تأثير وسائل الإعلام الحديثة على تشكيل أجندة وسائل الإعلام التقليدية

دراسة تطبيقية على أهم قضايا الرأي العام بعد ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١

ا. آيات صلاح

المدرس المساعد – قسم العلاقات العامة والإعلان
كلية الإعلام – جامعة الأهرام الكندية

مقدمة

طرحت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات مفاهيم ومداخل جديدة لم تكن موجودة من قبل، لعل أهمها أننا نعيش عصر ديمقراطية الإنترنت من خلال تقديم إمكانات وقدرات جديدة للجمهور تساعده في إنتاج واكتساب المعلومات وتداولها، وتسجيل الآراء، علاوة على المشاركة المباشرة في صنع السياسة العامة، وهو ما دفع الكثير من المنظمات والأفراد إلى تبني هذا البديل الجديد من وسائل الاتصال في عملية نشر المعلومات وتداولها، وهي العملية التي أدت إلى كشف قصور وسائل الإعلام التقليدية ، وبعد كل هذا الكم الهائل من التطور والذي نجم عنه من حراك شعبي وتغييرات مسارات دول وأنظمة. انتبه العالم في الفترة الأخيرة للأهمية المتنامية للإعلام البديل في مخاطبة الرأي العام ، إن هذا الإعلام لا ينفصل عن الحياة الاجتماعية، عن السياسة ولا حتى عن الأيديولوجيا؛ وهو إعلام فردي (ينطلق من أسفل إلى أعلى)، يمثل نبض الناس، ويعبر عنهم وعن همومهم .

وهذا ما تتناوله الدراسة هل نحن بصدد إعلام بديل عن وسائل الإعلام التقليدية المقروءة والمسموعة والمرئية؟ أم أننا بصدد وسائل اعلامية حديثة تعكس النمو والتطور التقني لوسائل الإعلام التقليدية كجزء من ثورة تكنولوجيا الاتصالات الحديثة ولا يعنى ذلك الاكتفاء بها عن دونها أو أن تكون بديلة عن تلك الوسائل التي الفناها، حيث بدأت ومازالت تسعى وسائل الإعلام التقليدية مواكبة هذا التطور في الاتصالات الحديثة عبر إدخالها الكثير من التقنيات التي أثبتت من خلالها قدرتها على التجديد وعدم القدرة على الاستغناء عنها من أجل الاستفادة منها.

حيث شهدت شبكة الإنترنت نمواً ملحوظاً في أوائل عقد التسعينيات، وتطورت شبكة الويب العالمية، وأعطت دفعة جديدة لجميع وسائل الإعلام بأشكالها كافة، حيث جعلت خصائص التفاعلية والحالية ولا محدودية المساحة، التي أتاحتها الإنترنت من هذه الشبكة، وسيلة مثلى للنشر الإلكتروني، فضلاً عن الكُلفة المنخفضة، وسهولة التنقل عبر الحدود الجغرافية، وإمكانية توظيف عناصر الوسائط المتعددة في الوسيلة الجديدة كعناصر جاذبة للناشرين.

ومن ثم تسعى الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تلعبه وسائل الاعلام الحديثة من مواقع تواصل اجتماعي ومواقع إخبارية إلكترونية على بناء أجندة وسائل الإعلام التقليدية متمثلة في الصحف بمختلف اتجاهاتها وأنماط ملكيتها سواء القومية، الحزبية، والخاصة، لأهم قضايا الرأي العام بالتطبيق على قضايا الإرهاب في مصر، خاصة أن عدداً كبيراً من الدراسات الأجنبية والعربية اهتمت بدراسة الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام الحديثة في تشكيل بناء أجندة الجمهور تجاه قضايا الإرهاب، في حين ندرتها في دراسة التأثير على بناء أجندة وسائل الإعلام الأخرى (صحف، تليفزيون، وراديو)، فضلاً عن انه قد تبين من خلال مسح التراث العلمي للدراسات ندرتها في تناول قضايا الإرهاب في مصر وبخاصة بعد ثورة 25 يناير 2011. وهو ما يعطي أهمية للدراسة في كونها تهتم بالإجابة على التساؤل الرئيسي لنظرية بناء الأجندة وهو من يضع أجندة وسائل الإعلام؟ بدلاً من الإجابة على تساؤل الماضي لنظرية وضع الأجندة من يضع أجندة الجمهور؟ عن طريق تسليط الضوء على قضايا محددة لإبرازها للرأي العام ، مما يوضح الدور الذي يلعبه القائم بالاتصال في بناء أجندة الوسائل الإعلامية، حيث اتضح في العديد من الدراسات السابقة تأثير الوسائل الإعلامية الحديثة على دور القائم بالاتصال ولكن دون التركيز في التناول على قضايا الإرهاب داخل مصر.

بالإضافة إلى ذلك لم يتطرق أياً منها للتحليل الكيفي لمحتوى قضايا الإرهاب داخل الصحف المصرية بجانب دراسة دور القائم بالاتصال في ذلك، وهذا ما تهتم به هذه الدراسة.

كما تتجلى أهمية الدراسة في كونها الأولى في مجال البحوث والدراسات الإعلامية التي تستخدم أسلوب تحليل محتوى شبكات التواصل الاجتماعي متمثلة في "الهاش تاج" عن طريق برامج وتطبيقات الكترونية غير قابلة للتحيز البشري، مما يفيد هذه الدراسة في التأكيد على قوة الأحداث والقضايا الإرهابية ورجع صداها بين الرأي العام بالمقارنة بما تحويه مضامين الصحف بمختلف أنماطها.

الدراسات السابقة

المحور الأول – الدراسات السابقة في مجال وضع الأجندة:

هناك مجموعة من الدراسات التي اهتمت بوضع أجندة وسائل الإعلام والرأي العام ، وقامت الدراسة بعرض هذه الدراسات مقسمه إلى مجموعتين على النحو التالي: –

1–دارسات سابقة تناولت وضع أجندة وسائل الإعلام:

اهتمت عدد من الدراسات بالتعرف على خصائص إعداد أجندة وسائل الإعلام ، منها دراسة سى هيل كم (Sei Hill Kim 2012) [1] التي سعت للتعرف على خصائص إعداد أجندة وسائل الإعلام من حيث تغطيتها الإخبارية للأحداث وتأثيرها على اتجاهات الرأي العام في كوريا الجنوبية حول قضية نقل العاصمة الإدارية عام 2004 وذلك بالتطبيق على عينة قوامها 68 مفردة من النشرات الإخبارية في ثلاث محطات تليفزيونية ، وكيفية تقييم الجمهور للقضايا المثارة بناءاً على تعرضهم لتلك النشرات الإخبارية التليفزيونية ، وكانت أهم ما توصلت

إليه هذه الدراسة أن هناك تأثير لأجندة وسائل الإعلام على اهتمامات الجمهور، كما أوضحت الدراسة ان بحوث الأجندة في أمريكا قد أثبتت أن الصحف توثر في تشكيل الوسيلة أكثر من التليفزيون وذلك لمحدودية وسطحية تناول التليفزيون للقضايا.

ومن حيث دور التكنولوجيا الحديثة في التأثير على أجندة وسائل الإعلام قامت دراسة باكر فيكتور Bekkers) (2011, Victor [2] بهدف التعرف على دور الإعلام التكنولوجي الحديث في وضع الأجندة السياسية للإعلام وتوصلت إلى أن وسائل الإعلام الحديثة بما فيها شبكات التواصل الاجتماعي والرسائل الوسائطية قد لعبت دوراً هاماً في تحويل مسار عملية وضع الأجندة السياسية في هولندا من خلال التفاعل بين الوسائط الحديثة بالإضافة إلى أن تدعيم هذه العملية قد خلق مفاجئات استراتيجية للمنظمات وصناع القرار.

وقد اتفقت دراسة ميرازشارون Meraz Sharon) (2011, مع هذه النتائج، وأضافت إليها من خلال التطبيق على عينة من المنتديات الأمريكية قوامها 18 مفردة و12 غرفة أخبار سياسية عبر المنتديات و2 من جهات النخبة الإخبارية التقليدية بالتطبيق على ثلاث قضايا في عام 2007 أن وسائل الإعلام التقليدية لم تتمكن من وضع أجندة شبكات المنتديات السياسية في حين استطاعت المنتديات السياسية التأثير على وضع أجندة وسائل الإعلام التقليدية وأنها مرتبطة ارتباطا وثيق بوسائل الإعلام الحديثة وما يقترحه الارتباط الشعبي.

أما بالنسبة إلى دور القائم بالاتصال في بناء أجندة الوسيلة الإعلامية فقد سعت مجموعة من الدراسات للتعرف على هذا الدور وأهميته، منها دراسة هبه شاهين(2009) التي سعت للتعرف على معايير بناء أجندة القضايا العامة المقدمة في برامج الرأي بالقنوات التليفزيونية المصرية الحكومية والخاصة ودور القائم بالاتصال (حارس البوابة) في ذلك، وتوصلت إلى أن هناك مجموعة من الضغوط التي يتعرض لها حارس البوابة في وضع أجندة الوسيلة؛ وأن الضغوط الاقتصادية، ضغوط وسائل الإعلام وضغوط السلطة تختلف من وسيلة إلى أخرى ، بينما لا توجد فروق بين وسائل الإعلام في الضغوط المؤسسية، ضغوط الجمهور وضغوط المصادر[3] .

كما سعت مجموعة من الدراسات إلى التعرف على تأثير المصادر في بناء الأجندة ومنها دراسة ماركس مسنر (Marcus Messner,2008) التي سعت للتعرف على استخدام الإعلام التقليدي والمنتديات الإلكترونية بعضهم البعض كمصادر للأخبار وتوصلت النتائج إلى أن المصادر لديها القدرة على التأثير في أجندة أخبار وسائل الإعلام وان وسائل الإعلام يمكن أن تكون بمثابة مصادر لبعضها البعض في ظروف معينة ، ووجدت الدراسة بعد تحليل عينة قوامها 2059 مفردة من مواد صحفية خلال 6 سنوات من صحف نيويورك تايمز وواشنطن بوست أن اعتماد الصحف على المدونات كمصادر موثقة في تزايد مستمر في حين وجدت الدراسة خلال نفس الفترة الزمنية اعتماد 120 مدونة فقط على وسائل الإعلام التقليدية كمصادر[4] .

