



جامعة المنصورة
كلية الآداب
قسم الإعلام

بحث بعنوان

معالجة الصحافة الإلكترونية لثورة ٢٥ يناير ٢٠١١

خلال فترة حكم المجلس العسكري

إعداد

اماني محمد أحمد بدر

إشراف

أ.د/ عبدالهادي النجار
د/ مجدي الداغر

مدرس تكنولوجيا الإعلام
كلية الآداب
جامعة المنصورة

أستاذ الإعلام المساعد
كلية الآداب
جامعة المنصورة

مقدمة

أصبح الإعلام اليوم وسيلة حيوية وهامة لتوصيل المعلومات والرؤى للرأي العام وتوجيه إهتمامات الجمهور للإهتمام بقضايا بعينها وتجاهل قضايا أخرى، من هنا تتضح خطورة الإعلام كوسيلة إذ يجب أن يتسم بالحياد والمصداقية سواء كانت ملكيته تعود للقطاع العام أو للقطاع الخاص، وتغليب المصلحة العليا للوطن فوق كل شيء، حتى يستطيع المتلقي الإعتماد بثقة على ما يقدم له ن معلومات من وسائل الإعلام ليكون وجهة النظر الخاصة به سواء كانت مع أو ضد القضية المطروحة.

وتعددت المشكلة مع التغيرات الجوهريّة التي شهدتها المنطقة العربيّة مؤخرًا فيما يعرف بثورات الربيع العربي حيث تزامن ذلك مع تلك التغيرات تدفق إعلامي ومعلوماتي غير مسبوق إختلفت فيه الحقائق بالأكاذيب وانتشرت من خلاله الشائعات وبعضها إفتقد إلى مرجعيات يمكن التيقن من خلالها على صدق هذا الكم الكبير من المعلومات الأمر الذي كان له دور محوري في توجيه الشباب وفقاً للحقائق أحياناً وللأكاذيب أحياناً أخرى.

وتتجسد مشكلة الدراسة في إطار رصدها للأداء الإعلامي لأداء المجلس العسكري في الفترة الإنتقالية، وبالتالي التعرف على الصورة الإعلامية للمجلس العسكري الذي نتج عن هذا التناول من خلال تغطيتها لتلك الأنشطة ووسائل وأشكال التغطية والمتغيرات التي تقوم عليها تلك الصورة، بإعتبار أن التعرف على ملامح وأبعاد تلك الصورة يفسر بدرجة كبيرة اتجاهات تلك الصحف، نحو توضيح الصورة الإعلامية التي تعرض المجلس العسكري في الصحف والمواقع الإلكترونية.

أهمية الدراسة:

- تلعب الصحافة دورًا مهمًا في تشكيل الصورة الإعلامية عن المجلس العسكري في الفترة الإنتقالية، من خلال التعرف على السمات الإيجابية والسلبية للمجلس العسكري ورجل الجيش كما جاءت في الصحف والمواقع الإلكترونية.
- معرفة حجم إهتمام الصحف والمواقع محل الدراسة بالموضوعات التي تناولت المجلس العسكري.
- قلة الدراسات العربيّة والأجنبيّة التي تناولت بحث صورة المجلس العسكري في الصحف المصريّة.
- تزايد التنافس بين الصحف المصريّة عند تناول الموضوعات المثيرة للجدل والتي تشغل الرأي العام ومنها فترة تولي المجلس العسكري المصري حكم مصر على مدار عام ونصف.

ومن تساؤلات الدراسة:

- معرفة حجم إهتمام المواقع محل الدراسة بالقضايا المتعلقة بالمجلس العسكري
- رصد الفنون الصحفية التي إعتمدت عليها المواقع محل الدراسة
- ماهي مصادر المعلومات في المواد الصحفية في الصحف محل الدراسة؟
- ماأهم القضايا والأحداث التي إهتمت بها الصحف محل الدراسة والمتعلقة بالمجلس العسكري؟
- ماالقوى الفاعلة التي إعتمدت عليها الصحف محل الدراسة في صياغة المواد التحريرية التي تناولت القضايا المرتبطة بالمجلس العسكري؟
- مامدى توازن التغطية الإخبارية في الصحف محل الدراسة؟
- ماالسمات الإيجابية والسلبية لصورة المجلس العسكري التي تناولتها الصحف محل الدراسة؟
- ما هي سمات صورة رجل الجيش في الصحف محل الدراسة؟
- ماإتجاه المعالجة الإخبارية للمواد المتعلقة بالمجلس العسكري في الصحف محل الدراسة؟
- وإستهدفت الدراسة التعرف على صورة المجلس العسكري في الصحف المصرية المطبوعة والإلكترونية، بإستخدام منهج المسح، واعتمدت الباحثة على اداة تحليل المضمون، لتحليل مضمون صحف الدراسة وهي "الأهرام - الوفد - المصري اليوم"، في الفترة من يناير ٢٠١١ وحتى يونيو ٢٠١٢ وهي الفترة الإنتقالية التي تولى فيها المجلس العسكري الإدارة السياسية للبلاد.

أبعاد الدراسة:

البعد الموضوعي: تتناول الباحثة في هذه الدراسة المعالجة الصحفية التي تقوم بها الصحف والمواقع محل الدراسة للموضوعات والقضايا المثارة المتعلقة بالمجلس العسكري في الفترة الإنتقالية التي حكم خلالها مصر، والمقارنة بينها للتعرف على صورة المجلس العسكري في هذه الصحف.

البعد الزمني: دراسة تطبيقية على عينة من الصحف الورقية المصرية ونسختها الإلكترونية وهي "الأهرام - الوفد - المصري اليوم"، في الفترة الزمنية من ٢٨ يناير ٢٠١١م وحتى ٣٠ يونيو ٢٠١٢م، وهي الفترة التي تولى فيها المجلس العسكري السلطة السياسية في الدولة والتي أطلق عليها "الفترة الإنتقالية".

البعد التطبيقي: تناولت الدراسة صحف الأهرام، والوفد، والمصري اليوم ونسختها الإلكترونية.

الصورة الإعلامية

تعريف :

يعد مفهوم الصورة الإعلامية Media representation من أبرز المفاهيم الحديثة المرتبطة بالدراسات الثقافية بوجه عام، والإعلامية بوجه خاص، والتي تفسر دور وسائل الإعلام في تشكيل صور الأفراد أو الدول أو الشعوب أو الجماعات الإجتماعية أو المؤسسات المختلفة، وقد حظى مدخل الصورة الإعلامية فى السنوات الأخيرة بإهتمام متزايد من قبل الباحثين فى دراسات الصورة، والدراسات الخاصة بالمضمون الدرامى بوسائل الإعلام، ويرجع ذلك إلى أهمية هذا المضمون فى تشكيل صورة الفئات الإجتماعية والمؤسسات المختلفة بالمجتمع لدى الجمهور .

وقد ظهر مفهوم الصورة الإعلامية كأحد المفاهيم الحديثة التى أوجدها تطور آلية تعامل وسائل الإعلام مع موضوعات مختلفة، بحيث تسعى إلى تكوين فكرة عامة عن هذه الموضوعات تخدم توجهها وسياستها العامة، وهذه الموضوعات قد تكون مجتمعية (المرأة، الطفل، المعلم، الأسرة....) أو قد تكون سياسية (صورة الذات، صورة الدول الأخرى، صورة منظمات منظمات دولية، صورة المرشحين) أو قد تكون إقتصادية (المؤسسات الإقتصادية، المنتجات والسلع) .

تعد الوظيفة الإخبارية إحدى أهم الوظائف التى تقوم بها وسائل الإعلام فى مختلف المجتمعات، ذلك أنها تلبى حاجة بشرية أساسية وجدت مع الإنسان منذ بدء الخليقة وهى: البحث عن الأخبار^١ فالإنسان - بوصفه كائنات إتحاليات - تواقٌ للتعرف على البيئة المحيطة به، ويحدوه شغف شديد لتلمس الأخبار، ومعرفة حقائق الأحداث التى تدور من حوله^٢ وهو ما تحققه له المواد الإخبارية، كما أنها تشبع الفضول لدى الأفراد فى معرفة ما يحيط بهم .. وهذا يساعدهم على تكوين وجهات نظر تجاه الأحداث، وغتخاذ مواقف تجاهها^٣.

ويمكن تعريف الصورة الإعلامية بأنها مجموعة من السمات والصفات التى تتسببها وسائل الإعلام لإحدى الدول أو الشعوب أو الجماعات من خلال ما تقدمه من مضامين حول هذه الدول أو الشعوب أو الجماعات^٤.

^١ سامى الشريف (١٩٨٩) النشرات الإخبارية فى الإذاعات العربية (المحتوى والشكل). القاهرة، دار الوزان للطباعة والنشر، ص ١١

^٢ المرجع السابق نفسه، ص ٣٩ .

^٣ سوزان القلبنى، هبه السمرى (١٩٩٣): إنتاج البرامج للراديو والتلفزيون، القاهرة، مكتبة الشباب، ص ٩٧ .

^٤ نشوى حسانين حافظ الشلقانى: دور قناة النيل الدولية فى تشكيل صورة ذهنية عن مصر لدى الأجانب المقيمين، رسالة دكتوراة غير منشورة(جامعة القاهرة:كلية الإعلام، ٢٠٠٠)ص ٢٢ .

