مقدمة:

تعتبر مرحلة التخصص في وسائل الإعلام إحدى سمات عصرنا الحالي وذلك بعد مرور وسائل الإعلام لمخاطبة الجماهير بعدة مراحل هي: مرحلة **الصفوة** والتي يمثل جمهور وسائل الإعلام الأفراد الأكثر ثراء وتعليما، ثم مرحلة **الحشد** ويتكون فيها جمهور وسائل الإعلام من جميع قطاعات المجتمع، ويليها مرحلة **التخصص** والتي يسعى الإعلام خلالها لإرضاء احتياجات قطاعات جماهيرية خاصة ومحددة، وأخيرًا مرحلة **التفاعل** حيث يتزايد التحكم الانتقائي من جانب أفراد الجمهور من حيث نوعية المعلومات التي يتم اختيارها[١].

تحظى القنوات الفضائية الإخبارية العربية بأهمية كبيرة، حتى إنها أصبحت تأتي أحيانًا في مقدمة المصادر الإعلامية التي يعتمد عليها المتلقي في الحصول على المعلومات حول الموضوعات والقضايا المثارة ، ومع ارتفاع معدل الاعتماد على تلك القنوات سارعت الحكومات العربية والشركات الخاصة إلى إنشاء قنوات فضائية إخبارية بهدف جذب المشاهد العربي، ومواجهة المنافسة التي فرضتها القنوات الأجنبية [٢].

وتعد قناة إكسترا نيوز الإخبارية الخاصة –خلال سنوات القليلة الماضية– واحدة من أهم القنوات المصرية التي تجذب المشاهدين المصريين وغير المصريين على حد سواء، وتبث قناة إكسترا نيوز للأخبار إرسالها للدول العربية عبر القمر الصناعي (النايل سات ١٠١) على ترددات ١١٤٣٠ و١١٤٨٨ [٣].

ونظرًا لكونها قناة إخبارية تمتاز بالحيوية والأداء الإخباري المميز, فمن الضروري الاهتمام بها بالدراسة والبحث بهدف الوصول لصورة أوضح لطبيعة العوامل المؤثرة في عمل القائمين بالاتصال في القناة وطرق إدارة القناة وأساليب التحرير التي يتبعها القائمون بالاتصال, وذلك من خلال التركيز على العوامل المؤثرة في بناء أجندة القائمين بالاتصال العاملين في هذه القناة.

مشكلة الدراسة:

يختلف البحث في وضع أجندة وسائل الإعلام عن اتجاهات البحث في وضع أجندة الجماهير, فأجندة الإعلام تتطلب التعامل مع المؤثرات الثقافية والاجتماعية والإدارية والمهنية المسؤولة عن وضع أجندة الوسائل[٤]، فقد أصبح من المهم العمل بشكل أكبر على فهم الأجندات التي تعمل بها وسائل الإعلام والعوامل المؤثرة في القائمين بالاتصال العاملين بها

وخاصة وسائل الإعلام الإخبارية لما تؤديه هذه الوسائل من دور مهم في تقديم المعلومات للجمهور عن طبيعة ما يجري حوله من وقائع وأحداث، **ومن هنا تتحدد مشكلة الدراسة في التعرف على العوامل المؤثرة في بناء أجندة القائمين بالاتصال في قناة اكسترا نيوز الإخبارية الخاصة.**

أهمية الدراسة:

تتبلور أهمية الدراسة في عدة نقاط وهي:

١- الأهمية التي باتت تحظى بها القنوات الفضائية الإخبارية سواء كانت حكومية أو خاصة وتحديدا في ظل ما تمر به مصر باستمرار من أحداث متعاقبة بعد ثورتي ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو، حيث يتم تغطية هذه الأحداث إخباريا من خلال وجهات نظر متباينة تستدعي التوقف عندها للدراسة والتمحيص.

٢- أن هذه الدراسة – في حدود اطلاع الباحث – تعد من الدراسات القليلة في المكتبة المصرية في مجال دراسات القائم بالاتصال الإذاعي والتلفزيوني، فمعظم الدراسات الخاصة بالقائم بالاتصال تتناول القائمين بالاتصال العاملين في المؤسسات الصحفية فقط، في حين لا تزال دراسات القائم بالاتصال الإذاعي والتلفزيوني تحتاج إلى الكثير من البحث.

٣- يمكن لإدارات القنوات الإخبارية الخاصة وصانعي القرار في مصر الإفادة من نتائج هذه الدراسة في التعرف بشكل علمي على طبيعة بناء أجندة القائمين بالاتصال والعوامل المؤثرة عليهم، وبذلك يمكن تصحيح المسار إذا ما تطلب الأمر ذلك للمساهمة في الارتقاء بمنظومة العمل الإخباري المصري.

أهداف الدراسة:

- التعرف على التشريعات والقوانين الإعلامية المصرية كعامل مؤثر في بناء أجندة القائمين بالاتصال في قناة إكسترا نيوز.
- التعرف على الإعلانات والتمويل كعامل مؤثر في بناء أجندة القائمين بالاتصال في قناة إكسترا نيوز.
- التعرف على السمات الفردية للقائمين بالاتصال كعامل مؤثر في بناء أجندة القائمين بالاتصال في قناة إكسترا نيوز.
- التعرف على الإدارة كعامل مؤثر في بناء أجندة القائمين بالاتصال في قناة إكسترا نيوز.
- التعرف على العادات الاجتماعية السائدة في المجتمع كعامل مؤثر في بناء أجندة القائمين بالاتصال في قناة إكسترا نيوز.

الدراسات السابقة:

فيما يلي بعض الدراسات السابقة المتصلة بموضوع البحث، وهي مقسمة إلى مجموعة محاور ،وهي:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت القائم بالاتصال.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت القنوات الفضائية الإخبارية.

المحور الثالث: الدراسات التي تناولت نظرية بناء الأجندة الإعلامية.

أولا: الدراسات التي تناولت القائم بالاتصال:

١- **دراسة حنان يوسف عن «العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال بمواقع الصحف الإلكترونية العراقية ودورها في تطوير تلك المواقع – دراسة تحليلية وميدانية (٢٠١٧)»** [٥] سعت هذه الدراسة إلى التعرف على أهم العوامل المؤثرة في الأداء المهني للقائم بالاتصال بمواقع الصحف الإلكترونية العراقية، سواء كانت عوامل إدارية، فنية، اقتصادية، اجتماعية، سياسية أو حتى رضا وظيفي، وتوصلت إلى مجموعة من النتائج المهمة ومنها تمثلت أهم العقبات الفنية من وجهة نظر المبحوثين في التأثر بتوجيهات الرؤساء عند صياغة الرسالة الإعلامية، وعدم اهتمام إدارات تلك المواقع بالمحتوى المقدم فيها, كما أظهرت النتائج أن أهم العقبات الاقتصادية تمثلت في وجود اختلافات في الأجور بين العاملين في تلك المواقع الصحفية عن غيرهم في المواقع الأخرى، كما بينت النتائج أن أهم العوامل السياسية تمثلت في عدم توفير حماية للإعلاميين من قبل الجهات الأمنية.

٢-**دراسة مروة عبد الهادي عن «العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال بوكالة أنباء الشرق الأوسط (٢٠١٦)»** [٦] سعت هذه الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة في الأداء المهني للقائم بالاتصال بوكالة أنباء الشرق الأوسط، سواء كانت سياسية أو مؤسسية أو فنية، مثل: التدريب وضغوط العمل، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، منها: أن طبيعة النظام السياسي هو أحد أهم العوامل التي تؤثر على الأداء المهني للعاملين يليها نمط الملكية، كما أوضحت النتائج أن اللوائح الداخلية للوكالة جاءت في مقدمة العوامل القانونية والتشريعية المؤثرة على الأداء المهني وتليها في المركز الثاني التشريعات والقوانين المؤيدة للحريات، وأظهرت النتائج أيضًا أن السياسة التحريرية في مقدمة العوامل المهنية التي تؤثر على الأداء المهني للصحفيين.

