

آليات بناء الأفكار الصحفية في أجندة القائم بالاتصال

في الصحافة المصرية

منى المراغى أحمد محمد(*)

إشراف/ أ.د. هشام عطية (**)

مقدمة

يعتمد نجاح أى وسيلة إعلامية بشكل أساسي على الأفكار التى تُنشر بها وتعتبر عن توجهها وترصد وتحلل ما يدور فى المجتمع من أحداث وأزمات وقضايا، وهذا يكون بالأساس على عاتق القائمين بالاتصال فى هذه الوسيلة الذين يسعون إلى التميز بطرح الأفكار المتميزة والجاذبة للقراء وتعتبر عن اهتماماتهم ومشكلاتهم المختلفة .

ولكن لا بد أن يكون لدى الصحفى النظرة المحللة المتعمقة للأحداث بحيث يربطها بسياقها المجتمعي بكافد مناحيه ربطا حقيقيا يبرز النتائج المختلفة التى يمكن أن تترتب عليها سواء أنيا أو مستقبليا ، فالقائم بالاتصال ليس دوره الإخبار فقط وإنما نشر الوعي ومساعدة القارئ فى إتخاذ الوجهة السليمة إتجاه أى حدث أو قضية فى المجتمع بإتاحة المعلومات المختلفة التى يضعها بين يديه فى جريدته وإلا تركها وذهب لمطالعة أخرى .

وفى مجالات الكتابة الإبداعية والإعلامية ، يعد الحصول على الفكرة مشكلة أساسية تقتضى من الكاتب والصحفى أن يقدح ذهنه للحصول على الفكرة التى تصلح لكي تتحول إلى مادة للكتابة وتتطلب هذه العملية منه أن يكون فى أشد حالات يقظته وإعماله لفكره ولجوارحه ولكل إدراكه الواعي والكامل بكل ما يدور حوله ، وحالة الحضور الذهني هذه تمكنه من رصد المناخ العام الذى يحيط به والتعرف عليه .(1)

وتوجد مجموعة من المعايير التى لا بد أن يراعيها الصحفى عند السعي لاختيار فكرة صحفية ليضعها فى أجندته اليومية أو الأسبوعية أهمها أن تهتم جمهور القراء فإذا لم تتمتع فكرته بجذب الجمهور إليها فلن تحقق الرسالة المرجوة منها ، كما أنه عليه أن يراعى أن تكون هذه الفكرة مواكبة للأحداث الجارية أو تقدم جديدا فيها باستمرار .

(*) باحثة دكتوراه

(**) الأستاذ بقسم الصحافة بكلية الإعلام – جامعة القاهرة

آليات بناء الأفكار الصحفية في أجندة القائم بالاتصال في الصحافة المصرية

وفى إطار ذلك يحدد الكاتب نوعية المعلومات التي سيضمونها رسالته وتلك التي سيهملها وعلى هذا فإن مجال المضمون فى الوثيقة أو النص سيتحدد وفقا لهدف الكاتب ولأهداف الجمهور ولأهداف المؤسسة الإعلامية وأيضا وفقا للوقت المحدد للكتابة وللمعلومات المتوافرة. (2)

والفكرة الصحفية عادة تندرج تحت فئتين رئيسيتين (3):

الفئة الأولى : فكرة ذات طابع إخباري ترتبط بحدث يتوقع حدوثه أو حدث وقع وله نتائج لابد من متابعتها .

الفئة الثانية : فكرة ذات طابع إخباري ترتبط بفكرة أو رؤية جديدة أو قضية خلافية أو مشكلة مجتمعية أو فردية أو تعليق أو رأى جديد يطرح من خلال مقال .

ومن خلال اختيار مجموعة من الأفكار للعمل عليها يقوم الصحفى ببناء أجندة موضوعات له تضم تلك الأفكار للعمل عليها خلال الفترة القادمة بهدف تغطية الأحداث الجارية وتقديم موضوعات تتصل باهتمامات القراء ومشاكلهم .

وهو بذلك يشارك فى بناء أجندة الصحيفة التي يعمل بها ويقوم بالتأثير فيها من خلال اختياراته لأفكار وموضوعات معينة وترك أخرى أو بالتركيز على زوايا محددة داخل تلك الموضوعات .

وفى هذا الشأن أوضح Smith فى دراسته أن التأثير التفاعلي للقائم بالاتصال فى مجال الأخبار يبرز من خلال جانبين:

الأول: الاختيار وهى العملية التي يقوم بها حراس البوابة من كبار المحررين حيث يقررون الأحداث التي تستحق أن يكون لها قيمة إخبارية .

الثاني: هو كيفية تناول الحدث فى القضية الإخبارية وكيفية قيام القائم بالاتصال بتفسير الحدث بطريقة قد تتفق أو تختلف مع صانعي الحدث نفسه (4).

حيث يعد القائم بالاتصال من العوامل المؤثرة على بناء أجندة وسائل الإعلام من خلال التركيز على بعض القضايا ومناقشتها فى موضوعات متأثرا بخلفياته المعرفية والثقافية والذاتية والتقاليد المجتمعية والنظم السياسية والاقتصادية القائمة .

وقد عمل شوميكور ورايس Shoemaker & Reese على بيان التأثيرات التي يعمل فى إطارها القائم بالاتصال فيما يعرف بهرم التأثيرات وقد وصفا على قمة هذه

آليات بناء الأفكار الصحفية في أجندة القائم بالاتصال في الصحافة المصرية

التأثيرات : تأثير الأيديولوجية حيث تؤثر سياسة الدولة وطبيعة النظام السياسي على محتوى ما تقدمه وسائل الإعلام .

ويأتي في المرتبة الثانية : التأثير على المضمون من خارج المؤسسة الإعلامية حيث تأثيرات القوانين المنظمة وجماعات الضغط ، ثم تأثير المؤسسة الإعلامية على المضمون المقدم من خلال سياستها والأهداف الموضوعية لها وسعيها نحو تحقيق المصلحة العامة أو الربح أو الموازنة بينهما .

وفي المرتبة الرابعة من هرم التأثيرات : تأثير نظام العمل حيث قيود الوقت والإذاعة والقيم الإخبارية والمصادر التي يعتمد عليها القائم بالاتصال، ثم التأثيرات التي يحدثها القائم بالاتصال في المضمون من خلال خصائصه وصفاته وإتجاهاته وكفاءته المهنية (5).