وتعرفها إيناس أبو يوسف بأنها تلك المعالجات التي تعرضها الصحافة لإحدى القضايا المحورية وفى إطار عرضها للحدث الخاص بهذه القضية ومدى إلتزامها بالعناصر الأربعة المؤثرة فى تشكيل الصورة فى وسائل الإعلام وهى علاقة الدولة بالصحافة, تصور صانع القرار, نوع وملكية الصحافة, تصور القائم بالإتصال .^٥

ويشير برانستون وستافورد Branston & Stafford (٢٠٠٤) إلى مفهوم الصورة الإعلامية باعتبارها مفهوماً دالاً على الطريقة التى تقدم بها وسائل الإعلام بعض الأحداث, القصص, أو الشخصيات.... إلخ بشكل متكرر ودائم بحيث تميل إلى تهميش أو حتى إستبعاد بعض الفئات فى مقابل التركيز على فئات أخرى أو سلوكيات بعينها, وهى بذلك تحنو أو تميل نحو هذه الجماعات أو السلوكيات فى "فئات غير مألوفة" Unfamiliar Categories لدى باقى أفراد المجتمع أو أنها حتى قد تصورها باعتبارها مصدراً للخطر أو التهديد .^٦

ويرى حماد إبراهيم بأنها رؤية خاصة للواقع تلعب وسائل الإعلام من خلالها ثلاث أدوار رئيسية فى خلق الصورة الإعلامية وهذه الأدوار هى إما أن تكون ساحة لطرح التصورات, أو طرفاً لطرح التصورات, أو أداة لطرح التصورات .^٧

والصور الإعلامية هى " الصورة الذهنية أو القومية أو النمطية التى تنتجها وسائل الإعلام ", أو بعبارة أخرى هى الصورة كما تعرضها وسائل الإعلام, وترتيباً على ذلك يمكن القول بأن هناك صورة إذاعية وصورة تليفزيونية وأخرى صحفية تصب هذه الصور جميعاً فى قالب واحد لتكوين الصور الإعلامية .

إلا ان الصورة الإعلامية تتميز بأنها تصنع واقعاً إعلامياً مختلفاً عن الحياة الواقعية, لأنه لولا وجود هذا الإختلاف لما كان هناك مبرراً لقراءة الصحف أو مشاهدة التليفزيون أو سماع الراديو, فالحياة الواقعية لا يمكن أن ترقى إلى مستوى البهاء والرونق الذى به العالم من خلال "الواقعية الإعلامية المصنوعة" .^٨

^٥ إيناس محمد أبو يوسف, "صورة العالم الثالث فى الصحافة المصرية والأمريكية خلال الفترة (١٩٨٠-١٩٨٩), مرجع سابق, ص ٤١

^٦ Gill Branston and Roy Stafford: The Media Student's Book. (London:Rutledge,2004)p.90.

^٧ حماد إبراهيم حامد, "صورة الولايات المتحدة الأمريكية فى الصحافة المصرية اليومية - دراسة مقارنة بين حقبتى الستينات والسبعينات", رسالة ماجستير, غير منشورة, جامعة القاهرة, كلية الإعلام, قسم الصحافة, ١٩٨٦, ص ٣٠.

^٨ عاطف عدلى العبد, الإتصال والرأى العام: الأسس النظرية والإسهامات العربية,(القاهرة: دار الهانى للطباعة, ١٩٨٩), ص ٣٢٠.

ويعرفها جيلز وميدلتون Giles & Middleton بأنها ما هي إلا واحدة من الوسائل أو الممارسات الضرورية والهامة التي تضىء بدورها معنى ودلالة للأحداث أو الفئات الإجتماعية.⁹ ولم تعد وسائل الإعلام تعكس فقط العالم الموجود بحقائقه الأساسية، بل تساعد أيضاً في خلق عالم جديد بما تنشره وترويجه وتذيعه وتصوره من كل مكان، إنها قادرة على أن تسقط وتغفل شخصيات هامة وتخلق من وقت لآخر نجوم وشخصيات جديدة.¹⁰

أهمية الصورة الإعلامية

تمارس وسائل الإعلام دوراً مهماً في إلقاء الضوء على قضايا السياسة الخارجية، تزايد هذا الدور لاسيما في ظل التقدم التكنولوجي الهائل الذي يشهده العالم في مجال الإتصالات والمعلومات، كما يتعاطم الدور الإعلامي في أوقات الأزمات الدولية والصراعات الإقليمية والحروب، من خلال تشكيل الجدل حولها وتقديم إنطباعات وتصورات بشأن الأطراف المشتركة فيها وإضفاء الشرعية على بعض الأطراف وفي الوقت ذاته تجريد أطراف أخرى من الشرعية وإبراز قضايا فرعية معينة وتجاهل أخرى .

إن وسائل الإعلام بمختلف أنواعها من أهم القنوات والمصادر التي تسهم في تكوين الصور لدى الناس، نظراً لإنتشارها الواسع وقدرتها البالغة على جذب الجمهور إليها، وبذلك يحصل الفرد على المعلومات والآراء والمواقف منها لتساعده في تكوين تصور للعالم المحيط به، خاصة وأن وسائل الإعلام تلعب دوراً كبيراً في الطريقة التي نبنى بها تصوراتنا عن العالم مما يؤدي في النهاية إلى تشكيل الصور العقلية التي تؤثر في تصرفات الإنسان، لأن ما تبثه هذه الوسائل إلى جماهيرها يعد بمثابة النافذة التي يطلون منها على العالم .

وأصبح من الثابت أن وسائل الإعلام الجماهيرية باتت تلعب دوراً عميقاً ومؤثراً في إنتاج الصور عن الآخر وترويجها على أوسع نطاق، لاسيما وأن هذه الوسائل قد طرأت عليها تبدلات تقنية ساعدت على زيادة قدرتها التأثيرية في هذا المجال على نحو غير مسبوق .

وعلى الرغم من أهمية التجارب المباشرة في تشكيل الآراء ورسم الإنطباعات إلا أنه لا مفر من الإعتماد على هذه الوسائل، إذ لا يمكن للأفراد أن يدخلوا في تجارب مباشرة مع آلاف الأحداث

⁹ Judy Giles and Tim Middleton: Studing Culture – A practical Introduction,(London:Black Well.LTD, 1999)p.56 .

¹⁰ محمود علم الدين، مستحدثات الفن الصحفي في الجريدة اليومية، رسالة دكتوراة، غير منشورة،(كلية الإعلام:جامعة القاهرة، ١٩٨٤)، ص٩.

والقضايا والموضوعات التي تخص مجتمعهم ومجتمعات أخرى, فوسائل الإعلام تضعهم في قلب الأحداث وتجعلهم يعيشون القضايا والموضوعات المختلفة, ولذلك فإن صورة أى فرد أو منظمة تتأثر بتلك المعلومات والمضامين التي تبثها وسائل الإعلام الجماهيرية.¹¹

وتعد وسائل الإعلام من أهم القنوات التي تسهم في تشكيل وتكوين الصور لدى الجمهور, حيث تقوم وسائل الإعلام بالتأكيد على الصور الموجودة لدينا بالفعل أو تعمل على تغيير هذه الصورة بشكل كامل أو جزئى سواء كانت هذه الصور إيجابية أو سلبية أو محايدة وذلك من خلال إضافة بعض العناصر الجديدة للصورة أو تجاهل عناصر أخرى والعمل على إختزالها وعدم توضيحها وبذلك يتم تثبيت الصور المتكونة لدى الجمهور أو تغييرها .

وتوجد أربعة عمليات وفقاً لنظرية علاقة الكلمة بالمعنى لتؤدى الصور الإعلامية دوراً في تشكيل بناءات ومعانى جديدة وتمثل هذه العمليات فى:¹²

١- التأسيس (Establishment) : وهى العملية التي تصبح من خلالها الكلمات والمعانى

الجديدة جزءاً من نظامنا اللغوى عبر التعرض للصور الإعلامية .

٢- الإمتداد (Extension) : تشير إلى أن إمتداد المعانى يمكن أن يحدث كنتيجة للصور

الإعلامية وبهذا يتعلم الأفراد معانى يمكن أن ترتبط برموز تمون مألوفة لهم .

٣- الإستبدال (Substitution) : تشير إلى إحلال معانى قديمة لكلمة وتأسيس معانى

جديدة كنتيجة للصور التي تقدمها وسائل الإعلام .

٤- الثبات (Stabilization) : والمقصود به التوحيد القياسى للمعانى وفى هذه الحالة

يشارك الجمهور فى سلسلة متشابهة من المعانى التي تقدمها وسائل الإعلام .

وتعتبر وسائل الإعلام مرجعاً مفيداً للأفراد فى تعاملهم مع الواقع, سواء فى مراحل الإدراك

الخاصة بالتذكر الإنتقائى, او فى تشكيل إتجاهاتهم تجاه قضية ما, أو فى توجيه سلوكهم تجاه

هذه القضية.¹³

¹¹ محمود يوسف مصطفى عبده: الصور الذهنية لجهاز الشرطة المصرى كما تعرضها صحيفة الأهرام: دراسة فى تحليل المضمون للفترة من ايناير حتى ٣ إبريل ١٩٩٠, رسالة دكتوراة, (كلية الإعلام, جامعة القاهرة), ص ٥ .

¹² Melvin DeFluer, "Understanding Mass Communication a liberal arts perspective" (Boston:Houghton Mifflin Company, 6th edition, 1998)p.480 .

