

## دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء أجندة القائم بالاتصال في الصحف المصرية بالنسبة للأخبار والقضايا المحلية

د.ندية عبد النبي محمد القاضي(\*)

### مقدمة:

أسهمت التطورات المتلاحقة في شبكة الانترنت في إيجاد شكل جديد من الإعلام أطلق عليه العديد من المسميات من بينها الإعلام البديل ، أو الإعلام الجديد، صحافة المواطن ، والصحافة الشعبية ، وصحافة المشاركة ، حيث أصبح يشكل إعلاما بديلا فعليا عن الوسائل التقليدية، ولجأ إليه جمهور وسائل الإعلام ليتبنى بنفسه إعلاما لنفسه ، ولغيره من أفراد الجمهور وفئاته الذين يستخدمون شبكة الانترنت<sup>(1)</sup> والتي ساعدت المستخدمين في إنتاج وتدوين كل ما يحلو لهم من ملاحظات، ومقالات، وأفكار، وحوارات، وتعليقات تفاعلية، ومواد رأي مختلفة .

وقد تعددت تصنيفات هذا الإعلام بين الشبكات الاجتماعية الافتراضية (اليوتيوب، وسكايب، وتويتر، وفيسبوك)، والمنتديات الإلكترونية والمجموعات البريدية، وصحافة المدونات.

ويرجع الفضل في انتشار هذا الإعلام إلى تطورات الجيل الثاني لشبكة الويب Web 2، التي ساعدت على إتاحة المواقع الرقمية على هذه الشبكة بسهولة ويسر ودون تكلفة عالية، وأدوات للكتابة والتحرير وتصميم هذه المواقع والاعتماد عليها كوسائل للنشر، في ظل غياب المصداقية في الوسائل التقليدية ، وتمرد جمهورها على التبعية والهيمنة التي كانت تمارسها<sup>(2)</sup>.

(\*) أستاذ مساعد بكلية الآداب - جامعة المنوفية .

حيث أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي إمكانية أكبر للوصول إلى الأخبار من مصادر مختلفة ومناطق متنوعة خاصة بعض المناطق التي لم يكن يسهل الوصول إليها أو كان يتم تجاهلها لبعدها أو لعدم تعاون المصادر فيها ، أو قد تصل بعض التقارير أو الصور ومقاطع الفيديو أو الرسائل الصوتية إلى الصحيفة بشكل ييسر كثيرا عمل الصحفي ، وربما لفتت تلك المضامين النظر لحدث ما ترتب عليه متابعة الحدث من قبل الصحيفة بشكل مهني أو استكمال تغطيته<sup>(3)</sup> للكثير من الأحداث والقضايا المحلية ، وقد جذبت هذه الوسائل ( مواقع التواصل الاجتماعي) الأنظار بشكل فعال ، بعد تفجيرها لعدد من القضايا التي أثارت الرأي العام ، بل جذبت وسائل الإعلام التقليدية ، وأدت إلى الاستعانة بهذه المضامين التي تهم الرأي العام لنشرها في هذه الوسائل ، مما أدى إلى تغير في قواعد حرية النشر والتعبير، وإلى حدوث تحولات كبرى في الفضاء الإعلامي ، وإلى ميلاد صيغ إعلامية تميل إلى التفاعل والتشارك والتقسام وتخطى النمط القديم القائم على ثنائية المرسل والمتلقي مبتدعة صحيفة جديدة في التواصل فتشمن التحوار التبادلي من الجماعة إلى الجماعة<sup>(4)</sup>.

وبذلك تشابكت المضامين التي ينتجها المواطن مع المحتوى الذي تقدمه وسائل الإعلام وصار القارئ المستهدف كمتلقي هو ذاته - بفضل العديد من التطورات في وسائل الإعلام والاتصال - المصدر الذي يسترشد به الإعلامي والقائم بالاتصال في الحصول على المعلومات وفي توثيقها عبر مقاطع الفيديو أو الصور والتأكد منها ، خاصة في ظل تزايد الأحداث وتتابعها وتنامي عدد القضايا والموضوعات المهمة وعدم وجود عدد كبير من المنذوبين داخل الصحيفة بالقدر الذي يمكنهم من التواجد في كل مكان وفي فترات زمنية متقاربة<sup>(5)</sup> ، وأصبح القراء مصادر قوية تساهم في

تنويع وتجويد المضامين المقدمة تسهم في تنويع المادة وإثراء محتوى الصحيفة ، وهكذا تحول المواطن إلى قائم بالاتصال يقوم بذات الأدوار التي يقوم بها الصحفي المحترف فهو ينتقى المعلومة أو الحدث ويقوم بتصويره أو توثيقه ويتابعه ويستكملة ، كما أن لهذه المضامين التي ينتجها المستخدمون أهمية كبيرة في العمل الإعلامي، فهي تزود المؤسسات الإعلامية بمصدر ثري من المعلومات والأخبار، كما تفيد في تشكيل رأي عام جماعي فاعل ونشط ، واكتشاف وتنمية المواهب الإعلامية لدى المستخدمين وتحويلهم من مستقبلين سلبيين إلى نشطاء فاعلين في صناعة الأحداث وبناء الأجندة الإعلامية ، كما تزود المؤسسات الإعلامية بشهود عيان للأحداث، وبما يمكنهم من تنويع مصادر موضوعاتهم الصحفية ، وتبرز أهمية هذه النوعية من المضامين في أوقات الأزمات والكوارث والأحداث الكبرى وكذلك في الحالات التي تفرض فيها السلطات حظراً على وسائل الإعلام التقليدية<sup>(6)</sup>.

وبناءً عليه ، تحول المستخدم إلى ناشر ومصدر للأخبار والصحفيون إلى جمهور يشارك مع غيره للوصول إلى أسرع وأدق التفاصيل الإخبارية عن مختلف الأحداث من قلب الحدث ، مستخدمين كل الطرق الفورية التي تبيث الأخبار مباشرة في التو واللحظة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، بما يؤدي إلى تنوع وتعدد المصادر التي تعتمد عليها الصحيفة .

وهذا الاستخدام لمثل تلك المضامين يبرز أهمية إجراء دراسة عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء أجندة القائم بالاتصال في الصحف الورقية المصرية بالنسبة للأخبار والقضايا المحلية والعوامل المؤثرة على ذلك ، وخصوصاً في ظل الانتشار الكثيف لهذه الوسائل التي دعمت بشكل حقيقي جمهور وسائل الإعلام ، وأدواته في التعبير .

## أولاً : مشكلة الدراسة :

في ظل تزايد الاهتمام بالإعلام الجديد ودوره كأحد المصادر الهامة للمعلومات يبرز دور القائم بالاتصال بوصفه العنصر الفاعل في نظام العمل حيث يُسهم بدور أساسي في تقديم الشكل والمضمون النهائي للأخبار والقضايا والتي تؤثر بدورها على اهتمامات وأولويات الجمهور كانعكاس لعملية بناء أجندة هذه الأخبار والقضايا .

وفي إطار تصاعد الاهتمام بدراسة بناء الأجندة كأحد المداخل البحثية التي تدرس علاقة وسائل الإعلام بالمصادر الإخبارية المختلفة التي تعتمد عليها لاستقاء الأنباء، ومعرفة من يبنى أجندة الأخبار وتحديد المتغيرات التي يتحدد على أساسها ما إذا كانت قضية من القضايا سوف تنجح في الوصول إلى أجندة الأخبار أم لا تسعى الدراسة لاختبار فروض بناء الأجندة بالتطبيق على القائمين بالاتصال في مجال الصحافة الورقية حيث تسعى الدراسة إلى دراسة حجم الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي من خلال توجيه القائم بالاتصال إلى بعض الأخبار والقضايا المحلية ، ومن ثم التأثير في الأجندة النهائية للصحف ، ومعرفة أي المواقع تؤثر في بناء أجندة الصحف أكثر من غيرها ، واختبار بعض التأثيرات التي يتعرض لها عند اختياره لهذه الموضوعات والتي تتحكم في حكمه النهائي علي صلاحية الموضوع للنشر وتشمل سياسة الدولة وتأثير القيم الخبرية واهتمامات الجمهور ، وتحديد المعايير التي توضع في الاعتبار عند استقاء المعلومات من المصادر، علاوة علي الكشف عن المؤشرات والمعايير التي تعكس مدي مصداقية مواقع التواصل كمصدر من مصادر المعلومات .

### أهمية الدراسة: تكمن أهمية الدراسة في الجوانب التالية:

- تبدو أهمية مشكلة الدراسة من أهمية الموضوع ذاته وهو ما يتعلق بتصاعد الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر من مصادر الأخبار والقضايا المحلية وبما تطرحه من موضوعات مثيرة وساخنة علي المواقع .
- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي والإقبال الشديد عليها من قبل الجمهور ، وخطورة دورها في الوقت الراهن .
- أهمية الدور الذي يقوم به القائم بالاتصال وأهمية دراسة المتغيرات التي قد تؤثر عليه سلبا أو إيجابا .
- تبرز أهمية الدراسة الراهنة من خلال الوقوف علي طبيعة العلاقة بين القائم بالاتصال بوسائل الإعلام الجديد و خاصة مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر من مصادر الأخبار والقضايا المحلية ، والعوامل التي تؤثر في تشكيل تلك العلاقة ، وتحديد أهم المعايير التي توضع في الاعتبار عند استقاء المعلومات من هذا المصدر .
- أهمية دراسة المصادر الصحفية التي يستقي منها الصحفي الآراء والمعلومات ويعتمد عليها فيما يطرحه من مضامين إعلامية خاصة التي لم تتل حظها من الدراسة المتعمقة من جانب الباحثين، خاصة مواقع التواصل الاجتماعي .
- تتيح الدراسة اختبار فروض بناء الأجندة كاتجاه يُعمق التحليل والرؤية للوقوف على فاعلية النظرية وتطبيقاتها في الإعلام المصري خاصة الصحافة.
- قلة الدراسات التي تناولت الدور الذي يمكن أن تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في بناء أجندة القائم بالاتصال في الصحف المصرية.

## أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة في التعرف على حجم الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي من خلال توجيه القائم بالاتصال إلي بعض الأخبار والقضايا المحلية , ومن ثم التأثير في الأجندة النهائية للصحف.

أما أهم الأهداف الفرعية للدراسة فتتمثل في الآتي :-

- التعرف على مدى اعتماد القائم بالاتصال على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار و القضايا المحلية .
- اختبار فروض نظرية بناء الأجندة فيما يتعلق ببناء أجندة القائم بالاتصال في الصحف المصرية الحكومية و الحزبية و الخاصة بالنسبة للأخبار و القضايا المحلية .
- تقييم مدى الاستفادة المتحققة من الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار والقضايا المحلية كما يراها القائم بالاتصال.
- التعرف على الأدوار التي يقوم بها القائمون بالاتصال في الصحف المصرية الحكومية والحزبية والخاصة والتي تؤثر بشكل مباشر على مضمون الرسالة الاتصالية وتقرر إمكانية النشر من عدمه .
- تحديد أثر نمط ملكية الصحف المصرية على توجهات ومعايير انتقاء الأخبار والقضايا المحلية بالصحف المختلفة لدى القائمين بالاتصال .
- التعرف على رؤية القائم بالاتصال لكيفية تطوير استخدام المضامين التي مصدرها مواقع التواصل الاجتماعي بشكل يضمن حسن استغلالها في الصحافة الورقية .

## الإطار النظري للدراسة:

تتبنى الدراسة مدخل بناء الأجندة Agenda Building سعياً لاختبار فروض بناء الأجندة بالتطبيق على القائم بالاتصال في الصحف المصرية الحكومية والحزبية والخاصة. ويرتبط بناء الأجندة بالعمليات التي تحاول بمقتضاها الجماعات المختلفة ترجمة اهتماماتها إلى قضايا تتنافس للتأثير على أجندة الوسيلة والتي تؤثر بدورها في أجندة الرأي العام ، وقد انتقل مفهوم بناء الأجندة إلى مجال الاتصال من خلال دراسة K. Lang & G.E. Lang للعلاقة بين وسائل الإعلام والرأي العام أثناء أزمة ووترجيت<sup>(7)</sup> .

وقد اهتم الباحثان Shoemaker & Reese بتحديد التأثيرات التي تشكل محتوى الوسيلة الاتصالية (بناء الأجندة) من خلال 5 نماذج رئيسية للتأثير:

- 1- التأثير من العاملين في وسائل الاتصال من خلال خصائص القائمين بالاتصال وخلفياتهم الشخصية وأدوارهم المهنية واتجاهاتهم.
  - 2- تأثير نظام العمل ويتضمن الممارسات اليومية للقائمين بالاتصال وقيود الوقت ومتطلبات المساحة وطريقة الكتابة والقيم الإخبارية والاعتماد على المصادر الرسمية.
  - 3- تأثير المؤسسة الإعلامية على المضمون ارتباطاً بهدف الربح.
  - 4- التأثير على المضمون من خارج المؤسسة الاتصالية ويشمل جماعات المصالح وجماعات الضغط والتشريعات الحكومية.
  - 5- تأثير الأيديولوجية ويرتبط بسياسة الدولة وطبيعة النظام<sup>(8)</sup>.
- وتتدرج مستويات التأثيرات بدءاً من المستوى الفردي للعاملين في وسائل الاتصال (المستوى الدقيق) وتتسع لتشمل تأثير الأيديولوجية (المستوى الواسع) وهو

ما أطلق عليه الباحثان "هرم التأثيرات" Hierarchy of Influences حيث تمثل الأيديولوجية قمة الهرم وتتغلغل عبر كافة المستويات الأخرى<sup>(9)</sup> .

يوصف أدب بناء الأجندة بتعدد المناهج البحثية مع وجود رابط مشترك يتمثل في كون التغطية الإخبارية منتج يتم تصنيعه وإقراره من خلال التأثيرات المتعددة ، ويمثل تحليل المضمون النمط الأكثر استخداماً بشقيه الكمي والكيفي من خلال تحليل مضمون التغطية الإخبارية كمنتج نهائي لبناء الأجندة ، كما تختبر دراسات أخرى تأثير مصادر الأخبار على تشكيل أجندة الوسائل والتعرف على مدى نجاحها أو إخفاقها في فرض أجندتها الخاصة على الوسيلة الاتصالية ، وتضيف دراسات مسوح القائمين بالاتصال بصيرة قيمة لبناء الأجندة بالتعرف على كيفية صناعة قرارات التغطية الإخبارية والمؤثرات التي تحكم معالجة القضايا المختلفة<sup>(10)</sup> .

#### ثانياً: نظرية حراسة البوابة الإعلامية Gate keeping Theory:

تري نظرية حراسة البوابة أن القائم بالاتصال قادر علي فلترة المادة التي تصل إليه وصولاً إلى نشر أو بث المضامين التي يرغب بها وتتسق مع السياسة التحريرية لصحيفته وبما يتفق مع القواعد المهنية التي تتبناها المؤسسة<sup>(11)</sup> . وتحديث عملية حراسة البوابة الإعلامية على كل مستويات البنية الإعلامية، وكما طالت المراحل التي تقطعها الأخبار حتى تظهر في وسيلة الإعلام ازدادت المواقع التي يصبح فيها من سلطة فرد أو عدة أفراد تقرير ما إذا كانت الرسالة ستنقل بنفس الشكل أو بعد إدخال بعض التغييرات عليها، وبذلك تعد دراسة حارس البوابة بمثابة توضيح لسلوك أولئك الأفراد الذين يسيطرون في نقاط مختلفة على مصير القصص الإخبارية<sup>(12)</sup>، وقد أشار لوين إلى أن فهم وظيفة حراسة البوابة يرتبط بإدراك المؤثرات أو العوامل التي تتحكم في القرارات التي يصدرها حراس البوابة نظراً لتعدد القوى



والعلاقات التي يتأثر بها حراس البوابة أثناء ممارستهم لمهامهم في المؤسسات الإعلامية المختلفة<sup>(13)</sup>.

وفي إطار هذه الدراسة يرتبط مفهوم بناء الأجندة بنظرية حارس البوابة حيث تسعى الدراسة لاختبار فروض بناء الأجندة بالتطبيق على القائمين بالاتصال (حراس البوابة) في الصحف المصرية الحكومية والحزبية والخاصة واختبار الدور الذي يقوم به القائمون بالاتصال في تحديد أولويات الأخبار والقضايا المحلية , واكتشاف المؤثرات التي يتعرض لها القائمون بالاتصال في أثناء عملهم عند اختيارهم معلومات من مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن تسلك سبيلها للنشر في صحفهم .

الدراسات السابقة :

تعرض الباحثة للدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة من خلال ثلاثة محاور: المحور الأول: يرتبط بنظرية بناء أجندة وسائل الإعلام.

المحور الثاني: يرتبط بالقائم بالاتصال في الصحافة.

المحور الثالث: الدراسات التي اهتمت بمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار وبالمضامين التي ينتجها المواطنون كمشاركات -dispatches لكي تنشر في الصحف .

**المحور الأول : الدراسات التي تتعلق بمعايير بناء أجندة وسائل الإعلام :**

أجريت العديد من الدراسات في إطار بناء الأجندة من خلال مجالات اتصالية مختلفة من أهمها :-

استهدفت دراسة "مطر على المطيري" (2012)<sup>(14)</sup> التعرف على معايير بناء أجندة الأخبار في التلفزيون الكويتي وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحو القضايا العربية وذلك من خلال رصد الأخبار , والتي ترد من المصادر الإخبارية المتعددة, في

ضوء القيم الإخبارية التي يعتمد عليها القائم بالاتصال في قياس أهمية الأخبار والمفاضلة ، وكانت أهم نتائج الدراسة ، أن بناء النشرة يخضع لتأثيرات السياسة الإعلامية وأيدولوجيا الحكم والمجتمع وهو بدوره يؤثر على القائم بالاتصال وآخر الأمر ينتقل التأثير إلى الجمهور المتابع.

واستهدفت دراسة "سماح رضا زكى محمود" ( 2010 )<sup>(15)</sup> الكشف عن حجم الدور الذي يمكن أن يقوم به الرئيس المصري أو خطابه الرئاسي الذي يلقيه في افتتاح الدورة البرلمانية والذي يحدد فيه الخطوط العامة للسياسة الداخلية والخارجية لمصر في دفع بعض القضايا إلى أجندة وسائل الإعلام ، وتوصلت الدراسة إلى أن جريدة الأهرام والتلفزيون المصري كانا أكثر اهتماما بكل ما يخص الرئيس أكثر من جريدتي الوفد والمصري اليوم ، وهذا من تأثير أحد المصادر الإخبارية وهو رئيس الدولة على أجندة وسائل الإعلام ، وتبين أن الأخبار التي تتابعها الصفوة في نشرات الأخبار بالتلفزيون المصري هي الأخبار المتعلقة بالقضايا الداخلية حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 84% .