وهو ما يوضح مدى الضغوط والتأثيرات التي يعمل في ظلها القائم بالاتصال في الوسائل الإعلامية المختلفة والتي عليه أن يراعيها في إختياره لأفكاره وتنفيذها لتكون صالحة للنشر وتوصل المعلومة للقراء .

الدراسات السابقة:

هناك العديد من الدراسات التي اهتمت بالقائم بالاتصال في وسائل الإعلام المختلفة وقد سعت الباحثة لعرض الدراسات الأكثر ارتباطاً بموضوع البحث والتي انقسمت إلى محورين :

المحور الأول : الدراسات التي تناولت بناء أجندة القائم بالاتصال .

المحور الثاني : الدراسات التي تناولت العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال

المحور الأول: الدراسات التي تناولت بناء أجندة القائم بالاتصال:

هناك بعض الدراسات التي إهتمت بدراسة كيفية بناء أجندة القائم بالاتصال في وسائل الإعلام والتركيز على المؤثرات المختلفة على تشكيل تلك الأجندة ومنها دراسة (برلنت نزيه 2011) التي هدفت إلى تتبع مجموعة من القضايا منذ بداية ظهورها على أجندة جماعات المصالح المهمة بها وجهود هذه الجماعات لوضع هذه القضايا على أجندة الصحف والتلفزيون من خلال عملية بناء أجندة العاملين بهم وإنعكاس هذه الجهود على القضايا التي تتبناها الوسيلتان، وأوضحت النتائج أن تلك الجماعات تلعب دوراً محورياً وأساسياً في التأثير على أجندة القائمين بالاتصال حيث يعتمد القائمون بالاتصال بالدرجة الأولى على جماعات المصالح في معالجتهم لقضايا المرأة مما يجعل أجندتهم المتعلقة بهذه

آليات بناء الأفكار الصحفية في أجندة القائم بالاتصال في الصحافة المصرية

القضايا هي إنعكاس لأجندة جماعات المصالح على إختلاف توجهاتها، أيضاً أكدت أن أجندة صناع القرار تتدخل وبقوة في عملية التفاعل بين أجندتي جماعات المصالح والقائمين بالاتصال حيث أن الدعم السياسي لقضية معينة يعد من أكثر المتغيرات تأثيراً على أجندة الإعلاميين إلى جانب تأثير السياسات الإعلامية على إختيار القضايا التي يتم طرحها بالفعل في وسائل الإعلام. (6)

في حين سعت دراسة (هبة شاهين 2009) إلى إختبار فروض نظرية بناء الأجندة بالتطبيق على القائم بالاتصال في مجال برامج الرأي المقدمة بالقنوات التليفزيونية المصرية الحكومية والخاصة وإختبار الدور الذي يقوم به القائمون بالاتصال في تحديد أولويات القضايا العامة والتعرف على حدود الحرية المتاحة لإختيار موضوعات القضايا العامة والشخصيات المشاركين فيها وإكتشاف المؤثرات التي يتعرض لها القائمون بالاتصال أثناء عملهم في برامج الرأي وتحديد علاقات التفاعل بين العوامل المؤثرة في بناء أجندة القضايا العامة المقدمة ببرامج الرأي وأوضحت النتائج كثافة إعتقاد القائمين بالاتصال على المصادر الحكومية بما يشير إلى سيطرة المصادر الحكومية على عملية بناء أجندة القضايا العامة المقدمة في برامج الرأي بالقنوات التليفزيونية المصرية الحكومية والخاصة مع ضآلة إعتادهم على مصادر العلاقات العامة في بناء الأجندة بينما دور القائم بالاتصال أتى من خلال معرفته بسياسة القناة وتوجهها فيقدم ما يتفق معها وأهدافها وسياستها. (7)

بينما أوضحت دراسة (ماجدة مراد 2009) أن مركز التأثير الأول على بناء أجندة الأخبار الإذاعية هو رئيس الجمهورية يليه مجلس الوزراء ثم وسائل الإعلام ثم السلطة التشريعية كما تبين أن أهم المصادر التي يعتمد عليها القائم بالاتصال في بناء أجندة الأخبار الإذاعية هي الوكالات الدولية ثم وكالة أنباء الشرق الأوسط والوكالات العربية ثم المراسلون. (8)

وهدفت دراسة (سهام محمد 2005) إلى التعرف على المعايير التي يلتزم بها القائم بالاتصال في بناء أجندة الأخبار الخارجية من خلال تحديد القيم الإخبارية لإختياره الأخبار المقدمة في النشرة ومدى تأثيره بالقيم الإخبارية الغربية في ظل إختلاف واقع المجتمع الذي يعمل في إطاره ونجاحه في رسم صورة متوازنة وموضوعية للأطراف المشاركة في القضايا المختلفة ونقل الأحداث بطريقة تمكن الجمهور من تكوين رأياً وإتجاهاً موضوعياً نحو القضايا العالمية. وقد توصلت الدراسة إلى تشابه بين موضوعات الأخبار التي تسيطر على أجندة المصادر الخارجية وأجندة النشرات

آليات بناء الأفكار الصحفية في أجندة القائم بالاتصال في الصحافة المصرية

المذاعة للدول محل الدراسة والتي تركزت بالترتيب على الأخبار السياسية والعسكرية والأمنية كما أتضح تأثر القائم بالاتصال في عمله بالأهمية التي توليها الوكالات العالمية للأخبار وما يتم عرضه بالنشرات الإخبارية (9).