¹³ ايناس يوسف: الصورة الذهنية للانتفاضة الفلسطينية لدى النشء: دراسة ميدانية, المجلة المصرية لبحوث الرأى العام, المجلد الثانى, العدد الرابع, أكتوبر - ديسمبر, ٢٠٠١, ص ٣ .

وهذا يوضح إعتقاد الفرد بشكل أساسى على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات والتصورات التى تتعلق بالصورة القومية للشعوب الأخرى، وذلك لعدم قدرة الفرد على الإلمام بهذا الكم الهائل من المعلومات عن الدول البعيدة من خلال التجربة الشخصية، فالبيئة الحقيقية والعالم الواقعى الذى نعيش فيه كبير جداً وبالغ التعقيد، وإمكاناتنا وقدراتنا كبشر محدودة، وأما ضرورة تعاملنا مع هذا العالم والعيش فيه فإن علينا أن نعيد تنظيمه وبناءه فى شكل ونظام أكثر سهولة، كى يمكننا التعامل معه والتكيف والتأقلم مع البيئة .

وقد حدد كل من (Bennett) و (Graber) مجموعة من إستراتيجيات بناء الصور الإعلامية وهى:¹⁴

- ١- تشكيل الرسالة الإعلامية ط Message Shaping" ويقصد به إختيار القضية أو الموضوع الذى ستتناوله الوسيلة الإعلامية .
- ٢- إبراز الرسالة الإعلامية "Message Saliency" والمقصود بها تكرار الرسالة الإعلامية والتأكيد عليها .
- ٣- إضفاء المصدقية على الرسالة الإعلامية "Message Credibility" والمقصود به محاولة التأكيد على مصداقية الرسالة الإعلامية والتدليل على صحتها .
- ٤- تأطير الرسالة الإعلامية "Message Framing" أى تناول القضية من خلال أطر معينة تنظم الفكرة الأساسية للموضوع وتحدد المشكلة وتفسر أسباب حدوثها .

وتمد وسائل الإعلام فى كثير من الأحيان متخذى القرارات بالمعلومات بسرعة تفوق غيرها من الوسائل التقليدية التى يعتمدون عليها، وتشكل الإنطباعات الأولى عن تلك الأحداث، فعلى سبيل المثال، فى أثناء ال ٤٨ ساعة الأولى من إختطاف الطائرة الأمريكية TWA رقم ٨٤٧ (يونيو ١٩٨٥) كانت أخبار شبكة CBS هى مصدر المعلومات الأول لكثير من المسئولين فى الولايات المتحدة . الموقف نفسه تكرر فى الساعات الأولى من حرب الخليج .^{١٥} وفى حادث تحطم

¹⁴ Lance Bennett, Doris Grabe in the Politics of Illusion"(New York:Pearson Education, 7th edition, 2007)p.127 .

¹⁵ Davis, R. (1996): The Press and American politics: The New Meditor. New Jersey, prestice Hall , p.324 .

الطائرة المصرية البوينج وعلى متنها ٢١٧ راكباً قرب الشواطئ الشرقية للولايات المتحدة في أكتوبر ١٩٩٩. ١٦

ويلاحظ أن وسائل الإعلام كثيراً ما تلجأ إلى إختيار بعض الأحداث لوضعها بين قوائم الأخبار ليس لأهميتها كأخبار، بل بقصد عرض وترويج وجهات نظر وعواطف بعينها، ويؤدى ذلك إلى إنقياد الرأى العام لكثير من الطروحات الفكرية،^{١٧} ونشير إلى أن بإمكان التقارير الصحفية أن تخلق فى الواقع الذى تكونه وسائل الإعلام وبين الواقع الحقيقى،^{١٨} ويكون تأثير وسائل الإعلام كبيراً فى بناء الصور وذلك لإنتشارها الواسع.^{١٩}

الصورة الذهنية

لقد تزايد الإهتمام خلال العقود الثلاث الأخيرة بمفهوم الصورة الذهنية Image ، حتى أنه يمكننا القول أن هذا المفهوم يمكن أن يتطور فى المستقبل القريب ليصبح علماً جديدا قائماً بذاته له أصوله وقواعده ونظرياته . لقد أصبحت كل المنظمات والمؤسسات والشركات والأحزاب السياسية والدول والجماعات العرقية والدينية تكافح لبناء صورة ذهنية إيجابية لنفسها على المستوى العام ، كما أصبحت القدرة على بناء صورة إيجابية للمنظمة أو الشركة من أهم مؤهلات الوظائف الإدارية العليا ، ومن أهم مؤهلات القيادة بشكل عام .^{٢٠}

وتعتبر وسائل الإعلام إحدى وسائل تشكيل الصورة الذهنية لدى الجمهور عبر ما تقدمه من مواد ، وقد إهتمت بعض البحوث الإعلامية بدراسة الصورة الذهنية المتكونة لدى الجمهور نتيجة تعرضهم لمضامين المواد التى تعرضها وسائل الإعلام .

وإستطاعت وسائل الإعلام من خلال ما تقدمه من موضوعات أن تجعل الإنسان المعاصر يعرف الكثير عن العالم الذى يعيش فيه بشكل لم يكن يحدث فى أى عصر من العصور ، وقد انعكست هذه المعرفة على الصورة الذهنية التى تكونت عند هذا الإنسان عن أشياء كثيرة ومجتمعات متباينة .^{٢١}

¹⁶ Cohen, B. (1992):The Press and Foreign Policy. Princston, new Jersey, Princeton Press, pp. 17 .

^{١٧} أوستن رانى، قنوات السلطة أو تأثير التلفزيون فى السياسة الأمريكية، ترجمة: موسى جعفر،(بغداد: دار الشؤون الثقافية العامة، ١٩٩٥)، ص٨٤ .

^{١٨} صالح خليل أبو إصبع، الإتصال والإعلام فى المجتمعات المعاصرة،(عمان: دار أرام للدراسات والنشر، ١٩٩٥)ص٨٤ .

^{١٩} فؤاد زكريا، التفكير العلمى، ط٣ (الكويت: سلسلة عالم المعرفة (٣) ١٩٨٨ ص١١٢ .

^{٢٠} سليمان صالح ، وسائل الإعلام وصناعة الصورة الذهنية ، (كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ٢٠٠٥) ، ص١٧ .

^{٢١} على عجرة ، العلاقات العامة والصورة الذهنية (القاهرة : عالم الكتب ، ٢٠٠٣)ص٢٢ .

وقد لفت تقرير " ماكبرايد " Macbride (١٩٨٠) عالم واحد وأصوات متعددة Many Voices and One World and الإنتباه إلى تأثير المضامين المتدفقة عبر شبكات الإتصال الدولي على الصورة الذهنية للدول مما أدى إلى زيادة الإهتمام بالدراسات التي تتناول دور الإعلام فى تكوين الصورة الذهنية للدول خاصة دول العالم الثالث الذى يعانى من الآثار السلبية لإختلال التدفق الكمى والكيفى .

وتجمع الدراسات الإعلامية على أن وسائل الإعلام إحدى الوسائل الفعالة التى يتم من خلال ما تقدم من معلومات وأخبار تشكيل الصورة الذهنية عن الأفراد والشعوب عبر ما تبثه من أحداث إخبارية ومضامين مختلفة .^{٢٢}

وهناك بعض التعريفات التى تهتم كل منها ببعد محدد بالصورة الذهنية مثل :

فجاءت عن مرفت الطرابيشى بأنها مزيج من المعلومات والحقائق والمعارف والإتجاهات النفسية والتصورات والأنماط الجامدة, وتتكون هذه المكونات جميعها عن طريق الخبرة المترسبة عبر السنين, وتظل هذه المكونات ثابتة لا تتغير وتعمل دليلاً نافعاً ومرشداً ناجحاً للفرد إلى أن يثبت عدم جدواها, ويسعى الفرد إلى التغيير ورؤية أهداف جديدة تحركه إليها رغبات جديدة.^{٢٣}

وتعرف صورة المنظمة ايضاً بأنها: الصور العقلية التى تتكون فى أذهان الناس عن المنشآت والمؤسسات المختلفة وقد تتكون هذه الصور من التجربة المباشرة أو غير المباشرة . وقد تكون عقلانية او غير رشيدة, وقد تعتمد على الأدلة والوثائق أو على الشائعات والاقوال غير الموثوقة, ولكنها فى نهاية الأمر تمثل واقعاً صادقاً بالنسبة لمن يحملونها فى رؤوسهم.^{٢٤}

وتعتبر راجية قنديل أن الصور الذهنية تفسير مفترض للحقيقة, وما نعتقد أننا نعرفه عن صاحبها سواء كانت دولة أو شخص أو ثقافة ما ولذلك فهى تعتبر معرفة ذاتية وليست موضوعية.^{٢٥}

ومن خلال التعريفات السابقة تأكد للباحث فكرة إعتداد كل تعريف من هذه التعريفات على جزئية محددة من مفهوم الصورة بما يتناسب وطبيعة لدراسة التى كانت يقوم بها الباحثون , وظهر

^{٢٢} أيمن منصور ندا ، الصورة الإعلامية والقرارات السياسية : التكوين والعلاقات المتبادلة ، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام ، جامعة القاهرة ، العدد الثانى ، المجلد الثانى (ابريل – يونيو ٢٠٠١) ص ٢٥٧ .