واستهدفت دراسة "عواطف حسن حيدر" (2010)<sup>(16)</sup> التعرف على العوامل المؤثرة في بناء أجندة الصحافة اليمنية وتأثير جماعات الضغط في وسائل الإعلام ، وتوصلت النتائج إلى أن جماعات الضغط تستخدم العديد من التكتيكات للتأثير في محتوى وسائل الإعلام أبرزها الإصدارات والنشرات الصحفية والدعوة للمؤتمرات والندوات وأحيانا تلجأ بعض الجماعات لعمل المظاهرات والمسيرات السلمية للفت انتباه وسائل الإعلام حيال قضية من القضايا.

استهدفت دراسة Sweetser & Brown (2008)<sup>(17)</sup> التعرف على تأثير نشرات المعلومات العسكرية التي قدمتها الشؤون العامة للمحررين خلال عمليات

الإخلاء العسكري للأمريكيين من لبنان على تغطية الوسيلة الاتصالية خلال الصراع اللبناني الإسرائيلي في يوليو 2006. توصلت الدراسة إلى وجود تأثير إيجابي لمنشورات المعلومات على التغطية الإعلامية وبما يُشير إلى دور الممارسين في تشكيل التغطية الإخبارية للوسيلة الاتصالية.

توصلت دراسة **Kiousis (2008)** <sup>(18)</sup> إلى ارتباط انخفاض كم الأخبار السلبية والمحايدة المتعلقة بدول الشرق الأوسط بمصادر العلاقات العامة المتزايدة ، وبذلك تعيد العلاقات العامة في خفض كثافة الأخبار السلبية عن الدول الأجنبية في الوسيلة الاتصالية الأمريكية.

وقد توصل **Shipman (2007)** <sup>(19)</sup> إلى تأثير الأجنذات التي تبنى بواسطة القادة السياسيين على الجمهور الأمريكي والرأي العام وذلك بالتطبيق على بناء أجنذات الخطاب الرئاسي (حالة الاتحاد) للرئيس بوش لعام 2002 والتي بنى خلاله أجنذات التدخل العسكري في العراق.

توصلت دراسة **ماجدة مراد (2007)** <sup>(20)</sup> إلى بروز دور رئيس الجمهورية ورئيس مجلس الوزراء ووسائل الإعلام والسلطة التشريعية في مقدمة مراكز التأثير الأساسية لعملية صناعة الأخبار لدى القائمين بالاتصال في مركز الأخبار الإذاعية التابع للإدارة المركزية للأخبار المسموعة بقطاع الإذاعة.

أما دراسة **Song, Youghoi (2007)** <sup>(21)</sup> في كوريا الجنوبية والتي أجريت كدراسة حالة علي أدوار الخدمات الإخبارية المستقلة عبر الإنترنت كأدوات لبناء الأجنذات لمواجهة موجة الكراهية ضد الولايات المتحدة الأمريكية في كوريا الجنوبية فقد توصلت إلي وجود اختلافات واضحة بين الخدمات الإخبارية عبر الانترنت والتغطية الصحفية الورقية لصالح الإنترنت مما يشير إلى متغير واضح في

السياق الإعلامي الحالي وهو قيام وسائل الإعلام الإخبارية البديلة بدور مهم في بناء أجندة الجمهور .

وفيما يتعلق باختبار دور الاتصالات الرئاسية في تشكيل بروز قضية الإرهاب من 2001 حتى نهاية 2004، توصلت دراسة **Mitrook, Seltzer, Kiouisis, Popescu & Shields (2006)** <sup>(22)</sup> إلى وجود ارتباط دال يؤيد المستوى الأول والثاني لوضع وبناء الأجندة من حيث بروز الموضوعات المرتبطة بالإرهاب بالنسبة لكل من الأجندة الرئاسية وأجندة الوسيلة.

وكانت دراسة **Curtin Patricia & Gather T. (2004)** <sup>(23)</sup> عن بناء أجندة الاتصال الدولية عبر الإنترنت من خلال دراسة عشرة مواقع رسمية حكومية ورئاسية متاحة باللغة الإنجليزية لدول الشرق الأوسط ، وأوضحت الدراسة أهم العناصر التي تضمنتها تلك المواقع لإمداد الصحفيين بالمعلومات لمساعدتهم في بناء أجندة وسائلهم الإعلامية ، وأظهرت النتائج اعتماد الممارسين في دول الشرق الأوسط على نموذج العلاقات الشخصية الذي يساعد على تواجده نقص حراسة البوابة الإعلامية على الإنترنت.

وكانت دراسة **Amenda Ruth (2005)** <sup>(24)</sup> عن بناء أجندة الاتصال في مجال الإعلام الزراعي من خلال مقابلات متعمقة مع القائمين بالاتصال في هذا المجال ، وأوضحت النتائج العلاقات المتشابكة التي يواجهها العاملون في مجال الإعلام الزراعي، وأهمية بناء علاقة عمل قوية بين المصدر والإعلامي، وأهمية القرار الاتصالي عند اختيار الوسائل الإخبارية، وأوضح المبحوثون أن هناك سوء فهم وتقدير لمجال الزراعة على المستوى العام، وأن مجال العلاقات مع الوسائل عبر الإعلام الزراعي يجب أن يتغير إلى ثقافة فعالة أكثر إيجابية.

واستهدفت دراسة **Melanie Stone (2005)**<sup>(25)</sup> تغطية وسائل الإعلام القومية للتعليم العالي من خلال إجراء دراسة حالة عن بناء أجندة الاتصال في ثلاث جامعات هي جامعة مسيسيبي، ولويسيانا، وكارولينا الشمالية، ودور العلاقات العامة في هذا البناء ، وأظهرت النتائج دور استراتيجيات الاتصال وأساليب العلاقات العامة في إمداد وسائل الإعلام بالمعلومات عن الجامعة، كما أظهرت أنه بالرغم من أن إدارات العلاقات العامة كانت فعالة إلى حد ما في بناء أجندة الاتصال إلا أن وسائل الإعلام مالت إلى التعامل المباشر مع أعضاء هيئة التدريس كمصادر.

#### المحور الثاني: الدراسات التي تتناول القائم بالاتصال في الصحافة :

استهدفت دراسة " صفية خليفة بن مسعود " (2015)<sup>(26)</sup> دراسة الإعداد الأكاديمي والمهني للقائم بالاتصال في الصحافة الليبية ، وأظهرت النتائج أن معظم الصحفيين من عينة الدراسة لم يستفيدوا من الدراسة بالكلية في الممارسة المهنية ، ويعود ذلك إلى عدم الاهتمام بالجانب العملي (التدريب الصحفي) وغلبة المواد النظرية في المناهج الدراسية بالقسم ، وغياب أو انعدام التعاون والاحتكاك المباشر مع الصحف وعدم الاهتمام بمواكبة التطورات في مجال الصحافة .

استهدفت دراسة " وسام محمود عبد العواض محمود" (2014)<sup>(27)</sup> رصد العوامل المؤثرة على نشر تقرير الأخبار الخارجية بالصحف المصرية اليومية وذلك من خلال دراسة تطبيقية على المضمون والقائم بالاتصال وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها : أن القائم بالاتصال يضع متغير سياسة الدول الأول عند اختياره للأخبار الخارجية يليها مصادر الأخبار الدولية ثم الجمهور، وأنه كلما كان الخبر يتعلق بدولة هامة زاد من اختياره ، يليه الشخصية الهامة ، ثم دولة صديقة ، ثم قيمة القرب ، وأخيرا الصراع .

استهدفت دراسة " نسرین ریاض عبد الله " (2012)<sup>(28)</sup> دراسة تأثير بيئة العمل الصحفي في مصر والأردن خلال فترة معاصرة تتمثل في فترة الدراسة الممتدة من 2010 - 2011 . والتعرف على السمات المؤثرة على القائم بالاتصال في الصحف المصرية والأردنية وطبيعة تأثيرها خلال الفترة الممتدة من 2010 - 2011 ، وأظهرت النتائج أن : معظم القائمين بالاتصال يعتقدون بوجود أثر سلبي للتشريعات الصحفية السائدة على حرية الصحافة وعلى ممارسة المهنة عموماً ، وأن الاهتمام بدقة المعلومات وبالتالي استبعاد المواد لعدم دقتها جاء أكثر وضوحاً كسبب مانع للنشر في الصحف المصرية عنه في الصحف الأردنية ، كما أن رئيس التحرير هو صاحب القرار الأول بالنشر بشكل عام .

واستهدفت دراسة " مارجريت سمير ساويرس " (2011)<sup>(29)</sup> الكشف عن العلاقة بين سمات وخصائص القائمين بالاتصال والخصائص الأسلوبية لصياغة المواد الخبرية بالصحف المصرية اليومية بمختلف أنماط ملكيتها ( الأهرام ، الوفد ، المصري اليوم ) خلال عام 2009 وذلك انطلاقاً من أن الأسلوب يُعد نتاجاً لتفضيلات الكاتب واختياراته اللغوية .

اهتمت دراسة نرمن زكريا خضر (2008)<sup>(30)</sup> بالكشف عن رؤية ومدركات القائمين بالاتصال في الصحف المصرية لمفهوم الحرية والمسئولية ، من خلال التطبيق علي عينة من الصحفيين قوامها (100) مفردة من الأهرام، والوفد ، والمصري اليوم، وأكدت النتائج علي أن اعتماد القائم بالاتصال علي مصادر المعلومات ذات المصدقية ، وتوازن المصادر يعتبر مرادفاً لمفهوم المسئولية الاجتماعي ، وأشارت الدراسة إلي الضغوط التي تفرضها المصادر الإخبارية الرسمية تجاه بعض القضايا والموضوعات الهامة فضلاً عن غياب الشفافية والمصدقية من جانبها .

سعت دراسة عبد الله زلطة (2007)<sup>(31)</sup> إلى رصد ملامح الممارسة الإخبارية للقائم بالاتصال في الصحافة المصرية من خلال التطبيق علي عينة قوامها (212) صحفياً يمثلون الصحافة القومية والحزبية ، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها : وجود مؤشر خطير يعكس وجود فجوة في المصادقية بين جمهور القراء في مصر والصحف القومية والحزبية علي حد سواء وذلك باعتراف الصحفيين أنفسهم وجاء الوزراء وكبار المسؤولين بالدولة والمؤتمرات الصحفية في مقدمة المصادر التي يعتمد عليها المبحوثون من الصحفيين في استقائهم للمادة الصحفية .

استهدفت علي عمر حسين جمعة (2005)<sup>(32)</sup> التعرف علي واقع حرية الصحافة وأثرها علي الممارسة المهنية للقائمين بالاتصال في الصحف المصرية ( قومية - حزبية - خاصة) من خلال رصد واقع حرية الصحافة في مصر، والتعرف علي المعلومات التي يواجهها القائم بالاتصال في ممارسة المهنة، إلي جانب رصد وتحليل رؤية القائمين بالاتصال في الصحافة المصرية لواقع الممارسة الصحفية من حيث مساحة الحرية المتاحة، وحقوقهم الصحفية .

سعت دراسة مارجريت سمير مقار (2005)<sup>(33)</sup> إلي دراسة الرضا الوظيفي للقائمات بالاتصال في الصحافة المصرية ورصد وتحليل العوامل الداخلية والخارجية التي تؤثر في مستوي الرضا الوظيفي وخلصت إلي نتائج تعكس ارتفاع نسبة رضا المبحوثات عن عملهن وشعورهن بتحقيق ذاتهن، وعبرن عن أعلي مستوي للرضا فيما يتعلق بالأمن الوظيفي عبر الصحف الأكثر مصداقية وجماهيرية.

ثالثاً:- الدراسات التي اهتمت بمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار وبالمضامين التي ينتجها المواطنون كمشاركات **dispatches** لكي تنشر في الصحف ومن ذلك:-

استهدفت دراسة هديل فايز (2014)<sup>(34)</sup> معرفة اتجاهات الصحفيين الأردنيين نحو مصداقية الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي ، ومدى اعتمادهم على هذه المواقع في متابعة الأخبار ، وتوصلت الدراسة إلى أن (65 %) من المشاركين كانت اتجاهاتهم متوسطة نحو مصداقية الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي ، في حين تنوّ الفيس بوك الترتيب الأول في تفضيل استخدام الصحفيين له في متابعة الأخبار ، مقارنة مع مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى وبنسبة بلغت (49.8 %) ، تلاه موقع تويتر بنسبة (6.20 %).

هدفت دراسة نها السيد عبد المعطي (2013)<sup>(35)</sup> إلى قياس اتجاهات الشباب المصري نحو صحافة المواطن على شبكة الإنترنت وإلقاء الضوء على أشكال صحافة المواطن والإشكاليات التي تواجهها ، كذلك رصد التغيرات التي أحدثتها " ظاهرة صحافة المواطن " على الصناعة الإعلامية ، ومن أهم النتائج : احتلت مواقع التواصل الاجتماعي المرتبة الأولى من تفضيل المبحوثين لمواقع صحافة المواطن ، وحظت شبكة رصد الإخبارية (R.N.N) بأعلى نسب المتابعة ، كما أظهرت النتائج توجهها إيجابيا نحو توظيف المؤسسات الإعلامية للمواطن الصحفي كأحد أدواتها ، ولكن جاءت النتائج لتبرهن أن الثقة في المضامين المقدمة من خلال صحافة المواطن مازالت غير تامة على الرغم من توفر العديد من معايير الشراء الإعلامي في صحافة المواطن .

استهدفت نرمين نبيل الأزرق (2012)<sup>(36)</sup> رصد وتوصيف أهم الإشكاليات المهنية الأخلاقية التي تواجه القائم بالاتصال - كما يراها - في استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي واعتماده على المضامين التي ينتجها المواطنون - user generated content وكذلك الآليات والضوابط التي يعتمد عليها بما يؤدي لتحقيق



حق الجماهير في المعرفة والاتصال ، وتوصلت النتائج إلى أن أكثر أشكال صحافة المواطن استخداماً (face book) و Twitter ثم مقاطع الفيديو ، وعن الإجراءات المتبعة لمراقبة UGC ولفرزه حتى يتم الاستعانة به من مواقع التواصل الاجتماعي فقد شملت : الاعتماد على فريق لمراقبة التعليقات بغرض منع نشر ما هو سلبي منها والاستعانة بمندوبي الصحيفة ومراسيلها للتأكد من روايات المواطنين حول حدث ما قبل وضعه بالصحيفة التأكد من الصور التي ترسل للقائم بالاتصال من المواطنين أو مستخدمي الموقع .

استهدفت دراسة وائل إسماعيل حسن عبد الباري (2012) <sup>(37)</sup> معالجة العلاقة بين مصداقية المواقع الإخبارية على الإنترنت ومستقبل الصحافة المطبوعة في مصر، من خلال استخدام منهج المسح الإعلامي لعينة عمدية من الجمهور المستخدم لشبكة الإنترنت قوامها 250 مفردة ، وأشارت النتائج إلى أن 54.3% من المبحوثين أعربوا عن اعتقادهم بأن المواقع الإخبارية أكثر مصداقية من الصحف المطبوعة وذلك باختبار معايير المصداقية التالية : الموضوعية، الدقة، الفورية وجودة المحتوى.

وكانت دراسة مركز بيو لأبحاث الصحافة الأمريكية (2012) <sup>(38)</sup> عن ترتيب الفيسبوك وتويتر والتلفزيون الكابلي بين مصادر أخبار حملة الرئاسة الأمريكية ، وتوصلت الدراسة إلى أن غالبية المبحوثين اعتبروا الإنترنت مصدراً رئيسياً للحملة الرئاسية ، وتبين أن اعتماد الشباب على مصادر الأخبار التقليدية انخفض بما يقترب من النصف للصحف اليومية ، وأكدت الدراسة أن حملة الانتخابات الرئاسية الأمريكية الأخيرة جذبت اهتمام جمهور الانترنت من الديمقراطيين والشباب تحت 30 سنة مقارنة بنظيرتها في يناير 2008 وفق مسح مركز بيو للأبحاث الأمريكية ،

وفيما يتعلق بأهم مصادر الأخبار الإلكترونية للحملة الرئاسية ، فمعظم من يستقون الأخبار المباشرة ممن فوق الـ30 عاما يعتمدون على المواقع والشبكات الإخبارية ثم محركات البحث للإضافة .

توصلت سارة كيسلار ( 2011 )<sup>(39)</sup> في دراستها إلى أن الفيسبوك ممر إخباري يفوق تويتر بين المواقع الإخبارية الكبرى ، وأنه ممر أكثر أهمية للوصول لمصادر الأخبار الإلكترونية مقارنة بتويتر وفق دراسة لمركز بيو الأمريكي للصحافة ، حيث شكل الفيسبوك نسبة مهمة من تمرير جمهور المواقع بخلاف تويتر الذي سجل نسبة أقل في التمرير منها نحو 3 % من حركة المرور إلى لوس انجلوس تايمز ، ومن عوامل الاختلاف بين الموقعين أن قاعدة المستخدمين 500 مليون مستخدم للفيسبوك نظير 200 مليون للتويتر كثيرون منهم غير نشطاء .