وعلى الرغم من وجود هذا التأثير الذى أشارا اليه ستيفن وبيتر Stefaan walgrave & Peter van aelst) (2006, في دراستهما عن التأثير الغير مباشر من تقارير الصحف والراديو على مراسلي التليفزيون التي وصفت في عدد من الدراسات بأنها وضع الأجندة الوسطى Intermedia agenda setting (Roberts &McCOMBS 1994, Butter ,1998) والتي أوضحت ان الاتصال اليومي بين الصحفيين والبيئة الإعلامية المنافسة خلق درجة عالية من التقارب بين الوسائل الإعلامية المختلفة فيما يتعلق بالقضايا والمصادر، الا ان العديد من الدراسات وجدت تباين بين وضع الأجندة السياسية للتليفزيون والصحف وتأثيرهم على الأجندة السياسية [5] . ,Kleinni jenhuis) 2003, Palmgreen & Clarke,Trumbo 1995)

وحول هذه العلاقة بين الصحفيين وبين الوسائل الإعلامية الحديثة المنافسة سعت دراسة بيتر فيرويج (Peter Verwij 2012) إلى التعرف على طبيعة العلاقة بين المراسلين والصحفيين والسياسيين وذلك عبر شبكة تويتر من خلال التغريدات والمتابعات وايضاً من خلال الاعتماد على الاخبار وتدفقها بين الطرفين. [6]

وقد ركز الباحثون اهتماماتهم البحثية على التعرف على العلاقة بين مصادر الأخبار في وسائل الإعلام وأثرها في تشكيل أجندة وسائل الإعلام والقوى الفاعلة في أحداث هذه الأجندة ومنها دراسة جمال عبد العظيم(2003) [7] ودراسة سماح رضا زكى (2002) [8] ، وتوصلوا إلى:

١-وجود تأثير كبير لمصادر الأخبار وخاصة وكالات الأنباء في تشكيل أجندة معظم الصحف المصرية في أخبارها الخارجية.

٢-اختلاف تناول الصحف للمضمون الأكثر اهتماماً حسب نوعها حيث وجد أن الصحف الحزبية هدفها الرئيسي هو تقديم السلبيات والأخبار المعارضة في حين كان الهدف الرئيسي للصحيفة الرسمية الاهتمام بأخبار الحكومة ووزرائها ثم أخبار الولايات المتحدة الأمريكية ثم القيادات العربية وهذا يدل على أن بناء أجندة كل صحيفة يرجع إلى سياستها وحسابتها الخاصة التي تختلف عن الصحف الأخرى.

٣-يختار الصحفيون (حراس البوابة) ما يقدمونه في وسائل الإعلام من خلال عدد كبير من المصادر والأحداث وفقاً لاعتبارات مؤسسية تحكمهم في العمل.

ومن جانب أخر سعت العديد من الدراسات للتعرف على أهمية الاخلاقيات المهنية لدى القائم بالاتصال الصحفي التقليدي والصحفي المواطن ومنتجي الإعلام الجديد ومنها دراسة دعاء الغوابي وانجي رجب (2014) التي كشفت عن ان القائمين بالاتصال في بيئة الاعلام التقليدي أكثر التزاماً بالأخلاقيات ومعايير المهنية الإعلامية أكثر من القائمين بالاتصال في الإعلام الجديد، كما توصلت الدراسة إلى أن معظم الإعلاميين أكدوا على أن الانترنت جعلهم أكثر يسراً ودقة في عملهم الإعلامي، وذلك من خلال تبادل المعلومات[9] .

كما ركزت العديد من الدراسات على وضع الأجندة الوسطي Intermedia Agenda Setting منها دراسة جونجسوب ليم (Jeoangsub Lim 2011) التي أكدت ما ذكرته دراسة سماح رضا زكى2002 ودراسة جمال عبد العظيم 2003 من حيث أن طبيعة وسائل الإعلام من حيث تأثير أجندة وسائل الإعلام الأخرى تختلف من وسيلة إلى أخرى فوسائل الإعلام يمكن أن يكون لها مواقف مختلفة في التحرير، والآراء السياسية، أو حتى المواقف الايدلوجية هذه المتغيرات تخدم الظروف الطارئة ذات المغزى والتي تعزز أو تضعف تأثير وضع الأجندة الوسطى، لذلك فإن مسألة كيفية الاستجابة للمواقع الإخبارية لتغطية وسائل الإعلام الأخرى لا يزال دون إجابة [10] .

وأكدت بعض الدراسات الأخرى في وضع الأجندة الوسطى أن هناك علاقة بين وسائل الاعلام التقليدية ووسائل الإعلام الحديثة وأن هناك تأثير لوسائل الإعلام الحديثة على وسائل الاعلام التقليدية، ومنها دراسة أميرة فتحي(2015) التي سعت للتعرف على دور مواقع الإعلام البديل بمصادره المختلفة في بناء أجندة نشرات الأخبار التليفزيونية المقدمة في الإعلام المصري على مستوى القنوات الرسمية والخاصة، واستخدمت الدراسة استمارة الاستبيان على القائم بالاتصال لقياس مدى تأثير الإعلام البديل عليه في بناء أجندة قنوات الأخبار في قناتي النيل للأخبار الحكومية وال ON TV الخاصة لعينة قوامها 44 مفردة ، وتوصلت نتائج الدراسة إلى ما يلي:-

1-اعتماد القائمين بالاتصال في القنوات الخاصة والحكومية على الاعلام البديل في تغطية كافة أشكال الأخبار المختلفة.

2-لا توجد علاقة بين اعتماد القائم بالاتصال على الاعلام البديل وتغييره في بناء أجندة الأخبار الرئيسية للقنوات.

3-لا يوجد فرق بين اعتماد القائم بالاتصال في القنوات الخاصة والقنوات الحكومية على الاعلام البديل في بناء أجندة نشرات الأخبار الرئيسية [11] .

دراسة ميراز شارون (Sharon Meraz 2011)التي كشفت أن وسائل الاعلام التقليدية لم تتمكن من وضع أجندة المنتديات السياسية وأن أجندة المنتديات على الانترنت قادرة على وضع أجندة وسائل الإعلام التقليدية، كما أشارت إلى زيادة الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام التقليدية والمنتديات السياسية [21] . فضلاً عن ذلك أظهرت عدد من الدراسات الحديثة وجود علاقة بين وسائل الإعلام التقليدية وأحاديث الناس على وسائل إعلام الانترنت.

(Usha M Rodrigues 2013) [13]

كما اهتمت مجموعة أخرى من الدراسات بوضع الأجندة الوسطى بين الصحف وبعضها البعض منها دراسة دانيالين ورس (Danielian & Reese 1989)، التي قارنت بين مستويات تغطية أخبار الكوكايين في 4 صحف و3 نشرات أخبار تليفزيونية خلال 40 اسبوعاً من 30 مارس 1986 إلى 31 ديسمبر 1986 ووجد الباحثان أن تغطية الكوكايين لصحيفة النيويورك تايمز New York times أثرت بشكل كبير وملحوظ على صحيفة واشنطن بوستWashington post ، ولوس انجلوس تايمز Los Angeles Times، وان بي سي N B C، وايه بي سي A B C، وكان هذا النمط مدعوماً من قبل مؤامرة للتغطية تهدف وتؤدى إلى مزيد من التأثير من صحيفة النيويورك تايمز بشأن الاهتمام بهذه القضية في الصحف لوضعها بأجندة وسائل الاعلام الأخرى [14] .

2-دراسات سابقة تناولت وضع أجندة الجمهور:

استهدفت العديد مجموعة من الدراسات التعرف على تأثير ودور أجندة الصحف على ترتيب أولويات أجندة جمهور الرأي العام ومنها دراسة نادية عبد النبي (2009) [15] التي سعت للتعرف على العلاقة بين أولويات قضايا الإصلاح الاجتماعي المعروضة في الصحف المصرية وبين أولويات اهتمام الجمهور بهذه القضايا، والتي توصلت إلى وجود علاقة متبادلة تؤثر في شدة العلاقة بين أجندة الصحف المصرية وأجندة الجمهور وفقاً لتأثيرات متغيرات مختلفة، كما وجدت أن هناك علاقة طردية بين درجة الثقة في الصحف وبين أولويات الجمهور.

كما اتفقت دراسات كل من لمياء البحيري (2002) [16] ، سها مصطفى (2002) [17] ، وهدى باقر (2003) [18] مع نفس هذا الهدف الرئيسي وهو التعرف على تأثير أجندة الصحف على ترتيب أولويات واهتمامات أجندة الجمهور ولكن من حيث قضايا في مجالات أخرى مختلفة سياسية، دينية، وقضايا عامة وتوصلوا إلى النتائج التالية: -

١-القضايا السياسية تحتل المرتبة الأولى في ترتيب القضايا في الصحف

٢-قدرة الصحف على وضع أجندة الجمهور بالقضايا القومية والطارئة

٣-وسائل الإعلام هي اهم مصادر معلومات الأحداث والقضايا الدينية لدى الجمهور المصري

٤-وجود ارتباط إيجابي بين أجندة القضايا الدينية في الصحف المصرية وبين أجندة الجمهور المصري

٥-وجود علاقة بين أجندة الموضوعات السياسية في الصحف وأجندة القضايا السياسية للجمهور

بالإضافة إلى ذلك سعت مجموعة من الدراسات للتعرف على دور وسائل الإعلام والجماعات المرجعية في تشكيل الاهتمامات بالقضايا لدى الرأي العام ومنها دراسة خالد صلاح (2003) [19] التي سعت لرصد التفاعل بين دور وسائل الإعلام والجماعات المرجعية في تشكيل معارف الراي العام المصري بشأن القضايا المجتمعية البارزة خلال فترة زمنية معينة.

وتوصلت إلى أن وسائل الإعلام قد تفوقت على الجماعات المرجعية وذلك بوصفها المصدر الأول للمعلومات عن الأحداث والقضايا المجتمعية البارزة، كما أوضحت أهمية الدور الذى تقوم به التوجهات الفكرية والمعرفية للجماعات المرجعية حيث أثرت في تحديد القضايا المجتمعية الهامة لدى الرأي العام.