^{٢٣} مرفت كامل الطرابيشى، صورة الدول الإسلامية فى الصحف اليومية الأمريكية قبل أحداث الحادى عشر من سبتمبر وما بعدها، المؤتمر العلمى السنوى الثامن لكلية الإعلام، بعنوان صورة العرب والمسلمين، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠٠٢م، ص ٢١ .
^{٢٤} على عجوة ، مرجع سابق، ص ٥-٦ .

^{٢٥} راجية أحمد قنديل ، صورة إسرائيل فى الولايات المتحدة المصرية فى ١٩٧٨ ، ١٩٧٤ ، ١٩٧٠ ، رسالة دكتوراة غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ١٩٨٠) ، ص ٣٦ .

واضحا قصور التعريفات اللغوية والقاموسية عن تقديم المضمون الحقيقي للمفهوم على إعتبار أنها ترجمات تعتمد على اللفظ اساساً فى تحديد التعريف .

• أبعاد الصورة الذهنية :

هناك إجماع بين معظم الباحثين على ان الصورة الذهنية تشتمل على ثلاثة مكونات أو أبعاد اساسية تتمثل فيما يلى:

١. البعد المعرفى Cognitive Dimension :

أى المعلومات والبيانات المتعلقة بموضوع ما, وقد يتم إكتساب هذه المعلومات بشكل مباشر من خلال وجود الفرد داخل محيط الموضوع أو قريب منه, أو بشكل غير مباشر من خلال الإتصال الشخصى ووسائل الإعلام وغيرها من مصادر الحصول على المعلومات .^{٢٦} ووفقاً للبعد المعرفى فإن الأخطاء فى الصورة الذهنية المتكونة لدى الأفراد هى أخطاء ناتجة أساساً عن المعلومات والمعارف الخاطئة التى حصل عليها هؤلاء الأفراد .

٢. البعد الوجدانى Affectiv Component :

يقصد به الميل لموضوع أو كرهه حيث يرتبط هذا البعد بالمشاعر إذ أن الصورة الذهنية تتأثر بالمشاعر والعواطف ويرتبط هذا البعد بالبعد المعرفى ولكن مع مرور الوقت يتلاشى البعد المعرفى تاركاً وراءه البعد الوجدانى والذى يؤثر فى مدى قبولنا أو رفضنا للأشياء .^{٢٧}

ويتدرج البعد الوجدانى بين الإيجابية والسلبية, ويؤثر على ذلك مجموعة من العوامل أهمها: حدود توافر مصادر المعرفة , كما يؤثر فى بناء البعد الوجدانى خصائص الشعوب من حيث اللون والجنس واللغة, فإختلاف هذه الخصائص من الامور التى تسهم فى بناء الإتجاهات السلبية, والتجانس فى هذه الخصائص يسهم فى بناء الإتجاهات الإيجابية .

^{٢٦} أيمن منصور نداء, صورة الوطن العربى وأوروبا كما تعكسها المواد الإخبارية فى القنوات الفضائية العربية والأوروبية, مرجع سابق, ص ٥٣ .

^{٢٧} ميسون قطب وفاتن فاروق, "الصورة الذهنية للعلاقات التجارية بين العولمة وتحديات العصر", ورقة مقدمة إلى مؤتمر فيلادلفيا الثانى عشر بعنوان ثقافة الصورة(القااهرة:جامعة حلوان_كلية الآداب_٢٤- ٢٦ ابريل ٢٠٠٧)

٣. البعد السلوكي Action Dimension :

يعقب تكون الصورة الذهنية إستجابة معينة ترتبط بنوعية الصورة المكونة وتعبر عنها وهو ما يسمى بالسلوك،^{٢٨} حيث ترجع أهمية الصورة الذهنية في أحد أبعادها إلى أنها تمكن من التنبؤ بسلوك الأفراد ، فسلوكيات الأفراد يفترض منطقياً أنه تعكس إتجاهاتهم في الحياة .وتظهر في هذا البعد بعض السلوكيات الظاهرة كالتحيز، أوالتأييد، أوالمعارضة، أوالتقييم السلبي، أوالإزدراء تجاه جماعة معينة أو فرد بعينه .^{٢٩}

ولاتوجد هذه الأبعاد الثلاثة منفصلة عن بعضها بل متلاحمة وتشكل نماذج بنائية للصور الذهنية يصعب الفصل بين أبعادها .^{٣٠}

الصورة النمطية

ظهرت ملامح الصورة النمطية بشكل واضح في كتاب الرأي العام الذي أصدره "ليمان" عام ١٩٢٢ حيث عرفها على أنها " الصورة التي في أذهاننا " التي نستخدمها لإدراك العالم من حولنا .

وإهتمت الدراسات الأمريكية بموضوع الصورة النمطية المقبولة منذ بدايات الحرب العالمية الثانية ، وحاولت إستكشافها وفق قيم ومفاهيم حضارية معينة فلا ضوء علوم النفس والإجتماع والإعلام والتاريخ والأدب، ففي عام ١٩٣٣ قام كل من كاتز وبرالي بجراء إستطلاع آراء ١٠٠ طالب جامعي حول الصور النمطية المقبولة المنتشرة في الجامعات الأمريكية، وإهتمت منظمة اليونسكو بالموضوع منذ عام ١٩٥١ عندما كلفت بوخانان بإجراء دراسة حول الصور النمطية المقبولة التي ظهرت في إنتخابات اليونسكو لنشرها في مجلة العلوم الإجتماعية الدولية .^{٣١}

ويشير معجم مصطلحات العلوم الإجتماعية إلى الصورة النمطية على أنها مجموعة من التعميمات المتحيزة والمبالغ فيها عن جماعة أو فريق من الناس، ويأخذ ذلك شكل فكرة ثابتة يصعب تعديلها حتى وإن توفرت الأدلة على خطأها وعملية تقسيم الناس إلى أنماط جامدة من الصفات المباشرة حيث يستمد الفرد معتقداته النمطية من الجماعة المرجعية التي ينتمي إليها.^{٣٢}

²⁸ WWW Faculty . Ksu . edu . sa | documents , In (20-1-2009) .

^{٢٩} أيمن منصور ندا ، مرجع سابق ، ص ٥٣ .

^{٣٠} جيهان أحمد فواد: مرجع سابق ، ص١٨٧-١٨٨ .

^{٣١} إبراهيم الداوقى: صورة الأثر لدى العرب، مركز دراسات الوحدة العربية، ط١، بيروت، تشرين الأول ، ٢٠٠١، ص٢١ .

^{٣٢} أحمد زكى بدوى، معجم مصطلحات العلوم الإجتماعية، بيروت، مكتبة لبنان، ١٩٨٦، ص٤١٠ .

والصورة النمطية هي أنساق معرفية تؤثر بقوة على تمثيل المعلومات والتي تجعل أفراد جماعة معينة يشتركون في معتقداتهم وآرائهم نحو القضايا المختلفة. ٣٣

خصائص الصورة النمطية :

١. **الثبات والجمود** : حيث أنه من الصعب تغيير الصور النمطية أو حتى تعديلها أو التأثير فيها، ويرجع ذلك إلى أن الفرد يتمسك بما لديه من صور ويثق في صحتها ويدافع ضد أى محاولة لتغييرها، لذا فهو لا يفتتح إلا بتصوره حيث أنها ذات قوالب وأطر محددة يرسمها العقل ويكون بها قناعات خاصة راسخة لديه،^{٣٤} كما أن الصورة النمطية نفسها تعمل كمرشح ذاتي يمنع إستقبال أى رسالة خارجية تحاول تغييرها .
٢. **التعميم والتبسيط الزائدين** : حيث تعمل على إختصار الفروق المتنوعة بين الناس دون الإلتباه إلى الكم الهائل من التفاوتات الإنسانية وإستخدام صفة واحدة أو عدد قليل من الصفات لوصف شعب أو مجموعة بأكملها .
٣. **عدم الدقة** : وتتبع هذه الخاصية من طبيعة الصورة النمطية ذاتها، حيث تقوم على أساس إنتزاع بعض العناصر وتجريدها من سياقها العام، ثم إبرازها وإلقاء الضوء عليها مع إعطاء مغزى لها يميزها ويبير فهمها ، ومن الطبيعي أن تقوم هذه العملية على أساس التضحية بالتفاصيل وعدم الإحتفاظ بالنسب الحقيقية فى الموضوعات الأصلية من أجل خلق النمط المبسط الجامد الذى يفهمه الناس ،^{٣٥} وبذلك فإن الصورة النمطية لاتعطى مؤشرات صحيحة للواقع وإنما هى بمثابة أحكام وتقييم لما نراه على ضوء تجربتنا وقيمنا فهى عادة ما تكون غير صادقة وغير واقعية فعلية التفكير نفسها تنطوى على إختيار خصائص معينة تلائم آراء الفرد المسبقة .^{٣٦}

³³ Robert Baron, " Social Psychology"(New Delhi:prentice Hall,10th edition,2004)p.575 .

³⁴ Aimei Yang, "Building a cognitive-Sociological model of stereotyping frames and their effects", Paper presented to the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication (USA:Chicago,June 2008.

^{٣٥} إبراهيم إمام، الإعلام والإتصال بالجماهير، (القاهرة:مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٨١)، ص١٣٨-١٣٩ .

^{٣٦} عاطف العبد، "صورة المعلم فى وسائل الإعلام" (القاهرة:دار الفكر العربى، ٢٠٠١) ص٢٥ .