وفي دراسة لمركز بيو للصحافة الأمريكية (2011)<sup>(40)</sup> عن " ماذا يعنى الفيسبوك وتويتر بين مصادر الأخبار " ، أظهرت النتائج أن تبادل الأخبار وبروز الشبكات الاجتماعية وتأثيرها القوي على الأخبار وخاصة الفيسبوك من أهم التطورات التقنية في العقد الحالي ، وأكد التقرير أن الفيسبوك وتويتر الآن ممران للأخبار ولكن دورهما ليس بالكبير كما افترض البعض ، والمستخدمون لهذه الشبكات بحثا عن الأخبار مازال عددهم صغيراً نسبياً خاصة في القضايا المعتادة والمتاحة ولم يتخلوا عن مصادرهم الأخرى مثل الذهاب إلى المواقع أو البحث، أي أن الشبكات الاجتماعية مازالت مصادر مكملة أو ثانوية وليست بديلة لمصادر الأخبار التقليدية . ولقد اهتم **Ward, J.A. (2011)**<sup>(41)</sup> بمناقشة التحدي الخاص بالموضوعية وكيف يمكن لغرف الأخبار التحقق من المضمون الذي ينتجه المواطن، وأوضح Ward أننا الآن في منتصف ثورة جديدة للأخلاقيات الخاصة بالصحافة حيث

أحدث التغير الخاص بالإعلام في اعتماده على الانترنت تحولاً كبيراً في النموذج المهني القديم (Journalists – Communication – method – public) وأصبح الجمهور والمواطن العادي يحل محل الصحفي ، وأصبح العنصر الأول من المعادلة (Journalists) يضم صحفيين مهنيين محترفين وغير محرفين وهؤلاء من غير المحترفين مختلفين فيما بينهم من حيث القدرات والتدريب والدوافع التي تدفعهم للكتابة وبالتالي أصبح هناك ما يشبه الصراع بين القيم المهنية المعروفة لدى المهنيين المحترفين وتلك القيم الحاكمة لنماذج الإعلام الجديد.

استهدفت دراسة شيم عبد الحميد قطب(2010)<sup>(42)</sup> التعرف على رؤية القائم بالاتصال في الصحافة المصرية لمواقع التدوين وأهميتها كأحد مفردات مجتمع المعلومات ورؤيته لمستقبل العلاقة بين الصحافة والتدوين ، وتوصلت إلى أن شبكة الانترنت أصبحت بشكل متزايد مصدراً جديداً أمام القائم بالاتصال في الصحافة وأن التدوين يلقي قبولاً من القائم بالاتصال باعتباره وسيلة للانفتاح على معلومات وآراء جديدة ، إلا أن الدراسة تلفت النظر إلى مدى مصداقية المدونات وأنه لا بد من وضع ميثاق شرف للتدوين.

واهتمت دراسة أميمة محمد عمران(2009)<sup>(43)</sup> بالقائم بالاتصال في الصحافة الالكترونية المصرية بهدف التعرف على مهاراته والأدوار التي يقوم بها والمسئوليات التي تقع على وكيف تؤثر التكنولوجيا الحديثة على أدائه المهني وكيف تأثرت علاقته بجمهور المستخدمين للصحيفة الإلكترونية، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن هناك حرصاً شديداً من جانب المبحوثين على التواصل مع القراء ، حيث تعددت أوجه استفادة المبحوثين من التواصل مع الجمهور عبر هذه التقنيات وفي مقدمتها أن القراء أصبحوا مصادر مهمة لتزويد الصحفيين بالمعلومات إلى جانب

التعرف الفوري على توجهات القراء نحو المضامين المقدمة ، ثم المساهمة في تنويع وتجويد المضامين المقدمة.

أما دراسة **Viall, Elizabeth Katherine (2009)**<sup>(44)</sup> فقد قارنت بين المواقع المحلية لصحافة المواطن (75 موقع صحفي لصحافة المواطن المحلية) والمواقع الإعلامية التقليدية (75 موقع أيضاً) من خلال التركيز على نظرية الصحافة الديمقراطية، وأوضحت النتائج أن مواقع الصحف المحلية تحتوى على نسب أعلى من المحتوى السياسي والمجتمعي لكن مع نسب أقل من المضامين الرياضية والترفيهية وأخبار الجريمة والأخبار المتعلقة بالمال والتجارة كما بينته الدراسة أن صحافة المواطن تمارس وظيفة المراقب ، ولكنها أشارت إلى أن الصحفيين من المواطنين بعضهم مدرب على الصحافة وبعضهم غير مدرب ، وهذا يثير إشكالية مدى استخدام المعايير المهنية والأخلاقية في صحافة المواطن.

واهتمت دراسة **Jane B. Singer (2009)**<sup>(45)</sup> بتحديد العوامل التي تؤثر على صحفيي الجارديان في تقييم إسهامات المواطنين وما ينتجونه من مضامين وكيف تحكمهم المعايير الأخلاقية في السماح بنشر أو عدم نشر المضامين والمشاركات المختلفة للمواطنين، ولقد طبقت الدراسة على 24 من صحفيي صحيفة الجارديان كدراسة حالة ، وأوضحت النتائج أن الصحفيين يقدروا الحرية ولكنهم يعلموا أن عليهم مسؤولية فيما يتم نشره ، ولأن الشراكة التي أوجدتها التطورات التكنولوجية تدعو لتعزيز ورعاية العلاقات الجديدة بين الصحفي المواطن والصحفي المحترف ولكن مع التفكير في الطرق المثلى لاستغلالها بما يتلاءم مع طبيعة مهنة الصحافة وحقوق الجماهير.

و أشارت دراسة Mohamad Eid and Stephen J.A.Ward (2009) (46)

إلى أن الأخلاقيات المهنية والمسئولية الاجتماعية هما الضابطان الرئيسيان للحصول علي أداء فعال للإعلام الجديد ولا بد أن يسير كل منهما جنباً إلى جنب مع حرية الإعلام الجديد واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي أو إعلام المواطن وأشارت الدراسة إلى أن طبيعة مشاركة الجماهير تؤثر علي نوعية وجودة المنتج الإعلامي النهائي.

واستهدفت دراسة سيد بخيت (2008) (47)، رصد أبرز التحولات في صناعة

المضامين الإعلامية بالمواقع الإعلامية العربية والأمريكية للتعرف على الأشكال الجديدة المستخدمة في هذا الصدد ، وانتهت الدراسة إلى أن من أهم أسباب غياب المضامين التي ينتجها المستخدمين العرب على المواقع العربية اقتصارها على التعليق على الأخبار والمقالات دون السماح لهم بالمشاركة في نقل المعلومات ونشر الأخبار والصور وعدم وجود تفاعل قوى بين تلك المواقع العربية , كما أن هناك أسباب تكنولوجية وأسباب ثقافية تتعلق بضعف ثقافة المشاركة في الوطن العربي وعلى رأسها المشاركة السياسية والثقافة الإعلامية والعوامل الخاصة بالمستخدمين ومنها قلة عدد المستخدمين الذين يرغبون في نشر مضامين إعلامية من إنتاجهم على الموقع ، وفي المقابل أوضحت الدراسة اهتمام المواقع الإعلامية الأمريكية بشكل أكبر بمستخدميها وإتاحة الفرصة لهم لنشر مضامينهم وتوفير أشكال متنوعة تسمح للمستخدمين من خلالها بالتواجد على صفحاتها .

واستهدفت دراسة شريف درويش (2008) (48) بحث ظاهرة المدونات وتأثيرها

في المجتمعات العربية والبحث فيما تنيره من إشكاليات قانونية مثل حقوق الملكية الفكرية وغيرها ، واهتمت الدراسة كذلك بعلاقات الفائدة المتبادلة بين الصحافة

التقليدية والمدونات وكيف يمكن للصحفي المحترف الاعتماد على المدونات للاستفادة منها في أدائه المهني واقتُرحت الدراسة مجموعة من الحلول الفعلية لمواجهة بعض مشاكل المدونات منها التأهيل المهني والسعي لإيجاد ميثاق شرف للمدونين.

ولقد سعت دراسة **محمود يوسف (2008)** <sup>(49)</sup> إلى التعرف على الأثر الذي تحدثه التفاعلية كسمة مميزة للصحافة الإلكترونية في تطوير الصحف محل الدراسة هي المصري اليوم - الدستور - البديل ، وأثبتت نتائج الدراسة أن أثر تعليقات القراء أقوى من البريد الإلكتروني على تطوير أداء القائمين بالاتصال وأن أية صحيفة لها موقع إلكتروني وتسعى لخدمة جمهورها من الضروري أن تتيح فرص التفاعل وخاصة من خلال التعليقات لإثراء عملية الاتصال.

ولقد وجدت دراسة **Domingo et al. (2008)** <sup>(50)</sup> أن المؤسسات الإعلامية المختلفة لبث وإذاعة الأخبار تعتمد على وضع (UGC) المضامين التي أنتجها المواطنون وقاموا بإرسالها للمؤسسة بغرض تحقيق أهداف تتصل بكونها فرصة للقراء لمناقشة الأحداث الجارية.

ولقد وجدت دراسة **Hermida A. and Thurman (2008)** <sup>(51)</sup> أن صحفيي انجلترا يتعاملون بذات المبادئ الأخلاقية والأدوار المهنية التي يؤديها لحراسة البوابة في التعامل مع (UGC) إسهامات المواطنين وما ينتجونه من مضامين لتنتشر في مختلف المواقع الصحفية ، بحيث لا تختلف المبادئ المهنية والقواعد الأخلاقية للنشر فيما بين الإصدار الورقي والإلكتروني للصحيفة وفي هذا دلالة على أن مواقع الصحف الانجليزية تقوم بفلتره المادة التي تصلها من المواطن و أنها تطبق آليات حراسة البوابة.

واهتمت دراسة **محمود أحمد عبد الغنى (2007)** <sup>(52)</sup> ، بالتعرف على الدور

الذي يمكن أن تلعبه المدونات كوسيلة إعلامية يحتاج إليها المجتمع لنقل المعلومات وشرحها وتفسيرها ، وأوضحت الدراسة أن الحرية والموضوعية في تناول الموضوعات كانتا أهم طرق المعالجة التي اهتم بها المبحوثين وأن أهم الدوافع التي أدت لاستخدامهم المدونات تمثلت في تلبية رغبتهم في معرفة الموضوعات والأخبار المتنوعة.

و أوضحت دراسة **Castells M. (2007)**<sup>(53)</sup> كيف أن القوة المضادة لوسائل الإعلام الرئيسية وما يتدفق بها من أخبار تأتي من خلال مشاركات المواطنين (user generated content) وما يعرف بالصحفي المواطن (citizen Journalist) ونشر الأخبار المتنوعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وأن ذلك سيؤسس لمرحلة جديدة من كفاح البشرية للحصول على حريتها وأن ذلك سيهدد كثيراً تغول الإعلام الرسمي في بعض البلاد والذي يتعمد أحياناً إخفاء أو نشر بعض الأخبار وفقاً لما يتفق مع توجهات وما تراه السلطة الحاكمة في هذه البلاد.

ولقد قدم **Stuart Allan (2007)**<sup>(54)</sup> في بحثه دراسة حالة لصحافة المواطن في المجتمع الذي يلجأ إلى الشبكة العنكبوتية ، وأوضح تحديداً أهم سمات أو خصائص هذا النمط من الصحافة عن طريق توضيح المساهمات أو المشاركات التي أتت من المواطنين أثناء حدوث تفجيرات لندن وكيف أصبحت هذه المشاركات مما بات يعرف باسم صحافة المواطن شكلت الجزء الأكبر مما نشر بالصحف الرئيسية ، وأوضح البحث أن ثمة إشكاليات أخلاقية تتصل بمدى الدقة والصدق فيما يقدمه المواطن من إسهامات حول حدث ما.

و أظهرت دراسة **Joseph M. Chan (2006)**<sup>(55)</sup> أن الانترنت أوجد تحديات أمام الصحافة التقليدية باعتباره محطة رئيسية لممارسات بديلة لإنتاج

الأخبار وبنها، وفي المقابل كرد فعل من المتوقع أن يهتم الصحفيون بإصلاح المنظومة الخبرية لديهم، باعتبارهم جهة تعمل بشكل مؤسسي، والعمل على تطويرها من أجل التأكيد على مكانتها في عالم الأخبار وللمحافظة على شرعية النماذج التقليدية للإعلام والأخبار، وأوضحت الدراسة التي أجريت على عينة من الصحفيين في مدينتين صينيتين أنهم أي الصحفيين يصدقون مواقع الصحف التي تتبع المؤسسات الصحفية الرئيسية أكثر من المواقع التجارية.

#### التعليق على الدراسات السابقة :-

- اهتمت معظم الدراسات المتعلقة ببناء الأجندة بدراسة مصادر الأخبار المحلية التقليدية وعدد محدود فقط من هذه الدراسات اختبر مواقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر هذه الأخبار.

- رغم تعدد وتنوع الدراسات التي تناولت مواقع التواصل الاجتماعي والقائم بالاتصال , لوحظ من خلال مسح التراث العلمي أن المصادر الصحفية التي يستقي منها الصحفي الآراء والمعلومات ويعتمد عليها فيما يطرحه من مضامين إعلامية ركزت على المدونات كمصدر للمعلومات , وأن المكتبة الأكاديمية العربية لا تزال بحاجة للمزيد من الدراسات التي تهتم بمواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات يعتمد عليها القائم بالاتصال والجمهور .

- جاءت الصحف في مرتبة متقدمة بين الوسائل التي يتم بحث بناء الأجندة من خلالها وبصفة خاصة من خلال المسح الزمني للأحداث التاريخية والفترات المتباعدة.

- أن الكثير من الدراسات السابقة انتهى إلى ضرورة وضع ميثاق شرف لهذا النمط الجديد من الإعلام (إعلام المواطن) وبخاصة في منظومة الإعلام المصري .



- اتجاه الدراسات الأجنبية إلى تعميق دراسة عوامل التفاعل المؤثرة على ترتيب الأولويات من خلال بناء الأجندة.

- استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في توسيع القاعدة المعرفية حول إشكالية الدراسة وبلورتها، والتعرف على الأدوات البحثية التي استخدمتها الدراسات السابقة ، وتوظيفها لخدمة الدراسة ، كما استفادت من النتائج وتم استخدامها في مناقشة النتائج التي توصلت إليها.

**تساؤلات الدراسة : تسعى الدراسة للإجابة على التساؤلات التالية:**

- ما مدى اعتماد القائم بالاتصال على مواقع التواصل الاجتماعي في استقاء معلوماته الصحفية ؟

- ما أكثر مواقع التواصل الاجتماعي اهتماما بالأخبار والقضايا المحلية من وجهة نظر القائم بالاتصال ؟

- ما القيم الخبرية التي يراها المبحوثين أكثر أهمية في الاستناد إليها عند اختيار نوعية الأخبار والقضايا المحلية والتي مصدرها مواقع التواصل الاجتماعي ؟

- هل ازدياد اهتمام مواقع التواصل الاجتماعي ببعض الأخبار والقضايا المحلية يستتبعه اهتمام من القائم بالاتصال بهذه الأخبار وجعلها تظهر في أجندة الصحف ؟

- ما تأثير اهتمامات الجمهور العام علي أولويات القائم بالاتصال فيما يتعلق بالأخبار والقضايا المحلية التي مصدرها مواقع التواصل الاجتماعي ؟

- ما مدى اهتمام المبحوثين بصانع القرار عند اختيارهم للأخبار والقضايا المحلية الصالحة للنشر ؟

- ما مدى ثقة المبحوثين في الأخبار والقضايا المحلية التي مصدرها مواقع التواصل الاجتماعي؟

- ما تأثير نمط ملكية الصحيفة على أولويات اهتمام القائم بالاتصال بالنسبة للأخبار والقضايا المحلية ؟
  - ما الوسائل التي يتأكد المبحوثين عن طريقها من صحة الأخبار والقضايا المحلية التي مصدرها مواقع التواصل الاجتماعي ؟
  - من وجهة نظر القائم بالاتصال كيف يمكن تطوير مضامين مواقع التواصل الاجتماعي لضمان تحقيق الاستخدام الأمثل لها في الصحف الورقية ؟
- فروض الدراسة:**

تقوم الدراسة على اختبار الفروض الرئيسية التالية:

- الفرض الأول: كلما زاد اهتمام مواقع التواصل الاجتماعي ببعض الأخبار والقضايا زاد انتباه القائم بالاتصال بهذه الأخبار والقضايا وظهرت في أجندة الصحف .
- الفرض الثاني: يؤثر موقع الفيس بوك أكثر من غيره من مواقع التواصل الاجتماعي في بناء أجندة القائم بالاتصال في الصحف المصرية .
- الفرض الثالث : تؤثر اهتمامات الجمهور العام علي أولويات القائم بالاتصال فيما يتعلق بالأخبار والقضايا المحلية التي تنتشر في الصحف .
- الفرض الرابع : تؤثر سياسة وتوجهات الدولة في اختيارات القائم بالاتصال للأخبار والقضايا المحلية التي تنتشر في الصحف.
- الفرض الخامس : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أولويات الاهتمام التي تؤثر على القائمين بالاتصال في الصحف وفقاً لنمط ملكية الصحيفة (حكومية - حزبية - خاصة) بالنسبة للأخبار و القضايا المحلية .
- الفرض السادس : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نوعية الجمهور المؤثر على القائم بالاتصال وفقاً لنمط ملكية الصحيفة .

- الفرض السابع : تختلف أولويات الأخبار و القضايا المحلية التي يضعها الصحفيون في الاعتبار عند استقائها من مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للمتغيرات الديموجرافية المختلفة (النوع، العمر، المستوى التعليمي ، طبيعة التخصص، الخبرة السابقة).

- الفرض الثامن : تختلف أولويات الأخبار و القضايا المحلية الصالحة للنشر عند القائم بالاتصال في الصحف المصرية باختلاف نوع صحفهم.

#### المفاهيم الإجرائية للدراسة :

- القائم بالاتصال: ويقصد به في هذه الدراسة كل الصحفيين الذين يعملون في الصحف القومية أو الحزبية أو الخاصة بصفة أساسية ، ويتقاضون من هذا المجال أجراً ثابتاً بشرط ألا يباشرون مهنة أخرى ، وهو ما يتوافق مع قانون نقابة الصحفيين<sup>(56)</sup> .

- مواقع التواصل الاجتماعي : مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت، ظهرت مع الجيل الثاني للويب 2 web والتي ساعدت على تصميم المواقع الرقمية بسهولة ويسر وأتاحت أدوات للكتابة والتحرير واعتمد عليها كوسائل للنشر .

#### تاسعا : (أ) نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تستهدف التعرف على الجوانب المتعددة التي تحكم بناء أجندة القائم بالاتصال في الصحف المصرية الحكومية والحزبية والخاصة بالاعتماد على التصميم الرابع لدراسات الأجندة (بناء الأجندة) بهدف التعرف على علاقة التفاعل بين العوامل المؤثرة في بناء أجندة القائم بالاتصال بالنسبة للأخبار والقضايا المحلية في الصحف المصرية الحكومية والحزبية والخاصة.

## منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة على منهج المسح الذي يُعد أحد المناهج الأساسية في البحوث الوصفية بشقيه الوصفي والتحليلي بهدف جمع البيانات وتفسيرها للوصول إلى دلالات ذات أهمية علمية اعتمدت الباحثة على مسح القائم بالاتصال بالصحف المصرية الحكومية والحزبية والخاصة ، لجمع البيانات والمعلومات اللازمة للدراسة من خلال المسح الميداني للقائمين بالاتصال في الصحف المصرية محل الدراسة .

## أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الباحثة على عدة أدوات بحثية في إطار المنهج المستخدم وهي:  
الاستبيان: تم استخدام هذه الأداة لجمع البيانات التي تقيس مختلف الأبعاد والمتغيرات الخاصة بالدراسة في ضوء مشكلة الدراسة وأهدافها، فضلا عن فروض البحث وتساؤلاته .

## المقابلة: وقد تم استخدامها على مستويين :

- المستوى الأول "مقابلة مقننة" : حيث حرصت الباحثة على التواجد مع معظم المبحوثين أثناء الإجابة على أسئلة الاستبيان ، وذلك لضمان الحصول على إجابات أكثر دقة .

- المستوى الثاني " المقابلة الحرة " : حيث أجرت الباحثة حوارات مع بعض الصحفيين المبحوثين للحصول على انطباعات وتفسيرات وخلفيات معرفية يصعب الحصول عليها من خلال صحيفة الاستبيان .

## مجتمع الدراسة:

تم تحديد مجتمع الدراسة الميدانية في القائمين بالاتصال من الصحفيين العاملين في الصحف المصرية الورقية على اختلاف انتماءاتهم الصحفية قومية

وحزبية وخاصة ، ولقد ركزت الدراسة على الصحف الورقية لعدة اعتبارات أولها أن هذه الصحف قدمت وأثارت العديد من الأخبار والقضايا المحلية التي مصدرها مواقع التواصل الاجتماعي ، وثانياً لأن هذه الصحف محل الدراسة تعمل في إطار منظومة مؤسسية إذ أنها تعمل في إطار مؤسسات صحفية تدرك الواقع التشريعي وتعمل في إطار الوعي به وبميثاق الشرف الصحفي بكل ما يشمل من قواعد أخلاقية، وبالتالي تهتم الدراسة بمعرفة إلى أي مدى يؤثر ذلك على تعاملها مع الإشكاليات المستحدثة من خلال التعامل مع مشاركات المواطنين وإلى أي مدى كونت مجموعة من القواعد المهنية الأخلاقية التي تحقق لها حسن استغلال تلك المشاركات وأقصى استفادة ممكنة لكل ما ينتجها مستخدموها من مضامين<sup>(57)</sup> .

#### عينة الدراسة :

تم سحب عينة قوامها (100) مفردة من القائمين بالاتصال في الصحف المصرية من خلال أسلوب العينة الحصصية ، فطبقا لطبيعة المجتمع الصحفي والذي تتنوع انتماءاته ما بين صحف، قومية وأخرى حزبية ، وثالثة خاصة، تم اختيار صحيفة تمثل كل توجه ، فكانت الأهرام تمثل الصحف القومية ، والوفد تمثل الصحف الحزبية ، والمصري اليوم تمثل الصحف الخاصة .

وفي إطار ذلك تم توزيع أفراد مجتمع الدراسة ، مع الأخذ في الاعتبار أن يتم التطبيق علي الصحفيين العاملين في أقسام الأخبار الداخلية والحوادث ، والتحقيقات، من منطلق أن هؤلاء هم الأكثر تعاملًا مع المصادر المختلفة للأخبار المحلية ، والتي تتعلق بها مشكلة الدراسة وأهدافها وبعد الفرز والتنقيح بلغ عدد صحف الاستبيان الخاضعة للدراسة والتحليل (100) صحيفة كان توزيعهم كالتالي:

- الصحف القومية (37) مبحوثًا بنسبة (37%) .

- الصحف الحزبية (28) مبحوثا بنسبة (28%).
- الصحف الخاصة (35) مبحوثا بنسبة (35%).

وقد قامت الباحثة باختيار العينة وفق أسلوب (العينة المتاحة) Available Sample، الذي يعد من أيسر أنواع العينات التي تتلاءم مع طبيعة جمهور القارئ بالارتباط وظروف العمل التي يواجهونها ، والجدول التالي يوضح أهم خصائص العينة:

جدول رقم (1)

يبين أهم خصائص عينة الدراسة

المتغير الأساسي	المتغيرات الفرعية	التكرارات والنسبة
النوع	ذكور	71
	إناث	29
	المجموع	100
العمر	أقل من 35 سنة	36
	من 35 إلى 45	42
	من 45 إلى 55	17
	أكثر من 55	5
	المجموع	100
المستوى التعليمي	جامعي	82
	دراسات عليا	18
	المجموع	100
طبيعة التخصص	متخصص	76
	غير متخصص	24
	المجموع	100
	10 سنوات	48
	من 10 - 20 سنة	29
	20 - 30 سنة	19
	أكثر من 30 سنة	4
	المجموع	100

التكرارات هي ذاتها الأعداد لأن المجموع = 100

اختبارات الصدق والثبات :

لكي تتأكد الباحثة من صدق أداة جمع البيانات وقدرتها على قياس ما تسعى الدراسة إلى تحقيقه قامت الباحثة بما يلي:

1 - مراعاة الصدق الظاهر: من خلال تقييم صحيفة الاستقصاء حيث تم عرض صحيفة الاستبيان على عدد من المحكمين من أساتذة الإعلام<sup>(\*)</sup>، لقياس صدقها

وقدرتها علي الإجابة عن تساؤلات البحث واختبار فروضه .  
2- مراعاة صدق المحتوى (المضمون): للتأكد من احتواء أداة جمع البيانات على كافة الجوانب والمتغيرات وأبعاد المشكلة البحثية وتمثيلها لموضوع الدراسة وتساؤلاتها ومتغيراتها.

وتم الاعتماد في قياس الثبات علي إعادة الاختبار Re Test علي (10) مفردات ، وبفاصل زمني مدته أسبوع على الأقل بين التطبيقين لاختبار مدى اتساق البيانات التي تم جمعها في التطبيقين الأول والثاني. وبلغ معامل الثبات (91%) وهي نسبة تدل علي وضوح الصحيفة ودقتها .  
أساليب تحليل البيانات : تم استخدام أسلوبيين أساسيين في إطار تحليل البيانات واستخلاص النتائج هما :

1- أسلوب المعالجة الإحصائية للنتائج: استخدمت الباحثة عددا من الأساليب الإحصائية التي تتناسب مع فروض الدراسة من أهمها : التكرارات والنسب المئوية ، والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري ، والوزن النسبي والوزن المرجح ، ومعامل ارتباط سبيرمان لارتباط الرتب (Spearman's Rank Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين رتبيين ، واختبار كروسكال- واليس (Kruskal- Wallis H) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسط الترتيبات لكثير من مجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات من المستوى الترتيبي ، وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.

2- أسلوب التحليل الكيفي: وذلك لأهميته في تفسير النتائج الكمية التي أسفرت عنها الدراسة الميدانية.

### نتائج الدراسة الميدانية :

من خلال تطبيق نظرية بناء الأجندة فيما يتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر الأخبار والقضايا المحلية التي يعتمد عليها القارئ بالاتصال في الصحف المصرية تم التوصل إلى النتائج التالية:



**1- مدى اعتماد القائم بالاتصال على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على الأخبار .**

جدول رقم ( 2 )

مدى اعتماد القائم بالاتصال على مواقع التواصل الاجتماعي

كمصدر للحصول على الأخبار

الترتيب	%	ك	مدى الاعتماد عليها
2	21	21	بدرجة كبيرة جدا
3	20	20	بدرجة كبيرة
1	23	23	بدرجة متوسطة
4	16	16	بدرجة قليلة
3	20	20	بدرجة قليلة جدا
	100	100	المجموع

يتضح من الجدول السابق رقم (2) أن القائمين بالاتصال بالصحف المصرية يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على الأخبار والقضايا التي تنشرها صحيفتهم بنسب متقاربة حيث جاءت نسبة 23% يعتمدون عليها بدرجة متوسطة ، ونسبة 21 % منهم يعتمدون عليها بدرجة كبيرة جدا ونسبة 20% يعتمدون عليها بدرجة كبيرة ، وذلك في مقابل 16% فقط من يعتمدون على تلك المواقع بدرجة قليلة ونسبة 20% منهم يعتمدون عليها بدرجة قليلة جدا.

وتظهر هذه النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت مصدرا مهما من مصادر المعلومات أو على الأقل مؤشرا أو مصدرا لأفكار لكثير من الموضوعات التي يعتمد عليها القائم بالاتصال في الصحف المصرية. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج العديد من الدراسات السابقة ومن بينها دراسة نيرمين نبيل الأزرق (2012)<sup>(58)</sup> ، ودراسة شيم عبد الحميد قطب (2010)<sup>(59)</sup> ، ودراسة أميمة محمد عمران (2009)<sup>(60)</sup> ، ودراسة Domingo, et al. (2008)<sup>(61)</sup> ، ودراسة Stauart Allan (2007)<sup>(62)</sup> .

**2 - ترتيب المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي حسب درجة استعانتهم بها أثناء اختياريهم للأخبار الصالحة للنشر في الصحيفة :**

- ترتيب المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي حسب درجة استعانتهم بها أثناء اختياريهم للأخبار الصالحة للنشر في الصحيفة .

جدول رقم (3)

ترتيب المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي حسب درجة استعانتهم بها أثناء اختياريهم للأخبار الصالحة للنشر في الصحيفة

المواقع	المراتب										الوزن المرجح %	
	١م	٢م	٣م	٤م	٥م	٦م	٧م	٨م	٩م	١٠م		
الفييس بوك	٢٦	١٦	١٠	١١	٣	١٢	٤	٤	٢	-	٦٧١	١٥,٥
المجموعات الإخبارية	٣٤	٨	٨	٨	٣	٦	٤	٥	-	-	٦١١	١٤,١١
تويتر	١١	١٩	١٢	٧	١٢	٧	٦	٤	٢	-	٥٧٣	١٣,٢٣
اليوتيوب	١٠	١٤	١٢	٦	١٤	٧	٧	٢	٢	-	٥٢١	١٢,٠٣
المنتديات السياسية	-	١٤	١٥	١٧	١٣	٨	٥	٢	٢	-	٥١٣	١١,٨٥
الرسائل الفورية	٩	٩	١٢	٩	١٠	٨	١٠	١٠	٣	-	٤٨٢	١١,١٣
المنتديات الاجتماعية	١	٢	١١	١٥	٨	١٤	٨	٦	٣	-	٣٩٥	٩,١٢
المدونات	١	٥	١	٣	٦	٥	٩	١٣	١٩	٢	٢٦٠	٦
سكايب	-	-	١	٣	٤	٤	٤	١٣	١٥	٣	٢٢٤	٥,١٧
أخرى	٥	١	-	-	١	-	-	-	٣	٦	٨٠	١,٨٥
مجموع الأوزان المرجحة											٤٣٣٠	١٠٠

تشير بيانات الجدول رقم (3) بملاحق الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها : أن ترتيب المبحوثين للمصادر حسب درجة استعانتهم بها أثناء اختياريهم للأخبار الصالحة للنشر في الصحيفة جاءت على التوالي الفييس بوك حيث حصل على أعلى مجموع نقاط ترجيحية تبلغ 671 بنسبة 15.5% من مجموع الأوزان المرجحة ، ثم المجموعات الإخبارية حيث حصلت على مجموع نقاط ترجيحية بلغت 611 بنسبة 14.11% ، ثم تويتر في المرتبة الثالثة حيث حصل على مجموع نقاط ترجيحية بلغت 573 بنسبة 13.23% ، ثم اليوتيوب في المرتبة الرابعة بنسبة 12.03% ، فالمنتديات السياسية بنسبة 11.85% ، وفي المرتبة السادسة جاءت الرسائل الفورية بنسبة 11.13% ، ثم المنتديات الاجتماعية في المرتبة السابعة بنسبة 9.12% ، فالمدونات بنسبة 6% ، ثم سكايب بنسبة 5.17% ، وجاءت فئة أخرى في المرتبة الأخيرة بنسبة 1.85% ، حيث شملت مصادر الصحفي الخاصة والاعتماد على

مقابلة المصادر الحية للحصول على الأخبار أو من المتابعة اليومية مع المصادر أو من وكالات الأنباء الرسمية والمحلية أو من مواقع إخبارية متخصصة أو من صفحات رسمية على شبكة الإنترنت.

وتتفق هذه النتائج مع غالبية الدراسات السابقة الخاصة بفاعلية وجماهيرية هذه المواقع وخاصة الفيس بوك الذي يعتبر من أكثر الشبكات الاجتماعية استخداما من جانب الجمهور ، ومن بين هذه الدراسات دراسة هديل فايز (2014)<sup>(63)</sup> ، ودراسة نيرمين نبيل الأزرق (2012)<sup>(64)</sup> ، ودراسة سارة كيسلار (2011)<sup>(65)</sup> ، ودراسة مركز بيو للصحافة الأمريكية (2011)<sup>(66)</sup> .

### 3 - مدى اعتماد القائمين بالاتصال بالصحف المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على الأخبار والقضايا المحلية لنشرها بصحفهم:

- مدى اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل فيما يتعلق بالأخبار والقضايا المحلية :

جدول رقم (٤)

مدى اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل فيما يتعلق بالأخبار والقضايا المحلية

الوزن المنوي	متوسط	لا أعتمد عليها إطلاقا		لا أعتمد عليها		إلى حد ما		أعتمد عليها		أعتمد عليه كثيرا		مواقع التواصل الاجتماعي
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
٦٦,٦	٣,٣٣	١٣	١٣	١٤	١٤	٢٥	٢٥	٢٣	٢٣	٢٥	٢٥	المجموعات الإخبارية
٦٤,٦	٣,٢٣	١٠	١٠	٢٢	٢٢	٢٥	٢٥	٢١	٢١	٢٢	٢٢	الرسائل الفورية
٦١,٤	٣,٠٧	١٤	١٤	١٨	١٨	٣١	٣١	٢١	٢١	١٦	١٦	اليوتيوب
٥٩,٤	٢,٩٧	١٦	١٦	١٩	١٩	٢٩	٢٩	٢٤	٢٤	١٢	١٢	المنتديات السياسية
٥٨	٢,٩	٢٢	٢٢	١٨	١٨	٢٦	٢٦	١٦	١٦	١٨	١٨	الفيس بوك
٥٤,٨	٢,٧٤	٢٤	٢٤	٢٤	٢٤	٢٠	٢٠	١٨	١٨	١٤	١٤	تويتر
٥٤,٦	٢,٧٣	٢٠	٢٠	٢٠	٢٠	٣٦	٣٦	١٥	١٥	٩	٩	المنتديات الاجتماعية
٤٩,٤	٢,٤٧	٢٨	٢٨	٢٢	٢٢	٣١	٣١	١٣	١٣	٦	٦	المدونات
٤٢,٦	٢,١٣	٤٠	٤٠	٢٥	٢٥	٢١	٢١	١٠	١٠	٤	٤	سكايب

يتضح من الجدول رقم (4) بملاحق الدراسة عدة نتائج من أهمها : أن القائمين بالاتصال بالصحف المصرية يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على الأخبار والقضايا المحلية لنشرها بصحفهم بنسب متفاوتة حيث جاءت على التوالي المجموعات الإخبارية في المرتبة الأولى بنسبة 66.6% ، حيث يعد أكثر موقع أثر في بناء أجندة القائم بالاتصال وربما يعود ذلك لما تتميز به

المجموعات الإخبارية من خصائص منها الدقة في عرض الأخبار وتقديم تفاصيل شاملة ومن خلال ما تقدمه من خدمات إخبارية ، وتتفق هذه النتيجة مع نظرية بناء الأجنحة والتي تشير إلى أنه كلما كانت مصادر الأخبار تلبي احتياجات القائم بالاتصال كان الاعتماد عليها أكبر، وجاءت الرسائل الفورية بنسبة 64.6 ثم اليوتيوب في المرتبة الثالثة بنسبة 61.4% ، فالمنتديات السياسية بنسبة 59.4% ، وجاء الفيس بوك في المرتبة الخامسة بنسبة 58% ، ثم تويتر بنسبة 54.8% ، ثم المنتديات الاجتماعية في المرتبة السابعة بنسبة 4.6% ، فالمدونات بنسبة 49.4% ، ثم جاء سكايب في المرتبة الأخيرة بنسبة 42.6% ، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة شيم عبد الحميد قطب (2010) (67) ، ودراسة أميمة محمد عمران (2009) (68).

#### 4- القيم الخيرية التي يراها المبحوثون أكثر أهمية في الاستناد إليها عند اختيار نوعية الأخبار

جدول رقم ( 5 )

القيم الخيرية التي يراها المبحوثون أكثر أهمية في الاستناد إليها عند اختيار نوعية الأخبار والحكم على صلاحيتها للنشر فيما يتعلق القضايا المحلية

القيم	ك	%
اهتمامات الجمهور	66	66
أن يكون موضوع جديدا لم يطرح من قبل	56	56
أن يكون متعلقا بكارثة أو أزمة حدثت في منطقة بمصر	52	52
أن يتعلق بشخصية مهمة على المستوى المحلي	37	37
الجانب الإنساني	36	36
أن يشتمل على صراع بين أطراف مختلفة في الرؤى في مصر	34	34
شخصية المصدر	30	30
أخرى	7	7
المجموع	ن = 100	

يوضح الجدول السابق ترتيب القيم الخبرية التي يراها القائم بالاتصال أكثر أهمية ويستند إليها عند اختيار نوعية الأخبار والقضايا المحلية والحكم على صلاحيتها للنشر ، حيث جاءت اهتمامات الجمهور على القمة بنسبة 66% ، وذلك إدراكا منه أن مراعاته لاهتمامات جمهوره تجعله يسهم في تشكيل إدراكاته من خلال التوضيح المستمر ليضعها في إطار الثقافة العامة، فكما يوضح سيلكوك Silcock أن القائم بالاتصال لا يحقق نجاحاً إلا إذا كان يراعى اهتمامات والتزامات وقيم الجمهور الذي يتوجه إليه<sup>(69)</sup>، والقائم بالاتصال بناء على توقعه الاهتمام يعمل كحارس للبوابة على إبراز قصة إخبارية معينة، كما قد يستبعد أخرى أو يهملها لاعتقاده بأنها لا تدخل في دائرة اهتمام جمهوره<sup>(70)</sup>.