المحور الثاني- دراسات سابقة تناولت وسائل الإعلام الحديثة والتقليدية:

اهتمت مجموعة من الدراسات بالتعرف على دور وسائل الاعلام الحديثة والتقليدية معاً في تكوين الصور الذهنية وتشكيل المعارف لدى الجمهور تجاه قضايا مجتمعية أو أحداث سياسية وغيرها أو مفاهيم مختلفة ومنها دراسة مايا أحمد (2015) ودراسة خالد صلاح (2009) واتفقوا في استخدام دراستهما لنظرية الاعتماد على وسائل الاعلام Media Dependency، ولقد سعت دراسة خالد صلاح للتعرف على دور الإعلام التقليدي والجديد في تشكيل معارف الرأي العام نحو قضايا الديمقراطية وتحدياتها في مصر وذلك في إطار تحليل الخطاب الإعلامي الوارد في الصحف والتليفزيون والمدونات السياسية واعتمدت الدراسة

على نظرية الاعتماد، وطبقت عينة الدراسة على جريدة الأهرام، الوفد، والأهالي، وبالنسبة للتليفزيون تم اختيار خمس برامج تليفزيونية هم: البيت بيتك، العاشرة مساءاً، واحد من الناس، 90 دقيقة، 48 ساعة، بالإضافة إلى مدونات راديو السادس من إبريل، وقد تم تطبيق الدراسة على عينة قوامها 420 مفردة ، وكانت اهم نتائجها أنه كلما زاد اعتماد الرأي العام على الخطاب الإعلامي للوسيلة الإعلامية سواء كانت تقليدية أو جديدة زادت احتمالات تبنيه لأطروحات تلك الوسيلة وتفسيرها للواقع السياسي في تشكيل اتجاهاته، وتحديد موقفه إزاء قضايا الديمقراطية وتحدياتها [20] ، أما دراسة مايا أحمد استهدفت التعرف على المصادر التي يعتمد عليها الشباب المصري في تكوين معرفته ومعلوماته التي يترتب عليها تشكيل صوره الذهنية عن المجتمعات الغربية التي تمثل عالماً مغايراً ومخالفاً للمجتمع العربي عموماً والمصري خاصة في العادات والتقاليد والثقافة والقيم، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها الكشف عن اهتمام الشباب المصري عينة الدراسة بأخبار وقضايا المجتمعات الغربية، وهو الأمر الذي يعد طبيعياً في ظل ما عاصره المجتمع المصري من ثورتين متعاقبتين هما ثورة 25 يناير وثورة 30 يونيو، فضلاً عن ذلك تبين ارتفاع التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لدى عينة الدراسة من الشباب المصري نتيجة الاعتماد على وسائل الاعلام الجديدة أكثر من الاعتماد على وسائل الاعلام التقليدية [21] ، واتفقت معها نتائج دراسة كلاً من جيهان يحيي (2014) [22] ، وماجدة عبد المرضي (2014) [23] من حيث اعتماد الجمهور المصري باختلاف فئاته على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات وتطور الأحداث الذي يترتب عنه تأثير سلوكي أو وجداني نحو قضايا هامة في المجتمع .

في حين رأت مجموعة من الدراسات اعتماد الجمهور على الانترنت وبخاصة مواقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى قبل وسائل الاعلام التقليدية في الحصول على المعلومات والمعارف الثقافية ومنها دراسة كلاً من نعيم فيصل (2012) [24] ، ونجلاء فتحي (2011) [25] .

وعلى العكس توصلت دراسة نصير صالح (2014) إلى أن نماذج الإعلام الجديد سوف تنتشر بشكل يجعل المستخدمين يتمتعون بخاصية الحضور الكلي لنوع من الثقافة التقنية السريعة التي سيكتسبونها مستقبلاً من «الميا» الجديدة، وهذه الثقافة التقنية تنذر بتقلص ثقافة الكتاب والصحافة الورقية والمسرح والمطالعة التقليدية، وتعمل على جعلها كيانات ثقافية فلكلورية هشة لا مكان لها في المسار العلمي والبناء الحضاري، وسيطرح الدارسون إشكالية أخرى هي مدى حضور الواقعي بالنسبة إلى الافتراضي، مثل ما طرح السؤال نفسه بشكل معكوس مع ظهور الشبكات الافتراضية أواخر التسعينيات من القرن الماضي [62] .

كما سعت مجموعة من الدراسات للتعرف على دور وسائل الإعلام الحديثة والتقليدية في الثورة المصرية منها دراسة(Jonathan& Ilona Grzywinska2012 Borden) التي اهتمت باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العالم وضرورة ملاحظة تأثيرها على التصور العالم للقضايا والمشكلات المختلفة، حيث أنها لا تستخدم فقط كمكان للمناقشات وتبادل المحتوى ولكن أيضا كأداة للنشاط الاجتماعي في العالم حالياً ويتضح ذلك من خلال الأحداث الأخيرة في مصر، أو تونس المعروفة بالربيع العربي أو التي حدثت في يوليو 2011 في الولايات المتحدة الأمريكية ،وركزت هذه الدراسة على تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على بناء الأجندة في وسائل الإعلام التقليدية من خلال دراسة حالة حركة احتلوا وول ستريت [72] ، ودراسة ريناوى خليل (Rinnawi Khalil 2012) التي استهدفت التعرف على دور الإنترنت وقناة الجزيرة الإخبارية العربية في الثورة المصرية حيث وجدت الدراسة أن ظهور وسائل الإعلام الحديثة عبر الإنترنت كان لها تأثير كبير في التحول السياسي و الاجتماعي والثقافي في البلاد العربية المختلفة وكيف كان لنقل أخبار مصر وسقوط نظام مبارك الاثر الكبير في العالم العربي بأكمله، كما وجدت أن قناة الجزيرة كان لها دور كبير في التعامل مع الأخبار من سرد بصرى وعرض لوجهات النظر المختلفة ساعدت في عملية التحول أثناء الثورة المصرية وبعدها[82] .

كما اتفقت دراسة إيهاب جمعه ونائله حمدىNaila (Hamdy , 2012) ودراسة ريناوى خليل (Rinnawi Khalil 2012) في هدف التعرف على اثر وسائل الإعلام الحديثة والتقليدية على الثورة المصرية ولكن الأولى سعت لذلك عن طريق تحليل محتوى الصحف العربية ووسائل الإعلام الاجتماعية التي تم جمعها خلال ذروة الاحتجاجات فترة الثورة وكيف تم صياغة الثورة في تلك الوسائل الإعلامية ، ووجدت الدراسة أن الصحف الرسمية وصفت أحداث الثورة بأنها " مؤامرة على مصر " محذرين من العواقب الاقتصادية وملقين باللوم على كل المسئولين عن تلك الفوضى، أما وسائل الإعلام الاجتماعية فشاركت بصياغتها في تحديد إطار الاهتمام بالإنسان المصري ووصفها بأنها " ثورة من أجل الحرية والعيش والعدالة الاجتماعية " وهى أولى شعارات الثورة وأهم أهدافها التي سعت إليها ، أما بالنسبة للصحف المستقلة فكانت تستخدم مزيجاً من هذه الإطارات لصياغة الثورة فلا هي ضد الثورة مثل الصحف الرسمية ولا هي معها وتدعمها مثل وسائل الإعلام الاجتماعية[92] .

في حين اهتمت دراسات أخرى بالتعرف على تأثير الإنترنت وما يحتويه من مدونات و وسائل إعلام اجتماعية على وسائل الإعلام التقليدية ومنها دراسة بيل كروميل (Bill Cromwell 2011) [30] ودراسة نشوى سليمان (2010) [31] ودراسة حنان كيلاني (Hanan 2007 Kilani) [32] وتوصلت دراسة بيل جروميل (2011) إلى أن وسائل الإعلام الاجتماعية أثرت تأثير كبير على كافة وسائل الإعلام بما تحتويه من مميزات أهمها السرعة والمرونة ، ومن وجهة نظر الباحث ان تلك الوسائل الإجتماعية من المفترض انها قد اعطت الفرصة للراديو لإظهار كفاءته وتحديث اجندته حتى يعود للمنافسة مرة اخرى بين الوسائل المؤثرة حالياً من تليفزيون وصحف وانترنت وان اكثرهم تأثيراً هو الانترنت بما يقوم به من تأثير على أجندة كل من الصحف والتليفزيون .

في حين اختلفت نتائج دراسة نشوى سليمان (2010) عن ذلك حيث وجدت أن مواقع التوصل الاجتماعي ليست بديلاً عن وسائل الإعلام التقليدية بل أنها وسائل متكاملة لتحقيق دوافع الإتصال، كما أثبتت وجود علاقة بين استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي وكل من مراقبة البيئة، تكوين الآراء والمشاركة فيها والترفيه بالإضافة إلى أن المستوى الإقتصادى والاجتماعي لا يؤثر في إستخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي.

أما دراسة حنان الكيلاني (Hanan Kilani,2007)فوجدت أن عدد مستخدمى الإنترنت في مصر في تزايد تدريجى ملحوظ خلال السنوات الأخيرة، وأن معظم مستخدمى الإنترنت من عينة الدراسة يتعرضوا لجميع وسائل الإعلام التقليدية كل يوم باستثناء المجلات، ويقضون أقل من ساعة واحدة في اليوم للاستماع للراديو وقراءة الصحف.

كما سعت بعض الدراسات للتعرف على دور القائم بالإتصال في الوسائل الإعلامية الحديثة والتقليدية منها دراسة شيم عبد الحميد (2010) [33] التي استهدفت التعرف على رؤية القائم بالإتصال في الصحافة المصرية لمواقع التدوين وأهميتها ورؤيته المستقبلية بين الصحافة والتدوين باعتبارها أحد مفردات مجتمع المعلومات، وأهمية المدونات كمصدر للمعلومات، وتوصلت إلى مجموعة من النتائج أهمها: -

١-أن شبكة الإنترنت أصبحت مصدرا جديدا هاما امام القائم بالاتصال في الصحافة للحصول على المعلومات التي تعزز التغطيات الصحفية للأحداث أو الشخصيات أو للتعرف على الآراء والأفكار والاتجاهات.

٢- إهتمام الصحفيين بمضامين التدوين التي تتعدى الموضوعات التقليدية التي تنشرها وسائل الإعلام ، و تمثل وسيط اتاحته تكنولوجيا الإنترنت لمن لم يمتلك هذا الحق عبر وسائل الإعلام بما يعنى انفتاح الصحافة التقليدية على مصادر معلومات وآراء جديدة وهو ما يحمل ملامح تغيير في عملية إنتاج المواد الإعلامية في الصحافة المطبوعة و انفتاحها على الوسائل الجديدة .