٣- **دراسة عبدالله محمد عبدالله الورفلي عن «العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائمين بالاتصال في إذاعات ال أف أم الليبية – دراسة ميدانية (٢٠١٥)»** [٧] سعت

هذه الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائمين بالاتصال في إذاعات ال أف أم الليبية، وتوصلت إلى مجموعة من النتائج، منها: أن ٧٥٪ من المبحوثين لم يلتحقوا بدورات تدريبية، كما أوضحت النتائج أن ٦١٪ من المبحوثين كانوا من الذكور مقابل ٣٩٪ من الإناث، وتبين أيضًا أن أكثر العوامل تأثيرًا على القائمين بالاتصال كانت العوامل الدينية ثم بيئة العمل ثم العادات والتقاليد.

٤- **دراسة جيهان سباق بعنوان «أطر العلاقات العربية الإيرانية في الصحف المصرية – دراسة في المضمون والقائم بالاتصال (٢٠١٤)»** [٨] وسعت إلى توصيف وتحليل أطر تغطية الصحف المصرية –قومية وحزبية وخاصة– للعلاقات العربية الإيرانية، وتوصيف وتحليل مدركات القائمين بالاتصال في الصحف المصرية للسياسات التحريرية لصحفهم إزاء تلك العلاقات والعوامل المؤثرة على التغطية الصحفية للعلاقات العربية الإيرانية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، منها: وجود اختلاف بين أطر تغطية الصحف للعلاقات العربية الإيرانية عن أطر تغطية القائم بالاتصال للعلاقات العربية الإيرانية حيث جاء إطار التدخل في الشئون الداخلية الإطار الأكثر بروزًا لدى القائم بالاتصال، بينما جاء إطار الصراع هو الغالب لدى الصحف.

٥- **دراسة ناهد شعبان عن «دور الصحف في التسويق لأنشطة الجمعيات الأهلية (٢٠١٤)»**[٩] واهتمت هذه الدراسة بالتعرف على الدور الذي تؤديه الصحف في مجال التسويق للجمعيات الأهلية مما يسهم في النهوض بها، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، منها: أن ٤١٪ من آراء المبحوثين ترى أن أنشطة الجمعيات الأهلية غير مهمة، في حين يرى ٣٢٪ أنها وسيلة مهمة في تشجيع الناس على الاشتراك بالجمعيات، وأظهرت النتائج أيضًا أن الصحف القومية عكست صورة ذهنية إيجابية عن الجمعيات الأهلية، أما الصحف الحزبية والخاصة فقد أشارت النسبة الكبرى من أفراد العينة إلى أنها قدمت الجمعيات بصورة متوازنة، وبالنسبة للصحف المحلية فقد أشار غالبية أفراد العينة أنها قدمت صورة ايجابية عن الجمعيات.

٦- **دراسة خالد فتح الله أحمد عن «المشكلات الاجتماعية والبيئية لدى القائمين بالاتصال وأثرها على فاعلية الأداء(٢٠١٤)»** [١٠] وسعت إلى التعرف على أهم المشكلات الاجتماعية والبيئية التي تؤثر سلبًا أو إيجابًا على أداء القائمين بالاتصال في القنوات الفضائية الحكومية والخاصة، والتعرف على تأثيراتها المباشرة أو غير المباشرة على أدائهم، وتأثير مجمل هذه العوامل على الرسالة الإعلامية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، منها: أن الدراسة استطاعت الكشف عن المشكلات الاجتماعية والبيئية لدى القائمين بالاتصال في القنوات الفضائية, ووجدت علاقة دالة إحصائيًا بين تلك المشكلات

وفاعلية الأداء، كما أظهرت النتائج من خلال المقارنة وجود علاقة دالة إحصائيًا بين فاعلية أداء القنوات الفضائية ونمط الملكية لهذه القنوات، كما أوضحت نتائج الدراسة التحليلية بعد تطبيق المقياس وجود علاقة بين مؤشرات الجودة والمهنية ونمط الملكية، حيث تميزت القنوات الخاصة بالبرامج ذات الجودة العالية والمهنية الضعيفة، بينما جاءت القنوات الحكومية بمستوى مهنية أفضل وجودة أقل.

٧- **دراسة عماد عبد المقصود عن «العوامل المؤثرة في التخطيط البرامجي للقنوات المصرية الحكومية والخاصة في ضوء المنافسة (٢٠١٤)»** [١١] وسعت الدراسة إلى توصيف وتحليل وتقييم قرارات عملية التخطيط البرامجي بالقنوات المصرية الحكومية مقارنة بالقنوات الخاصة، من خلال دراسة العوامل والمتغيرات المؤثرة في هذه العملية، وعلاقتها بتحديد بنية البرامج، وطريقة وأسلوب تنظيمها بالخرائط البرامجية لتلك القنوات, وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، منها: أن الإمكانات المالية والإعلان هما أكثر العوامل المؤثرة على محتويات خرائط برامج القنوات التليفزيونية المصرية، كما كشفت النتائج عن تراجع تأثير عامل ثقافة وشخصية المخطط للترتيب الخامس في القنوات الحكومية والسادس في القنوات الخاصة، واتضح أيضًا أن أقل العوامل تأثيرًا في القنوات الحكومية هو عامل المنافسة، حيث كشفت البيانات عن ضعف الاهتمام بضغوط المنافسة والاستجابة لها.

٨- **دراسة نهله السيد محمد عن «المتغيرات الاجتماعية والفيزيقية المرتبطة بالرضا الوظيفي للقائم بالاتصال (٢٠١٣م)»** [١٢] وتهدف هذه الدراسة إلى تحديد نوع ودرجة تأثير المتغيرات الاجتماعية والفيزيقية المرتبطة بالرضا الوظيفي للقائم بالاتصال، قياس متوسط الرضا الوظيفي العام للقائم بالاتصال –عينة الدراسة– في المؤسسات الإعلامية والصحفية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، منها: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في درجة تأثير العوامل المؤثرة، مكان الإقامة، سنوات الخبرة، القيم الاجتماعية السائدة، القيود الإدارية ونمط الملكية وفقًا لطبيعة ونوع المؤسسة الإعلامية، كما توصلت أيضًا إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة تأثير العوامل المؤثرة وفقًا للتخصص، ونوع التأثير لرؤساء العمل ووفقًا لطبيعة المؤسسة الإعلامية، القوانين التي تحكم العمل، وضعف الموارد المادية.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت القنوات الفضائية الإخبارية:

١-**دراسة منة الله حسين عن «تغطية القنوات الفضائية الموجهة بالعربية للقضايا الداخلية والخارجية المصرية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحوها (٢٠١٧)»** [١٣] سعت هذه الدراسة إلى تناول التغطية الإعلامية للقنوات الفضائية الموجهة بالعربية وخاصة النشرات

والبرامج المقدمة في تلك القنوات، وتوصلت إلى مجموعة من النتائج، منها: أن هناك اتفاقًا بين قنوات الدراسة حول الأطر المهيمنة المستخدمة في عرض الأخبار المصرية، كما تبين أن الاهتمام الأكبر في المعالجة حول مصر في قنوات الدراسة كان ينصب على القضايا المصرية الداخلية أكثر من الخارجية، وأوضحت النتائج أيضًا أن ٨٩ ٪ من القضايا المعروضة كانت قضايا سياسية.