ويأتي في المرتبة التالية القيم الخبرية لدى القائم بالاتصال التي يستند إليها عند اختيار نوعية الأخبار المحلية في الصحف المصرية أن يكون موضوع جديدا لم يطرح من قبل في المرتبة الثانية بنسبة 56% ويأتي في المرتبة الثالثة أن يكون متعلقا بكارثة أو أزمة حدثت في منطقة بمصر بنسبة 52%.

وفي المرتبة الرابعة أن يتعلق بشخصية مهمة على المستوى المحلي بنسبة 37% ، ثم الجانب الإنساني بنسبة 36% ، ثم أن يشتمل على صراع بين أطراف مختلفة في الرؤى في مصر بنسبة 34% ، ثم شخصية المصدر في المرتبة السابعة بنسبة 30% ، وأخيرا فئة أخرى تذكر بنسبة 7% وشملت كل ما سبق بدرجات متفاوتة .



يتضح من الجدول رقم (6) بملاحق الدراسة عدة نتائج من أهمها : تركيز القائم بالاتصال على سمة الحرية المتاحة في عرض الموضوعات حيث جاءت في المرتبة الأولى بين السمات التي تميزت بها مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر العينة حيث بلغ المتوسط العام لها 10.05 ، تلاها سمة السرعة في نقل الأخبار بمتوسط 9.37 ، ثم تنوع الموضوعات بمتوسط بلغ 9.35 ، وجاءت " سرعة التحديث" في الترتيب الرابع بمتوسط حسابي 8.29 ، ثم " التغطية الشاملة لكل ما يتعلق بالموضوعات " في الترتيب الخامس بمتوسط حسابي 5.93، ثم " أنها تؤدي إلي تحقيق سبق الصحفي " في الترتيب السادس بمتوسط حسابي 4.82، واحتلت سمة " التوازن في عرض الموضوعات " الترتيب السابع بمتوسط حسابي 4.81، وفي الترتيب الثامن جاءت سمة" الدقة في نقل الأخبار " بمتوسط حسابي 4.72 و في المركز التاسع والأخير جاءت فئة "أخرى تذكر" بمتوسط حسابي 0.71 و قد شملت أخرى تذكر:

وعلى مستوى البيانات التفصيلية الواردة بالجدول كانت أهم النتائج :-

أن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي من حيث توافر السمات الواردة فيها هي المجموعات الإخبارية حيث احتلت المرتبة الأولى من حيث أكثر المواقع التي اعتمد عليها القائم بالاتصال لما تتميز بها من خصائص والتي تشمل التغطية الشاملة لكل ما يتعلق بالموضوع ، والتوازن في عرض الموضوع ، ولأنها تؤدي إلى سبق الصحفي بجانب السمات الأخرى التي ذكرها المبحوثين ، تلاها الفيس بوك في المرتبة الثانية من حيث توافر السمات بين مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث اتسم بالسرعة في نقل الأخبار، وتنوع الموضوعات ، والحرية المتاحة في عرض الموضوعات ، وقد جاءت في المرتبة الأخيرة المدونات من حيث توافر السمات المختلفة والتي تجعل القائم بالاتصال يعتمد عليها كمصدر للأخبار والقضايا المحلية، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة شريف اللبان (2008) <sup>(71)</sup> ، ودراسة محمود أحمد عبد الغني (2007) <sup>(72)</sup> .

## 6 - ترتيب المبحوثون للمتغيرات المؤثرة في اختيارهم للأخبار و القضايا المحلية :

- ترتيب المبحوثين للمتغيرات المؤثرة أكثر في اختيارهم للأخبار والقضايا المحلية الصالحة للنشر في صحفهم :

جدول رقم (٧)

المراتب المتغيرات		١م	٢م	٣م	٤م	٥م	٦م	٧م	الوزن المرجح %	النقاط
اهتمامات الجمهور		٤٣	١٨	٥	٥	٩	٢	-	٤٨٥	٢٢,٧٨
القيم الإخبارية ومعايير الحكم على صلاحية الخبر للنشر		١٤	٢٠	١١	١٩	٧	٦	١	٣٨٣	١٧,٩٩
سياسة الصحيفة		١٥	١١	٢٤	٧	١٠	٣	١	٣٥٦	١٦,٧٢
سياسة و توجهات الدولة		٢٣	١٢	٧	٧	٤	١٨	-	٣٤٤	١٦,١٦
وسائل الإعلام الأخرى		٣	١٢	١٧	٢٤	١٢	٤	١	٣١٩	١٤,٩٨
قيادة الرأي		٣	٥	٩	٧	٢٠	٢٤	١	٢٣٣	١٠,٩٤
أخرى		١	-	-	-	-	١	-	٩	٠,٤٢
مجموع الأوزان المرجحة									٢١٢٩	١٠٠

يتضح من الجدول رقم (7) بملاحق الدراسة عدة نتائج من أهمها : أن القائم بالاتصال في الصحف المصرية يرى أن مركز التأثير الأول في عملية صناعة الأخبار المحلية هو: اهتمامات الجمهور، حيث جاءت في الترتيب الأول الأهمية لدى المبحوثين وبفارق كبير في المجموع المرجح بالأوزان بينها وبين المتغيرات الأخرى التي تم اختبارها، وتبين من النتائج أن أهم اعتبار وضعه القائم بالاتصال عند اختيار الخبر الداخلي (المحلي) في ضوء اهتمامات الجمهور هو ألا يؤثر الخبر على الاستقرار الداخلي والحالة الأمنية وألا يثير قلقاً طائفية ، وهي نتيجة متلائمة مع النتيجة السابقة ، وجاءت القيم الإخبارية ومعايير الحكم على صلاحية الخبر للنشر في المرتبة الثانية من المتغيرات المؤثرة في صناعة الأخبار المحلية فكما كان الخبر يحمل قيم خبرية ترتبط بصفوة أو شهرة أو صراع أو أزمة ، لقي اهتماماً أكبر عند القائم بالاتصال ، أما المركز الثالث من مراكز التأثير في صناعة الأخبار في رأى القائم بالاتصال في الصحف المصرية فهي سياسة الصحيفة .

كما يتضح من نتائج الجدول أيضاً أن القائم بالاتصال في الصحف المصرية يرى أن سياسة الدولة من مراكز التأثير في صناعة الأخبار ، وتتفق هذه النتائج مع الدراسة التي أجراها مين يونج Min Yong حول وسائل الإعلام الإخبارية في كوريا



ودورها في أجندة الانتخابات حيث أوضح أن وسائل الإعلام الإخبارية الحكومية أكثر تأثراً بأجندة القادة السياسيين عن غيرها من الوسائل الخاصة<sup>(73)</sup>.

وقد جاءت وسائل الإعلام الأخرى في المركز الخامس من مراكز التأثير في عملية صناعة الأخبار، ويوضح الجدول أن جماعات الضغط جاءت في المركز السادس ، وجاءت في المرتبة الأخيرة من مراكز التأثير في رأى القائم بالاتصال في الأخبار في الصحف المصرية فئة أخرى تذكر و شملت قادة الرأي وأخلاقيات المجتمع والقيم السائدة وكذلك القوانين والتشريعات المنظمة للعمل الصحفي وجماعات المصالح .

#### 7- مدى اهتمام مواقع التواصل الاجتماعي بالأخبار والقضايا المحلية في مصر من وجهة نظر العينة:

##### جدول رقم (8)

مدى اهتمام مواقع التواصل الاجتماعي بالأخبار والقضايا المحلية في مصر من وجهة نظر العينة

الترتيب	%	ك	مدى الاهتمام
1	72	72	بدرجة كبيرة
2	26	26	بدرجة متوسطة
3	2	2	بدرجة قليلة
	100	100	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق رقم (8) إلى أن الغالبية العظمى من القائمين بالاتصال في الصحف المصرية يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي تهتم بالأخبار والقضايا المحلية في مصر بدرجة كبيرة بنسبة 72% ، وأن 26% منهم يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي تهتم بالأخبار والقضايا المحلية في مصر بدرجة متوسطة ، وذلك في مقابل 2% منهم يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي تهتم بالأخبار والقضايا المحلية في مصر بدرجة قليلة ، وهذه النتيجة توضح أن مواقع التواصل الاجتماعي تهتم بالأخبار والقضايا المحلية بدرجة كبيرة ، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج العديد من الدراسات السابقة ومن بينها دراسة نيرمين نبيل الأزرق (2012)<sup>(74)</sup>،

ودراسة أميمة محمد عمران (2009) (75) ، ودراسة Stuart Allan (2007) (76) ، والتي توصلت إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تهتم بالأخبار والقضايا المحلية بدرجة كبيرة تفوق اهتمامها بالأخبار والقضايا الخارجية.

**8- مدى كون إثارة الموضوع بكثرة على مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن يعطي لها أولوية في النشر من وجهة نظر العينة .**

جدول رقم (9)

مدى كون إثارة الموضوع بكثرة على مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن يعطي لها أولوية

في النشر من وجهة نظر العينة

الترتيب	%	ك	الاستجابة
2	27	27	دائما
1	70	70	أحيانا
3	3	3	نادرا
	100	100	المجموع

يتبين من الجدول السابق رقم (9) عدة نتائج من أهمها : أن الغالبية العظمى من مفردات العينة ترى أن إثارة الموضوع بكثرة على مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن يعطي له أولوية في النشر ، منهم 27% يعتقدون بذلك دائما ، و70% يعتقدون في ذلك أحيانا ، ويرجع ذلك لعدة أسباب من وجهة نظر العينة من أهمها : أن مواقع التواصل الاجتماعي باتت مؤثرة بشكل قوي و لها تأثير على الرأي العام وإثارة أي موضوع عليها يعتبر مؤشر قوي لأهمية الموضوع ، ودليل على اهتمام الناس بالموضوع ، وبالتالي فإن أولوية النشر تصبح طبقا لقاعدة مراعاة اهتمامات الجمهور والمزاج العام السائد في المجتمع أمرا حتميا ، أو قد يرجع إلى أن طرح الموضوع في أكثر من موقع يزيده مصداقية ، أو ربما لأنها يمكن أن تتحول إلى قضية جماهيرية ونشره يرضي اهتمامات الناس في التعرف أكثر علي الموضوع المثار، أو لأن الموضوع يمكن أن يكون ظاهرة تستحق التحليل ويمكن أن يتشكل حوله رأى عام ، والاهتمام به ضروريا حتى يجيب على تساؤلات لدى جمهور القراء ،

كما أن عدد التعليقات والمشاركات والمشاهدات أصبحت مقياس لاحتساب أولويات النشر .

وفي مقابل ذلك رأى 3% فقط من المبحوثين عن كون إثارة الموضوع بكثرة على مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن يعطي لها أولوية في النشر رأوا أن هذا يمكن أن يحدث نادرا ومبررهم في ذلك يرجع إلى أنه ربما تكون القضية غير حقيقية ومفتعلة وليست لها أي مصداقية تعتمد عليها، كما أن هذه الأخبار أحيانا لا تتوافق مع قيم وأخلاقيات المجتمع.

#### **9- تأثير ازدياد اهتمام مواقع التواصل الاجتماعي ببعض القضايا على زيادة اهتمام رؤساء التحرير والمحريين بتلك القضايا من وجهة نظر العينة .**

جدول رقم (10)

تأثير ازدياد اهتمام مواقع التواصل الاجتماعي ببعض القضايا على زيادة اهتمام

رؤساء التحرير والمحريين بتلك القضايا من وجهة نظر العينة

الاستجابة	ك	%	الترتيب
دائما	26	26	2
أحيانا	68	68	1
نادرا	6	6	3
المجموع	100	100	

يتبين من الجدول السابق رقم (10) أن الغالبية العظمى من القائمين بالاتصال في الصحف المصرية يرون أن ازدياد اهتمام مواقع التواصل الاجتماعي ببعض القضايا يستتبعه زيادة اهتمام رؤساء التحرير والمحريين بتلك القضايا ، منهم 26% يعتقدون بذلك دائما و 68% يعتقدون في ذلك أحيانا، وكان السبب الرئيسي الذي دفعهم لهذا الاعتقاد هو أن ازدياد اهتمام مواقع التواصل الاجتماعي ببعض القضايا يدل على أن هذه القضايا مهمة بالنسبة للجمهور وبذلك من الأفضل عدم تجاهلها ، وأنه نظرا لرغبة الجمهور في معرفة المزيد عن تلك القضايا فلا يستطيع القائم بالاتصال أن يتغاضى أحيانا عن احتياجات الجمهور في المعرفة ، وإلا فإن

تجاهل الموضوع ستجعله يتجه إلى جريدة أخرى ، وفي جميع الأحوال يمكن أن يؤثر ذلك على توزيع الصحيفة سواء بالسلب أو الإيجاب ، لذلك فإن الأخبار والقضايا المحلية تدخل في قائمة أولويات القائم بالاتصال . وذلك في مقابل 6% فقط هم الذين يرون أن هذا يحدث نادرا ، ومبررهم في ذلك يرجع إلى أن بعض الأخبار والقضايا على مواقع التواصل الاجتماعي قد لا تتوافق مع قيم وأخلاقيات المجتمع أو سياسة الدولة وربما تكون غير صحيحة أو لها أغراض مجهولة ، وبناء على النتيجتين السابقتين وبناء على الفرض الرئيسي لوضع الأجندة الذي يشير إلى أن وسائل الإعلام تؤثر في اهتمامات الجمهور تكون النتيجة أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر في أجندة الجمهور من خلال ما تركز عليه من موضوعات أو قضايا يهتم بها القائم بالاتصال أولاً، ثم ينقلها إلى الجمهور من خلال صحيفته ثانياً

**10 - ترتيب المبحوثين لنوعية الجمهور الذي يضعونه في الاعتبار عند اختيار**

#### الأخبار المحلية الصالحة للنشر :

- ترتيب المبحوثين لنوعية الجمهور الذي يضعونه في الاعتبار عند اختيار الأخبار المحلية الصالحة للنشر .

#### جدول رقم (11)

ترتيب المبحوثين لنوعية الجمهور الذي يضعونه في الاعتبار عند اختيار الأخبار

#### المحلية الصالحة للنشر

المراتب نوع الجمهور	1م	2م	3م	4م	5م	6م	7م	الوزن المرجح	
	ك	ك	ك	ك	ك	ك	ك	النقاط	%
الجمهور العام	70	15	3	4	2	1	-	619	28.06
صانع القرار	19	39	7	6	5	1	1	444	20.13
رجال السياسة	3	6	25	18	13	4	-	301	13.64
المتقنون	4	6	11	9	13	17	7	235	10.65
جماعات الضغط	3	5	6	12	18	7	15	212	9.61
الرؤساء	-	5	19	5	6	16	14	209	9.47
زملاء العمل في وسائل الإعلام المنافسة	-	3	4	16	11	16	19	186	8.43
مجموع الأوزان المرجحة								2206	100

يتضح من الجدول رقم (11) بملاحق الدراسة عدة نتائج من أهمها : أن الجمهور العام جاء في الترتيب الأول بوزن مرجح 28.06 لدى القائم بالاتصال في الصحف المصرية الذي يضعونه في الاعتبار عند اختيار الأخبار المحلية الصالحة للنشر ، وهى نتيجة تتفق مع النتائج السابقة في هذه الدراسة ، وكان مبرر ذلك من وجهة نظر المبحوثين أن هناك قضايا معينة تهم الجمهور العام لابد من تناولها والاهتمام بها ، كما أن هناك أخبار أخرى لابد من استبعادها حتى لا تثير قلقا في المجتمع ولا تؤلب الجمهور . وقد تلا الجمهور صانع القرار في الترتيب الثاني بوزن مرجح 20.13 ، وكان مبررهم في ذلك أن صانع القرار أكثر إماما بسياسة الدولة وبصالحها ، ثم رجال السياسة في الترتيب الثالث بوزن مرجح 13.64 ، ثم المثقفون بنسبة 10.65 ، ثم جماعات الضغط بوزن مرجح 9.61 ، ثم الرؤساء بوزن مرجح 9.47 ، فزملاء العمل في وسائل الإعلام المنافسة بوزن مرجح 8.43 .

#### **11-مدى اهتمام المبحوثين بصانع القرار عند اختيارهم للأخبار الصالحة للنشر :**

##### جدول رقم (12)

مدى اهتمام المبحوثين بصانع القرار عند اختيارهم للأخبار الصالحة للنشر

الترتيب	%	ك	مدى الاهتمام
2	41	41	بدرجة كبيرة
1	50	50	بدرجة متوسطة
3	9	9	بدرجة قليلة
	100	100	المجموع

يتبين من الجدول السابق أن 91% من المبحوثين تهتم بصانع القرار ويأخذونه في اعتبارهم عند اختيارهم للأخبار الصالحة للنشر ، منهم 41% بدرجة كبيرة و50% منهم بدرجة متوسطة ، ويرجع ذلك لعدة أسباب من وجهة نظر العينة من أهمها :

- لأنه الهدف من النشر , حيث يعتبر السلطة التنفيذية المسئولة عن رسم السياسات واتخاذ القرارات وتطبيقها , خاصة التي تمس أحوال المواطنين وتؤثر على دورة حياة المجتمع المصري

- أو حتى لا يفقده الصحفي كمصدر مهم , فهو يملك المعلومات والأخبار .

- أو لأن سياسة الصحف مرتبطة دائماً بصانع القرار .

- وربما يكون بسبب خوفهم من المساءلة القانونية حتى لا تتعرض الصحيفة لعقوبات أو ضغوط .

وتتفق هذه النتائج مع الدراسة التي أجراها مين يونج Min Yong حول وسائل الإعلام الإخبارية في كوريا ودورها في أجندة الانتخابات حيث أوضح أن وسائل الإعلام الإخبارية الحكومية أكثر تأثراً بأجندة القادة السياسيين عن غيرها من الوسائل الخاصة<sup>(77)</sup>.

وتأتي هذه النتيجة في مقابل 9% فقط من القائمين بالاتصال في الصحف المصرية هم الذين يرون أنهم يأخذون صانع القرار في اعتبارهم بدرجة قليلة ، ومبررهم في ذلك يرجع إلى عدة أسباب من وجهة نظرهم من أهمها:

- لأنه بشكل عام لا يتوجه إليه , بل يخاطب الجمهور أولاً , ولذلك فإنه يركز على إرضائه أكثر من صانع القرار , فمن وجهة نظره الجمهور هو من يجب أن يقوم بخدمته وليس صانع القرار .