٤. **السهولة** : تساعد الصور النمطية على الإقتصاد فى المجهود, فهى تخفف عن صاحبها أعباء البحث والتحليل والدراسة وتوفر لنا عوضاً عن ذلك قوالب جاهزة حتى وإن كانت غير صادقة فإننا نتمسك بها ونعتقد فى صحتها.^{٣٧}
٥. **الحتمية** : تتصف الصورة النمطية عن القوميات والأديان بالحتمية بمعنى أنه يتم تجاهل التطور البشرى عبر الزمن بالرغم من أن الواقع يتغير تدريجياً مع الوقت.^{٣٨}
٦. **الانتقال من جيل إلى آخر** : ويكون هذا الانتقال بثبات وانتظام حتى لتبدو هذه الصور أو القوالب غير الحقيقية, كحقيقة بيولوجية ثابتة, يصعب تعديلها حتى إذا توافرت الأدلة على خطئها مما يجعلها عادة ما تكون رديئة وغير كاملة وتمنع تكوين صورة صادقة أو واقعية فهى بمثابة أحكام أو تقويم لما نراه على ضوء تحيزاتنا وقيمنا ومبادئنا.^{٣٩}
٧. **الترميز** : أى حصر الجماعة فى رمز معين أو إطار معين, مثل الإرهابى - الشيوعى - اليهودى , وكل هذه النماذج البشرية تقوم فى بعض لمسات شديدة الإختزال وتبعد عن الحقيقة الكاملة المتصلة بالتفاصيل وهو ما يجعل الصور النمطية تتسم بالتبسيط والسلبية والمبالغة والإكثار, مثل ذكر السود دائماً فى أخبار الجرائم فى الولايات المتحدة الأمريكية^{٤٠}.
٨. **التمييز** : وهو أداة لتبرير التحيز ضد الآخرين وإصدار الأحكام المسبقة,^{٤١} مما يؤدى إلى العنصرية وغياب المساواة وهو ما يمكن أن يترتب عليه حدوث أشكال من العنف الفردى أو الجماعى ضد مجموعات بعينها .
٩. والصورة النمطية غالباً ما تحمل أفكاراً سلبية ومشوهة عن الآخرين وذلك بسبب نسبة الأفعال السلبية لأعضاء الجماعة الخارجية (Out-Group) فيما يسمى بالإرتباط الزائف أى الربط بين صفات معينة وأفراد جماعة محددة, مع أنه قد لا تكون هناك علاقة بين هذه الصفات وأفراد هذه الجماعة .

^{٣٧} أحمد بدر, الرأى العام: طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره فى السياسة العامة, ط٣, (الكويت: وكالة المطبوعات, ١٩٨٨, ص١٤٩).

^{٣٨} حنان عبد الفتاح بدر, "صورة مصر والمصريين فى الصحافة الألمانية: دراسة للمضمون والقائم بالإتصال" رسالة ماجستير غير منشورة, جامعة القاهرة, كلية الإعلام, قسم صحافة, ٢٠٠٥.

^{٣٩} إبراهيم إمام, مرجع سابق, ص ٢٣٩.

^{٤٠} محمد منير حجاب, أساسيات الرأى العام, القاهرة, دار الفجر, ١٩٩٨, ص ١١.

^{٤١} Todd Nelson, "The handbook of prejudice, stereotype and discrimination" (New York: Psychology Press, 2009) p.9 .

أساليب دراسة الصور النمطية :^{٤٢}

١- أسلوب قوائم مراجعة الصفات

فى هذا الأسلوب يتم إعداد قائمة تحتوى على عدد من الصفات ثم تعرض هذه القائمة على عينة الدراسة ويطلب منهم قراءة هذه الصفات ومن ثم إختيار الصفات التى تميز كل جماعة عرقية وبعد ذلك يقوم الباحث بترتيب صفات كل جماعة عرقية ترتيباً تنازلياً وفقاً لتكرار كل صفة ويختار الباحث الصفات الأكثر تكراراً لكل جماعة لتعبر عن الأفكار النمطية لكل جماعة من هذه الجماعات .

٢- أسلوب الإختيار الحر للصفات

فى هذا الأسلوب يترك لكل فرد من أفراد العينة حرية إختيار الصفات للجماعة موضوع الدراسة .

٣- أسلوب التمايز السيمانتى

يتم إعداد قائمة تحتوى على مجموعة من المقاييس, كل قياس عبارة عن صفتين متضادتين ثم يوضعان فى صف وهو بذلك مقياس ثنائى القطب, بحيث تمثل الصفة الموجبة القطب الموجب والصفة السالبة القطب السالب وبين القطبين يوضع تدرج من سبع نقاط, ثم تعرض هذه القائمة على المبحوثين, ثم يتم إستخراج درجة لكل فرد على كل مقياس وإستخراج المتوسط الحسابى والانحراف المعيارى ثم يتم ترتيب المقاييس ترتيباً تنازلياً, ثم يضرب الناتج فى الجذر التربيعى لناتج قسمة عدد المقاييس على الانحراف المعيارى لتلك المقاييس .

الصورة القومية

حظيت الصورة القومية بإهتمام الباحثين فى الدراسات النفسية والإجتماعية لمعرفة أثرها على السلوك الإنسانى, وكذلك فى فهم وتفسير العلاقات بين الدول المختلفة .^{٤٣}

برزت حاجة الدول إلى بناء الصورة القومية المرغوب بها فى المجتمع الدولى , وإقناع الآخرين بصحة هذه الصورة سواء أكانت حقيقية أم زائفة, وبرزت أيضاً أهمية مراجعة صورة الدولة فى المجال الخارجى بصفة مستمرة, وإتخاذ السياسات وتنفيذ البرامج التى تحقق الصورة المغوبة أو

^{٤٢} طه المستكاوى, "صورة الذات والآخر بين العرب والإسرائيليين , مرجع سابق, ص ٣٠ .

^{٤٣} على عبوة, العلاقات العامة والصورة الذهنية, (القاهرة, عالم الكتب, ١٩٩٩) ص ١٢٩ .

تصحيح الصورة السائدة. وهذا ما دأبت الدول على القيام به من خلال بلورتها لأساليب وإتجاهات واضحة إزاء برامج العلاقات العامة والإعلام لإدراكها لدور ذلك فى بناء الصورة القومية سيما وأن التطورات الحديثة فى هذا الميدان تتطلب إكتساب مهارات جديدة بما يؤمن عدم اللجوء إلى أسلوب المحاولة والخطأ أو الإجتهد الشخصى أو الإرتجال .^{٤٤}

والصورة القومية تعرف بأنها محصلة محددات تاريخية وثقافية وسياسية وإجتماعية وتلك المحددات بدورها غير منفصلة عن العلاقات الواقعية وإنما هى إنعكاس للواقع ولتلك العلاقات.^{٤٥} ويرى السيد ياسين: الصورة القومية هى السمات الشائعة الثابتة التى تسرى على شعب ما من جانب شعب آخر، والتى تأخذ شكل العقيدة العامة الجماعية، والتى تصاغ على الأساس العلمية أو موضوعى وتتأثر بأفكار متعصبة تنسم بالتنسيط فى تصورهما للآخر .^{٤٦}

ويعرفها Smith أنها الصورة المتكونة لدى أمة والنظام السياسى عن أمة أخرى ونظام آخر ويلعب الرأى العام دوراً فى تلك الصورة من خلال التأثير فى حكومته ليتبنى مواقف محددة عن أمة أخرى .^{٤٧}

ونظراً لأهمية بناء الصورة القومية فقد حرصت معظم الدول على إيجاد هيئة أو أكثر تكون مسئولة عن نشاط العلاقات العامة الهادف إلى إبراز الصورة الحسنة لها فى الداخل والخارج،^{٤٨} ومن أبرز الدول فى هذا المجال الولايات المتحدة الأمريكية فقد أنشأت فى عام ١٩٤٦ "مكتب الإعلام والشئون الثقافية" وفى عام ١٩٤٨ أعيد تنظيم المكتب تحت إسم جديد هو "مكتب الإعلام والتبادل الثقافى" ومن أمثلة الدول العربية تظهر أمانا جمهورية مصر العربية حيث نشأت فيها هيئة الإستعلامات عام ١٩٥٧ لتتولى بناء الصورة القومية لمصر أمام الرأى العام العالمى .^{٤٩}

^{٤٤} على جبار الشمري، الأساليب العلمية فى ممارسة العلاقات العامة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠١٠) ص ٨١-٨٢ .

^{٤٥} حنان جنيد، "الإعلام العربى فى مواجهة تشويه صورة العرب والمسلمين"، مجلة البحوث الإعلامية (القاهرة: جامعة الأزهر، العدد ١٩ يناير ٢٠٠٣) ص ٤٩ .

^{٤٦} السيد ياسين، "الشخصية العربية بين صورة الذات ومفهوم الآخر"، مرجع سابق، ص ٤١ .

⁴⁷ Smith, D. Mass Communications and international image vhnage. Journal of Conflict Resolution, published sage. (1973 no 17 "1", 115-129.

^{٤٨} على الرازق الشخلى، فخرى جاسم، فضيلة صادق زلزلة، العلاقات العامة (بغداد: وزارة التعليم العالى والبحث العلمى، ١٩٨٠) ص ٨٠.