٢ -**دراسة دعاء محمد البنا عن «معالجة أخبار وقضايا إسرائيل في القنوات الفضائية الإخبارية واتجاهات النخبة نحوها (٢٠١٥)»** [١٤] سعت هذه الدراسة إلى رصد الأطر الخبرية التي توظفها القنوات الفضائية الإخبارية العربية والأجنبية الموجهة باللغة العربية عند عرضها ومعالجتها للأحداث والقضايا الإسرائيلية، والتعرف على العوامل التي تحكم عمل هذه القنوات في اختيار هذه القضايا وعرضها والصورة الإعلامية التي تحاول عرض إسرائيل من خلالها، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، منها: أن قنوات الحرة الأمريكية وفلسطين اليوم والإخبارية اليهودية وسكاي نيوز عربية كانت أكثر استخدامًا للأخبار الطويلة من قناة النيل للأخبار, كما أظهرت النتائج أن أخبار إسرائيل لم ترد في عناوين النشرات الإخبارية للقنوات الإخبارية الخمسة بنسبة ٧٦٪, وتبين أيضًا اشتراك القنوات الفضائية الإخبارية في الاعتماد على المراسلين العاملين لديهم كمصدر أول من مصادر الأخبار الخاصة بإسرائيل في نشراتهم الإخبارية بنسبة ٣٨٪.

٣-**دراسة بسنت مراد فهمي حسن عن «تناول القضايا العربية في الخطاب التليفزيوني الأوروبي الموجه باللغة العربية وعلاقة الصفوة به (٢٠١٤م)»** [١٥] سعت الدراسة إلى تحليل الخطاب الإخباري حول القضايا العربية المقدمة بالقنوات الأوروبية الموجهة باللغة العربية D.W -BBC- روسيا اليوم RT وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، منها: ارتفاع نسبة المشاهدة لقناة BBC العربية من بين القنوات الأوروبية الموجهة مقابل انخفاض معدل مشاهدة قناة D.W، كما جاء عرض جانبي الصراع بقناة D.W في المقدمة بنسبة ٧٦ ٪ ثم قناة BBC بنسبة ٤٢٪.

٤- **دراسة عادل عاشور محمد المرغني عن «العلاقة بين التعرض للمضامين الإخبارية في القنوات الفضائية العربية والمشاركة السياسية لدى المواطن الليبي (٢٠١٣م)»** [١٦] حاولت هذه الدراسة الإجابة على سؤال رئيسي وهو ما مدى وجود علاقة بين التعرض للمضامين الإخبارية في القنوات الفضائية العربية والمشاركة السياسية لدى المواطن الليبي، وكانت أبرز النتائج أن النسبة الأكبر للخبر العربي في مقدمة البعد الإقليمي في قناتي الدراسة بنسبة ٧٣٪ ثم الأخبار الدولية بنسبة ٢٢٪، كما أوضحت النتائج أيضًا تفوق»المندوب والمراسل»على المصادر الأخرى، وأظهرت النتائج أيضًا أن قناة العربية

اعتمدت على القالب البرامجي(الحوار) بنسبة ١٠٠٪ أما الجزيرة فقد تفوق فيها قالب(الندوة) بنسبة ٤٥٪.

٥-**دراسة صاموئيل ازاران وبيشت Samuel & Pecht عن «التحرير الإخباري لموقع قناة الجزيرة خلال الأزمة القطرية – السعودية(٢٠١٢م)»**[١٧] هدفت هذه الدراسة إلى معرفة المضامين الإخبارية المقدمة في موقعي قناة الجزيرة الإخبارية العربي والإنجليزي قبل وأثناء وبعد الأزمة ما بين السعودية وقطر خلال الفترة من عام ٢٠٠١ إلى عام ٢٠٠٧، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، منها: أن قطر استخدمت قناة الجزيرة الإخبارية الفضائية كأحد أدواتها الدبلوماسية في الفترة من عام٢٠٠١م إلى عام ٢٠٠٨م للضغط على السعودية، في حين استخدم موقع قناة الجزيرة بعد اتفاق التهدئة بين الدولتين ليكون دليلًا على التهدئة بينهما، كما أشارت النتائج أيضًا إلى وجود علاقة بين التغطية الإعلامية للموضوعات المتعلقة بالشأن السعودي وطبيعة العلاقة ما بين قطر والسعودية حيث كانت التغطية الإعلامية أثناء فترة الصراع تمتاز بالانتقاد الشديد للموضوعات المتعلقة بحقوق الإنسان ودعم الإرهاب في السعودية.

المحور الثالث: الدراسات التي تناولت نظرية بناء الأجندة الإعلامية:

١-**دراسة منى المراغي أحمد عن» آليات بناء الأفكار التحريرية وأجندة الموضوعات المقدمة في بوابات الصحف الإلكترونية (٢٠١٧)»** [١٨] سعت الدراسة إلى رصد وتحليل واستخلاص آليات بناء الأفكار التحريرية وأجندة الموضوعات والقضايا المطروحة في البوابات الإلكترونية لصحف (الأهرام، الوفد، اليوم السابع) وتحليل العوامل ذات الأولوية في اختيار الأفكار التحريرية وبناء أجندة الموضوعات التي تظهر في البوابات الثلاثة مع رصد الاختلافات والاتساقات فيما بينها خلال عام ٢٠١٤، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، منها: أن بوابة اليوم السابع كانت الأكثر تناولا للقضايا الرئيسية خلال فترة الدراسة، حيث ظهرت في أجندتها ٧٠ قضية رئيسية، كما تبين أن بوابتي الوفد واليوم السابع ركزتا بشكل أساسي في بناء أجندتهما للصفحة الرئيسية خلال الفترة المدروسة على الموضوعات السياسية، وأظهرت النتائج أيضًا أن المراسلين هم الفئة الأكثر استعانة بها كمصدر معلومات في القضايا السياسية.

٢ -**دراسة فاطمة فايز عبده عن «آليات بناء أجندة المنصات المختلفة داخل الوسيلة الإعلامية الواحدة (٢٠١٦)»** (١٩) سعت الدراسة إلى البحث في آليات بناء أجندة الموضوعات السياسية المتعلقة بدول الشرق الأوسط داخل المؤسسات الإعلامية –متعددة المنصات– بالتطبيق على مؤسسة العربية بمنصاتها الخمس (محطة التليفزيون، الموقع الإلكتروني، تويتر، فيس بوك، تليجرام) ومؤسسة بي بي سي عربية بمنصاتها الست

(الموقع الإلكتروني، تويتر، فيس بوك، تليجرام، محطة التليفزيون، محطة الراديو) من خلال رصد وتوصيف أهم خصائص وسمات أجندة الموضوعات السياسية لدول الشرق الأوسط المنشورة داخل تلك المنصات، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، منها: اتفقت العربية وبي بي سي أن قيمتي "الأهمية " والحداثة "جاءت في المرتبة الأولى لدى كل منهما, وأظهرت النتائج أيضًا أن أهم مصادر الأخبار التي اعتمد عليها موقعي العربية وبي بي سي هم المسؤولون في الترتيب الأول ووكالات الأنباء في الترتيب الثاني، كما كشفت النتائج التحليلية أن القضايا المتعلقة بسوريا جاءت في صدارة اهتمامات أجندة منصات العربية وبي بي سي.

٣ – **دراسة نيرمين سعيد كامل عن» أجندة القضايا الاجتماعية للمواطن المصري وأطر تقديمها في الفضائيات الإخبارية العربية (٢٠١٥)»** [٢٠] سعت الدراسة إلى التعرف على القضايا الاجتماعية التي تُقدم في قناتي النيل الإخبارية والعربية الحدث، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، منها: أن هناك تأثيرًا للعوامل الديموغرافية مثل السن والتعليم والمستوى الاقتصادي على مدى تأثر الجمهور بترتيب القضايا الاجتماعية في القنوات محل الدراسة، كما بينت النتائج أن هناك ارتباطًا ايجابيًا بين أجندة القضايا الاجتماعية للقنوات وأجندة القضايا الاجتماعية لدى عينة الدراسة، وأوضحت النتائج أيضًا أن الجمهور الأكثر تعرضًا للقنوات كان أكثر تأثرًا بترتيب القضايا الاجتماعية في القنوات.