أما دراسة (حنان بدر 2005) اهتمت برصد وتحليل المتغيرات المختلفة التي تؤثر في القائم بالاتصال الألماني واهتماماته وأولويات النشر التي يتبناها وتصوراته عن مصر باعتباره يشكل عامل رئيسي في تشكيل الجوانب المعرفية والوجدانية المختلفة لصورة مصر والمصريين في الصحافة الألمانية في إطار هويته الاجتماعية وخلفيته الثقافية، كما تهتم الدراسة بالكيفية التي تتفاعل بها أطر القائم بالاتصال الألماني مع الأطر الإعلامية كما ترد في التغطية الصحفية بالصحافة الألمانية. وأوضحت النتائج تأثير خصائص المراسل الصحفي على اختياره للسمات التي يبرزها عن مصر وتأثير الهوية الاجتماعية على رؤية المراسل للثقافة المصرية إلى جانب تأثير الضغوط المهنية المتعلقة بضيق الوقت والمساحة وطابع السرعة والمنافسة بين الصحفيين لتحقيق سبق الصحفي. (10)

بينما هدفت (سماح رضا 2001) إلى دراسة حجم الدور الذي تلعبه وكالات الأنباء الدولية والوكالات والشبكات المصورة لتوجيه إنتباه القائم بالاتصال إلى بعض الأخبار والقضايا ومن ثم التأثير في الأجندة النهائية لأخبار التلفزيون وقد توصلت الدراسة إلى أن وكالات الأنباء تعد من المصادر التي تستطيع التأثير في أولويات وإهتمامات الصحفي ببعض القضايا خاصة الأحداث الخارجية كما أنه كلما قامت مصادر الأخبار بتحقيق إحتياجات القائم بالاتصال كان الإعتماد عليها بشكل أكبر أيضاً كانت سياسة الدولة المؤثر الأقوى على إختيار القائم بالاتصال للأخبار الخارجية يليها القيم الخبرية ومعايير الحكم على صلاحية الخبر للإذاعة ثم مصادر الأخبار الدولية وأخيرا الجمهور وإهتماماته. (11)

بينما اهتم wolfram 2000 أن كلا من الخصائص الشخصية للصحفي و العوامل المتصلة بالوسيلة اتضح تأثيرها على أجندة الصحفي كما لعب النوع دورا بارزا في تشكيل أجندته حيث تبنى كل نوع قضايا أو زوايا معينة دون الأخر فكانت الأجندات الخاصة بالصحفيات تميل إلى تبنى القضايا التي تخص المرأة والمجتمع بينما أجندات الصحفيين من الرجال اهتمت بالقضايا السياسية أكثر (12).

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت العوامل المؤثرة على الأداء المهني للقائم بالاتصال:

تبين من مسح الدراسات السابقة تركيز أغلب الدراسات التي تناولت القائم بالاتصال على رصد وتحليل العوامل والضغوط التي تؤثر على أدائه المهني ومنها دراسة (أحمد عرابي 2009) التي سعت للتعرف على أثر الخصائص المهنية والنفس إجتماعية للصحفيين الفلسطينيين على اتجاهاتهم نحو الإحتراف المهني وأكدت النتائج أن بيئة العمل الصحفي في فلسطين لها علاقة كبيرة بالإحتراف الصحفي سواء كانت البيئة الإقتصادية أو السياسية أو الإجتماعية أو المهنية أو النفسية أو القانونية حيث تحدد البيئة بشكل مؤثر نوع الإتجاهات والمواقف والضغوط التي يتم بمقتضاها القيام بالمهام وأن إختلاف عدم الرضا بين الصحفيين ناجم عن إختلاف نوع الضغوط الإقتصادية والقانونية والمهنية كذلك لإختلاف وظائف وسائل الإعلام وطبيعة ملكيتها ذلك إلى جانب تعرضه لضغوط تتعلق بحرية الحصول على المعلومات وضغوط المؤسسات الإعلامية والنواحي القانونية والتشريعية وأخيراً ضغوط المصادر وزملاء العمل. (13) في هذا الشأن هدفت دراسة (حسن محمد 2005) إلى التعرف على مظاهر ومعالم بيئة العمل في الصحف الفلسطينية اليومية والأسبوعية الخارجية والداخلية وتأثير هذه البيئة على القائم بالاتصال في الصحف وتبين من النتائج أن الصحف نادراً ما تنظم دورات تأهيلية لمتابعة التطورات مما يجعل الصحفي الفلسطيني لا يتمتع بخاصية التطوير والمواكبة والتكنولوجيا كما أن تلك الصحف نادراً ما توفر لصحفيها سبل الحماية وخاصة أنهم يعملون في منطقة من أسخن مناطق العالم مما يجعل كثير من صحفيي هذه الصحف يحجمون عن تغطية الكثير من الأحداث بطريقة ميدانية ومباشرة، ذلك إلى جانب الإجراءات التعسفية والعراقيل التي تقوم بها قوات الإحتلال الإسرائيلي وتؤثر بالسلب على أداء الصحفي وإنتاجه وقيمه ونشاطه. (14)

وكمكمل لتلك الدراسات إهتمت دراسة (هداية صالح 2009) بالتعرف على موقع الإعلامية الفلسطينية من خارطة الإعلامية الفلسطينية القائمة على أرض الواقع والتعرف على التحديات التي تواجهها ، وقد توصلت الدراسة إلى إتفاق الإعلاميات عينة الدراسة على عدد من المعوقات والصعوبات التي تواجههن في عملهن وخاصة تلك التي تتعلق بالعادات والتقاليد وثقافة المجتمع التي تضع المرأة في قالب جامد إلى جانب المعوقات المتعلقة بالمؤسسة الإعلامية والإدارة مع عدم تعاون بعض الجهات الرسمية مع الصحفية لإجراء المقابلات أو التقارير وتجاهلها. (15)

وقد أوضحت نتائج دراسات أخرى منها دراسة (أميمة محمد 2009) أن الصحفيين المصريين خاصة في الصحف الحزبية والخاصة يعانون من ضغوط عديدة في تعاملهم مع المصادر الصحفية لعل أبرزها الحذر من الإدلاء بالمعلومات والتميز بينهم وبين غيرهم من الصحف القومية إلى جانب رغبة بعض المصادر في نشر معلومات بعينها وتدخلم في تحديد أولويات الموضوعات ومطالبتهم للصحفيين بما ينبغي نشره تحقيقاً لمصالحهم وتلميحاً لأشخاصهم وإنجازاتهم. (16) كما قد يلجأ الصحفيون لنشر أخبار مجهلة المصدر من أجل الحفاظ على سرية المصادر ولتفادي التعرض للمساءلة القانونية ومواجهة القيود المفروضة على حرية الحصول على المعلومات خاصة من المصادر الرسمية والحكومية. (17)

أما فيما يخص التشريعات الصحفية كمؤثر على الأداء المهني للصحفيين هدفت دراسة (محمد السيد 2004) إلى التعرف على تصورات وإتجاهات الصحفيين نحوها موضحةً في نتائجها أن القيود على الصحافة تتمثل أولاً في نقص المعلومات والقيود الداخلية والخارجية يليها القيود القانونية حيث كان هناك رضي عن قوانين العمل الصحفى بنسبة 70،8% وتمثلت الأقسام التي لا ترضى عن تلك القوانين في (التحقيقات والفنى والأدبي والخارجي) كما كانت الصحف الحكومية المملوكة لوزارات أو إدارات حكومية في مقدمة من يعاني من القيود القانونية ثم الخاصة ثم الحزبية ثم القومية أما الصحف الحزبية فكانت أكثرهم معاناة من القيود الخارجية تليها الخاصة ثم القومية ثم الحكومية. (18)