^{٤٩} صالح خليا أبو إصبع، إدارة المؤسسات الإعلامية فى الوطن العربى (عمان: دار أرام للدراسات والنشر والتوزيع، ١٩٩٧) ص ٣٣٠ .

سمات الصورة القومية :

١. التغيير تبعاص للنظام الإجتماعى وذلك أن السلوك المجتمعى لشعب ما يرتبط وظيفياً بنوعية النظام الإجتماعى السائد بحيث إذا تغير النظام فإحتمال تغيير السلوك المجتمعى يكون كبيراً .
 ٢. تميل إلى التباين ولا يحدث فيها جوهرى مفاجىء فهى تميل إلى التغيير التدريجى .
 ٣. التمرکز حول السياسة ويظهر ذلك من خلال مظاهر الإعجاب بالنفس والعداء لبعض الشعوب أو الجماعات الأخرى, وتبنى صورة سلبية عنها .
 ٤. الإنتقال من جيل إلى جيل وتشارك مع الصورة النمطية فى هذه الخاصية وتنقل الصور القومية من جيل إلى جيل من خلال عمليات التنشئة الإجتماعية ونمو الشخصية.
- ويصنف علماء الإجتماع والأنثروبولوجيا مفهوم الطابع القومى إلى ثلاثة أبعاد, هى :^{٥٠}

(أ) المفهوم البنائى

يعرف كاردنر Kardiner هذا المفهوم على أنه يشير إلى تشكيل الشخصية الذى يشترك فيه غالبية أعضاء المجتمع نتيجة للخبرات التى إكتسبوها معاً, ويعتبر كاردنر مرحلة الطفولة المبكرة من أهم المراحل التى يتشكل فيها البناء الأساسى من خلال مجموعة النظم التربوية فى المجتمع

(ب) المفهوم الإجتماعى

يعرف فروم From مفهوم الشخصية القومية من المنظور الإجتماعى على أنها صورة تتجسد فيها الطاقة الإنسانية, وذلك عن طريق التكيف الديناميكى مع الحاجات الإنسانية ومع الطريقة المناسبة للحياة فى مجتمع معين .

(ج) المفهوم التحليلى:

يذهب رالف لينتون R. Linton صاحب هذا المفهوم إلى أنه يمكن معرفة سمات الشخصية عن طريق دراسة مدى تكرار بعض السمات بين أعضاء شعب من الشعوب أى أن يركز على الشخصية الإحصائية المنوالية Model Personality أى أنه نمط الشخصية الذى يظهر بأكثر قر من التكرار بين مختلف أنماط الشخصية فى مجتمع ما .

^{٥٠} حمدى محمد ياسين: الشخصية العربية: بين السلبية والإيجابية, دراسة أميريكية سيكولوجية, ص ٣٠-٤٠ .

نظرية بناء الأجندة "وسائل الإعلام"

يعد بناء الأجندة Agenda Building هو الإمتداد الأكبر لبحوث وضع الأجندة، كما تمثل الدراسات الخاصة بوضع أجندة وسائل الإعلام المرحلة الأخيرة من تطور بحوث وضع الأجندة، فإذا كانت دراسات وضع الأجندة بدأت بالسؤال من يضع أجندة الجماهير ؟ Who set the Public Agenda فقد إنتهت بالسؤال من يضع أجندة وسائل الإعلام ؟ Who set the Media – Agenda .. وقد أدى السؤال الأخير إلى التفكير فى البحوث البيئية التى تجمع بين الإتصال الجماهيرى والعلوم السياسية، ويتطلب البحث فى وضع أجندة الإعلام التعامل مع المؤثرات الثقافية والإجتماعية والإدارية والمهنية المسئولة عن وضع أجندة الوسائل، وقد أدى تعدد القوى والمؤثرات ذات الصلة إلى تعدد إنتماءات الباحثين،

فهناك السياسيون والإجتماعيون وعلماء النفس الإجتماعى وعلماء الإتصال والصحافة والعلاقات العامة وغيرهم ممن شاركوا فى بناء هذا الإتجاه البحثى الجديد وذلك بخلاف دراسات وضع أجندة الجماهير التى إهتم بها علماء الإتصال الجماهيرى والصحافة فقط، وقد قادت دراسات أجندة الإعلام إلى تساؤلات بحثية ذات طبيعة إيدولوجية ومعيارية، فمعظم الدراسات لم تخل من بعض الإهتمام بالقيم التى تسود وتلك التى يتم قمعها، والقوى التى لا تؤثر، فضلاً عن الدراسات التى إهتمت بوضع أخلاقيات ومعايير لتخفيف التحيز فى وضع أجندة الإعلام.^{٥١}

تعد نظرية بناء الأجندة من الإتجاهات الحديثة لبحوث وضع الاجندة^{٥٢}، ويركز مدخل بناء الأجندة على الكيفية التى تؤثر بها تفاعلات وسائل الإعلام مع المصادر على أجندة وسائل الإعلام، وتتشكل هذه التفاعلات بالمنافسة بين المؤسسات الإعلامية والأخبار التى تتناول الممارسات والروتينيات وتأثير جماعات المصالح.^{٥٣}

يرى ماكومبس أن وسائل الإعلام تقوم بوظيفة توجيهية للقارىء من خلال إقتراح الموضوعات التى تصبح بعد ذلك جزء من الأجندة الخاصه به^(٥٤) ، أى أن وسائل الإعلام فى هذا المستوى

^{٥١} بسيونى حماده، دراسات فى الإعلام وتكنولوجيا الإتصال والرأى العام، (كلية الإعلام، جامعة القاهرة)، ٢٠٠٨، ص ١٩٨ .

^{٥٢} سعد آل سعود، الإتصال والإعلام السياسى، دار الكتاب الحديث، كلية الإعلام، جامعة القاهرة)، ٢٠١٠، ص ١٢٢ .

^{٥٣} Catherine Cassarn, "U.S. Newspaper Coverage of Human Rights in Latin America, 1975-1982: Exploring President Carter's Agenda – Building influence", Journalism and Mass Communication Quarterly, vol. 75, No.3, Autumn, 1998. P.480.

^{٥٤} بسيونى إبراهيم حماده، وسائل الإعلام والسياسة، دراسة فى ترتيب الأولويات، جامعة القاهرة، دار نهضة الشروق ١٩٩٧ ص ٧٧ .

لا تقوم فقط بترتيب معين فقط بل تعمل على تغيير اتجاهات الأفراد من خلال هذا الترتيب ويتضح هذا التأثير في الدراسات التي كشفت عن دور الأجنحة الصحفية في التشكيل المعرفي لإهتمامات الجمهور نحو الزعماء والسياسيين .⁵⁵

يفترض مدخل بناء الأجنحة أن بناء الأجنحة الصحفية يعتمد على تأثير المصادر الصحفية والتي أشارت مصادر عديدة إلى أهميتها وأثرها في وسائل الإعلام ويشير Lovins (1997) على أن شكل الجدل الذي يثور حول القضايا المختلفة يتحدد أساساً من خلال توظيف وتفعيل مصادر بعينها، بالإضافة إلى نوع المشكلات التي يحتدم حولها الجدل والخلاف .⁵⁶

هناك ٤ متغيرات تؤثر على فعالية المصدر هي :

- أ- القدرة على توفير معلومات جاهزة .
- ب-سهولة تدفق المعلومات وقوة المصدر .
- ت-الموقع الجغرافي .
- ث-ويرى Kosicki أن الصحفيين مشاركين أساسيين في بناء الأجنحة .⁵⁷

مراحل بناء الأجنحة :

ويرى K.Lang ang G.E. Lang أن بناء الأجنحة يتم في عدة مراحل :⁵⁸

- تقوم وسائل الإعلام بإلقاء الضوء على بعض الأحداث وتجعلها بارزة .
- ثم تكثيف النشر والإذاعة عليها ويتم وضع القضايا التي تثير الإهتمام في إطارها الذي يضيف عليها المعنى ويسهل فهمها وإدراكها .
- بالإضافة إلى إستخدام لغة سهلة في وسائل الإعلام يمكن أن تؤثر على مدركات الجمهور لأهمية القضية .
- وتقوم وسائل الإعلام بالربط بين الأحداث التي أصبحت تثير الإهتمام وبعض الرموز الثانوية التي يسهل التعرف عليها على موقع الخريطة السياسية، فالرأي العام يحتاج إلى أساس لإتخاذ جانب ما من القضية (الثقة والصدق في الحكومة)

5 Jose afonsjr Maxwell mcombs,35years of alimitless theory in journalism research published by braZillzn Vol 4 no.1,2008 pl.27.

⁵⁶ Andrew J .Hoffman,&Marc J. Ventresca, The Institutional framing Of policy debates: Economics Versus The Environment, American Behavioral Scientist, Vol.42, No.8, May1999, P.1369 .

⁵⁷ محمد سعد إبراهيم، التعدد في المصادر وآليات تشكيل أجنحة الأخبار الداخلية في الصحف المصرية، دراسة تحليلية مقارنة للصحف القومية والحزبية والخاصة، مجلة كلية الآداب، جامعة القاهرة، ٢٠١٠، ص ٢٢٥ .

⁵⁸ مرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد، نظريات الإتصال، مرجع سابق، ص ٢٧١ - ٢٧٢ .

- وفى النهاية يتم بناء الأجندة بسرعة عندما يتحدث بعض الأفراد الموثوق فيهم فى قضية ما .