و لقد سعت العديد من الدراسات للتعرف على وجه الإختلاف والإتفاق بين أجندة وسائل الإعلام الحديثة و أجندة وسائل الإعلام التقليدية و منها دراسة مركز بيو للأبحاث (Study of Pew Research Center

Publications 2010) [34] التي استهدفت التعرف على وجه الإختلاف و الارتباط بين أجندة المنتديات و شبكات التواصل الاجتماعية والصحافة التقليدية حيث وجدت الدراسة أن الدراسات و الإحصائيات السابقة أثبتت أن نسبة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي زادت مثل موقع Twitter زادت نسبة استخدامه إلى 200% في عام 2009 وبرغم ذلك تأتى معظم التقارير التقليدية من الإعلام التقليدي مما يؤدى إلى تأثير الإعلام الحديث في اتجاهات وردود أفعال المواطنين تجاه هذه التقارير والأخبار الغير صحيحة.

وتمثلت أهم نتائجها فيما يلي: –

١–اختلاف أجندة وسائل الإعلام التقليدية عن أجندة الصحافة التقليدية أما المنتديات فتشترك مع وسائل الإعلام التقليدية في نفس الأجندة.

٢–القضايا السياسية هي أكثر القضايا تناولاً واهتماماً في وسائل الإعلام الحديثة والتقليدية.

٣–المنتديات وموقع التواصل الاجتماعي يوتيوب تعتمد على الصحافة التقليدية في المقام الأول وكانت أكثر الأخبار تداولاً فيه من CNN، BBC، واشنطن بوست ونيويورك تايمز، اما شبكة التواصل الاجتماعي تويتر اتضح أنها تعتمد على الصحافة بنسبة 50% فقط و 40% من مصادر الأخبار الموجودة على الإنترنت فقط و 10% عن طريق صحافة المواطن أو مشاركة أشخاص ليست لهم مصادر إخبارية.

٤–يعتمد الشعب الأمريكي على يوتيوب للوصول للفيديوهات الخاصة بالأخبار والأحداث الأكثر شعبية.

واتفقت دراسة كل من نجا سفير (Nagasvare 2010 (D/O M. Krishnasmy [35] مع دراسة مركز بيو للأبحاث (Study of Pew Research Center Publications 2010) من حيث التعرف على خصائص كل من وسائل الإعلام الحديثة والتقليدية وتأثيرها على الجمهور، فلقد رأت دراسة نجا سفير وآخرونNagasvare (D/O M. Krishnasmy 2010) أن الإعلام يلعب دورا هاماً في ربط العالم وله سمات مميزة يتصف بها وهي: التثقيف، الإعلام، والتأثير على الرأي العام. وقد اكتسبت وسائل الإعلام الحديثة هذه السمات المميزة من وسائل الإعلام التقليدية، مما أدى إلى تغيير عادات المشاركة لدى الجمهور في ماليزيا حيث اثرت ثورة المعلومات بما فيها الإعلام الاجتماعي والمنتديات على هذه المشاركة.

في حين رأت دراسة أحمد مصطفى (2012) انه يمكن التواصل بين الإعلام التقليدي والجديد، ليدعم كل منهما استمرار الآخر، ومقومات انطلاقه، فضلاً عن الاحتواء التضامني لمحتوي كلاً منهما، بما يعني تأثير أعلي للرسالة الاتصالية، التي لا تكتفي بوجودها عبر وسيلة إعلامية لها جمهورها، بل عبر عدة وسائل للتأثير على مختلف أنواع الجمهور، خاصة وأن الإعلام الجديد لا يتطلب وقتاً محدداً للمشاهدة ، حيث يحتفظ بخاصية، احتواء المواد للاستماع لها في أي وقت، وذلك بالتطبيق على عينة من وسائل الإعلام الجديد متمثلة في شبكات التواصل الاجتماعي فيس بوك ،وتويتر، موقع اليوتيوب، المدونات، شبكة قنوات الجزيرة وعلاقتها بالوسائل التقليدية بشبكة قنوات الجزيرة لمدة شهر أغسطس 2011 [36]

كما ترى الدراسة أن هذه الأشكال الإعلامية الحديثة تتميز بالموضوعية وعدم التحيز تجاه القضايا المختلفة، وللتعرف على تأثير كل من وسائل الإعلام الحديثة والتقليدية قامت الدراسة بالتطبيق على قضية الانتخابات البرلمانية في ماليزيا عام 2008، وتوصلت إلى هذه النتائج: –

١–الحكومة تعتمد على وسائل الإعلام الرئيسية المسيطرة عليها من قبلها لإعطاء المعلومات التي ترغب في نقلها إلى الجمهور في حين أن المعارضة لا تستطيع استخدام نفس الوسائل واستخدمت وسائل الإعلام الحديثة التي تميزت بالسرعة والانتشار وكانت من المفارقات الجديرة بالذكر التي توصلت لها الدراسة أن الحكومة هي التي انفقت المليارات من أجل نشر وسائل الإعلام الحديثة في ماليزيا.

٢–وسائل الإعلام الحديثة والتقليدية يسعوا لتحقيق نفس الأهداف .

٣–وجود سياسات خاصة لملكية وسائل الإعلام الحديثة تختلف عن وسائل الإعلام التقليدية تؤثر وتتأثر بتمويلاتها مما يؤدى إلى عدم وجود مساواة في التمويل والرعاية بين

وسائل الإعلام الحديثة والتقليدية.

ومن جهة أخرى تركز الدراسات والمؤسسات الإعلامية و بالتحديد في الآونة الاخيرة على التأكيد على أهمية الالتزام بأخلاقيات العمل الإعلامي مما أدى إلى وجود العديد من الدراسات التي اتفقت على هدف التعرف على تلك الأخلاقيات و مدى الالتزام بها في كل من وسائل الإعلام الحديثة و التقليدية و منها دراسة السيد بخيت (2006) 37التي سعت للمقارنة بين المنظومة الإعلامية التقليدية و الجديدة من المنظور الأخلاقي كممارسات العمل الإعلامي و الحقوق و الواجبات للإعلاميين ، وتوصلت إلى أن ما تنشره وسائل الإعلام الحديثة من بيانات الخصوصية و سياسات الاستخدام دون الإفصاح عن السياسات التحريرية لا يكفى للتعرف على شروط أخلاقيات العمل الإعلامي وأنه من الضروري أن يكون هناك تصور لمواثيق العمل الإعلامي الإلكتروني أكثر من الإعلام التقليدي.

في حين اهتمت مجموعة أخرى من الدراسات بالتركيز على أهم تلك الأخلاقيات وهي المصداقية، فسعت بعضها للتعرف على لمصداقية في وسائل الاعلام الحديثة ووسائل الاعلام الحديثة منها دراسة مهرابي وآخرون (Mehrabi & others 2013) التي أشارت إلى أن مصداقية وسائل الإعلام تتكون من ثمانية عناصر هي: الوضوح، عدم التحيز، التفاصيل الكاملة، مواكبة الأحداث، الثقة، الموضوعية، الدقة، والصدق؛ وأكدت الدراسة أن الموضوعية ومواكبة الأحداث والوضوح هم العناصر الأساسية ضمن تلك العناصر الهامة للمصداقية في وسائل الإعلام الحديثة والتقليدية[38] ، وسعى البعض الآخر للتعرف على مصداقية المصادر في وسائل الإعلام التقليدية و الحديثة و منها دراسة مارين بجوركم (Maren Bjoergum 2014) التي سعت للتعرف على مصداقية وسائل الاعلام الإخبارية من خلال اختبار الاختلافات بين الأطر بين وسائل الاعلام التقليدية وشبكات التواصل الاجتماعي في الاخبار العاجلة والتحديثات والتطورات الإعلامية وبالتحديد حالة الهجوم الإرهابي على مارثون مدينة بوستون الامريكية، ووجدت الدراسة أن هناك بالفعل فرق في تغطية الأخبار خصوصاً الأخبار العاجلة بين وسائل الاعلام الحديثة والتقليدية، وعلى وجه التحديد وسائل الإعلام التقليدية حيث أكدت نتائج الدراسة أنها تتحلى بأكثر جدارة بالثقة وغير متحيزة، في حين ثبت أن شبكة التواصل الاجتماعي تويتر أقل ثقة وأكثر تحيزاً. ووجدت الدراسة أيضا أنه على عكس الاعتقاد السائد، فإن معظم تحديثات تويتر تعتبر مصدر معلوماتها المقدمة هي شبكات الأخبار التقليدية والوطنية كمصدر أساسي. عموما خلصت هذه الدراسة إلى أن تويتر كمصدر للأخبار هو أكثر عرضة لاستخدام الإطارات مثل الإرهاب في حين عرض محتواه لا يمكن الاعتماد عليه بسبب الانحياز[39] .

كما أكدت دراسة ديفيد ويسترمان (David Westerman 2014) على ان اعتماد الصحفيين على شبكات التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات يجب ان يكون بعد التحقق من مدى مصداقية تلك المعلومات وذلك نتيجة التدفق الزائد للكميات الهائلة من المعلومات على شبكات التواصل الاجتماعي ومنها الحقيقي واخر غير حقيقي، وقد طبقت الدراسة على شبكة تويتر وأوصت في نتائجها على ضرورة تدريب الصحفيين على توخي الحذر واختبار مدى مصداقية المعلومات عند استخدامها كمصادر يقوم من خلالها ببناء أجندة الوسيلة [40] ، وتوصلت إلى أن التليفزيون لا يزال الوسيلة الأولى من حيث المصداقية، وأن الوسائل الإعلامية التقليدية تفوقت على الوسائل الإعلامية الحديثة من حيث درجات الاعتماد والمصداقية.

وعلى عكس ذلك توصلت دراسة أحمد فاروق رضوان (2011) إلى ارتفاع نسبة الاعتماد على وسائل الاتصال الحديثة كمصدر للمعلومات الخاصة بالانتخابات، حيث جاءت مواقع التواصل الاجتماعي في مقدمة الوسائل التي استخدمها أفراد عينة الدراسة للتعرف على أحداث وفاعليات الانتخابات، وارتفاع نسب مصداقية صفحات مواقع التواصل الاجتماعي للنشطاء السياسيين وحركات التغير الاجتماعي والسياسي بالمجتمع المصري [41]

كما اهتمت عدد من الدراسات بالتعرف على حرية الإعلام الحديث وأنماط الرقابة عليه ومنها دراسة حسنى محمد نصر (2005) [42] التي سعت للتعرف على مدى الحرية المتوفرة للصحافة الإلكترونية ومدى توفر الرقابة

عليها مقارنة بالوسائل التقليدية الأخرى في العالم العربي ،وكانت أهم ما استنتجته أن اهم الحريات التي تتيحها الصحافة الإلكترونية تمثلت في حرية الرأي والتعبير للجماعات والقوى السياسية والدينية ، وأن أهم القيود المفروضة على الصحف الإلكترونية تمثلت في القيود الاقتصادية ، التشريعية والاحتكارية للقوى الحكومية على المواقع الإلكترونية .