وركزت دراسة (هبة نوفل 2006) على تحديد العوامل المؤثرة في الأداء الإتصالي للمراسل الدولي وإنعكاساتها على التدفق الإخباري من خلال رصد الضغوط التنظيمية والقيود التشريعية والرقابية وتأثير هذه العوامل على أساليب الممارسة الإعلامية وأوضحت النتائج أن الضغوط المهنية والإدارية أحد أهم معوقات الأداء الإتصالي لدى المراسل الدولي في مجال جمع وإنتقاء الأخبار والموضوعات المختلفة إلى جانب تأثير النظام السياسي والإجتماعي للدولة التي يقيم فيها المراسل الدولي على أسلوب العمل الإعلامي أيضاً تأثير مصادر المعلومات وقوى السوق وجماعات الضغط والمصالح على طريقة التناول الإعلامي للأحداث والقضايا المختلفة. (19)

بينما هدفت دراسة (محمد محمود 2005) إلى معرفة العلاقة بين نمط الملكية الصحفية والمتمثلة في الملكية الخاصة وبين المضمون الصحفى في الصحف المدروسة الصادرة عن شركات مساهمة مع دراسة الملامح العامة للأداء المهني

آليات بناء الأفكار الصحفية في أجندة القائم بالاتصال في الصحافة المصرية

للقائمين بالاتصال في تلك الصحف وقد توصلت الدراسة إلى أن أكثر الضغوط الممارسة على أداء الصحفيين تمثلت في ضعف الإمكانيات المتوافرة بالصحيفة وضغوط الرؤساء الذين يقوموا بإحداث تغييرات في مادتهم الصحفية خاصة السياسية سواء بالحذف أو الإضافة إلى جانب ضغوط المعلنين والجمهور (20) ، في حين توصلت دراسة (هيفاء ربيع 2004) إلى أن السياسة التحريرية مؤثر رئيسي وهام في التأثير على معالجات الصحف من خلال تحديد دور القائم بالاتصال في تناول الخطاب السياسي في الصحيفة من حيث (زوايا المعالجة - التغطية الخبرية للحدث السياسي) واختيار الأحداث والقضايا السياسية التي يتم تناولها وطرحها في الصحيفة في مادتي الخبر والرأي. (21)

بينما إهتمت دراسة (إبراهيم البهي 2002) بمعرفة العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال الدبلوماسي في أدائه الإتصالي في نقل وتقديم المعلومات على صفحات صحيفته والتي تمثلت في الضغوط التنظيمية (المهنية والإدارية) كأحد العوائق التي تواجه عمل القائم بالاتصال في مجال جمع وإنتقاء الأخبار في الصحف المصرية (القومية والحزبية) مما يؤدي إلى إزدواجية في العمل الصحفي لدى القائمين بالاتصال الدبلوماسي. (22)

تعليق على الدراسات السابقة:

- أن الظروف المهنية المتعلقة بالعمل الصحفي والسياسة التحريرية ومزاجية رؤساء تحرير الصحف تؤثر على أداء الصحفيين لعملهم وتشكل قيودا عليهم من حيث أجندة اهتماماتهم والقضايا التي يتم تناولها وطرحها في الصحيفة وزوايا معالجتها .
- أن بيئة العمل الصحفي لها علاقة كبيرة بالإحتراف الصحفي سواء كانت البيئة الإقتصادية أو السياسية أو الإجتماعية أو المهنية أو النفسية أو القانونية حيث تحدد البيئة بشكل مؤثر نوع الإتجاهات والمواقف والضغوط التي يتم بمقتضاها القيام بالمهام الصحفية .
- قلة الدراسات التي تناولت بناء أجندة القائم بالاتصال والمؤثرات المختلفة على هذه الأجندة مع كثرة الدراسات التي ركزت على تناول القائم بالاتصال في ضوء نظرية المسؤولية الإجتماعية أو العوامل المؤثرة على أدائه المهني

المشكلة البحثية:

يعتمد نجاح العمل الصحفي بشكل أساسي على فكرته التي يحاول الصحفي من خلالها تقديم موضوعا يستحق التناول والمعالجة في وسيلته الإعلامية ولكن هذه الفكرة لكي تستحق ذلك لا بد أن تكون فكرة جديدة لم يتم تناولها من قبل أو أنها تقدم جديدا في موضوع تم تناوله في السابق أو تحتل أهمية كبرى لدى الجمهور في الوقت الراهن ، ولكي يقوم الصحفي بذلك عليه أن يكون له مصادره الخاصة في إستقاء أفكاره الصحفية التي يبني من خلالها أجندته الصحفية التي تضم أفكاره المختلفة في ضوء رؤيته للأحداث والقضايا المختلفة، وبذلك تتضح المشكلة البحثية في " رصد وتحليل وإستخلاص آليات بناء الأفكار الصحفية في أجندة القائم بالاتصال في الصحافة المصرية بالتطبيق على صحف (الأهرام – الوفد – اليوم السابع) ومعرفة العوامل المؤثرة عليه في اختياره لها ومدى الصعوبات والعوائق التي يواجهها في ذلك .

الأهمية:

تتضح أهمية الدراسة في:

- 1- أن هذه الدراسة تتصدى بالبحث والتحليل لزاوية أساسية تتعلق بمهنية الصحفي في الصحافة المصرية من حيث دوره في إنتاج أفكار صحفية تعبر عن أجندته الخاصة وتسهم في بناء أجندة الصحيفة .
- 2- تركز هذه الدراسة على جانب لم يتطرق إليه الاهتمام في الدراسات الإعلامية بشكل مفرد من قبل ليتم التركيز بشكل أكبر على حرية الصحفي والتحديات المهنية والمجتمعية المختلفة التي تواجهه في عمله دون التطرق بشكل أكثر تركيزا على إنتاجه المهني المستمر الذي يقدمه كل يوم بصحيفته.
- 3- أهمية دراسة القائم بالاتصال باعتباره من العناصر الرئيسية لنجاح الصحيفة وضرورة التعرف على العوامل المؤثرة في إختياراته وقراراته وإعداده للرسالة المراد توصيلها للجمهور من خلال أفكاره الصحفية المختلفة.