• العوامل والقوى المؤثرة فى بناء أجندة وسائل الإعلام

أولاً: العوامل والاتجاهات الشخصية للقائم بالاتصال :

يهتم هذا العامل بالخصائص الإجتماعية والثقافية والمهنية والأخلاقية للقائم بالاتصال الذى يرى أن هذه العوامل تشكل مدارك وتصورات ومفاهيم القائم بالاتصال وكيفية تصوره للمضمون، وطرق إختياره ونشره ومعالجته، ومن ثم فإن القائم بالاتصال بخصائصه وسماته السياسية والمهنية يعد عاملاً فعالاً فى تحديد المضمون الإعلامى.^{٥٩}

ثانياً : قوة وسائل الإعلام:

تتمتع قوة وسائل الإعلام فى سيطرتها على مصادر معلومات يعتمد عليها الأفراد والمجموعات والمنظمات والنظم الإجتماعية لتحقيق أهدافهم . وعلاقة الإعتماد هذه ليست ذات إتجاه واحد، وإنما تعتمد وسائل الإعلام أيضاً على المصادر التى يسيطر عليها الآخرون.^{٦٠}

ومن الصعوبة وضع ضوابط أو محددات خاصة للعلاقة بين القائم بالاتصال ومصادر الأنباء والمعلومات داخل المجتمع، لأن هذه العلاقة تتأثر بعوامل عديدة يمكن أن نلاحظ وجودها أو غيابها فى كل المجتمعات بصرف النظر عن وصف النظام الإعلامى القائم . ولا يمكن تصنيف هذه العلاقة فى إطار الإعتماد المتبادل بينهما فى كل الأحوال، أو التقرير بسيادة تأثير أيهما على الآخر فى بعضها ولكن كل ما يمكن ملاحظته أن هذه العلاقة لا يعبر مظهرها عن جوهرها فى أغلب الأحوال .

^{٥٩} سيد بخيت: قيم الأخبار فى الصحافة المصرية فى إطار السياسات التنفيذية – دراسة تطبيقية فى الصحافة القومية والحزبية خلال الفترة من ١٩٨٧ إلى ١٩٩٠، مرجع سابق، ص ٨٠-١٠٠.

^{٦٠} حسن عماد مكاوى، لىلى حسين السيد، الإتصال ونظرياته المعاصرة، (الدار المصرية اللبنانية)، ط١، ٢٠١٢، ص ٣١٧ .

ثالثاً: العوامل التنظيمية والمهنية :

من أهم العوامل المؤثرة على القائم بالإتصال وطبيعة المضمون الإعلامي: نمط الملكية، ومصادر التمويل، ونمط الفكر الإداري والتنظيمي الذي تتبناه المؤسسات الإعلامية، إلى جانب توجهات السياسة التحريرية للوسيلة الإعلامية ومستوى تأهيل القائمين عليها. وكذلك نمط العلاقة بين القائم بالإتصال ومصادر الأخبار والمعلومات، بالإضافة إلى تقنيات الإتصال المتاحة في المجتمع، كما أن أسلوب المعالجة يؤثر على المواقف والقيم والأفكار التي تعبر عن النظم والسياسات التي تنتمي إليها، أو ما قد يفرضه النظام السياسي من توجهات على مضمون وأسلوب المعالجة الإعلامية لتخدم أهدافه وتحقق مصالحه .

رابعاً : تأثيرات مهنية وروتينية :

وتشمل القيم الإخبارية التي تتبعها الوسيلة في عملية إختيار المضمون لبناء الأجندة الخاصة بوسائل الإعلام، والقوالب الفنية المتعارف عليها لكتابة القصة الإخبارية، وعوامل الموضوعية والوقت والمساحة .

خامساً : جماعات الضغط والمصالح :

إتفق الباحثون في الدور الذي تلعبه جماعات الضغط أو المصالح في التأثير على وضع أجندة وسائل الإعلام، وقد أصبح (Zhu J.H, 1992) أن أجندة هذه الجماعات تمثل مصدراً أساسياً في بناء أجندة الجمهور، فوسائل الإعلام تختار وتعيد صياغة عدد من قضايا جماعات الضغط مستهدفة المواطن العادي أو صانع القرار .⁶¹

حيث تستخدم جماعات الضغط العديد من التكتيكات للتأثير في محتوى وسائل الإعلام أبرزها الإصدارات والنشرات الصحفية والدعوة للمؤتمرات والندوات، وأحياناً تلجأ بعض الجماعات لعمل المظاهرات والمسيرات السلمية (مثال : مظاهرات يوم ٢٥ يناير ٢٠١١) للفت إنتباه وسائل الإعلام حيال قضية من القضايا، بإعتبار أن هذه الأنشطة من شأنها أن تجذب الإهتمام وتفرض نفسها على الأحداث .

⁶¹ Zhu. J H Issue Competition and Attention Distraction: A zero – Sum Theory of Agenda Setting, Journalism Quarterly, Vol. 69, No.4,1992,p.826 .

سادساً: العلاقات العامة :

أكد خبراء ومختصون على أن العلاقة بين وسائل الإعلام والعلاقات العامة لا تزال بحاجة إلى مزيد من التنسيق، وبناء الثقة، والتعاون القائم على تلبية إحتياجات الجمهور، من خلال خطاب إعلامي ينسجم وطبيعة الجمهور النشط -الذي تحول بفعل التقنية إلى صحفي يوثق المعلومة وينقلها من مصادر عدة، إلى جانب تأسيس منظومة من إجراءات التأهيل للمهنة، والتخصص في العمل، والصناعة في تقديم المضمون⁶².

وفي إطار المحاولات المستمرة لمعرفة المتغيرات المختلفة التي تؤثر في أجندة وسائل الإعلام درس الباحثون متغيراً آخرًا وهو العلاقات العامة Public Relation ودورها في بناء أجندة وسائل الإعلام، وقد أشارت نتائج عديد من البحوث إلى أنه كلما كانت العلاقات العامة في إحدى المنظمات قوية ولها دور فعال، فإنها تستطيع أن تصل إلى وسائل الإعلام بسهولة وأن تؤثر في أجندتها .

سابعاً: الخطاب الرئاسي "رئيس الجمهورية":

من الإتجاهات الحديثة لدراسات الأجندة الدراسات التي إختبرت التأثيرات الممكنة لرئيس الجمهورية، وذلك اعتماداً على العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور ولكن متضمنة بداخلها قياسات الأجندة الإضافية التي إمتدت لدراسة النماذج التقليدية لوضع الأجندة.

وقد أدرك الباحثون لمدة عقود طويلة الدور المتميز الذي يلعبه الرئيس كواضع للأجندة، ووفقاً للباحثين بومجارتتر Baumgartner وجونز Jones (١٩٩٣) فإنه لا يمكن لأى فاعل أن يركز إهتمام مثل هذا العدد الهائل من الفاعلين الآخرين بهذا الوضوح، أو يغير دوافعهم مثلما يفعل الرئيس. وقد وصل كينجدون Kingdon (١٩٩٥) إلى إستنتاج مماثل مؤداه أن الرئيس بوسعه أن يقوم بوضع الأجندة بمفرده، ليس فقط للشعب في الفرع التنفيذي، ولكن أيضاً لرجال الكونجرس وخارج الحكومة.⁶³

⁶² <http://www.sapra.org/news.php?action=show&id=46>

⁶³ Adam B. Lawrence, "Does it matter what Presidents say? The influence of Presidential rhetoric on the Public Agenda, 1946-2003," ph.D.,(USA:University of Pittsburgh,2004),P.2.

ثامناً: العوامل الأيدولوجية:

إن طبيعة النظام السائد فى أى مجتمع أو ثقافة تحدد ممارسات أجهزة الإعلام فيه وأدوارها، وفى إطار هذا النظام تنشأ علاقة ما بين ثلاثة أطراف هى: المصادر - الصحفيون - الجمهور .
والأيدولوجية هى سياسة أى دولة، وطبيعة النظام السياسى الذى يحكمها، وما لذلك من تأثير فى المضمون الإعلامى بأشكال مختلفة .

وتعكس وسائل الإعلام تأثير ونفوذ ومصالح القوة المسيطرة فى المجتمع، فالبناء الإجتماعى يحدد خصائص وسائل الإعلام وتنظيماتها وعلاقتها بمؤسسات المجتمع، ويكشف عن أنماط ملكية وسائل الإعلام والإطار القانونى الذى تعمل فى ظله، ومصادر معلوماتها، والأسس التى تستند إليها فى معالجتها ومضامينها .

.. دور المجلس العسكري في الفترة الإنتقالية ..