المشكلة البحثية

سعت الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير الوسائل الإعلامية الحديثة على تشكيل أجندة وأولويات واستخدامات وسائل الإعلام التقليدية متمثلة في الصحف المصرية؛ عن طريق استعانة القائمين بالاتصال بإعداد خطط وتشكيل أجندة مستخدمين ببيانات ومعلومات متوفرة بمواقع التواصل الاجتماعي، مواقع الصحف، والمواقع الإخبارية عبر الانترنت باعتبارها من الوسائل الإعلامية الحديثة، ولا شك أن بناء أجندة هذه الوسائل ينعكس على جانبين هما:

1- سياسات واهتمامات وسائل الإعلام التقليدية

2 – مواقف واهتمامات وآراء الرأي العام

بالتطبيق على قضايا الرأي العام السياسية وبخاصة الأمنية وذلك لندرة الدراسات التي تناولت أجندة القضايا الأمنية في مصر متمثل في قضية **"الإرهاب"** بوسائل الإعلام التقليدية ومدى تأثرها بوسائل الاعلام الحديثة وبخاصة بعد مرور مصر بمراحل انتقالية وأنظمة سياسية مختلفة.

أهمية الدراسة

سعت الباحثة أن تكون دراستها إضافة للتراث العلمي السابق في مجال تشكيل أجندة وسائل الإعلام التقليدية نتيجة الاعتماد على وسائل الإعلام الحديثة، وتكمن أهمية الدراسة فيما يلي: –

1- قلة الدراسات التي تناولت أجندة وسائل الإعلام الحديثة.

2- قلة الدراسات تناولت أجندة قضايا الرأي العام بعد ثورة 25 يناير 2011 في وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام الحديثة معاً.

3- قلة البحوث التي تناولت الاتجاه الحديث الذي أخذته بحوث الأجندة وهو «بناء الأجندة» الذي يختلف عن مدخل النظرية فيما مضى حيث يركز على بناء اجندة وسيلة الاعلام وعلاقة وسيلة بوسيلة أخرى وليس بناء أجندة الجمهور.

4-الدراسة محاولة للربط بين وسائل الإعلام الحديثة والتقليدية.

5-الوقوف على أهم القضايا خلال فترتين زمنيتين مختلفين لدى وسائل الإعلام الحديثة والتقليدية وأسلوب تناولها ومعالجتها لهذه القضايا.

6-ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١ حدث هام وفاصل في تاريخ مصر يجب على البحوث الاجتماعية ومنها البحوث الاعلامية دراستها وتناولها ومعرفة ما ترتب عليها من نتائج على الوسيلة الاعلامية، الرسالة الاعلامية، والقائم بالاتصال.

أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق عدد من الأهداف؛ تنقسم الى هدف رئيسي وهو التعرف على تأثير وسائل الاعلام الحديثة في تشكيل اجندة قضايا وسائل الاعلام التقليدية، ويندرج تحت هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية وهي كما يلي: –

أولاً– أهداف الدراسة التحليلية، من أهمها:

1- رصد وتحليل أوجه الاتفاق والاختلاف بين تناول ومعالجة الصحف ذات الأيدولوجيات المختلفة لقضايا الرأي العام خلال فترة حكم الرئيس محمد مرسي في الفترة من يونيو 2012 إلى يونيو 2013 وخلال فترة حكم الرئيس عبد الفتاح السيسي في الفترة من يونيو 2014 إلى يونيو 2015.

2 – التعرف على الاستمالات والأساليب الإقناعية التي استخدمتها الصحف عينة الدراسة في سياق قضايا الدراسة.

3-التعرف على أهم الأطر التي اعتمدت عليها المعالجة الصحفية وفي سياق قضايا الدراسة.

4-الكشف عن مدى تأثير وسائل الاعلام الحديثة على المعالجة الصحفية بعد ثورة 25 يناير 2011.

ثانياً-أهداف الدراسة الكيفية، من أهمها:

1- رصد وتفسير وتحليل تأثير الوسائل الإعلامية الحديثة على القائم بالاتصال أثناء بناء الأجندة.

2-التعرف على أهم العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في معالجته الصحفية لقضايا الإرهاب

3-رصد الفرق بين بناء أجندة الصحف خلال فترة حكم الرئيس محمد مرسي وخلال فترة حكم الرئيس عبد الفتاح السيسي.

4-تحديد شكل ومضمون الوسيلة التي أثرت في تحديد أولويات القائم بالاتصال في بناء الأجندة الصحفية بعد ثورة 25 يناير 2011.

تساؤلات الدراسة

تسعى الدراسة إلى الإجابة على تساؤل رئيسي هو "**هل تؤثر وسائل الإعلام الحديثة في تشكيل أجندة وسائل الإعلام التقليدية؟**" وينبثق من هذا التساؤل الرئيسي تساؤلات فرعية للدراسة التحليلية والكيفية تتكامل مع بعضها البعض لتحقق أهداف الدراسة.

أولاً -تساؤلات الدراسة التحليلية، من أهمها

1-ما أوجه التشابه والاختلاف في بناء أجندة قضايا الإرهاب بالصحف؟

2-ما أوجه التشابه والاختلاف بين العوامل المؤثرة في معالجة قضايا الإرهاب بالصحف خلال الفترة من يونيو 2012حتى يونيو 2013 ومن يونيو 2014 حتى يونيو 2015؟

3-إلى أي مدى تؤثر معالجة وسائل الاعلام الحديثة لقضايا الإرهاب في معالجة الصحف الورقية؟

ثانياً -تساؤلات الدراسة الكيفية، من أهمها:

1-ما مدى تأثير السياسة التحريرية للصحيفة على بناء القائم بالاتصال للأجندة؟

2-ما مدى تأثير نمط الملكية على بناء القائم بالاتصال للأجندة؟

3-ما أوجه التشابه والاختلاف بين العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في بناء أجندة الصحف خلال الفترة من يونيو 2012حتى يونيو 2013 ومن يونيو 2014 حتى يونيو 2015؟

4-إلى أي مدى يعتمد القائم بالاتصال على الوسائل الإعلامية الحديثة في بناء الأجندة؟

نوع الدراسة

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، وهى تهتم بالحاضر رغم أنها غالباً ما تدرس الأحداث الماضية في علاقتها بالظروف الراهنة وذلك ما ينطبق على الدراسة موضوع البحث ويفيد حيث تقوم الباحثة برصد تناول وسائل الاعلام الحديثة والتقليدية من بعد حدث ماضي وهو ثورة الخامس والعشرين من يناير 2011 للقضايا الأكثر تناولاً وكيفية وصفها وتصويرها وتشكيل أجندة كل منها ،وتأثر وسائل الإعلام التقليدية بوسائل الإعلام الحديثة في بناء أجندتها وترتيب أولوياتها في القضايا وهى ظاهرة مستقبلية تتجاوز حدود الوصف والتشخيص إلى حد وصف العلاقة بين وسائل الإعلام التقليدية متمثلة في الصحف ووسائل الإعلام الحديثة متمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي فيس بوك وتويتر والمواقع الإخبارية .

منهج الدراسة

استخدمت الباحثة منهج المسح عن طريق العينة، وفي إطار هذا المنهج تم إجراء:

1-مسح لعينة من المواد الخبرية ومواد الرأي في الصحف المصرية بمختلف أنماط ملكيتها والتي تضمنت الصحف القومية ممثلة في (الأهرام)، الصحف الحزبية ممثلة في (الوفد)، والصحف الخاصة ممثلة في (الوطن).

2-مسح لعينة من الهاش تاج **#** لقضايا الإرهاب في مصر خلال سنتين على موقع تويتر .

3-مسح لعينة من القائمين بالاتصال في صحف الدراسة الثلاثة.

كما تعتمد على أسلوب المقارنة المنهجية للتعرف على مدى التشابه والاختلاف في التناول خلال الفترات المختلفة وبين الصحف المتباينة أنماط ملكيتها.

مجتمع وعينة الدراسة

قامت الباحثة بإجراء عملية أخذ العينة عن طريق حصر شامل لقضايا الرأي العام من خلال دراسة استطلاعية حديثة حيث أن نتائج القياسات التي تمت بالدراسة الاستطلاعية الأولى (في الفترة من 25 يناير 2011 حتى 30 مايو 2011) لكل من وسائل الإعلام التقليدية والحديثة قد تغيرت بسبب ما طرأ على المجتمع المصري من تغيرات ومراحل انتقالية غيرت بتلك النسب ومن أهمها انتهاء الاستحقاق الأول: دستور مصر 2014 والاستحقاق الثاني: الانتخابات الرئاسية 2014، فتم إجراء دراسة استطلاعية جديدة لمدة عامين ممثلة في صحف الأهرام، الوفد، والوطن خلال الفترة من يونيو 2012 حتى يونيو 2013 (فترة حكم الرئيس الأسبق محمد مرسي) وفي الفترة من يونيو 2014 إلى يونيو 2015 (فترة حكم الرئيس الحالي عبد الفتاح السيسي) ،وقد تم اختيار تلك المدة اعتمادا على معيار ثابت وهو النظام السياسي المتكامل الأركان الذي يتوفر به رئيس جمهورية منتخب وحكومة ثابتة. وقد أسفرت نتائج المسح أن «الإرهاب» قد احتل صدارة أهم قضايا الرأي العام خلال الفترتين لذلك تم اختياره لتطبيق الدراسة متمثلا في 12 حدث إرهابي خلال العامين. وكانت عينات الدراسة كما يلي:-

أولاً-مجتمع وعينة الدراسة التحليلية

1-الصحف

تم أخذ عينة عمدية قوامها 108 مفردة ممثلة في 36 عدد لجريدة الأهرام -36 عدد لجريدة الوفد -36 عدد لجريدة الوطن شملت 555 مادة صحفية.

2-الهاش تاج

تم أخذ عينة قوامها 36 يوم للهاش تاج في موقع التواصل الاجتماعي تويتر تم تحليلها من خلال موقع التحليل الكمي لتكرارات الهاش تاج: www.tweetreach.com

ثانياً-مجتمع وعينة الدراسة الكيفية

تمثل في صحف الأهرام، الوفد، والوطن، وتم أخذ عينة قوامها 9 مفردات متمثلة في قيادات العمل الصحفي داخل الصحف الثلاث.