الأهداف:

تهدف هذه الدراسة إلى:

- 1- رصد آليات إنتاج القائمين بالاتصال لأفكارهم التحريرية في الصحافة المصرية ذات التوجهات والسياسات التحريرية المختلفة .

آليات بناء الأفكار الصحفية في أجندة القائم بالاتصال في الصحافة المصرية

- 2- رصد العوامل المختلفة المؤثرة على القائم بالاتصال في بنائه لأفكاره وأجندته الصحفية .
- 3- التعرف على العوائق المختلفة التي يواجهها في أدائه المهني وتغطية أفكاره المختلفة .
- 4- رصد الاتساقات والاختلافات بين القائمين بالاتصال في الصحف المدروسة .

التساؤلات:

- 1- كيف يتم إنتاج وبناء الأفكار الصحفية من قِبل القائم بالاتصال ؟
- 2- ما العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في اختيار أفكاره وبناء أجندته الصحفية ؟
- 3- هل هناك دور لمصادر المعلومات في بناء القائم بالاتصال لأفكاره ؟
- 4- ما الصعوبات التي تواجه القائم بالاتصال في إنتاج أفكاره ؟
- 5- ما مدى الاختلافات والاتساقات بين إجابات القائمين بالاتصال في الصحف المدروسة ؟

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية التي تهتم بدراسة الواقع الحالي للظاهرة موضوع الدراسة بهدف الحصول على معلومات دقيقة وكاملة عنها وتصنيفها وتفسيرها وتحليلها واستخلاص نتائج ودلالات مفيدة عنها. (23)

المناهج المستخدمة:

= منهج المسح الإعلامي: والذي اعتمدت عليه الباحثة في مسح التراث العلمي السابق في مجال الدراسة ومن خلال المسح الميداني للقائمين بالاتصال في الصحف المدروسة.

= المنهج المقارن: والذي يتم الاستعانة به للمقارنة بين إجابات القائمين بالاتصال العاملين بالصحف المدروسة فيما يخص الآليات المختلفة التي يستعين كل منهم بها لبناء أفكاره التحريرية والعوامل المؤثرة عليه في ذلك ومدى الصعوبات التي تواجهه أيضاً .

الأدوات المستخدمة:

المقابلة المقننة: حيث أجرت الباحثة مجموعة من الحوارات مع عينة القائمين بالاتصال في الصحف محل الدراسة للحصول منهم على إجابات للتساؤلات الخاصة بالدراسة مما يثريها ويحقق الأهداف المرجوة منها .

عينة الدراسة الميدانية:

تمثلت هذه العينة في مجموعة من القائمين بالاتصال العاملين في الصحف محل الدراسة والبالغ عددهم 30 صحفي بواقع عشر صحفيين من كل جريدة والذين تم إجراء مقابلات مقننة للتواصل معهم ومعرفة آرائهم وواقع أدائهم المهني في تلك الصحف ، وقد وقع إختيار الباحثة على القائمين بالاتصال العاملين في صحف الأهرام والوفد واليوم السابع في ضوء مجموعة من المعايير ارتباطا بأهداف الدراسة حيث أنها جميعا دوريتها يومية ولكل منها سياسة تحريرية واضحة في معالجة الشئون المختلفة في المجتمع كما أنها متباينة في أنماط ملكيتها.

نتائج الدراسة الميدانية:

- أوضح القائمون بالاتصال في الصحف محل الدراسة أن أفكارهم الصحفية يستقونها من مصادر عدة أولها والتي مثلت نسبة 23,6% هي الأحداث الجارية والآنية التي يعاصرها الصحفي كل يوم وتوحي إليه بالأفكار الجديدة المواكبة زمنيا للأحداث، يليها مصادر المعلومات سواء كانت مصادر ذات علاقة شخصية بالصحفي تنتقل له الجديد الذي يخص المكان الذي تتواجد فيه أو أنها مصادر معلوماتية والتي مثلت نسبة 22,5%، إلى جانب اعتمادهم على ما ينشر من أحداث وقضايا بالوسائل الإعلامية المختلفة من صحف وبرامج توك شو في التلفزيون والتي مثلت نسبة 20,2%، أما إهتمامات القراء ومشكلاتهم فمثلت نسبة 13,5%، في حين لم تمثل الملاحظة الميدانية لما يحدث من ظواهر مختلفة كمصدر لأفكارهم سوى نسبة 10,1%، وكانت التقارير والدراسات والبيانات الصادرة من جهات رسمية وغير رسمية نسبتها 7,9% والانترنت بنسبة 4,5% ، أما الإهتمام الشخصي للصحفي بقضية محددة فلم يمثل سوى 2,2% .
- تبين أن أغلب الصحفيين – بنسبة 93,3% - يقومون بعمل أجندة لأعمالهم تضم الأفكار الصحفية التي ينون العمل عليها خلال الفترة القريبة القادمة لا تتعدى أسبوعا نظرا للأحداث المتلاحقة وحتى لا تكون فكرة قديمة زمنيا إلا في حالة وجود فكرة ما يري أهميتها ولكن لم يأتي توقيتها بعد فتكون في خطته المستقبلية .
- يعتمد القائم بالاتصال في بناء أجندته الصحفية في المرتبة الأولى على الأحداث الجارية واهتمامات جمهور القراء في الوقت الحالي والذين بلغت نسبتهم 87,8% يليهما

آليات بناء الأفكار الصحفية في أجندة القائم بالاتصال في الصحافة المصرية

الملاحظة وميول الصحفي الذاتية نحو قضية محددة بنسبة 12,2% فقد يقوم الصحفي بتناول فكرة ما لأنها تتفق وقناعاته الشخصية .