تمثل القوات المسلحة عنصراً رئيسياً في الهيكل التنظيمي داخل الدولة ولا تخلو دولة من دول العالم من وجود عنصر لها من القوات المسلحة حتى الدول الحيادية التي لا تتخذ منها كأداة للدفاع أو الحرب، وتختلف الدول فيما بينها طبقاً للدور المنوط بالقوات المسلحة تنفيذه، فمنها ما يعطى إهتمامه وأولوياته في السياسة الداخلية لبناء القوات المسلحة.^{٦٤}

ولم يكن المجلس العسكري ورد بشأنه نص قانوني يحدد صلاحياته واختصاصاته في قيادة البلاد بصورة مؤقتة لحين تشكيل حكومة مدنية، لذا حرص على تحصين الوضع الخاص للقوات المسلحة بنصوص دستورية مكملة يمكن أن يتم تضمينها لاحقاً في الدستور الدائم.^{٦٥}

ولا مرأه في أن المؤسسة العسكرية قد لعبت دوراً عظيماً في حماية الثورة وبذلت جهوداً فائقة في القضاء على الفوضى واستتباب الأمن في البلاد بعد ما اختفت الشرطة كلية من مسرح الحياة اليومية وبعد أن إستشرى النهب والبلطجة في الشوارع والمنازل بصورة لم يسبق لها مثيل، بل إنها أدت دوراً تاريخياً يضارع أدوار المؤسسات العسكرية في البلدان الأخرى التي مرت بتجارب ثورية وبنضال شعبي ضد طغيان حكامها.^{٦٦}

يتراوح تقييم دور الجيش المصري في ثورة يناير ما بين رأي يقول بأن الجيش حمى الثورة ودعمها، بل وصل الأمر إلى حد القول بأنه كان شريكاً فيها ولعب دوراً رئيسياً فيها، والأهم تسليم السلطة إلى الرئيس المنتخب في الموعد الذي حدده والتزم به. والرأي الثاني، يجد أن الجيش متمثلاً في المجلس الأعلى للقوات المسلحة الذي كان قائماً بإدارة شؤون البلاد، لم يحمى الثورة ولا تأمينها، ولكنه كان يسعى في حقيقة الأمر إلى الحفاظ على النظام بكل أركانه ومفاصلة بصرف النظر عن رأس النظام شخصياً، وان المجلس العسكري

توصلت الباحثة من خلال تحليل مضمون صحف الدراسة الثلاث ونسختها الإلكترونية في الفترة من يناير ٢٠١١ وحتى يونيو ٢٠١٢ والتي تناولت الموضوعات المتعلقة بالمجلس العسكري إلى عدد من النتائج منها:

^{٦٤} جمال مظلوم، القوات المسلحة والتنمية الاقتصادية، مركز الدراسات وبحوث الدول النامية، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية جامعة القاهرة، ١٩٩٩، ص٧.

^{٦٥} بشير عبدالفتاح، الرئيس والجيش في الجمهورية الثانية، مرجع سابق، ص ٩٧.

^{٦٦} عصام محمد عبدالفتاح، قراءة فلسفية في ثورة ٢٥ يناير المجيدة، مرجع سابق، ص ٦٣ و٦٤.

- أوضحت النتائج أن الصحف الخاصة أكثر إهتمامًا من الصحف القومية والحزبية، في تغطيتها الصحفية للموضوعات والقضايا المتعلقة بالمجلس العسكري، وجاءت صحيفة المصري اليوم المستقلة هي أكثر الصحف إهتمامًا من الصحف محل الدراسة بتغطية الموضوعات المتعلقة بالمجلس العسكري حيث بلغت "٨٩٤" مادة، والأهرام "٨٦٩" مادة، والوفد "٧٨٥" مادة، في الصحف الورقية، وجاءت عدد المواد المنشورة في المصري اليوم الإلكتروني "١٢٢٩"، وفي الأهرام "١٠٧٠" مادة، وفي الوفد "١١٨٧" مادة وذلك في المواقع الإلكترونية.

- تشابهت الصحف الثلاث "الأهرام - المصري اليوم - الوفد" في إعتادها على الفنون الصحفية المستخدمة في تناول الموضوعات المتعلقة بالمجلس العسكري، فجاء الإعتاد على الخبر في المرتبة الأولى في الصحف الورقية، ونسختها الإلكترونية، ويليه التقارير، في المرتبة الثانية، ثم المقال في المرتبة الثالثة، والحوار في المرتبة الرابعة في الصحف الورقية والمرتبة الخامسة في المواقع الإلكترونية، والتحقيق في المرتبة الخامسة في الصحف الورقية، والمرتبة الرابعة في المواقع الإلكترونية، واحتل الكاريكاتير المرتبة السادسة على مستوى الصحف الورقية والإلكترونية، وجاء التحليل في المرتبة السابعة، والقصة في المرتبة الثامنة في الصحف الورقية، على عكس ترتيبهم في المواقع الإلكترونية.

- أوضحت النتائج ان الصفحات الداخلية احتلت المرتبة الأولى، من بين فئات موقع المادة الصحفية في الصحف الورقية، بينما الصفحة الأولى احتلت المرتبة الثانية، والصفحة الأخيرة احتلت المرتبة الثالثة، وفي المواقع الإلكترونية، احتلت الصفحات الداخلية للموقع المرتبة الأولى، واحتلت الصفحة الرئيسية للموقع المرتبة الثانية.

- اختلفت الصحف الورقية عن المواقع الإلكترونية في الإعتاد على اسلوب العرض والمعالجة تبعًا لإختلاف خصائص الصحف الورقية عن الصحف الإلكترونية، ففي الصحف الورقية جاءت المعالجة المفسرة في المرتبة الأولى، لإهتمام الصحف بمواد الشرح والتفسير، بينما جاءت المعالجة المفسرة في المرتبة الثانية، وأخيرًا عرض الموضوعات مع تقديم تصورات للحل المرتبة الثالثة، وفي المواقع الإلكترونية جاء العرض المجرد في المرتبة الأول ، ويليه العرض المفسر لإهتمام المواقع الإلكترونية

بالسرعة في مواكبة تطورات الأحداث لتقديمها للجمهور واهتمامها بالخبر القصير السريع في المرتبة الاولى لينتاسب مع جمهور الصحافة الإلكترونية، وجاء عرض الموضوع مع تقديم تصورات للحل في المرتبة الثالثة وهو ما يتم طرحه في الحوارات مع الخبراء والتحقيقات.

- جاء "المسؤولون والحكوميون"، و"المحللين والخبراء"، و"النشطاء السياسيين"، و"الأحزاب السياسية"، بنفس الترتيب في المراتب الأربعة الأولى كقوى فاعلة في الصحف الورقية، وجاء ترتيبهم كالتالي في المواقع الإلكترونية، "الأحزاب السياسية"، ويليها "المسؤولون والحكوميون"، و"المحللين والخبراء"، ويليها "النشطاء السياسيين" في المراكز الأربعة الأولى كقوى فاعلة في المواد الصحفية التي تناولت الموضوعات المرتبطة بالمجلس العسكري.

- تفوقت السمات الإيجابية على السمات السلبية في صورة المجلس العسكري على صفحات الصحف والمواقع محل الدراسة، فجاء ترتيب السمات الإيجابية الستة في الصحف الورقية كالتالية، "التفاني في العمل"، و"الوطنية"، و"الشجاعة والتضحية"، و"التاريخ المشرف"، و"المظهر الحسن والمشرف"، و"التصدي للجريمة"، وجاء ترتيبها في المواقع الإلكترونية كالتالي، "الوطنية"، ثم "المظهر الحسن والمشرف"، ويليها "التاريخ المشرف"، ثم "التصدي للجريمة"، ويليها "الشجاعة والتضحية"، ثم "التفاني في العمل".

- تصدرت السمات الإيجابية لرجل الجيش المراتب الأولى في صحف الدراسة ونسختها الإلكترونية على حد سواء، فجاءت سمة "يؤدي عمله" في المرتبة الأولى، يليها سمة "شجاع ومتفاني" في المرتبة الثانية، ثم "سلمي" في المرتبة الثالثة.

- جاء اتجاه التغطية الإخبارية للموضوعات المتعلقة بالمجلس العسكري إيجابية في المرتبة الأولى في صحف ومواقع الدراسة، يليه الإتجاه المحايد في المرتبة الثانية، ثم الإتجاه السلبي في المرتبة الثالثة، وجاءت نسبة الإتجاه الإيجابي الأعلى في الأهرام ويليها الوفد ثم المصري اليوم.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من التوصيات منها:

- أهمية إتاحة المعلومات والبيانات المتعلقة بجهود القوات المسلحة وتعاملها مع الجمهور العام أمام وسائل الإعلام وفي مقدمتها الصحافة حتى تتأى عن الشائعات وتحريف الحقائق أو توجيهها وفقاً لإتجاهات بعينها.
- إيجاد قناة اتصال مباشرة تتسم بالتعاون المستمر مع الصحفيين القائمين بتغطية الموضوعات المرتبطة بالمجلس العسكري، من أجل سرعة إستكمال المعلومات وتحري الدقة في البيانات.
- ان تتوسع الصحف في استخدام القوالب الفنية الصحفية التي تدعم فئة الشرح والتفسير للجمهور من خلال التحقيقات الصحفية والحوارات والحملات المتتابعة، نظراً لأهميتها.
- ان تقوم الادارات المعنية بالقوات المسلحة بالتعاون مع نقابة الصحفيين في تنظيم دورات علمية ومهنية حول متطلبات كل طرف من الآخر.
- ان تهتم الأجهزة المعنية بالشؤون المعنوية بقياس اتجاهات الراي العام للوقوف على اهتماماته الخاصة من قراءة الصحف، وكذلك دراسة تحليل المضمون للتعرف على المحتوى المقدم في الصحف المختلفة لتطويره لصالح الجمهور العام.
- على الصحافة دور بالقيام بتعريف المواطنين بالمهام والأعباء التي على عاتق المجلس العسكري في فترة الدراسة، والقوات المسلحة طوال الوقت والتي تسعى لتحقيقها.