- ولأن نزاهة الصحفي فوق أي اعتبار حسب المعايير المهنية ولأن ارتباطه بصانع القرار يفقده المصداقية .

12 - مدى ثقة المبحوثين في الأخبار والمعلومات التي يحصلون عليها من مواقع التواصل الاجتماعي :

جدول رقم (13)

مدى ثقة المبحوثين في الأخبار والمعلومات التي يحصلون عليها من مواقع التواصل الاجتماعي

الترتيب	%	ك	مدى الثقة
5	4	4	بدرجة كبيرة جدا
3	15	15	بدرجة كبيرة
1	50	50	بدرجة متوسطة
2	18	18	بدرجة قليلة
4	13	13	بدرجة قليلة جدا
	100	100	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق إلى عدة نتائج من أهمها :

أن الغالبية العظمى من المبحوثين لا يثقون في الأخبار والمعلومات التي يحصلون عليها من مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة كبيرة بلغت 81% منهم 32% يثقون في الأخبار بدرجة متوسطة ، 31% منهم يثقون فيها بدرجة قليلة ، 18% يثقون بدرجة قليلة جداً ، بينما جاءت فئة من يثقون في الأخبار والمعلومات التي يحصلون عليها من مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة كبيرة بنسبة 19% ، منهم 4% يثقون بدرجة كبيرة جدا ، 15% بدرجة كبيرة ، وتؤكد هذه النتيجة صحة نتائج دراسات سابقة أظهرت أن الثقة في المضامين المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي مازالت غير تامة ، وأن هناك شك بدرجة كبيرة في مدى صحة ودقة هذه المعلومات ، ومن بين هذه الدراسات دراسة هديل فايز (2014)<sup>(78)</sup>، ودراسة نها السيد عبد المعطي (2013)<sup>(79)</sup>، ودراسة شيم عبد الحميد قطب (2010)<sup>(80)</sup> ، ودراسة Staurt Allan (2007)<sup>(81)</sup> ، وتختلف هذه النتائج مع دراسة وائل إسماعيل عبد الباري (2012)<sup>(82)</sup> .

### 13- الوسائل التي يتأكد المبحوثون عن طريقها من صحة المعلومات المنشورة

#### علي مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (14)

الوسائل التي يتأكد المبحوثون عن طريقها من صحة المعلومات المنشورة علي مواقع التواصل الاجتماعي

وسائل التأكد	ك	%
الاستعانة بمندوبي الصحيفة ومراسيلها للتأكد من المعلومات حول الحدث قبل نشره بالصحيفة	50	50
اللجوء إلي مصادر أخرى تكشف عن نفسها	49	49
التأكد من شخصية المصدر	30	30
الحرص على الحصول على أدلة ومستندات للتحقق من دقة المعلومات وصدقها	26	26
خبرة الصحفي وتصويراته للواقع والأحداث	24	24
الموضوعية في طرح المعلومات	16	16
أخرى	3	3
المجموع	ن=100	

وفي إطار الوسائل التي يتأكد المبحوثون عن طريقها من صحة المعلومات المنشورة علي مواقع التواصل الاجتماعي ، تلزم الأدبيات الصحفية القائم بالاتصال ضرورة التأكد من صدق المعلومات التي يستقيها من مصادره ، ويسلك في سبيل ذلك العديد من الأساليب تبلورها نتائج الجدول رقم (14) كالتالي طبقاً لرؤية المبحوثين:

- يتفق (50%) من المبحوثين إن ذلك يتم من خلال الاستعانة بمندوبي الصحيفة ومراسيلها للتأكد من دقة المعلومات حول حدث ما قبل نشره بالصحيفة - وأكد (49%) من المبحوثين علي اللجوء إلي مصادر أخرى تكشف عن نفسها ، في مقابل (30%) أن ذلك يمكن من خلال شخصية المصدر ومكانته والتأكد منه .

- وأكد (26%) من المبحوثين على ضرورة الحرص على الحصول على أدلة



ومستندات للتحقق من دقة المعلومات وصدقها والعودة إلي الخبراء المعنيين ، في مقابل (24%) من خلال الخبرة السابقة للصحفي وتصويراته للواقع والأحداث، وجاء في الترتيب الأخير الحصول أخرى تذكر بنسبة (3%) ، وكانت مزيجا من النقاط السابقة .

وتؤكد هذه النتائج في مجملها علي خبرة الصحفي ومهارته في طرح التساؤلات وإدراكه لكلام المصدر، وحرصه علي الحصول علي أدلة ومستندات كآليات أساسية للتحقق من صدق المعلومات التي يدلي بها المصدر، وذلك إلي جانب تنوع المصادر وتعددتها، وضرورة وجود تراكم معرفي لدي الصحفي من خلال متابعته للأحداث والقضايا المثارة في المجتمع ، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة نيرمين نبيل الأزرق (2012)<sup>(83)</sup>.

#### 14- مقترحات المبحوثين لسبل تطوير استخدام المضامين التي يتم الاستعانة بها من مواقع التواصل الاجتماعي لكي تنشر في الصحف الورقية .

جدول رقم (15)

مقترحات المبحوثين لسبل تطوير استخدام المضامين التي يتم الاستعانة بها من مواقع التواصل الاجتماعي

لضمان لكي تنشر في الصحف الورقية

المقترحات	ك	%
إطلاق مبدأ حرية تداول المعلومات	58	58
الالتزام الأخلاقي والمهني من جانب الصحفي عند التعامل مع إعلام المواطن.	50	50
وضع ميثاق وقوانين خاصة بالنشر على تلك الوسائل لضمان صحة المعلومات .	49	49
تنظيم دورات للصحفيين لتدريبهم علي كيفية التعامل مع إعلام المواطن	46	46
عقد ورش عمل لهواة العمل الإعلامي من الجماهير سواء من خلال الصحف أو نقابة الصحفيين توضح لهم كيفية تقديم تغطية شاملة للحدث موثقة بالصوت والصورة .	40	40
الاهتمام برفع مستوى وعي الجمهور بقيمة مشاركته فيما تقدمه وسائل الإعلام	40	40
ن	100	

طرحت استجابات المبحوثين العديد من السبل والمقترحات التي يمكن من خلالها تطوير استخدام المضامين التي يتم الاستعانة بها من مواقع التواصل الاجتماعي لضمان تحقيق الاستخدام الأمثل لها في الصحف الورقية كانت على التوالي كما أشارت إليها نتائج الجدول السابق :

- إطلاق مبدأ حرية تداول المعلومات بنسبة 58% .
  - الالتزام الأخلاقي والمهني من جانب الصحفي عند التعامل مع إعلام المواطن بنسبة 50% .
  - تنظيم دورات للصحفيين لتدريبهم علي كيفية التعامل مع إعلام المواطن بنسبة 46% .
  - عقد ورش عمل لهواة العمل الإعلامي من الجماهير سواء من خلال الصحف أو نقابة الصحفيين توضح لهم كيفية تقديم تغطية شاملة للحدث موثقة بالصوت والصورة بنسبة 40% .
  - الاهتمام برفع مستوى وعي الجمهور بقيمة مشاركته فيما تقدمه وسائل الإعلام بنسبة 40% .
- ويتضح من المقترحات السابقة أن المسئولية الأساسية تقع علي عاتق الصحفي في إطار ممارسته وأدائه المهني .

#### اختبارات الفروض

#### الفرض الأول:

كلما زاد اهتمام مواقع التواصل الاجتماعي ببعض القضايا والأخبار زاد انتباه القائم بالاتصال بهذه الأخبار والقضايا وظهرت في أجندة الصحف.

#### جدول رقم ( 16 )

العلاقة الارتباطية بين مدى اهتمام مواقع التواصل الاجتماعي بالأخبار والقضايا المحلية ومدى انتباه القائم بالاتصال بها وظهورها في أجندة الصحف

المتغير المستقل	المتغير التابع	معامل الارتباط	المعنوية
مدى اهتمام مواقع التواصل الاجتماعي بالقضايا	مدى انتباه القائم بالاتصال لها وظهورها في أجندة الصحف	0.201 *	0.045 (دالة)

الارتباط ضعيف لأن قيمة المعامل انخفضت عن 0.3

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج من أهمها :

(أ) وجود علاقة ارتباطية دالة ايجابية عند مستوى معنوية 0.45 بين مدى اهتمام مواقع التواصل الاجتماعي بالقضايا وبمدى انتباه والقائم بالاتصال لها وظهرها في أجنده الصحف ، وهذا يعنى أنه كلما زاد اهتمام مواقع التواصل الاجتماعي بالموضوعات زاد اهتمام القائم بالاتصال بها ، وبذلك ثبتت صحة الفرض في هذا الجزء ، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة شيم عبد الحميد قطب (2010)<sup>(84)</sup> ، وأميمة محمد عمران (2009)<sup>(85)</sup> ، ودراسة . (2007)<sup>(87)</sup> Stuart Allan Domingo et al., (2008)<sup>(86)</sup> ، ودراسة

### الفرض الثاني:

يؤثر موقع الفيس بوك أكثر من غيره من مواقع التواصل الاجتماعي في بناء أجنده القائم بالاتصال في الصحف المصرية.

جدول رقم ( 17 )

العلاقة الارتباطية بين ترتيب موقع الفيس بوك ودوره في بناء أجنده القائم بالاتصال في الصحف المصرية.

المتغير المستقل	المتغير التابع	معامل الارتباط	المعنوية
الفيس بوك	مدى تأثيره في بناء أجنده القائم بالاتصال	*0.394	0.000 (دالة)

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج من أهمها :-

وجود علاقة ارتباطية دالة ايجابية بين ترتيب الفيس بوك ودوره في بناء أجنده القائم بالاتصال في الصحف المصرية حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 0.39 وذلك عند مستوى معنوية 0.000 ، وبذلك ثبتت صحة الفرض .

وبذلك يعد موقع الفيس بوك أكثر مواقع التواصل الاجتماعي تأثيرا

في بناء أجندة القائم بالاتصال فيما يتعلق بالأخبار والقضايا المحلية ، وربما يرجع ذلك لما يتميز به هذا الموقع من خصائص منها أنه الأكثر شعبية وسرعة في نشر الأخبار والقضايا المحلية ، وتتفق هذه النتيجة مع نظرية بناء الأجندة حيث تشير إلى أنه كلما قامت مصادر الأخبار بتحقيق احتياجات القائم بالاتصال كان الاعتماد عليها أكبر، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة هديل فايز (2014)<sup>(88)</sup> ، ودراسة نيرمين نبيل الأزرق (2012)<sup>(89)</sup> ، وسارة كيسلار (2011)<sup>(90)</sup> ، ومركز بيو للصحافة الأمريكية (2011)<sup>(91)</sup> .

### الفرض الثالث:

تؤثر اهتمامات الجمهور العام على أولويات القائم بالاتصال فيما يتعلق بالأخبار والقضايا المحلية.

#### جدول رقم ( 18 )

العلاقة الارتباطية بين اهتمامات الجمهور العام و دورها في ترتيب أولويات القائم

بالاتصال فيما يتعلق بالأخبار والقضايا الداخلية

المتغير المستقل	المتغير التابع	معامل الارتباط	المعنوية
اهتمامات الجمهور العام	أولويات القائم بالاتصال	*0.225	0.024 (دالة)

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج من أهمها :-

- تؤثر اهتمامات الجمهور العام على أولويات القائم بالاتصال فيما يتعلق بالأخبار والقضايا المحلية ، حيث يشير إلي ذلك معامل الارتباط حيث بلغ 0.23 عند مستوى المعنوية 0.02 ، وبذلك ثبتت صحة الفرض .

#### الفرض الرابع:

تؤثر سياسة وتوجهات الدولة في اختيارات القائم بالاتصال للأخبار والقضايا المحلية.

جدول رقم ( 19 )

العلاقة الارتباطية بين سياسة و توجهات الدولة و اختيارات القائم بالاتصال للأخبار و القضايا المحلية

المتغير المستقل	المتغير التابع أولويات القائم بالاتصال	معامل الارتباط	المعنوية
سياسة وتوجهات الدولة	اهتمامات الجمهور	0.182	0.069 (غير دالة)
	أن يتعلق بشخصية مهمة على المستوى المحلي	0.036	0.725 (غير دالة)
	الجانب الإنساني	0.129	0.201 (غير دالة)
	أن يشتمل على صراع بين أطراف مختلفة في الرؤى في مصر	0.108	0.287 (غير دالة)
	أن يكون متعلقا بكارثة أو أزمة حدثت في منطقة بمصر	0.132	0.191 (غير دالة)
	أن يكون موضوع جديدا لم يطرح من قبل	0.046	0.650 (غير دالة)
	شخصية المصدر	0.129	0.202 (غير دالة)
	أخرى	**0.280	0.005 (دالة)

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج من أهمها :-

- لا تؤثر سياسة وتوجهات الدولة في اختيارات القائم بالاتصال بالنسبة للأخبار والقضايا المحلية ، حيث تشير إلى ذلك قيمة معامل الارتباط حيث بلغت 0.18 عند مستوى معنوية 0.07، وبذلك يرفض هذا الفرض .

## الفرض الخامس:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أولويات الاهتمام بالأخبار والقضايا المحلية للقائم بالاتصال في الصحف المصرية وفقاً لنمط ملكية الصحيفة.

### جدول رقم ( 20 )

العلاقة بين درجات أولويات الاهتمام التي تؤثر على القائمين بالاتصال في الصحف وفقاً لنمط ملكية الصحيفة.

المتغير التابع أولويات الاهتمام التي تؤثر على القائم بالاتصال	المتغير المستقل نمط الملكية	العدد	متوسطات الترتيبات	كا2	المعنوية
سياسة الدولة	قومية	37	49.27	1.063	0.588 (غير دالة)
	حزبية	28	55.13		
	خاصة	35	48.10		
اهتمامات الجمهور	قومية	37	52.46	0.301	0.860 (غير دالة)
	حزبية	28	49.64		
	خاصة	35	49.11		
القيم الإخبارية ومعايير الحكم على صلاحية الخبر للنشر	قومية	37	52.27	0.953	0.621 (غير دالة)
	حزبية	28	52.89		
	خاصة	35	46.71		
سياسة الصحيفة	قومية	37	48.55	1.028	0.598 (غير دالة)
	حزبية	28	55.11		
	خاصة	35	48.87		
أخلاقيات المجتمع والقيم السائدة	قومية	37	50.62	1.689	0.430 (غير دالة)
	حزبية	28	55.63		
	خاصة	35	46.27		
القوانين والتشريعات المنظمة للعمل الصحفي	قومية	37	45.36	4.073	0.130 (غير دالة)
	حزبية	28	59.32		
	خاصة	35	48.87		
أخري	قومية	37	50.35	0.055	0.973 (غير دالة)
	حزبية	28	50.82		
	خاصة	35	50.40		

تشير بيانات الجدول رقم (20) بملاحق الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها :-  
أنه باستخدام معامل الاختبار المستخدم: كروسكال واليس لقياس دلالة العلاقة بين متوسطات الترتيبات ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أولويات الاهتمام بأخبار والقضايا المحلية للقائم بالاتصال في الصحف المصرية وفقاً لنمط ملكية الصحيفة ، والفروق كلها غير دالة ، حيث تشير إلى ذلك قيمة معامل الارتباط ومستوى المعنوية ، وبذلك يرفض هذا الفرض .  
**الفرض السادس:**

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نوعية الجمهور المؤثر على القائم بالاتصال في الصحف المصرية وفقاً لنمط ملكية الصحيفة.

#### جدول رقم (21)

الفروق بين نوعية الجمهور المؤثر على القائم بالاتصال و نمط ملكية الصحيفة

المعنوية	كا	متوسطات الترتيبات	العدد	المتغير المستقل نمط الملكية	المتغير التابع نوعية الجمهور المؤثر على القائم بالاتصال
0.885 (غير دالة)	0.245	52.23	37	قومية	صانع القرار
		50.02	28	حزبية	
		49.06	35	خاصة	
0.509 (غير دالة)	1.350	51.72	37	قومية	الجمهور العام
		53.39	28	حزبية	
		46.90	35	خاصة	
0.055 (غير دالة)	5.783	42.51	37	قومية	رجال السياسة
		59.32	28	حزبية	
		51.89	35	خاصة	
0.420 (غير دالة)	1.733	48.30	37	قومية	جماعات الضغط
		56.97	28	حزبية	
		48.06	35	خاصة	
0.828 (غير دالة)	0.379	50.97	37	قومية	المتقنون
		52.63	28	حزبية	
		48.30	35	خاصة	

المعنوية	كا2	متوسطات الترتيبات	العدد	المتغير المستقل نمط الملكية	المتغير التابع نوعية الجمهور المؤثر على القائم بالاتصال
0.537 (غير دالة)	1.244	46.51	37	قومية	زملاء العمل في وسائل الإعلام المنافسة
		53.98	28	حزبية	
		51.93	35	خاصة	
0.327 (غير دالة)	2.234	46.11	37	قومية	الرؤساء
		56.64	28	حزبية	
		50.23	35	خاصة	

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج من أهمها :-

أنه باستخدام معامل الاختبار المستخدم : كروسكال واليس لقياس دلالة العلاقة بين متوسطات الترتيبات ثبت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نوعية الجمهور المؤثر على القائم بالاتصال في الصحف وفقاً لمتغير نمط ملكية الصحيفة. والفروق كلها غير دالة ، حيث تشير إلى ذلك قيمة معامل الارتباط ومستوى المعنوية، وبذلك يرفض هذا الفرض ، ويكون الصحيح هو الفرض الإحصائي.



الفرض السابع :

تختلف أولويات الأخبار التي يضعها الصحفيون في الاعتبار عند انتقاء المعلومات من مواقع التواصل الاجتماعي وفقا للمتغيرات الديموجرافية.