- لم يظهر سوى نسبة بسيطة 6,7% من العينة لا تقوم بعمل أجندة أفكار تعمل على أساسها وكان تفسيرهم لذلك أنهم وفق ما يقع من أحداث بيتكرون الأفكار فلا حاجة لبناء أجندة موضوعات متعددة قد لا تتوافق مع الأحداث المتلاحقة .
- يواجه القائمون بالاتصال في الصحف محل الدراسة العديد من الصعوبات في إختيار فكرة صحفية ما والعمل عليها تمثلت أكثر هذه الصعوبات في القدرة على تنفيذ الفكرة وإمكانية الحصول على المعلومات التي تخصها بسبب عدم شفافية المصادر وإخفائهم للعديد من المعلومات المهمة وصعوبة الحصول على معلومات موثقة من جهات رسمية وتحديد المسئول عن معلومة محددة في أى جهة رسمية ،أيضا قيام بعض المصادر بإبداء تصريحات ما وفيها بعد أن يتم نشرها مما يضع الصحفي في موقف سيئ أمام رئيسه، خاصة أن المصدر لا يسمح له بالتسجيل خوفا من أى تصريح يدلى به ويجلب عليه المتاعب والمشكلات وهو ذات السبب الذى يجعل بعض المصادر لا يرغبون فى التحدث مع الصحفيين وقد مثلت هذه الصعوبات نسبة 89.2%.
- اتفق جميع أفراد العينة من جميع الصحف على أن كون الفكرة من نسج تفكير الصحفي ومختارة وفق قناعاته يجعل تنفيذها يتم بشكل أكثر براعة وحماس من جانب الصحفي عن الأفكار التى تكون تكليفا من رؤساء الأقسام والتي قد تكون على غير قناعات الصحفي ، وفى هذا الشأن أجمع كافة الصحفيين فى جريدة اليوم السابع على الحرية فى قبول الصحفي لفكرة أو رفضها وقيام زميل آخر بتنفيذها دون أن يتسبب ذلك فى مشكلة للصحفي ،فى حين كان هناك صعوبة فى رفضها من جانب صحفي الأهرام ،أما فى جريدة الوفد رأى الصحفيون أن هذا الأمر يتوقف على أسلوب رئيس القسم فى التعامل مع الصحفيين العاملين معه .
- كما أن كون الصحفي ينتمي لجريدة ذات توجه حزبي معارض قد يحرمه من الحصول على المعلومات بشكل وافى وقد يمتنع المصدر عن التحدث معه إذا كان معارض لسياسة الحزب وهو ما يواجهه صحفيو جريدة الوفد

آليات بناء الأفكار الصحفية في أجندة القائم بالاتصال في الصحافة المصرية

لكونهم يتبعون جريدة تصدر عن حزب الوفد المعارض وهو ما لم يعانیه الصحفيين في الصحف المدروسة الأخرى .

• كانت الأفكار السياسية هي أكثر الأفكار صعوبة في تنفيذها لدى صحفيي الأهرام حيث احتلت نسبة 80% لديهم ويرجع ذلك -كما رأى صحفيو العينة- لكون الأهرام جريدة قومية تحرص على الطابع المحافظ الذي تنتهجه ولتحفظ مصادر المعلومات في التحدث عن هذا النوع من القضايا وحجب معلومات هامة بشأنها، في حين كانت الأفكار الاقتصادية هي الأصعب لدى صحفيي الوفد بنسبة 40%، أما قضايا الفساد والاقتصاد كانت الأكثر صعوبة لدى صحفيي اليوم السابع بنسبة 50%، ولكن اجتمعت جميع أفراد العينة على كون الأفكار الاجتماعية هي الأسهل في تنفيذها لتعدد مصادرهما واعتمادها على العمل الميداني بشكل أكبر وكون مصدر المعلومات الرئيسي فيها هو رجل الشارع العادي الذي يتم تناول معاناته .

• برز نمط الملكية والسياسة التحريرية كمؤثرين على الصحفي في اختيار أفكاره بالنسبة الأكبر في جريدة الوفد حيث مثلت نسبة 83,3% وذلك لكون الجريدة تتبع حزب الوفد وتتمثل أهداف سياستها التحريرية في التعبير عن سياسة الحزب وتوجهاته ورؤيته للأحداث والقضايا المختلفة في المجتمع .

• وقد أوضح الصحفيون بالوفد أنه في حالة تعرض أفكارهم لل منع من النشر لهذا السبب يقومون بنشرها في جريدة أخرى أو يقوم بمعالجتها بمضمون أقل حدة عما كان مخطط له لتحظى بالنشر معتمدا على ذكاء القراء في فهم المعنى المقصود فيما بين السطور وهو ما مثل نسبة 10% من العينة لكل منهما أي مثلا نسبة 20% معا، في حين كانت نسبة من يستبعدون أي فكرة ممكن أن تتعارض مع سياسة الجريدة من البداية في ضوء معرفتهم بهذه السياسة التحريرية من خلال الممارسة اليومية ويختارون ما يتوافق معها 70%، بينما 10% لم يراعوا هذه السياسة نظرا لأن موضوعاتهم كانت اجتماعية لا تتعارض مع رؤية الحزب السياسية .

• أكد الصحفيون بالأهرام أن هذا التأثير يتضح في القضايا السياسية التي تتعلق بالأمن القومي للبلاد وإن اختلف الأمر بعد ثورة 25 يناير بكثير حيث رأوا أن مساحة حريتهم في تناول الموضوعات أصبحت أكبر، ولكن أوضح 50% من العينة أنهم يحاولون تطويع أفكارهم وفق السياسة التحريرية

لتحظى بالنشر، أما صحفيي اليوم السابع أوضحوا أن هذا التأثير يتضح عند تناول موضوع يخص أحد رجال الأعمال ذو العلاقة مع المالك في حالة عدم وجود إثباتات قوية على المعلومات التي لديهم بشأنه وغير ذلك لا يشعرون بأي قيد عليهم في موضوعاتهم، حيث أوضح 60% منهم أنهم يشعرون بالحرية في التفكير في الموضوعات وطريقة تغطيتها ولكن مع ضرورة وجود ما يثبت معلوماتهم من مستندات لتكون دعم قوى للموضوع .

• أوضح الصحفيون في جريدة الوفد أن وجود موقع إلكتروني لجريدتهم أتاح لهم عرض الفيديوهات الخاصة بالموضوعات التحريرية التي ينشرونها في النسخة الورقية مما يكون أكثر دعما وتوضيحا للفكرة التي نفذها الصحفي ، كما أتاح- حسب آرائهم- للصحفي أن يعلن عن المعلومة التي توصل إليها في حينها ويحقق سبق في الحال مع نشر التفاصيل في النسخة الورقية بعد الحصول عليها كاملة من مصادر المعلومات في اليوم التالي ، وهو ما اتفق معهم فيه صحفيو اليوم السابع، في حين رأى أغلب صحفيي الأهرام أن موقع الجريدة لم يحقق ميزة مضافة لهم في عملهم الصحفي حيث أن الجريدة تنشر موضوعاتهم على موقعها كما هي دون تغيير.

