دوريات علمية:

Adams Douglas, Information Subsidy and Agenda Setting Building in Local Television News, Journalism Quarterly, Vol 67, N° 4, 1995, P725

Al -Aani Khalil, " Brotherhood Bloggers: A New Generation voices dissent", Arab Insight Magazine, Available at: HYPERLINK "http://www.ikhwanweb.com/article.php?id=15475" http://www.ikhwanweb.com/article.php?id=15475

Al-Aani Khalil, " brotherhood bloggers: A New Generation voices dissent", Arab insight magazine, available at: HYPERLINK "http://www.ikhwanweb.com/article.php?id=15475" http://www.ikhwanweb.com/article.php?id=15475

Donald Shaw and Shannon Martin, The Function of Mass Media Agenda Setting, Journalism Quarterly, Vol 69, N° 4, 1992, PP 902-905

Khamis Sahar and Vaughn Katherine, Cyber activism in the

PIP_Teens_Social_Media_Final.pdf.pdf"http://
www.pewinternet.org/tmedia/Files/Reports/
PIP_Teens_Social_Media_Final.pdf.pdf

Scanlan, Christopher. Reporting and writing Basics for the
21st Century, (London: Oxford university press, 2000) p.9.

د- بحوث منشورة في مؤتمرات علمية:

Blumer J and Gurevitch M, Politician and the Press: An Es-
say on Role Relation Ships, Ed Handbook of Political Com-
munication, 1992, P105.

Davis Dennis., et al., "Gender Differences in New Media
Use: New Zealand, Paper Presented at the Annual Meeting of
the international Communication Association, Dresden Inter-
national Congress Centre, Dresden, Germany, Jun 16, 2006.

Hou, Cheng-N. & Wang, Ming-H., "Creating the internet as
alternative Media", Paper Presented at the Annual Meeting of
the American Sociological Association, Atlanta Hilton Hotel,
Atlanta, GA, Aug 16 , 2003.

Manheim Garol, A Model of Agenda dynamics, in McLaugh-
lin Margaret, Ed Communication Year Book, New Delhi, 1987,
P503.

Martin Jason& Lnaosga Gerry. "Blogging the Horse Race:
New Media and the presidential Primary campaign", Paper pre-
sented at the Annual meeting of the Association for education in
journalism and mass communication, Marriott Downtown, Chi-
cago, IL, Aug 06,2008

MC Combs and David Weaver, Voters Need for Orientation
and Use of Mass Communication, Presented at the Annual Con-
ference of the International Communication Association, Mon-
treal- Canda, 1973.

مواقع الانترنت:

HYPERLINK "http://mediacom.jeeran.com/archive/2009/9/
942220.htm"http://mediacom.jeeran.com/archive/2009/9/
942220.htm (12/09/2010)
http://www

- أتيح للمبحوث اختيار أكثر من بديل
- أتيح للمبحوث اختيار أكثر من بديل
- أتيح للمبحوث اختيار أكثر من بديل
- أتيح للمبحوث اختيار أكثر من بديل
- أتيح للمبحوث اختيار أكثر من بديل