٤– **دراسة زيسنج يانج Zhuqing Cheng عن «اختبار المستوى الأول والثاني لبناء الأجندة والتعرف على صورة الرئيس الصيني جينبنج لدى وكالة الأنباء الصينية وأربعة من وسائل الإعلام الأمريكية (٢٠١٤)»**[٢٣] سعت هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية تأثير بناء أجندة وكالة الأنباء الصينية التابعة للصين على أجندات ٤ من وسائل الإعلام الأمريكية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، منها: اهتمت وكالة الأنباء الصينية شينخوا بالدرجة الأولى بالموضوعات المتعلقة بالسياسة الداخلية للصين بنسبة ١٧٪ تليها موضوعات السياسة الدولية بنسبة ١٥٪ ثم الموضوعات الاقتصادية بنسبة ١٤ ٪، كما أظهرت النتائج أيضًا أن وسائل الإعلام الأمريكية الأربعة عينة الدراسة اهتمت في المقام الأول بالموضوعات المتعلقة بالسياسة الداخلية بنسبة ١٨٪ تليها الموضوعات الاقتصادية بنسبة ١٤٪ ثم الموضوعات الخاصة بمجالات التعاون بنسبة ١٢٪.

٥– **دراسة مطر علي مطر المطيري عن «معايير بناء أجندة الأخبار في التليفزيون الكويتي وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحو القضايا العربية(٢٠١٢)»**[٢٢] سعت هذه الدراسة إلى معرفة العلاقة بين أجندة الأخبار في تليفزيون الكويت واتجاهات الجمهور المتابع نحو القضايا العربية المختارة بهذه الدراسة وما يمكن أن يضيفه التليفزيون الكويتي

لجمهوره من معارف وإكسابه اتجاهات ما, وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، منها: احتلال الموضوعات السياسية المرتبة الأولى بين نوعية القضايا التي تم تحليلها خلال فترة الدراسة تليها القضايا العسكرية ثم الكوارث ثم الموضوعات الاقتصادية، كما أوضحت النتائج احتلال قيمة الشهرة صدارة ترتيب القيم الإخبارية في الأخبار الخام والأخبار الدائمة التي تمت إذاعتها وهي قيمة فرضتها ظروف النظام السياسي الكويتي التي هي جزء من النسق السياسي العربي الذي ينعكس بدوره على النظام الإعلامي وبالتالي يتأثر به القائم بالاتصال.

التعليق على الدراسات السابقة:

- تنوعت الدراسات ما بين دراسات في الصحف ودراسات في الإذاعة والتليفزيون وهذا يعطي مؤشرًا على أهمية دراسات القائمين بالاتصال لما يؤديه هؤلاء من دور كبير في وسائل الإعلام ذات الانتشار الكبير التي تستطيع الوصول إلى شرائح كبيرة من الجمهور والتشكيل الرأي العام لهم.
- تناولت الكثير من هذه الدراسات القنوات الإخبارية مما يؤكد على أهمية الدراسة الحالية التي تتناول العوامل المؤثرة في بناء الأجندة للقائمين بالاتصال في إحدى القنوات الإخبارية المصرية الخاصة.
- لم تحظ القنوات الإخبارية المصرية الخاصة بأي دراسة رغم تواجدها على الساحة الإعلامية ومنافستها للقنوات الحكومية.
- اهتمت بعض دراسات هذا المحور بتحديد فئات القائمين بالاتصال الذين يتم دراستهم بتحديد الإناث دون الذكور أو وظائف معينة مثل المراسلين دون غيرهم، أو بتحديد متغيرات دون غيرها مثل قياس مدى الرضا الوظيفي في بعض المؤسسات الإعلامية دون غيره من المتغيرات.
- اهتمت معظم الدراسات سواء كانت عربية أو أجنبية بالقضايا السياسية أكثر من غيرها من أنواع القضايا.
- أشارت نتائج دراسات بناء الأجندة إلى تأثير بعض العناصر على بناء أجندة وسائل الإعلام وعلى رأسها الأنظمة السياسية الحاكمة في المجتمع والجمهور ووكالات الأنباء التي تستمد منها الأخبار والعوامل الديموغرافية المتعلقة بالقائمين بالاتصال.....إلخ.
- اتفقت نتائج عدد من الدراسات على أن عملية بناء الأجندة الإعلامية تتم من خلال إحدى عمليتين تتمثل الأولى في وضع موضوعات معينة على

الأجندة والثانية في استبعاد موضوعات أخرى من الأجندة.

- أشارت نتائج بعض دراسات الأجندة الإخبارية إلى الارتباط الكبير بين أجندة القائمين بالاتصال وأجندة الجمهور.

الإطار النظري للدراسة:

مفهوم بناء الأجندة:

توجد الكثير من التعريفات التي صاغها الباحثون لبناء الأجندة الإعلامية ومن بين أبرز هذه التعريفات ما صاغه **لانج ولانج Lang & Lang** عام ١٩٨١م" **أن بناء الأجندة الإعلامية عملية مستمرة تنطوي على مجموعة من ردود الأفعال لمحاور مختلفة تشمل سياسيين ووسائل الإعلام والجمهور**"(٢٣).

كما عرف **اوهل واخرون Ohl & others** عام ١٩٩٥م بناء الأجندة الإعلامية بأنها «**عملية يتم فيها التفاعل بين المصادر الإعلامية التي تحرص على تقديم المعلومات لتنشر بشكل معين وبين وسائل الإعلام نفسها التي تستقي معلوماتها من نفس هذه المصادر**(٢٤)

مراحل بناء الأجندة:

حتى العام ١٩٧٠ كان السؤال التقليدي في دراسات وضع الأجندة هو من يضع أجندة الجمهور ؟ ومنذ العام ١٩٨٠ أصبح التساؤل الجديد هو من يضع أجندة وسائل الإعلام نفسها ؟ (٢٥) فبعد أعوام من دراسات وضع الأجندة التي قم بها الباحثان McCombs & Shaw في مطلع السبعينات من القرن الماضي طور الباحثان Lang & Lang عام ١٩٨٣ دراسات بناء الأجندة الإعلامية حيث قاما بدراسة العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور في قضية «ووترجيت» ووجدا أنه من الأهمية النظر إلى مفهوم وضع الأجندة بشكل أكثر اتساعًا لفهم هذه الفترة الحرجة من تاريخ أمريكا واقترحا مفهوم بناء الأجندة الذي يتم من وجهة نظرهما في ست مراحل (٢٦) هي:

١- تلقي وسائل الإعلام الضوء على بعض الأحداث وتجعلها بارزة.

٢- تحتاج بعض القضايا إلى قدر أكبر من التغطية لتثير الاهتمام.

٣- وضع القضايا أو الأحداث التي تثير الاهتمام في إطارها الذي يضفي عليها المعنى ويسهل فهمها وإدراكها.

٤- يمكن أن تؤثر اللغة المستخدمة في وسائل الإعلام على مدركات الجمهور لأهمية القضية.

٥- تقوم وسائل الإعلام بالربط بين الوقائع والأحداث التي أصبحت تثير الاهتمام وبين

بعض الرموز الثانوية التي يسهل التعرف عليها من موقع الخريطة السياسية، حيث يحتاج الجمهور إلى الاعتماد على أسس لاتخاذ جانب ما من القضية (الثقة في الحكومة).

٦- يتم بناء الأجندة بشكل سريع ومتزايد عندما يتحدث بعض الأفراد الموثوق فيهم في قضية ما.

تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة للإجابة على التساؤلات التالية:

١- كيف تؤثر التشريعات والقوانين الإعلامية المصرية على بناء أجندة القائمين بالاتصال في قناة إكسترا نيوز ؟

٢- ما تأثير الإعلانات والتمويل على بناء الأجندة للقائمين بالاتصال في قناة إكسترا نيوز ؟

٣- كيف تؤثر السمات الفردية للقائمين بالاتصال على بناء أجندة القائمين بالاتصال في قناة الدراسة؟

٤- كيف تؤثر إدارة القناة على بناء أجندة القائمين بالاتصال في قناة الدراسة ؟

٥- ما تأثير العادات والتقاليد السائدة في المجتمع على بناء أجندة القائمين بالاتصال في قناة الدراسة ؟

نوع البحث ومنهجه:

ينتمي هذا البحث إلى البحوث **الوصفية**، وقد استخدم الباحث في إطاره منهج **المسح** للتعرف على العوامل المختلفة التي تؤثر على بناء أجندة القائم بالاتصال أثناء عمله في قناة الدراسة.

مجتمع الدراسة:

يعتبر القائمون بالاتصال العاملون في قناة اكسترا نيوز الإخبارية الخاصة هم مجتمع الدراسة.

عينة البحث:

العينة هي عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل الباحث معها منهجيا، ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة[٢٧]، ولا تعد العينات ممثلة ما لم تعكس مواصفات وخصائص المجتمع أو الكم الذي تسحب منه، لهذه الأسباب تعددت طرق سحب العينات تبعا لنوع البحث وطبيعة المجتمع الذي يفترض أن تمثله وللأهداف المطلوب تحقيقها[٢٨].

تشمل عينة البحث ٧٥ فردا من العاملين في قناة **إكسترا نيوز** الإخبارية الخاصة بمختلف

أقسامها سواء كانوا مذيعين، مراسلين، معدين، محررين، مخرجين، رؤساء ومديرو تحرير النشرات والبرامج.

أداة جمع البيانات:

استمارة استبيان: وقد تم إعداد الاستبيان ليتضمن أسئلة للمبحوثين حول العوامل المؤثرة في بنائهم للأجندة الإخبارية المقدمة في القناة التي يعملون فيها.

الإطار الزمني للدراسة:

أجرى الباحث الدراسة الميدانية خلال شهر أكتوبر ٢٠١٧م.

إجراءات الصدق والثبات:

قام الباحث بإعداد استمارة الاستبيان وعرضها على الخبراء والمتخصصين في مجال الإعلام، ثم قام بتجربتها على عينة من ١٥ فردا من القائمين بالاتصال في قناة إكسترا نيوز ثم أعاد تطبيق الاستمارة لحساب معامل الثبات الذي بلغ ٩٤٪.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS، وتم الاعتماد في هذه الدراسة على عدد من المعالجات الإحصائية ومنها:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسط الحسابي.
- الانحراف المعياري.

نتائج الدراسة

حاول الباحث التعرف على مدى تأثير مجموعة العوامل المؤثرة على بناء أجندة القائمين بالاتصال أثناء عملهم في قناة الدراسة وذلك من خلال ما يلي:

١- التشريعات والقوانين الإعلامية المصرية كعامل مؤثر في بناء أجندة القائمين بالاتصال في قناة اكسترا نيوز:

جدول رقم (١) التشريعات والقوانين الإعلامية كعامل مؤثر في بناء الأجندة

درجة الموافقة / العبارات	دائماً		أحياناً		لا		لا أعلم		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪		
تساعدني على أداء مهامي مع توفير حماية قانونية لي كإعلامي	١٤	١٨,٧	٤٥	٦٠	١٣	١٧,٣	٣	٤	١,٩٣	٠,٧٢٣
تساعدني فى معرفة حقوقي وواجباتي	٢٨	٣٧,٣	٣١	٤١,٣	١٢	١٦	٤	٥,٣	٢,١١	٠,٨٦٣
تساعدني على تنظيم العلاقه القانونية بيني وبين القناة التى أنتمي إليها	٢٨	٣٧,٣	٢٩	٣٨,٧	١٥	٢٠	٣	٤	٢,٠٩	٠,٨٥٧
تساعدني على تنظيم العلاقة بيني وبين زملائي داخل القناة	١٢	١٦	٢٣	٣٠,٧	٣١	٤١,٣	٩	١٢	١,٥١	٠,٩٠٦
تساعدني على تنظيم العلاقة مع الأشخاص خارج القناة	٦	٨	٣٢	٤٢,٧	٣١	٤١,٣	٦	٨	١,٥١	٠,٧٦٠
تساعدني على معالجة قضايا المجتمع بفاعلية	١٣	١٧,٣	٣٥	٤٦,٧	١٥	٢٠	١٢	١٦	١,٦٥	٠,٩٥١
تساعدني على معرفة الحدود الملزمة للمؤسسات الإعلامية في العمل الإعلامي والتي لا يمكن تجاوزها	٢٥	٣٣,٣	٤٢	٥٦	٤	٥,٣	٤	٥,٣	٢,١٧	٠,٧٦٠

ن = ٧٥

توضح البيانات الجدولية السابقة أن القائمين بالاتصال في قناة إكسترا نيوز يرون أن التشريعات والقوانين الإعلامية المصرية لها تأثير في بناء أجندتهم وذلك من خلال مساعدتهم بالمقام الأول على معرفة الحدود القانونية المُلزمة للمؤسسات الإعلامية في العمل الإعلامي والتي لا يمكن تجاوزها وذلك بمتوسط حسابي ٢,١٧، يليه أنها تساعدهم في معرفة حقوقهم وواجباتهم بمتوسط حسابي ٢,١١، ثم أنها تساعدهم في تنظيم العلاقة القانونية بينهم وبين القناة التي يعملون بها بمتوسط حسابي ٢,٠٩.

ويمكن للباحث تفسير هذه النتيجة في من خلال ملاحظة اهتمامهم بالقوانين واللوائح الداخلية داخل القناة والتي تساعدهم من وجهة نظرهم على معرفة حدودهم القانونية سواء داخل القناة أو في تعاملاتهم الخارجية في التغطيات الإخبارية، ولاحظ الباحث أيضًا أن أكثر المبحوثين اهتمامًا بمعرفة النصوص القانونية الإعلامية كانوا من المذيعين والمراسلين والمحررين نظرًا لتعرضهم لها بشكل مستمر أثناء عملهم في النشرات والبرامج التي يحتكون فيها مع خبراء قانونيين من مختلف المجالات.

ومن الملاحظ أيضًا غياب الثقافة القانونية بشكل واضح لدى كثير من القائمين بالاتصال داخل قناة الدراسة حيث لا يلجأ القائمون بالاتصال لمعرفة النصوص القانونية إلا إذا ما

استدعت الحاجة ذلك، وهذا في واقع الأمر يعكس حالة المجتمع المصري بشكل عام الذي يعتقد الباحث أنه لا يهتم بالقانون ونصوصه إلا في حالات الضرورة فقط نظرا لغياب تنفيذ القانون في كثير من الأحيان عن أرض الواقع.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة **نهله السيد محمد** (٢٠١٣م) والتي أظهرت وجود تأثير للقوانين التي تحكم العمل الإعلامي على القائمين بالاتصال.