• اعتبر القائمون بالاتصال التعليقات التي تأتي إليهم على موضوعاتهم المنشورة ويتم تحميلها على موقع الجريدة الإلكتروني أحد أدواتهم في معرفة رجع صدق ما ينشرونه لدى الجمهور بنسبة 29,7% كما أكدوا استفادتهم بما يرسلونه القراء في تعليقاتهم من معلومات قد يستفيدون بها في عمل متابعة للموضوع المنشور أو الإيحاء بفكرة جديدة تصلح للتنفيذ وهو ما مثل النسبة الأكبر حيث بلغت 70,3%.

• يلعب التنافس مع الصحف الأخرى الدور الحافز للصحفيين في جميع الصحف محل الدراسة لمزيد من الأفكار المتميزة بينما التنافس الداخلي بينهم وبين زملائهم في نفس الجريدة رأيت الغالبية منهم أنه لا يكون في الأفكار ولكن في جودة الكتابة والأسلوب ، وأن التنافس مع الصحف الأخرى يكون الأقوى لرغبتهم في الارتقاء بجريدتهم بموضوعاتهم جميعا في مقابل الصحف الأخرى .

• يفضل أغلب الصحفيين في جريدتي الوفد واليوم السابع التعاون مع زملائهم في تنفيذ الأفكار الصحفية الكبيرة لما يتيح هذا التعاون من قدرة على تغطية

آليات بناء الأفكار الصحفية في أجندة القائم بالاتصال في الصحافة المصرية

كافة الزوايا التي تتعلق بالفكرة الصحفية حيث يسمح ذلك بعدم تشتت الصحفي مع أكثر من مصدر ويوفر عليه الوقت الطويل في تنفيذها، كما أنه يؤدي إلى تطوير الفكرة لوجود أكثر من رؤية لها، في حين لم يفضل ذلك صحفيو الأهرام .

- رأى الصحفيون في جميع الصحف المدروسة أن عمل الصحفي في أكثر من جريدة يعد مؤثرا سلبيا على أسلوب الصحفي في إنتاج أفكاره حيث يؤدي به إلى تشتت الفكر وعدم القدرة على العطاء بشكل مهني سليم في كافة الصحف التي يعمل بها، حيث أنه سيفضل إحداها على الأخرى سواء لكونها المعين بها رسميا أو على أساس الدخل المادي الذي يتحصل عليه منها فيقدم المضمون الأفضل للجريدة التي تقدم له الإمكانيات المادية الأفضل وفي كل الأحوال يكون ضد المهنية المفترض أن يتميز بها الصحفي، في حين رأى صحفي واحد في اليوم السابع أن هذا يعد سبيل لتزويد مصادر معلوماته .
- أوضح الصحفيون أن ما يجعل الصحفي محترفا في إنتاج أفكار صحفية متميزة وجديدة المتابعة المستمرة للأحداث الجارية والإطلاع على ما يتم نشره وتناوله في وسائل الإعلام المختلفة والبرامج التليفزيونية ومواقع الانترنت والتواصل الإجتماعي بنسبة 70,7% لإكسابه الخبرة من الممارسة العملية والإطلاع على المواد الإعلامية المختلفة، وأن يتم النظر لما بين السطور فيما يقال في وسائل الإعلام مع وضع اهتمامات القراء في اعتباره لأنهم المستهدفون من نشر هذه الأفكار والمراد جذبهم للموضوعات المنشورة .

خلاصة النتائج:

هدفت الدراسة إلى بحث آليات بناء الأفكار الصحفية في أجندة القائم بالاتصال

في الصحافة المصرية وقد توصلت إلى النتائج التالية :

- إعتاد الصحفي بالدرجة الأكبر في إستقاء الأفكار الصحفية وبناء أجندته على الأحداث الجارية والمواد المنشورة بالوسائل الإعلامية المختلفة سواء كانت صحف أو تليفزيون أو مواقع إخبارية ومعرفة إهتمامات القراء لتكون الأفكار متواكبة مع الأحداث زمنيا وتعبر عن القراء ومشاكلهم .
- تبين أن الحصول على المعلومات التي تخص الفكرة وطريقة تعامل مصدرها مع الصحفي هو الصعوبة الأقوى في إختيار الصحفي لفكرة ما وتنفيذها بسبب عدم

آليات بناء الأفكار الصحفية في أجندة القائم بالاتصال في الصحافة المصرية

- شفافية المصادر وإخفائهم للعديد من المعلومات المهمة ووجود صعوبة في الحصول على معلومات موثقة من جهاتها الرسمية .
- يواجه صحفيو جريدة الوفد بسبب إنتمائهم لجريدة حزبية صادرة عن حزب معارض صعوبة في الحصول على المعلومات من المصادر فقد يمتنع المصدر عن التحدث معهم والإدلاء بمعلومات إذا كان معارض لسياسة الحزب وقد يصل الأمر لتعرض الصحفي لمخاطر في حالة تغطيته للأحداث ميدانيا .
- تبين أن الأفكار السياسية هي الأكثر صعوبة في تنفيذها لدى صحفيي الأهرام بينما كانت الأفكار الإقتصادية الأكثر صعوبة لدى صحفيي الوفد واليوم السابع التي كانت قضايا الفساد تمثل لها صعوبة في معالجتها أيضا لما تحتاجه من مستندات تدعم ما ينشرونه من معلومات ، في حين كانت الأفكار الإجتماعية هي الأسهل في التنفيذ والمعالجة في رأى جميع أفراد العينة .
- كان التأثير الأكبر لنمط الملكية والسياسة التحريرية للجريدة على الصحفيين العاملين في جريدة الوفد لكونها جريدة حزبية تهدف إلى التعبير عن سياسة الحزب وتوجهاته بإستبعاد أفكار معينة من المعالجة أو جعلها ملائمة لتلك السياسة من البداية في ضوء الممارسة المهنية للصحفي ومعرفة بها ، في حين كان الصحفيون في جريدة اليوم السابع أكثر أفراد العينة حرية في إختيار الأفكار .
- مثلت تعليقات القراء على المواقع الإلكترونية للصحف محل الدراسة التي تأتي للصحفيين على موضوعاتهم المنشورة أداة هامة لمعرفة رجوع صدى تلك الموضوعات لدى القراء ورؤيتهم لها ، كما أوضحوا أنهم كثيرا ما يحصلون منها على معلومات تفيد الموضوع المنشور لمتابعته أو توجي بأفكار جديدة ينفذونها فيما بعد .
- أوضح الصحفيون أن التنافس مع الصحف الأخرى يؤدي إلى السعي إلى إنتاج أفكار صحفية متميزة وتغطية زوايا لم تقدمها تلك الصحف للإرتقاء بصحفيتهم وتميزها، أما التعاون مع زملاء العمل فكان لهم أداة يقوم من خلالها الصحفيون بتطوير أفكارهم الصحفية وإنجاز الأفكار المتشعبة الزوايا لتوفير الوقت في تغطيتها من كافة مصادرها .
- أكد الصحفيون أن الصحفي يكون محترف في إنتاجه للأفكار الصحفية من خلال الممارسة والخبرة في العمل الصحفي مع الإطلاع الدائم على الأحداث الجارية ولكل ما ينشر بوسائل الإعلام ومواقع الإنترنت ومواقع التواصل الإجتماعي ومراعاة ما يهم القراء ليعبر عنه .