أدوات الدراسة

1-**تحليل المضمون بشقيه الكيفي والكمي** لكل من محتوى الصحف والهاش تاج، حيث تم تحليل محتوى الصحف محل الدراسة بالإضافة إلى تحليل الهاش تاج لعناوين قضايا الدراسة للوصول بنتائج التحليل إلى مؤشرات توضح مدى تأثير وسائل الإعلام الحديثة في بناء أجندة وسائل الإعلام التقليدية.

2-**المقابلة المتعمقة In-depth Interview مع القائم بالاتصال في الصحف** محل الدراسة ذات التوجهات الأيدلوجية المتباينة للوقوف على الفروق بين طبيعة التناول والمعالجة لقضايا الرأي العام والتعرف على أوجه التشابه والاختلاف بين وسائل الاعلام الحديثة ووسائل الاعلام التقليدية، وتم اعداد دليل للمقابلات تتضمن مجموعة محددة من المحاور التالية: -

1-علاقة القائم بالاتصال بالوسائل الإعلامية الحديثة

2- الاعتماد على الوسائل الحديثة في بناء الأجندة

3- العوامل المؤثرة على بناء الأجندة خلال فترة حكم الرئيس محمد مرسي والرئيس عبد الفتاح السيسي

4-أدوات بناء الأجندة خلال الأوقات الطارئة بالبلاد لاسيما قضايا الدراسة وهي الإرهاب.

وفي الدراسة تم إجراء مجموعة من المقابلات مع مجموعة من رؤساء ونواب ومديري التحرير للكشف عن دور وسائل الاعلام الحديثة في تشكيل أجندة وسائل الاعلام التقليدية المتمثلة في الصحف بالتطبيق على قضايا الإرهاب.

الإطار النظري للدراسة

اعتمدت الدراسة على نظرية بناء الأجندة التي تسعى للإجابة على تساؤل "من يضع أجندة وسائل الإعلام؟"، وهي الاتجاه الحديث لنظرية وضع الأجندة حيث تحولت فيها وسائل الاعلام من متغير مستقل إلى متغير تابع. ومن هذا المنطلق تتبنى الدراسة الاتجاه للمداخل الحديثة

والهامة لموضوع الدراسة وهو بناء الأجندة، ويتلخص هذا الاتجاه في أن بعض الباحثين يطلق على وضع أجندة الاعلام مفهوما مختلفا هو "بناء الأجندة" وهو يشير إلى كل العمليات المؤثرة في تحديد أولويات وترتيبات قضايا وسائل الاعلام.

وتتوافق نظرية بناء الاجندة مع الهدف الرئيسي للدراسة وتزيد من تحديد الإطار العلمي الذي تسير عليه، إلى جانب ذلك رأت الباحثة انه يجب الاهتمام بالدراسات التي تتناول وضع اجندة وسائل الاعلام على وجه الخصوص كتطور حديث ومطلوب للنظرية مما ينتج عنه نتائج ومقترحات تفيد كل دراسة بحد ذاتها وتفيد ما يأتي من بحوث اجندة الاعلام.

نتائج الدراسة

أولاً: نتائج الدراسة التحليلية للفترة من 1/6/2012 إلى 1/6/2013

أولاً-الأشكال الصحفية وعلاقتها بتناول قضايا الإرهاب

من خلال استخدام الباحثة لأسلوب الحصر الشامل اتضح ان مجمل صحف عينة الدراسة قد تناولت قضايا الإرهاب خلال تلك الفترة بكافة الأشكال الصحفية سواء الخبرية، أو الرأي، أو التفسيرية وذلك بكمية حجمها الإجمالي 236 مادة صحفية، وكانت ترتيبها في التناول على النحو التالي: -

جدول رقم (1) : يوضح نسبة تناول صحف الدراسة لقضايا الإرهاب خلال الفترة من يونيو 2012 حتى يونيو 2013

ويعني ذلك أن جريدة الوفد الحزبية كانت هي الأكثر

الصحيفة	ك	%
الوفد	96 مادة	%40.6
الوطن	80 مادة	%34
الأهرام	60 مادة	%25.4
الإجمالي	236	%100

تعرضاً وعن طريق التحليل تبين أنها قد احتلت النسبة الأكبر في تناول قضايا الإرهاب خلال فترة حكم الرئيس الأسبق محمد مرسي ابتداء من 1 يونيو 2012 حتى 1 يونيو 2013 بالمقارنة بالصحف الأخرى المختلف نمط ملكيتها.

وتوصلت الباحثة من خلال الدراسة التحليلية إلى أن الصحف الثلاثة على اختلافها قد أولت اهتماماً كبيراً بالتركيز في شكل المادة الصحفية على المواد الخبرية أكثر من مواد الرأي والمواد التفسيرية في تناولها لقضايا الإرهاب خلال تلك الفترة.

ثانياً-المصادر المرجعية التي اعتمدت عليها الصحف في تناول قضايا الإرهاب

توصلت الباحثة إلى أن **الصحف قد اعتمدت على مصادر للمواد الصحفية وذكرتها داخل نص المادة سواء كانت خبرية، أو تفسيرية، أو رأي، وبفروق نسبية بسيطة بين الثلاث صحف حيث أنهم متقاربين جداً في مدى ذكرهم للمصادر**، وموضح ذلك على النحو التالي: -

جدول رقم (2) : يوضح بالنسب مدى ذكر مصادر صحف الدراسة لقضايا الإرهاب خلال الفترة من يونيو 2012 حتى يونيو 2013

الصحيفة	ذكر المصادر		عدم ذكر المصادر	
	ك	%	ك	%
الوطن	69 مادة	%86.2	11 مادة	%13.8
الأهرام	49 مادة	%81.7	11 مادة	%18.3
الوفد	69 مادة	%71.9	27 مادة	%28.1
الإجمالي من مجمل أشكال المواد الصحفية	187	%79.2	49 مادة	%20.8

وتشير النتائج أن جريدة الوطن الخاصة هي الأكثر ذكراً للمصادر المعتمد عليها في تناولها لقضايا الإرهاب خلال الفترة من 1 يونيو 2012 حتى 1 يونيو 2013، كما أن مدى ذكر المصادر بالصحف الثلاثة كان بنسبة 79.2% وعدم ذكرها كان بنسبة 20.8% بالنسبة لمجمل عدد أشكال المواد الصحفية التي تناولت قضايا الإرهاب، ويعتبر ذكر المصادر داخل محتوى المادة الصحفية مؤشر

داعماً لمصداقية الصحيفة فيما تتناوله من قضايا سواء كان ذلك بشكل خبري أو بالرأي.

أما بالنسبة لطبيعة المصادر التي وردت بالصحف الثلاثة فكانت على النحو التالي:

جدول رقم (3) : يوضح بالنسب طبيعة مصادر صحف الدراسة لقضايا الإرهاب خلال الفترة من يونيو 2012 حتى يونيو 2013

طبيعة المصادر	الأهرام		الوطن		الوفد		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مصدر رسمي	18	%36.7	25	%36.2	42	%60.9	85	%45.5
وكالات أنباء	11	%22.4	1	%1.4	-	-	12	%6.4
مراسل	1	%2	1	%1.4	-	-	2	%1.1
مواقع تواصل اجتماعي	3	%6.1	6	%8.7	5	%7.2	14	%7.5
مواقع إخبارية	2	%4.1	1	%1.4	2	%2.9	5	%2.7
أخرى (شهود عيان، مسئولين بأحزاب، مسئولين بمنظمات حقوقية، منظمات المجتمع المدني، أهالي شهداء، خبراء ومتخصصين)	49	%100	69	%100	69	%100	187	%100
إجمالي عدد أشكال المواد الصحفية	49	%100	69	%100	69	%100	187	%100

– أوضحت النتائج أن المصادر الرسمية لها حضور كبير من حيث اعتماد الصحف عليها بنسبة أكبر من المصادر الأخرى 45.5%؛ وتشير النتائج أن جريدة الوفد الحزبية هي الأكثر اعتماداً على تلك المصادر الرسمية في تناولها لقضايا الإرهاب خلال تلك الفترة وذلك بنسبة 60.9% ، وإن يكن الاعتماد على مصدر أكثر من مصادر أخرى يقلل من الموضوعية لدى الوسيلة الإعلامية.

– وتبين للباحثة من النتائج أن الاعتماد الثاني كان على مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للصحف الثلاثة في تناول قضايا الإرهاب خلال هذه الفترة وذلك بنسبة 7.5% ، وكانت جريدة الوطن هي الأكثر اعتماداً عليها وذلك بنسبة 7.2% من مجمل اعتمادها على باقي المصادر في تناول قضايا الإرهاب.

– أشارت نتائج التحليل أن الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي لم يكن له تأثير قوي كمصدر؛ حيث أنه لم يظهر في سياقات واضحة بعينها، وتم حصر ذلك في مجموعة نقاط تشمل أحداث الإرهاب خلال الفترة وكيف تم ذكرها داخل أشكال المواد الصحفية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي: –

· استخدمت صحف الدراسة اشاعة تصدير الغاز لإسرائيل وعدم الغائها على موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك ضمن تناولها لأحداث تفجير خط الغاز للمرة الخامسة عشر .

· كما ذكرت صحف الدراسة حالة الغضب والحداد على مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك وتوتير من الجمهور والفنانين بعد أحداث مذبحة رفح الأولى 16 شهيدا.

· كما أشارت الصحف إلى اعلان رئاسة الجمهورية في تغريده على موقع التواصل الاجتماعي توتير استدعاء الرئيس محمد مرسى للفريق عبد الفتاح السيسي قائد القوات المسلحة ووزير الدفاع لاجتماع طارئ بعد حادث خطف سبع جنود من سيناء ولم يحضر السيسي فتم إلغاء التغريدة بعد ساعتين .

– وكالات الأنباء تم الاعتماد عليها من قبل صحيفتي الأهرام والوطن فقط وكان الاعتماد الأكبر من قبل الأهرام الرسمي بنسبة 22.4% في حين كان اعتماد الوطن الخاصة بنسبة 1.4%

– ثم كان اعتماد الصحف الثلاثة على المواقع الإخبارية كمصادر بنسبة 2.7% فقط وهي نسبة ضعيفة؛ وتعتبر جريدة الوفد الحزبية هي الأعلى اعتماداً على تلك المواقع من باقي صحف الدراسة وذلك بنسبة 2.9%.

– وأثبتت النتائج أن جميع الصحف تعتمد في مصادرها على شهود العيان بنسبة 100%.