٢- الإعلانات كعامل مؤثر في بناء أجندة القائمين بالاتصال في قناة إكسترا نيوز:

جدول رقم (٢) الإعلانات والتمويل كعامل مؤثر في بناء الأجندة

العبـــــــارات / التكرار والنسبة	ك	٪
تساعد على تقديم إمكانيات أكبر لبعض المحتويات البرامجية أكثر من أخرى مما يشكل نوعا من الضغوط على القائمين بالاتصال في اختياراتهم	٣٢	٤٢,٧
تعمل على توجيه القائم بالاتصال نحو اختيار موضوعات معينة للمعالجة الإخبارية دون موضوعات أخرى	٢٢	٢٩,٣
تحظر بأي شكل من الأشكال الاقتراب من مضامين إخبارية تتعارض مع مصالح المعلن	٢٠	٢٦,٧
تفرض شروطًا معينة فيها نوع من التدخل في المضمون الإخباري أثناء إبرام تعاقداتها مع القناة الإخبارية	١٢	١٦
تطالب بأي شكل من الأشكال بتوضيح الموضوعات الإخبارية التي سيتم تغطيتها	١٠	١٣,٣

ن = ٧٥

أوضحت بيانات الجدول السابق أن المبحوثين يرون أن الإعلانات وتمويل البرامج تلعب دورًا في بناء أجنداتهم بصورة بسيطة من خلال مساعدتهم على تقديم إمكانيات أكبر لبعض المحتويات البرامجية أكثر من أخرى مما يشكل ضغوطًا عليهم في اختياراتهم وذلك بنسبة ٤٢,٧٪، يليها أنهم يرون أن الإعلانات والتمويل تعمل على توجيه القائم بالاتصال نحو اختيار موضوعات معينة للمعالجة الإخبارية دون موضوعات أخرى بنسبة ٢٩,٣٪، ثم أنها تحظر بأي شكل من الأشكال الاقتراب من مضامين تتعارض مع مصالح المعلن بنسبة ٢٦,٧٪.

ويمكن تفسير هذه النتائج في ضوء أن قناة إكسترا نيوز قناة إخبارية خاصة تحصل على تمويلها بشكل أساسي من شركة خاصة (شركة إعلام المستقبل) ترعى شبكة قنواتCBC، ثم تأتي الإعلانات بعد ذلك كممول ثاني للقناة وإن كان تأثيرها محدودًا نظرًا لقلة عدد البرامج المقدمة في القناة والتي لا تتجاوز ٦ برامج فقط وبالتالي قلة عدد الرعاة أو لكونها تعتمد على التمويل القادم من الشركة المالكة التي تعتمد بدورها على القنوات العامة الأخرى في الشبكة والتي تحظى بنسب إعلانات أكبر من قناة إكسترا نيوز، لهذا نلحظ أن تعامل القائمين

بالاتصال مع المعلنين ينحصر في اختيارات تصب في مصلحة المعلن الذي يعتبر عملة نادرة من وجهة نظرهم يجب المحافظة عليها ولكنها في النهاية لا تؤثر على المبحوثين بشكل كبير نظرًا لعدم احتكاكهم بشكل مباشر مع المعلنين والرعاة الذين يتعاملون فقط مع الجهات الإدارية بالقناة.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة عماد عبد المقصود(٢٠١٤م) التي أوضحت أن الإمكانات المالية والإعلان هما أكثر العوامل المؤثرة على محتويات خرائط برامج القنوات التليفزيونية المصرية.

٣- السمات الفردية للقائمين بالاتصال كعامل مؤثر في بناء أجندتهم في قناة اكسترا نيوز:

جدول رقم (٣) السمات الفردية كعامل مؤثر في بناء الأجندة

التكرار والنسبة / السمات الفردية	ك	٪
المستوى الثقافي	٦٩	٩٢
المستوى التعليمي	٦٧	٨٩,٣
المحيط الاجتماعي	٣٨	٥٠,٧
السن	٣٢	٤٢,٧
النوع	٢٦	٣٤,٧
المستوى المادي	١١	١٤,٧

ن=٧٥

يتضح من نتائج الجدول السابق أن أكثر السمات الفردية تأثيرا في بناء أجندة القائمين بالاتصال في قناة إكسترا نيوز من وجهة نظرهم هي المستوى الثقافي للقائم بالاتصال بنسبة ٩٢٪ يليه المستوى التعليمي بنسبة ٨٩,٣٪ ثم المحيط الاجتماعي بنسبة ٥٠,٧٪

وتعتبر هذه النتائج طبيعية بالنسبة لقناة إخبارية تعتمد على أفراد يمتازون بسمات معينة أهمها الثقافة والتعليم والمستوى الاجتماعي الجيد، وذلك نظرا لطبيعة الأخبار التي تحتاج إلى ثقافة واسعة وقدرة على استيعاب الأحداث المحيطة في مصر ودول العالم والربط بينها وتحليلها وتفسيرها بشكل سليم.

فالعمل الإخباري يتطلب التميز في التعليم والثقافة وهو ما أكد عليه المبحوثون الذين يرون أن تميز الشخص في التعليم والثقافة هما مفتاح النجاح والاستمرار في العمل.

ولاحظ الباحث أيضًا أهمية سمة النوع أيضًا وخاصة لدى المديرين داخل القناة في تحديد وتوزيع أعباء العمل وخاصة لدى المراسلين، فالمهام الصعبة كانت في المناطق الخطرة سواء داخل القاهرة أو خارجها غالبًا ما يتم إسنادها للذكور بحكم قدرتهم على العمل لفترات أطول والتواجد في الشارع والتعامل مع مختلف طبقات المجتمع....الخ، في حين كانت الإناث أكثر

ظهورًا على الشاشة فالغالبية كانت للمذيعات على حساب المذيعين.

ورغم وجود هذه الفروق الشكلية في الأعباء الوظيفية بين الذكور والإناث إلا أن القائمين بالاتصال أكدوا أن الذكور والإناث في النهاية متساوون ولا يوجد فروق بينهم في الحقوق والواجبات.

ولاحظ الباحث أثناء تطبيقه الدراسة أن السمات الفردية لا تمثل أهمية كبرى كعامل مؤثر في بناء أجندة المبحوثين فالمهم من وجهة نظرهم هو الالتزام بسياسة القناة أيا كانت قدرات الشخص ومدى إبداعه في العمل.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة نهله السيد محمد **(٢٠١٣م) التي أوضحت** عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في درجة تأثير العوامل المؤثرة.

٤- إدارة القناة كعامل مؤثر في بناء أجندة القائمين بالاتصال في قناة اكسترا نيوز:

جدول رقم (٤) إدارة القناة كعامل مؤثر في بناء الأجندة

درجة الموافقة / العبارات	دائماً		أحياناً		لا		لا أعلم		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪		
تتدخل الجهات الإدارية بالقناة في اختيار بعض الموضوعات دون غيرها	١٥	٤٢,٩	١٦	٤٥,٧	٤	١١,٤	-	-	٢,٣١	٠,٦٧٦
تتدخل الجهات الإدارية العليا بالقناة في تحديد الخطوط العريضة للقائمين بالاتصال فى عملهم سواء بالترغيب أو الترهيب	١٢	٣٤,٣	١٣	٣٧,١	١٠	٢٨,٦	-	-	٢,٠٦	٠,٨٠٢
تقوم الجهات الإدارية العليا بالقناة بالتدخل باختيار بعض المذيعين والمحررين ووضعهم في بعض النشرات أو البرامج لتحقيق أهداف معينة	٨	٢٢,٩	١٤	٤٠	٦	١٧,١	٧	٢٠	١,٦٦	١,٠٥٦
تفرض الجهات الإدارية العليا بالقناة عقوبات معينة في حال الخروج عن السياسات المحددة مسبقًا من قبلها	١٣	٣٧,١	١٤	٤٠	١	٢,٩	٧	٢٠	١,٩٤	١,١١
توفر الجهات الإدارية العليا بالقناة دورات تدريبية للقائمين بالاتصال لتوجيههم نحو اختيارات محددة	٤	١١,٤	١٣	٣٧,١	١٥	٤٢,٩	٣	٨,٦	١,٥١	٠,٨١٨
تتدخل الجهات الإدارية العليا بالقناة بنقل بعض القائمين بالاتصال من وظائف لوظائف أخرى داخل القناة	-	-	١٢	٣٤,٣	١٠	٢٨,٦	١٣	٣٧,١	٠,٩٧	٠,٨٥٧
عقد اجتماعات بصفة دورية مع رؤساء التحرير ينتج عنها في الغالب توجيهات من هذه النوعية	٧	٢٠	٢٢	٦٢,٩	٤	١١,٤	٢	٥,٧	١,٩٧	٠,٧٤٧
تفرض التعامل مع بعض الشخصيات الذين يتبنون أجندات معينة لاستضافتهم في بعض النشرات والبرامج	١٠	٢٨,٦	٦	١٧,١	١٣	٣٧,١	٦	١٧,١	١,٥٧	١,٠٩٢

ن = ٧٥

يتضح من نتائج الجدول رقم (٤) أن إدارة القناة يظهر تدخلها في بناء الأجندة للقائمين بالاتصال بشكل واضح من وجهة نظر المبحوثين أولًا من خلال تحديدها لبعض الموضوعات دون غيرها بمتوسط حسابي٢,٣١ يليه تدخلها في تحديد الخطوط العريضة لعمل القائمين بالاتصال سواء بالترغيب أو الترهيب بمتوسط حسابي بلغ٢,٠٦ ثم من خلال عقد اجتماعات دورية مع رؤساء التحرير ينتج عنها توجيهات معينة بمتوسط حسابي ١,٩٧.