آليات بناء الأفكار الصحفية في أجندة القائم بالاتصال في الصحافة المصرية

مصادر الدراسة:

- (1) محمد منير حجاب، مدخل إلى الصحافة، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2010)، ص224.
- (2) _____، مرجع سابق، ص 226.
- (3) حسنين شفيق، صناعة الصحفي، (القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، 2010)، ص60.
- (4) Smith Jachie .et.al, From Protest to Agenda Building: Description Bias in Media Coverage of Protest Events in Washington, D.C., Social Forces, 2001, Vol.79, No. 4, PP.1397-1423.
- (5) ماجدة مراد، العوامل المؤثرة على بناء القائم بالاتصال لأجندة الأخبار في الإذاعة المصرية، (المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 28، يونيو 2007)، ص 202.
- (6) برلنت محمد نزيه، أولويات واتجاهات الجمهور نحو قضايا المرأة المقدمة في الصحف والتلفزيون المصري " دراسة مسحية"، دكتوراه، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2011).
- (7) هبه شاهين، معايير بناء أجندة القضايا العامة المقدمة في برامج الرأى بالقنوات التلفزيونية المصرية الحكومية والخاصة " دراسة في القائم بالاتصال"، (المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 33، يونيو 2009)، ص 463.
- (8) ماجدة مراد، العوامل المؤثرة على بناء القائم بالاتصال لأجندة الأخبار في الإذاعة المصرية، (المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 28، ديسمبر 2007)، ص201.
- (9) سهام محمد عبد الخالق، معايير تكوين أجندة الأخبار الخارجية في نشرة الأخبار بالتلفزيون المصري وتأثيرها على اتجاهات الجمهور نحو النشرة والدول مصدر الأحداث، دكتوراه، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2005).
- (10) حنان عبد الفتاح بدر، صورة مصر والمصريين في الصحافة الألمانية: دراسة للمضمون والقائم بالاتصال، ماجستير، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2005).
- (11) سماح رضا ذكي، دور وكالات الأنباء الدولية والوكالات العالمية المصورة في بناء أجندة وسائل الإعلام المصرية بالنسبة للأخبار والقضايا الخارجية، ماجستير، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2001).
- (12) Wolfram Peiser, Setting The Journalist Agenda: Influences From Journalists' Individual Characteristics And From Media Factories, Journalism Quarterly, Vol.77, No. 2, PP.243-257.
- (13) أحمد عرابي الترك، أثر الخصائص المهنية والنفس إجتماعية للصحفيين الفلسطينيين على إتجاهاتهم نحو الاحتراف المهني، دكتوراه، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2009).
- (14) حسن محمد أبو حشيش، بيئة العمل في الصحف الفلسطينية دراسة لواقع الصحف والقائم بالاتصال، دكتوراه، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2004).

آليات بناء الأفكار الصحفية في أجندة القائم بالاتصال في الصحافة المصرية

- (15) هداية صالح شمعون، الواقع المهني للإعلاميات الفلسطينيات في قطاع غزة، ماجستير، (جامعة الدول العربية: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، معهد البحوث والدراسات الإعلامية، قسم الدراسات الإعلامية، 2009).
- (16) أميمة محمد عمران، مصداقية مصادر المعلومات لدى القائم بالاتصال في الصحافة المصرية: دراسة ميدانية، (المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 34، أكتوبر 2009)، ص 469.
- (17) أميرة عبد الفتاح محمد، استخدام الأخبار المجهلة في الصحف المصرية: دراسة للمضمون والقائم بالاتصال، ماجستير، (جامعة عين شمس: كلية الآداب، قسم الإتصال وعلوم الإعلام، 2008).
- (18) محمد السيد عفيفي، إتجاهات الصحفيين المصريين نحو القوانين المنظمة للعمل الصحفي في مصر وتأثيره على الأداء المهني، ماجستير، (جامعة المنوفية: كلية الآداب، قسم الإعلام، 2007).
- (19) هبه كمال نوفل، العوامل المؤثرة في الأداء الإتصالي للمراسل الدولي وانعكاساتها على التدفق الإخباري في ظل ثورة معلوماتية: دراسة ميدانية، (المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 26، مارس 2006)، ص 327.
- (20) محمد محمود نصر الدين، الصحف المصرية الصادرة عن شركات مساهمة دراسة تقويمية للفن الصحفي والأداء المهني، ماجستير، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2005).
- (21) هيفاء ربيع المعشي، دور الصحافة البيئية في التنمية السياسية في اليمن (معالجة في إطار مفاهيم الثقافة السياسية) دراسة تحليلية وميدانية خلال حقبة التسعينات، دكتوراه، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2004).
- (22) إبراهيم على البهي، الإعلام الدبلوماسي في الصحافة المصرية دراسة تحليلية للمضمون خلال النصف الأول من التسعينات مع دراسة حالة للقائم بالاتصال، ماجستير، (جامعة جنوب الوادي: كلية الآداب، قسم الإعلام، 2002).
- (23) سلام عبده، الخطاب الصحفي الانتخابي لأحزاب المعارضة دراسة تحليلية بالتطبيق على انتخابات مجلس الشعب لعام 2000، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 2، العدد 4، أكتوبر/ديسمبر 2001).