جدول رقم (22)

الفروق بين أولويات الأخبار التي يضعها الصحفيون في الاعتبار عند استقاء

المعلومات من مواقع التواصل الاجتماعي وفقا للنوع

المتغير التابع أولويات الأخبار التي يضعها الصحفيون في الاعتبار	المتغير الاستقل	العدد	متوسطات الترتيبات	Z	المعنوية
اهتمامات الجمهور	ذكور	71	49.89	0.398	0.322 (غير دالة)
	إناث	29	51.98		
أن يتعلق بشخصية مهمة على المستوى المحلي	ذكور	71	48.20	1.485	0.104 (غير دالة)
	إناث	29	56.14		
الجانب الإنساني	ذكور	71	47.99	1.626	0.138 (غير دالة)
	إناث	29	56.64		
أن يشتمل على صراع بين أطراف مختلفة في الرؤى في مصر	ذكور	71	48.99	0.991	0.691 (غير دالة)
	إناث	29	54.19		
أن يكون متعلقا بكارثة أو أزمة حدثت في منطقة بمصر	ذكور	71	49.85	0.404	0.686 (غير دالة)
	إناث	29	52.09		
أن يكون موضوع جديدا لم يطرح من قبل	ذكور	71	52.08	0.990	0.322 (غير دالة)
	إناث	29	46.64		
شخصية المصدر	ذكور	71	50.99	0.335	0.738 (غير دالة)
	إناث	29	49.29		
أخرى	ذكور	71	50.52	0.026	0.979 (غير دالة)
	إناث	29	50.45		

جدول رقم (23)

الفروق بين أولويات الأخبار التي يضعها الصحفيون في الاعتبار عند استقاء المعلومات من مواقع التواصل الاجتماعي وفقا للعمر

المتغير التابع أولويات الأخبار التي يضعها الصحفيون في الاعتبار	المتغير المستقل "العمر"	العدد	متوسطات الترتيبات	كا	المعنوية
اهتمامات الجمهور	أقل من 30	36	45.28	6.165	0.104 (غير دالة)
	30-45	42	56.79		
	45-55	17	49.85		
	أكثر من 55	5	37.5		
أن يتعلق بشخصية مهمة على المستوى المحلي	أقل من 30	36	50.06	0.662	0.882 (غير دالة)
	30-45	42	52.24		
	45-55	17	46.71		
	أكثر من 55	5	52		
الجانب الإنساني	أقل من 30	36	46.39	2.640	0.451 (غير دالة)
	30-45	42	53.93		
	45-55	17	53.09		
	أكثر من 55	5	42.5		
أن يشتمل على صراع بين أطراف مختلفة في الرؤى في مصر	أقل من 30	36	47.39	1.629	0.653 (غير دالة)
	30-45	42	53.74		
	45-55	17	48.21		
	أكثر من 55	5	53.5		
أن يكون متعلقا بكارثة أو أزمة حدثت في	أقل من 30	36	46.72	2.050	0.562 (غير دالة)
	30-45	42	54.26		

		48.03	17	55-45	منطقة بمصر
		54.5	5	أكثر من 55	
0.188 (غير دالة)	4.787	47.5	36	أقل من 30	أن يكون موضوع جديدا لم يطرح من قبل
		52.26	42	45-30	
		57.79	17	55-45	
		32.5	5	أكثر من 55	
0.776 (غير دالة)	1.105	48	36	أقل من 30	شخصية المصدر
		52.17	42	45-30	
		53.15	17	55-45	
		45.5	5	أكثر من 55	
0.463 (غير دالة)	2.566	52.56	36	أقل من 30	أخرى
		50.57	42	45-30	
		47	17	55-45	
		47	5	أكثر من 55	

جدول رقم (24)

الفروق بين أولويات الأخبار التي يضعها الصحفيون في الاعتبار عند استقاء المعلومات

من مواقع التواصل الاجتماعي وفقا للمستوى التعليمي

المعنوية	Z	متوسطات الترتيبات	العدد	المتغير المستقل "مستوى التعليم"	المتغير التابع أولويات الأخبار التي يضعها الصحفيون في الاعتبار
0.540 (غير دالة)	0.612	49.82	82	جامعي	اهتمامات الجمهور
		53.61	18	دراسات عليا	
0.073 (غير دالة)	1.792	48.46	82	جامعي	أن يتعلق بشخصية مهمة على المستوى المحلي
		59.78	18	دراسات عليا	
0.425 (غير دالة)	0.799	51.40	82	جامعي	الجانب الإنساني
		46.39	18	دراسات عليا	
0.630 (غير دالة)	0.481	49.96	82	جامعي	أن يشتمل على صراع بين أطراف مختلفة في الرؤى في مصر
		52.94	18	دراسات عليا	
0.852 (غير دالة)	0.187	50.72	82	جامعي	أن يكون متعلقا بكارثة أو أزمة حدثت في منطقة بمصر
		49.50	18	دراسات عليا	
0.278 (غير دالة)	1.085	51.77	82	جامعي	أن يكون موضوع جديدا لم يطرح من قبل
		44.72	18	دراسات عليا	
0.821 (غير دالة)	0.226	50.74	82	جامعي	شخصية المصدر
		49.39	18	دراسات عليا	
0.201 (غير دالة)	1.279	51.27	82	جامعي	أخرى
		47	18	دراسات عليا	

جدول رقم (25)

الفروق بين أولويات الأخبار التي يضعها الصحفيون في الاعتبار عند استقاء المعلومات

من مواقع التواصل الاجتماعي وفقا لطبيعة التخصص

المعنوية	Z	متوسطات الترتيبات	العدد	المتغير المستقل "طبيعة التخصص"	المتغير التابع أولويات الأخبار التي يضعها الصحفيون في الاعتبار
0.937 (غير دالة)	0.079	50.39	76	متخصص	اهتمامات الجمهور
		50.83	24	غير متخصص	
0.061 (غير دالة)	1.872	53.05	76	متخصص	أن يتعلق بشخصية مهمة على المستوى المحلي
		42.42	24	غير متخصص	
0.024 (دالة)	2.252 *	53.55	76	متخصص	الجانب الإنساني
		40.83	24	غير متخصص	
0.937 (غير دالة)	0.079	50.61	76	متخصص	أن يشتمل على صراع بين أطراف مختلفة في الرؤى في مصر
		50.17	24	غير متخصص	
0.247 (غير دالة)	1.156	52.13	76	متخصص	أن يكون متعلقا بكارثة أو أزمة حدثت في منطقة بمصر
		45.33	24	غير متخصص	
0.836 (غير دالة)	0.207	50.79	76	متخصص	أن يكون موضوع جديدا لم يطرح من قبل
		49.58	24	غير متخصص	
0.263 (غير دالة)	1.118	51.95	76	متخصص	شخصية المصدر
		45.92	24	غير متخصص	
0.770 (غير دالة)	0.292	50.29	76	متخصص	أخرى
		51.17	24	غير متخصص	

جدول رقم ( 26 )

الفروق بين أولويات الأخبار التي يضعها الصحفيون في الاعتبار عند انتقاء المعلومات من مواقع التواصل الاجتماعي وفقا لخبرة السابقة

المعنوية	كا	متوسطات الترتيبات	العدد	المتغير المستقل "الخبرة"	المتغير التابع أولويات الأخبار التي يضعها الصحفيون في الاعتبار
0.293 (غير دالة)	3.722	46.67	48	أقل من 10	اهتمامات الجمهور
		57.16	29	10 - 20	
		49.08	19	20 - 30	
		55	4	أكثر من 30	
0.946 (غير دالة)	0.370	50.75	48	أقل من 10	أن يتعلق بشخصية مهمة على المستوى المحلي
		49.24	29	10 - 20	
		50.42	19	20 - 30	
		57	4	أكثر من 30	
0.620 (غير دالة)	1.775	48.13	48	أقل من 10	الجانب الإنساني
		51.47	29	10 - 20	
		56.18	19	20 - 30	
		45	4	أكثر من 30	
0.735 (غير دالة)	1.275	49.13	48	أقل من 10	أن يشتمل على صراع بين أطراف مختلفة في الرؤى في مصر
		49.02	29	10 - 20	
		54.55	19	20 - 30	
		58.50	4	أكثر من 30	
0.683 (غير دالة)	1.496	47.42	48	أقل من 10	أن يكون متعلقا بكارثة أو أزمة حدثت في منطقة بمصر
		53.81	29	10 - 20	
		53.45	19	20 - 30	

		49.50	4	أكثر من 30	
0.882 (غير دالة)	0.663	50.63	48	أقل من 10	أن يكون موضوع جديدا لم يطرح من قبل
		48.36	29	10 - 20	
		54.08	19	20 - 30	
		47.50	4	أكثر من 30	
0.646 (غير دالة)	1.659	50.08	48	أقل من 10	شخصية المصدر
		47.57	29	10 - 20	
		53.92	19	20 - 30	
		60.50	4	أكثر من 30	
0.505 (غير دالة)	2.337	51.17	48	أقل من 10	أخرى
		52.17	29	10 - 20	
		47	19	20 - 30	
		47	4	أكثر من 30	

و للتحقق من صحة هذا الفرض تشير بيانات الجداول أرقام (22 ، 23 ، 24 ، 25، 26 ) في ملاحق الدراسة إلي عدم وجود علاقة معنوية بين النوع وأولويات الأخبار التي يضعها الصحفيون في الاعتبار عند استقاء المعلومات من مواقع التواصل الاجتماعي وفقا للمتغيرات الديموجرافية ( النوع - العمر - المستوى التعليمي - طبيعة التخصص - الخبرة السابقة ) حيث بلغت قيمة مستوي المعنوية أكبر من 0.05 مع جميع المتغيرات وبذلك يمكن رفض هذا الفرض .

## الفرض الثامن :

تختلف أولويات الأخبار التي يضعها الصحفيون في الاعتبار باختلاف نوع صحفهم.

جدول رقم ( 27 )

الفروق بين أولويات الأخبار التي يضعها الصحفيون في الاعتبار ونوع صحفهم.

المتغير التابع "الأولويات"	المتغير المستقل نمط الملكية	العدد	متوسطات الترتيبات	كا	المعنوية
اهتمامات الجمهور	قومية	37	53.99	1.386	0.500 (غير دالة)
	حزبية	28	49.64		
	خاصة	35	47.50		
أن يتعلق بشخصية مهمة على المستوى المحلي	قومية	37	44.16	4.668	0.097 (غير دالة)
	حزبية	28	57		
	خاصة	35	52		
الجانب الإنساني	قومية	37	48.72	5.508	0.064 (غير دالة)
	حزبية	28	59.29		
	خاصة	35	45.36		
أن يشتمل على صراع بين أطراف مختلفة في الرؤى في مصر	قومية	37	48.36	6.947	0.031 (دالة)
	حزبية	28	60.29		
	خاصة	35	44.93		
أن يكون متعلقا بكارثة أو أزمة حدثت في منطقة بمصر	قومية	37	52.88	0.908	0.635 (غير دالة)
	حزبية	28	51.29		
	خاصة	35	47.36		
أن يكون موضوع جديدا لم يطرح من قبل	قومية	37	45.47	2.5	0.286 (غير دالة)
	حزبية	28	54.64		
	خاصة	35	52.5		



المتغير التابع "الأولويات"	المتغير المستقل نمط الملكية	العدد	متوسطات الترتيبات	كا	المعنوية
شخصية المصدر	قومية	37	44.96	4.358	0.113 (غير دالة)
	حزبية	28	56.93		
	خاصة	35	51.21		
أخرى	قومية	37	47	5.149	0.076 (غير دالة)
	حزبية	28	54.14		
	خاصة	35	51.29		

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدة نتائج من أهمها :-

أنه باستخدام معامل الاختبار كروسكال واليس لقياس دلالة العلاقة بين متوسطات الترتيبات وجد أن نمط الملكية يؤثر فقط في حالة اشتغال الأخبار والموضوعات المحلية على صراع بين أطراف مختلفة في الرؤى في مصر ، حيث يختلف باختلاف نوع الصحف ، حيث بلغت قيمة كا (6.947) ، وذلك عند مستوى معنوية (0.31) ، حيث نجدها في الصحف الحزبية أكثر تأثراً من الصحف القومية والصحف الخاصة ، في حين أن باقي المتغيرات غير دالة ، وربما يرجع ذلك إلى طبيعة هذه الصحف التي تهتم دائماً بهذه القيمة الخبرية ( الصراع ) عند اختيار الأخبار والموضوعات المحلية للنشر في صحفها ، وذلك حتى يزداد توزيعها .

#### خلاصة نتائج الدراسة والتوصيات :

حاولت الدراسة الحالية التعرف على حجم الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي من خلال توجيه القائم بالاتصال إلي بعض الأخبار والقضايا المحلية ، ومن ثم التأثير في الأجندة النهائية للصحف ، واستندت الدراسة في إطارها النظري

إلي مجموعة من المداخل العلمية هي، بناء الأجنحة وحارس البوابة واعتمدت على منهج المسح باستخدام أسلوب المسح بالعينة، حيث طبقت استمارة استبيان على عينة مكونة من 100 مبحوث من القائمين بالاتصال في الصحف المصرية علي اختلاف انتماءاتها ( قومية، وحرزبية، وخاصة ) ، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

- أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت مصدرا مهما من مصادر الأخبار المحلية وقضاياها أو على الأقل مؤشرا ومصدرا لكثير من الأفكار والموضوعات المحلية ، وأن الغالبية العظمى من القائمين بالاتصال في الصحف المصرية يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي تهتم بالأخبار والقضايا المحلية في مصر بدرجة كبيرة بنسبة 98% ، وأن نسبة (97%) منهم ترى أن إثارة الموضوع بكثرة على مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن يعطي له أولوية في النشر، ويرجع ذلك لعدة أسباب من وجهة نظرهم من أهمها : أن مواقع التواصل الاجتماعي باتت مهمة و مؤثرة بشكل قوي على الرأي العام ، ولا يمكن تجاهلها .

- أشارت النتائج إلى تركيز القائم بالاتصال على عدة سمات تتصف بها مواقع التواصل الاجتماعي من أهمها : الحرية المتاحة في عرض الموضوعات حيث جاءت في المرتبة الأولى بين السمات التي تميزت بها مواقع التواصل الاجتماعي ، تلاه سمة السرعة في نقل الأخبار ، ثم تنوع الموضوعات ، وجاءت " سرعة التحديث" في الترتيب الرابع ثم " التغطية الشاملة لكل ما يتعلق بالموضوعات " ثم " أنها يمكن أن تؤدي إلي تحقيق سبق الصحفي .

- جاءت اهتمامات الجمهور على القمة في ترتيب القيم الخبرية التي يراها القائم بالاتصال أكثر أهمية ويستند إليها عند اختيار نوعية الأخبار والقضايا المحلية

والحكم على صلاحيتها للنشر ، يليها أن يكون الموضوع جديدا لم يطرح من قبل ثم أن يكون متعلقا بكارثة أو أزمة حدثت في منطقة بمصر بنسبة 52% .

- وعن نوعية الجمهور المؤثر على القائم بالاتصال في الصحف ويضعه في الاعتبار عند اختيار الأخبار المحلية الصالحة للنشر أشارت النتائج إلى أن الجمهور العام جاء في الترتيب الأول ، وتلاه صانع القرار ، ثم رجال السياسة ، ثم المثقفون ، ثم جماعات الضغط ، ثم الرؤساء ، فزملاء العمل في وسائل الإعلام المنافسة .

- وعن مراكز التأثير في عملية صناعة الأخبار المحلية فإن القائم بالاتصال في الصحف المصرية يرى أن مركز التأثير الأول هو: اهتمامات الجمهور ، حيث جاءت في الترتيب الأول وبفارق كبير في المجموع المرجح بالأوزان بينها وبين المتغيرات الأخرى بشرط ألا يؤثر الخبر المحلي على الاستقرار الداخلي والحالة الأمنية وألا يثير قلقا طائفية .

- جاءت القيم الإخبارية ومعايير الحكم على صلاحية الخبر للنشر في المرتبة الثانية من المتغيرات المؤثرة في صناعة الأخبار المحلية فكلما كان الخبر يحمل قيم خبرية ترتبط بصفوة أو شهرة أو صراع أو أزمة ، لقي اهتماما أكبر عند القائم بالاتصال ، أما المركز الثالث من مراكز التأثير في صناعة الأخبار في رأى القائم بالاتصال في الصحف المصرية فهي سياسة الصحيفة .

- وفي إطار الوسائل التي يتأكد المبحوثين عن طريقها من صحة المعلومات المنشورة علي مواقع التواصل الاجتماعي يتفق (50%) من القائمين بالاتصال في الصحف المصرية أن ذلك يتم أولا من خلال الاستعانة بمندوبي الصحيفة ومراسيلها للتأكد من روايات المواطنين حول حدث ما قبل نشره بالصحيفة ، يليها

اللجوء إلي مصادر أخرى تكشف عن نفسها ثم من خلال شخصية المصدر ومكانته , ثم بالعودة إلي الخبراء المعنيين، أو من خلال الخبرة السابقة للصحفي و استقرائه للأحداث

- عكست النتائج صحة الفرض الأول بوجود علاقة ارتباطيه دالة ايجابية بين اهتمام مواقع التواصل الاجتماعي بالأخبار والقضايا المحلية وانتباه القائم بالاتصال لها وظهورها في أجندة الصحف , وهذا يعنى أنه كلما زاد اهتمام مواقع التواصل الاجتماعي بالأخبار والقضايا المحلية زاد اهتمام القائم بالاتصال بها .

- ثبتت صحة الفرض القائل بأن موقع الفيس بوك جاء في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر تأثيراً في بناء أجندة القائم بالاتصال فيما يتعلق بالأخبار والقضايا المحلية .

- ثبتت صحة الفرض القائل بأنه تؤثر اهتمامات الجمهور العام على أولويات القائم بالاتصال فيما يتعلق بالأخبار والقضايا المحلية

- عكست النتائج عدم تحقق صحة الفرض القائل بأنه تؤثر سياسة وتوجهات الدولة في اختيارات القائم بالاتصال بالنسبة للأخبار والقضايا المحلية ، حيث تشير إلى ذلك قيمة معامل الارتباط ومستوى المعنوية .

- لم تؤثر المتغيرات الوسيطة علماً وأولويات الأخبار المحلية التي يضعها الصحفيون في الاعتبار حيث أشارت النتائج إلي عدم صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة معنوية في أولويات الأخبار التي يضعها الصحفيون في الاعتبار وفقاً للعمر والنوع و المستوى التعليمي وطبيعة التخصص والخبرة السابقة حيث أوضح تحليل التباين عدم وجود تأثيرات لهذه المتغيرات .