ويمكن تفسير كل النتائج السابقة في إطار حرص إدارة القناة على تحقيق أهداف محددة ومنها الالتزام بسياسة الدولة في المجال الإعلامي ومحاولة أن تكون القناة من بين أفضل القنوات على الساحة الإخبارية المصرية وهذا يتطلب من الإدارة التدخل بشكل أكبر في تفاصيل العمل مع القائمين بالاتصال للوصول إلى تحقيق هذه الأهداف.

ولاحظ الباحث حالة من الرضا لدى المبحوثين فيما تقوم به إدارة القناة من إجراءات، فهذه الإجراءات في النهاية تهدف من وجهة نظرهم إلى تحقيق أهداف القناة في المنافسة مع القنوات الإخبارية الأخرى الموجودة على الساحة سواء في مصر أو الوطن العربي.

والملاحظ أيضًا أن طريقة العمل داخل القناة وأسلوب التعامل بين المديرين والمرؤوسين من القائمين بالاتصال يواكب أحدث الأساليب العالمية من خلال تواجد المديرين بصفة مستمرة والعمل يدا بيد مع القائمين بالاتصال لحل المشكلات ومواجهة الصعوبات الطارئة أثناء العمل، وهذا الأمر ساهم بشكل كبير في إذابة الفوارق الإدارية بين العاملين في القناة وساعد على تحسين الأداء بشكل واضح.

٥-العادات الاجتماعية كعامل مؤثر في بناء أجندة القائمين بالاتصال في قناة اكسترا نيوز:

جدول رقم (٥) العادات الاجتماعية كعامل مؤثر في بناء الأجندة

درجة الموافقة / العبارات	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	ك	٪	ك	٪	ك	٪		
يحرص القائمون بالاتصال في القناة على نشر الموضوعات المعبرة عن الثقافة والعادات المحلية	٤٢	٧٥	١٤	٢٥	-	-	٢,٧٥	٠,٤٣٧
تساهم العادات الاجتماعية السائدة بشكل مباشر في فرض اختيار موضوعات بعينها على الأجندة الإخبارية للقناة	٣٩	٦٩,٦	١١	١٩,٦	٦	١٠,٧	٢,٥٩	٠,٦٨٢
تخصص القناة أجزاء من أوقاتها في النشرات والبرامج الإخبارية للتركيز على بعض الموضوعات المتعلقة بالعادات والتقاليد	٣٢	٥٧,١	١٣	٢٣,٢	١١	١٩,٦	٢,٣٧	٠,٧٩٩
يلتزم القائمون بالاتصال أثناء عملهم بمراعاة أبعاد العادات والتقاليد الاجتماعية أثناء اختيارهم لضيوف معينين فى النشرات والبرامج	٣٨	٦٧,٩	١٦	٢٨,٦	٢	٣,٦	٢,٦٤	٠,٥٥٤

ن =٧٥

يتضح من نتائج الجدول السابق أن المبحوثين في قناة اكسترا نيوز يرون أن تأثير العادات الاجتماعية في بناء أجندتهم يظهر بشكل واضح من خلال حرص القائمين بالاتصال على نشر الموضوعات المعبرة عن الثقافة والعادات المحلية بمتوسط حسابي ٢,٧٥، يليها أن القائمين بالاتصال يلتزمون أثناء عملهم بمراعاة أبعاد العادات والتقاليد الاجتماعية أثناء اختيارهم لضيوف معينين بمتوسط حسابي ٢,٦٤، ثم أن العادات الاجتماعية السائدة ساعدت بشكل مباشر في فرض اختيار موضوعات بعينها على الأجندة الإخبارية للقناة بمتوسط حسابي ٢,٥٩.

وتؤكد النتائج السابقة في مجملها أن العادات والتقاليد الاجتماعية تحظى بأهمية كبيرة لدى القائمين بالاتصال في قناة إكسترا نيوز نظرا لطبيعة المجتمع المصري والعربي الشرقية الذي تخاطبه القناة، حيث يعتبر القائمون بالاتصال عادات وتقاليد المجتمع أمرًا هامًا ويجب عدم الخروج عن قواعدها في محاولة منهم لكسب ثقة المشاهد.

ولاحظ الباحث أن القائمين بالاتصال في قناة الدراسة يضعون البعد الاجتماعي نصب أعينهم في اختياراتهم لما يقدم على شاشة القناة، فاختياراتهم تبتعد عن الموضوعات التي تسبب الإثارة أو تكون سببا في إحداث مشكلات اجتماعية وذلك على الرغم من الطبيعة الإخبارية للقناة، فنجد التركيز ينصب على تقديم نماذج ناجحة من الشباب المتفوقين دراسيًا أو في ريادة الأعمال، بالإضافة إلى محاولة طرح حلول للصعوبات التي تواجه المجتمع من خلال استضافة خبراء في الاقتصاد وعلم الاجتماع وغيرهم لمواجهة قضايا مثل الفقر ومكافحة الأمية وتأخر سن الزواج لدى الشباب وما إلى ذلك.

خلاصة النتائج

ويخلص الباحث من خلال ما تم عرضه من نتائج أن جميع العوامل السابقة لها تأثير في بناء أجندة القائمين بالاتصال وإن كان هناك تفاوت فيما بينها من حيث الأهمية ودرجة التأثير لدى المبحوثين وذلك من خلال ما يأتي:

- أن القائمين بالاتصال في قناة إكسترا نيوز يرون أن التشريعات والقوانين الإعلامية المصرية لها تأثير في بناء أجندتهم وذلك من خلال مساعدتهم بالمقام الأول على معرفة الحدود القانونية المُلزمة للمؤسسات الإعلامية في العمل الإعلامي والتي لا يمكن تجاوزها وذلك بمتوسط حسابي ٢,١٧، يليه أنها تساعدهم في معرفة حقوقهم وواجباتهم بمتوسط حسابي ٢,١١، ثم أنها تساعدهم في تنظيم العلاقة القانونية بينهم وبين القناة التي يعملون بها بمتوسط حسابي ٢,٠٩.
- أن المبحوثين يرون أن الإعلانات وتمويل البرامج تلعب دورًا في بناء أجنداتهم بصورة

بسيطة من خلال مساعدتهم على تقديم إمكانيات أكبر لبعض المحتويات البرامجية أكثر من أخرى مما يشكل ضغوطا عليهم في اختياراتهم وذلك بنسبة ٤٢,٧٪، يليها أنهم يرون أن الإعلانات والتمويل تعمل على توجيه القائم بالاتصال نحو اختيار موضوعات معينة للمعالجة الإخبارية دون موضوعات أخرى بنسبة ٢٩,٣٪، ثم أنها تحظر بأي شكل من الأشكال الاقتراب من مضامين تتعارض مع مصالح المعلن بنسبة ٢٦,٧٪.