ثالثاً–الأطر الخبرية التي اعتمدت عليها الصحف في تناول قضايا الإرهاب

جدول رقم (4) : يوضح بالنسب الأطر الخبرية المستخدمة بصحف الدراسة لقضايا الإرهاب خلال الفترة من يونيو 2012 حتى يونيو 2013

الأطر الخبرية	الأهرام		الوطن		الوفد		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الصراع	2	%3.3	1	%1.3	-	-	3	%1.3
المسئولية	13	%21.7	31	%38.8	28	%29.2	72	%30.5
الضحية	1	%1.7	6	%7.5	-	-	7	%3
الأمني	44	%73.3	51	%63.8	56	%58.3	151	%64
الإنساني	12	%20	21	%26.3	10	%10.4	43	%18.2
الديني / الأخلاقي	-	-	1	%1.3	7	%7.3	8	%3.4
نتائج سياسية	40	%66.7	34	%42.5	48	%50	122	%51.7
نتائج اقتصادية	3	%5	2	%2.5	2	%2.1	7	%3
نتائج اجتماعية	-	-	2	%2.5	1	%1	3	%1.3
الإجمالي	60	%100	8	%100	96	%100	236	%100

– ومن التحليل وجد أن صحف الدراسة اعتمدت على الإطار الأمني أو ما يسمى الإطار الاستراتيجي في تناول قضايا الإرهاب بنسبة 64%، وقد احتلت صحيفة الأهرام الترتيب الأول في استخدام الإطار الأمني بنسبة 73.3%، وفي الترتيب الثاني صحيفة الوطن الخاصة بنسبة 63.8%، ثم في الترتيب الثالث صحيفة الوفد بنسبة 58.3%، مما يعني أن جميع الصحف ترى هذه الاحداث في سياقها الاستراتيجي المؤثر على أمن الدولة القومي.

– كما تبين للباحثة اعتماد الصحف على إطار النتائج السياسية بنسبة 51.7%.

– تم الجمع بين الإطارين الأمني والنتائج السياسية في صحف الدراسة خاصة في المواد الخبرية.

رابعاً–القوى الفاعلة التي اعتمدت عليها الصحف في تناول قضايا الإرهاب

توصلت الباحثة من خلال نتائج الدراسة التحليلية إلى أن صحف الأهرام، الوطن، والوفد قد اعتمدت على مجموعة من القوى الفاعلة بنسب متقاربه منقسمة على ثلاث أجزاء هم:

1- الفاعل

– من بيانات النتائج التحليلية السابقة اتضح للباحثة استخدام الصحف الثلاثة (الأهرام، الوفد، والوطن) الجماعات الإرهابية كقوى فاعلة في مضامين الصحف كان بنسبة 25.8% وهي أكبر نسبة بين القوى الفاعلة الاخرى، حيث كان استخدامها في الترتيب الأول من قبل جريدة الوفد بنسبة 30.2% ثم جريدة الأهرام بنسبة 25% ثم جريدة الوطن في الترتيب الثالث بنسبة 21.3% ، مما يعني تأكيد كافة الصحف بمختلف أيدولوجياتها ، نمط ملكياتها وسياستها التحريرية أن الجماعات الإرهابية في مصر هي الفاعل الرئيسي والمسئول عن كل هذه الأحداث الإرهابية.

– كما تبين للباحثة من النتائج أن هناك 18.6% من المواد الصحفية بصحف الدراسة بلا قوى فاعلة ظاهرة في نص المواد الصحفية المتناولة لقضايا الإرهاب.

– في حين ظهر في بعض المواد الصحفية لصحف الدراسة أكثر من فاعل.

– وأشارت النتائج أن القوات المسلحة استخدمت في نصوص المواد الصحفية كقوى فاعلة بنسبة 16.5% ، مما يعني اتفاق كافة اشكال السياسات التحريرية باختلاف نمط ملكيتها وتنوع أيدولوجياتها والقائم بالاتصال بها على التأكيد على الدور الذى تقوم به القوات المسلحة في محاربة الإرهاب ، كما أن تلك النتائج تؤكد أن اغلب ضحايا تلك الحوادث الإرهابية من شهداء جنود القوات المسلحة والشرطة ، أي ان القوات المسلحة لها دوران بتلك النصوص دور الضحية ودور الدفاع عن الوطن بمحاربة الإرهاب.

– واضافة الى ذلك تبين من النتائج استخدام الشرطة فأعل داخل نصوص المواد الصحفية بصحف الدراسة بنسبة 11.4% مما يؤكد ما سبق ذكره بالدور الذي تؤديه وزارة الداخلية ممثلة في الشرطة بجانب القوات المسلحة في الحرب ضد الإرهاب وحماية حدود البلاد في أهم مناطقها الاستراتيجية "سيناء".

– كما أشارت النتائج إلى استخدام رؤساء ومديرين جهات ومؤسسات مدنية فاعل داخل مضامين أجندة قضايا

الصحف بنسبة 12.7%، حيث استخدمته جريدة الاهرام بنسبة 25% وجريدة الوطن بنسبة 13.8 % وجريدة الوفد بنسبة 4.2%، مما يعني تأكيد الصحف على دور رؤساء تلك المؤسسات في هذه الأحداث.

– وأبرزت النتائج استخدام الصحف لجماعة الإخوان المسلمين فاعل مؤثر بمضامين الصحف بنسبة 12.3%، وكان اكثرها استخداما له جريدة الوطن الخاصة وذلك بنسبة 20% مما يوضح الدور الذي لعبته جماعة الإخوان المسلمين في تلك الفترة حيث كان ينتمي إليها رئيس الجمهورية الأسبق محمد مرسي فضلا عن رئاسته لحزب الحرية والعدالة التابع للجماعة.

– وبجانب ذلك أشارت النتائج إلى استخدام رئيس الجمهورية فاعلاً بنصوص المواد صحفية بنسبة 7.6% وهي نسبة قليلة كن أكثر من استخدم هذا الفاعل هو جريدة الوفد الحزبية بنسبة 12.5 % مما يبرز كيانها المعارض بسبب تبعيتها لحزب الوفد المعارض التي قد تلقي في بعض الأوقات الأدوار على رئيس الجمهورية أثناء تناول عرض المشكلات بأجندتها.

جدول رقم (5) : يوضح بالنسب الفاعل المستخدم بالمواد الصحفية داخل صحف الدراسة لقضايا الإرهاب خلال الفترة من يونيو 2012 حتى يونيو 2013

الفاعل	الأهرام		الوطن		الوفد		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الجماعات الإرهابية	15	%25	17	%21.3	29	%30.2	61	%25.8
بلا قوى فاعلة ظاهرة	6	%10	16	%20	22	%22.9	44	%18.6
القوات المسلحة	8	%13.3	10	%12.5	21	%21.9	39	%16.5
رئيس جهة أو مؤسسة	15	%25	11	%13.8	4	%4.2	30	%12.7
الإخوان المسلمين	2	%3.3	16	%20	11	%11.5	29	%12.3
الشرطة	8	%13.3	11	%13.8	8	%8.3	27	%11.4
رئيس الجمهورية	5	%8.3	1	%1.3	12	%12.5	18	%7.6
الرأي العام	6	%10	4	%20	-	-	10	%4.2
رئاسة الجمهورية	4	%6.7	3	%3.8	-	-	7	%3.0
دول عربية	1	%1.7	1	%1.3	3	%3.1	5	%2.1
سفراء	-	-	-	-	2	%2.1	2	%0.8
رئيس دولة عربية	1	%1.7	-	-	-	-	1	%0.4
مؤسسات	1	%1.7	-	-	-	-	1	%0.4
النيابة العامة	-	-	-	-	-	-	-	-
الإجمالي	60	%100	80	%100	96	%100	236	%100

-2صفات الفاعل

وبلغت نسبة الصفات الإيجابية الواردة للفاعلين أكبرهم حيث أظهرت النتائج أنها 42.8%؛ حيث استخدمت الأهرام الصفات الإيجابية بنسبة 65% في حين استخدمتها جريدة الوفد بنسبة 37.5% واستخدمتها جريدة الوطن بنسبة 32.5%

في حين بلغت نسبة استخدام الصفات السلبية للفاعلين 39.4%.

-3دور الفاعل

وبلغت نسبة الأدوار الإيجابية الواردة للفاعلين أكبرهم حيث أظهرت النتائج أنها 42.8%؛ حيث استخدمت الأهرام الأدوار الإيجابية بنسبة 65% في حين استخدمتها جريدة الوفد بنسبة 37.5% واستخدمتها جريدة الوطن بنسبة 32.5%

في حين بلغت نسبة استخدام الأدوار السلبية للفاعلين 39.4%؛ فقد استخدمتها جريدة الوطن الخاصة بنسبة 47.5 % وفي الترتيب الثاني جريدة الوفد الحزبية بنسبة 39.6% ثم في الترتيب الأخير جريدة الأهرام القومية استخدمتها بنسبة 28.3%

وعلى الرغم من ذلك أظهرت النتائج وجود نصوص صحفية تحمل أدوار بين الإيجابي والسلبي للفاعل وبلغت نسبة تلك النصوص 17.8% لكافة الصحف.

ثانياً: نتائج الدراسة التحليلية للفترة من 1/6/2014 إلى 1/6/2015

أولاً–الأشكال الصحفية وعلاقتها بتناول قضايا الإرهاب

من خلال استخدام الباحثة لأسلوب الحصر الشامل اتضح ان مجمل صحف عينة الدراسة قد تناولت قضايا الإرهاب خلال تلك الفترة بكافة أشكال المواد الصحفية سواء الخبرية، أو الرأي، أو التفسيرية وذلك بكمية حجمها الإجمالي 319 مادة صحفية، وكانت ترتيبها في التناول على النحو التالي: –

جدول رقم (6) : يوضح نسبة تناول صحف الدراسة لقضايا الإرهاب خلال الفترة من يونيو 2014 حتى يونيو 2015

الصحيفة	ك	%
الوطن	138مادة	%43
الأهرام	103مادة	%32.5
الوفد	78 مادة	%24.5
الإجمالي	319	%100

ويعني ذلك أن جريدة الوطن الخاصة كانت هي الأكثر تعرضاً وتبين عن طريق التحليل أنها قد احتلت النسبة الأكبر في تناول قضايا الإرهاب خلال فترة حكم الرئيس عبد الفتاح السيسي ابتداء من 1 يونيو 2014 حتى 1 يونيو 2015 بالمقارنة بالصحف الأخرى المختلف نمط ملكيتها.

توصلت الباحثة إلى أن الصحف الثلاثة على اختلافها قد ولت اهتماماً كبيراً بالتركيز في شكل المادة الصحفية على المواد الخبرية أكثر من مواد الرأي والمواد التفسيرية في تناولها لقضايا الإرهاب خلال تلك الفترة .