- وأخيراً وليس آخراً ورغم اعتماد القائم بالاتصال على مواقع التواصل الاجتماعي و

- تأثيرها في أجندة الصحف المصرية ، إلا أنها تواجه مشكلات منها عدم الدقة و المصادقية , مما يطرح ضرورة وضع ميثاق وقوانين خاصة بإعلام المواطن يمكن من خلالها ضبط الممارسات الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي .
- وفى خاتمة الدراسة وبناء على ما تقدم ترى الباحثة أنه من المتوقع أن تشهد الفترة المقبلة ازدياد اعتماد القائم بالاتصال في الصحف المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على الأخبار المحلية , مما يطرح ضرورة الاهتمام بهذا المصدر لضمان تحقيق الاستخدام الأمثل لها في الصحف الورقية
- إصدار التشريعات التي تكفل حرية وتدفق المعلومات ( إطلاق مبدأ حرية تداول المعلومات) .
- وضع ميثاق وقوانين خاصة بالإعلام الإلكتروني يمكن من خلالها فرض ضوابط على الممارسات الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي .
- تنظيم دورات تدريبية للصحفيين لتدريبهم علي كيفية التعامل مع إعلام المواطن .
- عقد ورش عمل مع الهواة من الجماهير سواء من خلال الصحف أو نقابة الصحفيين توضح لهم كيف يمكن أن يقدم تغطية شاملة للحدث وكيف يوثق الحدث بالصوت والصورة .
- الاهتمام برفع مستوى وعي الجمهور بقيمة مشاركته فيما تقدمه وسائل الإعلام .

## الهوامش والمراجع :

- 1- محمد عبد الحميد (2009)، المدونات الإعلام البديل، ط1، القاهرة: عالم الكتب، ص.12
- 2- المرجع سابق، ص.13 .
- 3 - نرمين نبيل الأزرق ( 2012 ) الاستعانة بصحافة المواطن في مواقع الصحف المصرية بين تحقيق الحق في الاتصال وتطبيق أخلاقيات المهنة دراسة لإشكاليات وضوابط اتخاذ القرار لدي القائم بالاتصال **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** , كلية الإعلام - جامعة القاهرة - العدد الحادي والأربعون , ص 147 .
- 4 - صادق رابح(2010) إعلام المواطن بحث في المفهوم المقاربات، **المجلة العربية للإعلام والاتصال**، العدد 6\_، السعودية: الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، 2010، ص. 226
- 5 - نرمين نبيل الأزرق ( 2012 ) مرجع سابق , ص 148 .
- 6] Bryan boroughs(2010) "social net working websites and voter turnout ".unpublished m.a **Washington,dc:Georgetown university**
- (7) Bryan E. Denham,(2008), Agenda-Building Theory in Communi-cation Research: Toward Coherence and Parsimony, **Paper Presented to the Communication Theory and Methodology Division Conference**, the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Chicago
- (8) Maxwell E. McCombs, Donald L. Shaw (1993), The evolution of Agenda - Setting Research: Twenty-Five years in the Market Place of Ideas, **Journal of Communication**, Vol. 43, No. 2, pp. 58-67
- (9) Werner J. Severin, James W. Tankard Jr. (1992) Communi-cation Theories: Origins, Methods, And Uses in The Mass Media, 3<sup>rd</sup> ed., New York: **Longman**, pp. 207-229

(10) Mattew C. Nisbet, Agenda Building, available: {online}  
[www.soc.american.edu/docs/agenda](http://www.soc.american.edu/docs/agenda).

11 - نرمين نبيل الأزرق ( 2012 ) مرجع سابق , ص 148 .

(12) Pamela J. Shoemaker, Martin Eichholz, Eunyi kim, Brenda Wrigley(2001) Individual and Routine Forces in Gate keeping, **Journalism Quarterly**, Vol. 78, No. 2, Summer, pp. 233-246  
[www.tcw.utwente.nl/theorieenoverzicht/theoryclusters/..gatekeeping.doc](http://www.tcw.utwente.nl/theorieenoverzicht/theoryclusters/..gatekeeping.doc)

(13) Sophia Peterson, Foreign( 1979 ) News Gatekeepers and Criteria of News Worthiness, **Journalism Quarterly**, Vol. 56, No. 1, pp. 116-125

14 - مطر على المطيري (2012) معايير بناء أجندة الأخبار في التلفزيون الكويت وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحو القضايا العربية , دراسة تحليلية ميدانية . رسالة ماجستير غير منشورة , كلية الإعلام , جامعة القاهرة .

15- سماح رضا زكي محمود ( 2010 ) دور الخطاب الرئاسي في بناء أجندة وسائل الإعلام والصفوة المصرية , الإعلام والصفوة المصرية, رسالة دكتوراه غير منشورة, كلية الأعلام , جامعة القاهرة .

16- عواطف حسن حيدر عمر اليافعي : العوامل المؤثرة في بناء اجندة الصحافة اليمنية , دراسة مقارنة , رسالة ماجستير غير منشورة , كلية الإعلام , جامعة القاهرة

(17) Kaye D. Sweetser, Charles W. Brown(2008) Information Subsidies and Agenda-building during the Israel-Lebanon Crisis, **Public Relation Review**, 34, , pp. 359-366

(18) Spiro Kiouisis ,(2008) International Agenda Building and Agenda Setting, **International Communication Gazette**, Vol. 70, No. 1, pp. 58-75

(19) Cynthia Shipman( 2007 ) Building a War Agenda: George W. Bush? S 2002 State of Union Address, **Paper Presented at the Annual Meeting of NCA**, 3<sup>rd</sup> Annual Convention, TBA, Chicago, IL, Nov. 15

20- ماجده مراد (2007)، العوامل المؤثرة على بناء القائم بالاتصال لأجندة الأخبار في الإذاعة المصرية، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، عدد 28 ، كلية لاعلام ، جامعة القاهرة ، ص ص 201-263.

(21) Song , Yougho (2007), internet news media and issue development : A case study on the role of independent online news services as agenda – builders for anti-us protest in South Korea ,**news media and society**,VOL.9.Issue.1.FEB..

(22) Michael Mitrook, Trenton Seltzer, Spiro Kiouisis, Cristina Popescu,( 2006) A. Shields, First and Second-Level Agenda Building and Agenda Setting: Terrorism, The President and the Media, **Paper Presented at the Annual Meeting of the International Communication Association, International Congress Centre**, Dresden, Germany

23- Curtin, Patricia & Gaither T. ( 2006) International Agenda building in Cyberspace: A Study of Middle East Government English – Language Websites, **Public Relations Review**, vol. 30, no. 1, pp. 25-36.



- 24- Ruth, Amanda (2005) Sources of Agricultural News: The Media Relations Environment of Agricultural Communication Professionals, **PhD., University of Florida**, vol. 66-09A of Dissertation Abstracts international, p. 3142.
- 25- Stone, Melanie (2005) National Media Coverage of Higher Education: A Case Study of Three Universities and the role of Public relations, **PhD., The University of Mississippi**, vol. 66-09A of Dissertation Abstracts International, p. 3234.
- 26- صفية خليفة بن مسعود (2015) الإعداد الأكاديمي والمهني للقائم بالاتصال في الصحافة الليبية , دراسة تحليلية وميدانية , رسالة دكتوراه غير منشورة , كلية الإعلام , جامعة القاهرة , .
- 27- وسام محمود عبد العواض محمود (2014) الأخبار الخارجية والعوامل المؤثرة على تحريرها ونشرها بالصحف المصرية اليومية , دراسة تطبيقية للمضمون والقائم بالاتصال , رسالة ماجستير غير منشورة , كلية الإعلام , جامعة أسيوط .
- 28 - نسرین ریاض عبد الله ( 2012 ) تأثير سمات بيئة العمل الصحفي على القائمين بالاتصال في الصحف المصرية والأردنية , دراسة تحليلية مقارنة في الفترة 2010-2011 , رسالة دكتوراه غير منشورة , كلية الإعلام , جامعة القاهرة.
- 29- مارجريت سمير ساويرس(2011) العلاقة بين خصائص القائمين بالاتصال وأساليب تحرير المواد الخبرية في الصحف المصرية اليومية , رسالة دكتوراه غير منشورة , كلية الإعلام , جامعة القاهرة .
- 30- نرمن زكريا خضر (2008), اتجاهات القائم بالاتصالات نحو مفهومي الحرية والمسئولية الاجتماعية للصحافة المصرية في الألفية الثالثة، المؤتمر العلمي الدولي الرابع عشر، الإعلام بين الحرية والمسئولية , ج 1 , جامعة القاهرة - كلية الإعلام ، ص ص 327، 415.

31- عبد الله زلطة (2007) ، **القائم بالاتصال في الصحافة - دراسة نظرية وميدانية** ، القاهرة ، الدار العالمية للنشر والتوزيع .

32- علي عمر حسين جمعة (2005)، **تأثير حرية الصحافة في مصر علي الممارسة المهنية - دراسة للمضمون والقائم بالاتصال عامي 2004-2005 - رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة .

33- مارجريت سمير مقار (2005) ، **العوامل المؤثرة علي الرضا الوظيفي للقائمت بالاتصال في الصحافة المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة** ، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

34- هديل فايز (2014) ، **معرفة اتجاهات الصحفيين الأردنيين نحو مصداقية الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي ، ومدى اعتمادهم على هذه المواقع في متابعة الأخبار** ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام، جامعة اليرموك .

35- نها السيد عبد المعطي ( 2013) **اتجاهات الشباب المصري نحو صحافة المواطن على شبكة الإنترنت ، رسالة ماجستير غير منشورة** ، كلية الآداب ، جامعة المنصورة.

36- نرمين نبيل الأزرق ( 2012 ) ، **مرجع سابق** ، ص 147 .

37- وائل إسماعيل حسن (2012) **مصداقية المواقع الإخبارية على الإنترنت وعلاقتها بمستقبل الصحافة المطبوعة كما يراها الجمهور المصري، متاح أون لاين على الموقع التالي: [www.iugaza.edu](http://www.iugaza.edu)**.

38- Pew Research Center for the People & the Press(2012), **Cable Leads the Pack as Campaign News Source Twitter, Facebook Play Very Modest Roles, , Project for Excellence in Journalism | Pew Internet & American Life Project**, Washington: <http://www.people-press.org/2012/02/07/section-1-campaign-interest-and-news-sources>

39- Sarah Kessler (2011), **For Top News Sites, Facebook Drives More Traffic Than Twitter** : <http://www.people-press.org/2011/02/07/>

section .

- 40- By Amy Mitchell & Tom Rosenstiel of PEJ, and Leah Christian (2011), "What Facebook and Twitter Mean for News", **the Pew Research Center**,
- 41- Ward, J. A,( 2011) **Ethics and the Media: An introduction, Cambridge University Press.**
- 42- شيم عبد الحميد قطب (2010) ، رؤية القائم بالاتصال في الصحافة المصرية لمواقع التنوير في إطار التكامل بين الوسائل التقليدية والجديدة، **المجلة المصرية لبحوث الصحافة، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، العدد الثاني ، ص ص33-410.**
- 43 - أميمة محمد عمران (2009) ، الأداء المهني للقائم بالاتصال بالصحافة الالكترونية المصرية - دراسة ميدانية ، **المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر (الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات)**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة ، ص ص1277-1329.
- 44- Viall, Elizabeth Katherine(2009), Hyper-Local citizen journalism sites and traditional media sites: similarities and contrasts in theme, objectivity and watchdog function, **Ph. D., Indiana University.**
- 45- Jane B. Singer, Ian Ashman(2009), Comment or free, but facts are scored: User-generated content and ethical constructs at the Guardian, **Journal of Mass Media Ethics**, 24 (1) pp. 3-21.
- 46- Mohamad Eid and Stephen J.A. ward, (2009), Ethics New Media and social Networks, **Global Media Journal- Canadian edition**, 2009, vol.2, issue1.pp.1-4
- 47- سيد بخيت (2008) ، أدوار مستخدمي المواقع الالكترونية في صناعة المضامين الإعلامية: دراسة في المفاهيم وبيئة العمل ، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، المجلد التاسع ، العدد الثاني ، ص ص1-76.**

- 48- شريف درويش اللبان (2008) ، أزمة حرية التعبير ، الإعلام التقليدي في مواجهة التدوين ، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمي الخامس لأكاديمية أخبار اليوم (الصحافة والمستحدثات التكنولوجية في إطار التكامل والمنافسة) ، أكاديمية أخبار اليوم .
- 49- محمود يوسف السماسيري (2008)، أثر التفاعلية في تطوير أداء القائمين بالاتصال في الصحف الالكترونية: دراسة ميدانية ، المؤتمر العلمي الخامس لأكاديمية أخبار اليوم (الصحافة والمستحدثات التكنولوجية في إطار التكامل والمنافسة) ، أكاديمية أخبار اليوم.
- 50- Domingo et al., (2008) Participatory Journalism practices in the Media and Beyond: An international comparative study of initiatives in **Online newspapers. Journalism Practice**, 2(3), pp. 326-342.
- 51- Hermida A. and Thurman N.,(2008), A Clash of Cultures, The integration of user – generated content within professional journalistic frame works at British newspapers websites, **Journalism Practice**, 2(3), p.p. 343-356.
- 52- محمود أحمد عبد الغنى (2007)، استخدامات الشباب الجامعي للمدونات الالكترونية والإشباع المتحققة منها- دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة سوهاج ، المؤتمر العلمي الرابع لأكاديمية أخبار اليوم (الصحافة العربية في ظل التحولات السياسية والاقتصادية والتكنولوجية) ، أخبار اليوم ، ص ص536-539.
- 53- Castells M.,(2007), Communication power and counter power in the network society, **International journal of communication**,vol.1 n.1, p.p.238-266.
- 54- Stuart Allan (2007) Citizen Journalism and the rise of "Mass self-communication" Reporting the London Bombings, **Global Media Journal, Issue 1**, (Vol. 1), pp. 1-20.
- 55- Joseph M. Chan and Others,(2006) Online news meets

established journalism: how china's journalists evaluate the credibility of news websites, **New Media and society**, December 2006 (8) pp. 925-947.

- 56- أميمة محمد عمران (2009) ، مرجع سابق ، ص 1287 .
- 57- نيرمين نبيل الأزرق (2012) ، مرجع سابق ، ص 144 .
- 58- المرجع السابق ، ص 149 .
- 59- شيم عبد الحميد قطب (2010) ، مرجع سابق ، ص 75 .
- 60- أميمة محمد عمران (2009) ، مرجع سابق ، ص 1297 .
- 61- Domingo, et al., (2008), **Op. cit.**, p335 .
- 62- Stuart Allan ,(2007), **Op. cit.**, p335 .
- 63- هديل فايز (2014) ، مرجع سابق ، ص 248 .
- 64- نيرمين نبيل الأزرق (2012) ، مرجع سابق ، ص 165 .
- 65- سارة كيسلار <http://www.people press.org/2011/02/07/ sectio> , مرجع سابق (2011) .
- 66- مركز بيو للصحافة الأمريكية (2011) ، <http://www.people press.org/2012/02/07/ section> مرجع سابق .
- 67- شيم عبد الحميد قطب (2010) ، مرجع سابق ، ص 402 .
- 68- أميمة محمد عمران (2009) ، مرجع سابق ، ص 1325 .
- 69- B. William Silcock, Global Gatekeepers(2001), Mapping the News Culture of English Language Television News Producers Inside Deutsche Welle, **Unpublished Ph.D thesis**, University of Missouri.
- 70- Khaled H. Al-Anezi, Factors Influencing Chief Editors' (2000), News Selection in Kuwait Television and Kuwait Radio, **Unpublished Ph.D Thesis**, Southern Illinois University.

- 71- شريف اللبان (2008) ، مرجع سابق ، ص 85.
- 72- محمود أحمد عبد الغني (2007) ، مرجع سابق ، ص 542.
- 73- Young Min (2004), Campaign Agenda : The news media in the Korean Congressional Election of 2000, **Asian Journal of Communication**, Vol.14, Issue 2, PP.122-213.
- 74- نيرمين نبيل الأزرق (2012) ، مرجع سابق ، ص 151 .
- 75- أميمة محمد عمران (2009) ، مرجع سابق ، ص 1327 .
- 76- Stuart Allan,(2007),**Op. cit.**, , P.18
- 77-Young Min (2004),**Op.cit.**, , P.20
- 78- هديل فايز (2014) ، مرجع سابق ، ص 322.
- 79- نها السيد عبد المعطي (2013) ، مرجع سابق ، ص 278 .
- 80- شيم عبد الحميد قطب (2010) ، مرجع سابق ، ص 406 .
- 81- Stuart Allan (2007), **Op.cit.**, , P.19
- 82- وائل إسماعيل عبد الباري (2012) ، مرجع سابق ، **site.iugaza.edu** .
- 83- نيرمين نبيل الأزرق (2012) ، مرجع سابق ، ص 153 .
- 84- شيم عبد الحميد قطب (2010) ، مرجع سابق ، ص 407 .
- 85- أميمة محمد عمران (2009) ، مرجع سابق ، ص 1327 .
- 86- Domingo et al., (2008), **Op.cit.**, , P.339 .
- 87- . Stuart Alln, (2007), **Op.cit.**, , P 17
- 88- هديل فايز (2014) ، مرجع سابق ، ص 325 .
- 89 - نيرمين نبيل الأزرق (2012) ، مرجع سابق ، ص 151 .
- 90- سارة كيسلار (2011) section (<http://www.people press.org/2011/02/07/>)
- ،
- مرجع سابق .

91- مركز بيو للصحافة الأمريكية (2011) ، [http://www.people-](http://www.people-press.org/2012/02/07/section)

[press.org/2012/02/07/section](http://www.people-press.org/2012/02/07/section) ، مرجع سابق .

(\* ) تم ترتيب السادة المحكمين بحسب الدرجة العلمية أولاً ثم الحروف الأبجدية ثانياً .

السادة المحكمون :

1- أ.د / ابتسام الجندي - أستاذ الإذاعة و التلفزيون و عميد كلية الإعلام جامعة أكتوبر للعلوم الحديثة و الآداب

2 - - أ.د / جمال النجار - أستاذ الصحافة و عميد كلية الإعلام جامعة النهضة .

3- أ.د / عبد الجواد سعيد - أستاذ الصحافة و رئيس قسم الإعلام الآداب جامعة المنوفية .

4 - أ.د / فوزي عبد الغني - أستاذ الصحافة و عميد كلية الإعلام جامعة فاروس بالإسكندرية

5- أ.م.د / رفعت البديري - أستاذ الصحافة المساعد بكلية الآداب جامعة المنوفية

6 - أ.م.د / صالح السيد عراقي - أستاذ الإذاعة و التلفزيون المساعد و رئيس قسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية بجامعة الزقازيق

7- أ.م.د / محمد وهدان - أستاذ الصحافة و الإعلام المساعد و رئيس قسم الإعلام بجامعة الأزهر .