- أن أكثر السمات الفردية تأثيرا في بناء أجندة القائمين بالاتصال في قناة إكسترا نيوز من وجهة نظرهم هي المستوى الثقافي للقائم بالاتصال بنسبة ٩٢٪ يليه المستوى التعليمي بنسبة ٨٩,٣٪ ثم المحيط الاجتماعي بنسبة ٥٠,٧٪
- أن إدارة القناة يظهر تدخلها في بناء الأجندة للقائمين بالاتصال بشكل واضح من وجهة نظر المبحوثين أولًا من خلال تحديدها لبعض الموضوعات دون غيرها بمتوسط حسابي٢,٣١ يليه تدخلها في تحديد الخطوط العريضة لعمل القائمين بالاتصال سواء بالترغيب أو الترهيب بمتوسط حسابي بلغ٢,٠٦ ثم من خلال عقد اجتماعات دورية مع رؤساء التحرير ينتج عنها توجيهات معينة بمتوسط حسابي ١,٩٧.
- أن المبحوثين في قناة إكسترا نيوز يرون أن تأثير العادات الاجتماعية في بناء أجندتهم يظهر بشكل واضح من خلال حرص القائمين بالاتصال على نشر الموضوعات المعبرة عن الثقافة والعادات المحلية بمتوسط حسابي ٢,٧٥، يليها أن القائمين بالاتصال يلتزمون أثناء عملهم بمراعاة أبعاد العادات والتقاليد الاجتماعية أثناء اختيارهم لضيوف معينين بمتوسط حسابي ٢,٦٤، ثم أن العادات الاجتماعية السائدة ساعدت بشكل مباشر في فرض اختيار موضوعات بعينها على الأجندة الإخبارية للقناة بمتوسط حسابي ٢,٥٩.

مراجع الدراسة:

١- هبة شاهين، **التليفزيون الفضائي العربي** (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، ٢٠٠٨) ص٨١

٢-حنان على عمر، تنفيذ وتقويم السياسات الإعلامية في مجال الخدمة الإخبارية في الفترة ١٩٩٨-٢٠١٠م بالتطبيق على قناة النيل للأخبار، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، كلية الإقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، ٢٠١٤، ص٣

3-www.masr140.net

٤- بسيوني حمادة، الاتجاهات الحديثة في بحوث وضع الأجندة، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الرابع، ديسمبر ١٩٩٨م، ص٣٤٠

٥-حنان يوسف، العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال بمواقع الصحف الإلكترونية العراقية ودورها في تطوير تلك المواقع - دراسة تحليلية وميدانية، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، كلية الآداب، جامعة عين شمس، ٢٠١٧.

٦-مروة عبدالهادي، العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال بوكالة أنباء الشرق الأوسط، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الآداب، جامعة أسيوط، ٢٠١٦

٧-عبدالله محمد عبدالله، العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائمين بالاتصال في إذاعات ال أف أم الليبية - دراسة ميدانية، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، كلية الآداب، جامعة عين شمس، ٢٠١٥

٨-- جيهان سباق علي خليفة، « أطر العلاقات العربية الإيرانية في الصحف المصرية - دراسة في المضمون والقائم بالإتصال"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الاداب، جامعة المنيا، ٢٠١٤

٩-ناهد شعبان محمد، «دور الصحف في التسويق لأنشطة الجمعيات الأهلية - دراسة تحليلية مقارنة على الصحف القومية والحزبية والمستقلة والمحلية خلال عام ٢٠٠٧ مع دراسة ميدانية على الجمعيات الأهلية بمحافظة سوهاج «، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الاداب، جامعة سوهاج، ٢٠١٤.

10-KhaledFathallahAhmedAbdRa-Heem، SOCIALANDENVIRONMENTAL PROBLEMS FOR THOSE IN CHANGE OF COMMUNICATION AND THERE IMPACTION PERFORMANCE EFFECTIVENESS, **PHD**، ENVIRONMENTAL SCIENCE COLLEGE ،AIN SHAMS UNIVERSITY، 2014مم

١١-عماد عبد المقصود شلبي، « العوامل المؤثرة في التخطيط البرامجي للقنوات المصرية الحكومية والخاصة في ضوء المنافسة «، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٤.

١٢-نهله السيد محمد، « المتغيرات الاجتماعية والفيزيقية المرتبطة بالرضا الوظيفي للقائم بالاتصال»، **رسالة ماجستير غير منشورة**، معهد الدراسات البيئية، جامعة عين شمس، ٢٠١٣م.

١٣-منة الله حسين مأمون، تغطية القنوات الفضائية الموجهة بالعربية للقضايا الداخلية والخارجية المصرية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحوها، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الإعلام، جامعة

القاهرة، ٢٠١٧م

١٤–دعاء محمد البنا، معالجة أخبار وقضايا إسرائيل في القنوات الفضائية الإخبارية وإتجاهات النخبة نحوها، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٥

١٥– بسنت مراد فهمي حسن، « تناول القضايا العربية في الخطاب التليفزيوني الأوروبي الموجه باللغة العربية وعلاقة الصفوة به «، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٤.

١٦–عادل عاشور محمد المرغني، « العلاقة بين التعرض للمضامين الإخبارية في القنوات الفضائية العربية والمشاركة السياسية لدى المواطن الليبي «, **رسالة دكتوراه غير منشورة**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٣م.

17-Samuel – Azran ،Tal.& Pecht ،Nama. " The AL-Jazzeraa – Qatari Nexus: A Longtiudinal Content Analysis of the AL- Jazzera Reporting Through the Qatari- Saudi Crisis ". **Paper Presented at the annual meeting of the International Communication Association**, Sheraton phonix ،Downtown، May 23, 2012. Available at: www.allacademic.com ،meta p. 552249-index. html accessed on 203-- 2015مـم

١٨–منى المراغي أحمد، آليات بناء الأفكار التحريرية وأجندة الموضوعات المقدمة في بوابات الصحف الإلكترونية، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٧

١٩–فاطمة فايز عبده قطب ، آليات بناء أجندة المنصات المختلفة داخل الوسيلة الإعلامية الواحدة، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٦مم

٢٠–نيرمين سعيد كامل، أجندة القضايا الاجتماعية للمواطن المصري وأطر تقديمها في الفضائيات الإخبارية العربية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٥.

21-Cheng, Zhuqing ،"An EXAMINATION OF THE FIRST- AND SECOND-LEVEL OF AGENDA BUILDING WITH THE IMAGE OF CHINA'S PRESIDENT XI JINPING IN XINHUA AND FOUR U.S. NEWS OUTLETS" ،**MA,** August 2014م

٢٢–مطرعلي مطرالمطيري « معايير بناء أجندة الأخبارفي التليفزيون الكويتي وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحو القضايا العربية « **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٢.

23- Lang, G. E., & Lang, K. (1981). Watergate: An exploration of the agenda-building process. Mass communication review yearbook, 2, 447468-.p466

24-Ohl, C. M., Pincus, J. D., Rimmer, T., & Harrison, D. (1995). Agenda building role of news releases in corporate takeovers. Public Relations Review, 21(2), 89101-.ة

25-Maxwell McCombs ،Sebastian Valenzuela ،**op cit**., p48

٢٦-سهام محمد عبد الخالق ، « معاييرتكوين أجندة الأخبار الخارجية في نشرة الأخبار بالتليفزيون المصري وتأثيرها على اتجاهات الجمهور نحوالنشرة والدول مصدر الأحداث «، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٥,

٢٧- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، (القاهرة: عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الأولي، ٢٠٠٤) ص ١٥٣.

٢٨- مصطفى حميد الطائي، خير ميلاد أبو بكر، مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية (الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الطبعة الأولى، ٢٠٠٧) ص٢٠٩