ثانياً–المصادر المرجعية التي اعتمدت عليها الصحف في تناول قضايا الإرهاب

توصلت الباحثة من خلال نتائج الدراسة التحليلية إلى أن الصحف اعتمدت على مصادر للمواد الصحفية وذكرتها داخل نص المادة سواء كانت خبرية، أو تفسيرية، أو رأي، وبفروق نسبية بسيطة بين الثلاث صحف حيث أنهم متقاربين جداً في مدى ذكرهم للمصادر، وموضح ذلك على النحو التالي: –

جدول رقم (7) : يوضح بالنسب مدى ذكر مصادر صحف الدراسة لقضايا الإرهاب خلال الفترة من يونيو 2014 حتى يونيو2015

الصحيفة	ذكر المصادر		عدم ذكر المصادر	
	ك	%	ك	%
الوطن	118مادة	%85.5	20 مادة	%14.5
الأهرام	66 مادة	%64.1	37 مادة	%35.9
الوفد	57 مادة	%73.1	21 مادة	%26.9
الإجمالي من مجمل المواد الصحفية	319	%75.5	78	%24.5

وتشير النتائج أن جريدة الوطن الخاصة هي الأكثر ذكراً للمصادر المعتمد عليها في تناولها لقضايا الإرهاب خلال الفترة من 1 يونيو 2014 حتى 1 يونيو 2015، كما أن مدى ذكر المصادر بالصحف الثلاثة كان بنسبة 75.5% وعدم ذكرها كان بنسبة 24.5% بالنسبة لمجمل عدد المواد الصحفية التي تناولت قضايا الإرهاب، ويعتبر ذكر المصادر داخل محتوى المادة الصحفية مؤشر داعماً لمصداقية الصحيفة فيما تتناوله من قضايا سواء كان ذلك بشكل خبري أو بالرأي.

أما بالنسبة لطبيعة المصادر التي وردت بالصحف الثلاثة فكانت على النحو التالي:-

جدول رقم (8) : يوضح بالنسب طبيعة مصادر صحف الدراسة لقضايا الإرهاب خلال الفترة من يونيو 2014 حتى يونيو 2015

طبيعة المصادر	الأهرام		الوطن		الوفد		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مصدر رسمي	44	%66.7	39	33.1 %	35	%61.4	118	%49
وكالات أنباء	2	%3	-	-	1	%1.8	3	%1.2
مراسل	-	-	-	-	-	-	-	-
مواقع تواصل اجتماعي	3	%4.5	10	%8.5	3	%5.3	16	%6.6
مواقع إخبارية	1	%1.5	-	-	2	%3.5	3	%1.2
أخرى (شهود عيان، مسئولين بأحزاب، مسئولين بمنظمات حقوقية، منظمات المجتمع المدني، أهالي شهداء، خبراء ومتخصصين)	43	%65.2	118	%100	57	%100	218	%90.5
إجمالي عدد المواد الصحفية	66	%100	118	%100	57	%100	241	%100

- أشارت النتائج إلى أن المصادر الرسمية لها الأولوية من حيث اعتماد الصحف عليها بنسبة أكبر من المصادر الأخرى 49%؛ وأشارت النتائج أن جريدة الأهرام الرسمية هي الأكثر اعتماداً على تلك المصادر الرسمية في تناولها لقضايا الإرهاب خلال تلك الفترة وذلك بنسبة 66.7%.
- كما اتضح للباحثة من النتائج أن الاعتماد الثاني كان على مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للصحف الثلاثة في تناول قضايا الإرهاب خلال هذه الفترة وذلك بنسبة 6.6% ، وكانت جريدة الوطن هي الأكثر اعتماداً عليها وذلك بنسبة 8.5% من مجمل اعتمادها على باقي المصادر في تناول قضايا الإرهاب، مما يشير إلى اهتمام الصحف بشبكات التواصل الاجتماعي وما تضيفه من جديد وفعال إلى قضايا الرأي العام ولذلك ينبغي استخدامها كمصادر للمواد الصحفية المنشورة بها.
- أظهرت النتائج ان الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي ظهر في سياقات واضحة بعينها، وتم حصر ذلك في مجموعة نقاط تشمل أحداث الإرهاب خلال هذه الفترة وكيف تم ذكرها داخل المواد الصحفية: -

· اشارت صحف الدراسة أن جماعة أنصار بيت المقدس تعلن مسئوليتها عن مذبحة رفح الثالثة عبر حسابها على موقع التواصل الاجتماعي توتير

· اشارت صحف هاش تاج (# شهداء الوادي الجديد) بمواقع التواصل الاجتماعي توتير الاعلى تعليقاً

· اشارت الصحف أن حمدين صباحي نعى شهداء الوادي الجديد عبر حسابه على توتير

· أحد شباب الاخوان المسلمين على صفحته على الفيس بوك ساخرا من الشهداء والتفجيرات، واخر تابع لجماعة الاخوان المسلمين في تركيا على صفحته على الفيس بوك

· جماعة أنصار بيت المقدس تعلن مسئوليتها عن هجوم فندق القوات المسلحة بالعريش على توتير

· الصفحات التابعة للجماعات الارهابية على موقعي التواصل الاجتماعي فيس بوك وتويتر نشرت بيان

قبل 72 ساعة من هجوم فندق القوات المسلحة بالعريش
· صفحات التواصل الاجتماعي تويتر وفيسبوك نددت بمقتل النائب العام

– في المرتبة الثالثة اعتمدت الصحف على وكالات الأنباء والمواقع الإخبارية بنفس المقدار بنسبة 1.2% كمصادر لقضايا الإرهاب .

– وأثبتت النتائج أن جميع الصحف تعتمد في مصادرها على شهود العيان بنسبة 90.5%

ثالثاً–الأطر الخبرية التي اعتمدت عليها الصحف في تناول قضايا الإرهاب

جدول رقم (9) : يوضح بالنسب الأطر الخبرية المستخدمة بصحف الدراسة لقضايا الإرهاب خلال الفترة من يونيو 2014 حتى يونيو 2015

الأطر الخبرية	الأهرام		الوطن		الوفد		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الصراع	6	%5.8	11	%8	2	%2.6	19	%6
المسئولية	16	%15.5	19	%13.8	21	%26.9	56	%17.6
الضحية	12	%11.7	17	%12.3	-	-	29	%9.1
الأمني	64	%62.1	91	%65.9	45	%57.7	200	%62.7
الإنساني	50	%48.5	48	%34.8	16	%20.5	114	%35.7
الديني / الأخلاقي	1	%1	5	%3.6	6	%7.7	12	%3.8
نتائج سياسية	40	%38.8	47	%34.1	41	%52.6	128	%40.1
نتائج اقتصادية	2	%1.9	1	%0.7	1	%1.3	4	%1.3
نتائج اجتماعية	2	%1.9	8	%5.8	-	-	10	%3.1
نتائج رياضية	2	%1.9	-	-	-	-	2	%0.6
الإجمالي	103	%100	138	%100	78	%100	319	%100

– ومن تحليل الجدول السابق نجد أن صحف الدراسة اعتمدت على الإطار الأمني في تناول قضايا الإرهاب بنسبة 62.5%، مما يعني أن جميع الصحف ترى هذه الاحداث في سياقها الاستراتيجي المؤثر على أمن الدولة القومي.

– كما تبين اعتماد الصحف على إطار النتائج السياسية بنسبة 40.1%.

– تم الجمع بين الإطارين الأمني والنتائج السياسية في صحف الدراسة خاصة في المواد الخبرية خلال تلك الفترة.

– في حين اتضح للباحثة فيما يتعلق بإطار الاهتمامات الإنسانية أن الصحف استخدمته بنسبة 35.7%، مما يعني التركيز على الأحداث في سياق تأثيراتها الإنسانية والعاطفية.

– لم يستخدم إطار النتائج الاقتصادية من قبل صحف الدراسة الثلاثة سوى قليلا جدا وذلك بنسبة 1.3%، على الرغم من أهميته وقدرته على إبراز خطورة موضوع الإرهاب.

– في حين قد أشارت النتائج إلى ان اهتمام الصحف بإطار النتائج الاجتماعية من حيث إظهار عواقب تلك الأحداث داخل المجتمع المصري كانت الأعلى فكان مجمل اهتمام صحف الدراسة بها بنسبة 3.1% حيث استخدمته جريدة الوطن بنسبة 5.8% مقابل استخدمته جريدة الأهرام بنسبة 1.9%، في حين لم تستخدمه جريدة الوفد.

رابعاً–القوى الفاعلة التي اعتمدت عليها الصحف في تناول قضايا الإرهاب

توصلت الباحثة من خلال نتائج الدراسة التحليلية إلى أن صحف الأهرام، الوطن، والوفد قد اعتمدت على مجموعة من القوى الفاعلة بنسب متقاربه منقسمة على ثلاث أجزاء هم:

1- **الفاعل**

– اتضح للباحثة استخدام الصحف الثلاثة (الأهرام، الوفد، والوطن) الجماعات الإرهابية كقوى فاعلة في مضامين الصحف كان بنسبة 26% وهي أكبر نسبة بين القوى الفاعلة الاخرى، مما يعني تأكيد كافة الصحف بمختلف أيدولوجياتها، نمط ملكياتها وسياستها التحريرية أن الجماعات الإرهابية في مصر هي الفاعل الرئيسي والمسئول الأول عن كل هذه الأحداث الإرهابية.

– وتبين من النتائج أن القوات المسلحة استخدمت فاعلاً داخل نصوص المواد الصحفية بنسبة 22.3%، مما يعني اتفاق كافة اشكال السياسات التحريرية باختلاف نمط ملكيتها وتنوع أيدولوجياتها والقائم بالاتصال بها على ابراز الدور الذى تلعبه القوات المسلحة في محاربة الإرهاب، كما أن تلك النتائج تؤكد أن اغلب ضحايا تلك الحوادث الإرهابية من شهداء جنود القوات المسلحة والشرطة، أي ان القوات المسلحة لها دوران بتلك النصوص دور الضحية ودور الدفاع عن الوطن بمحاربة الإرهاب.

– كما تبين للباحثة من النتائج أن هناك 19.7% من المواد الصحفية بصحف الدراسة بلا قوى فاعلة ظاهرة في نصوص المواد الصحفية.

– وعلى عكس ذلك ظهر في بعض المواد الصحفية لصحف الدراسة أكثر من فاعل.

– واضافة الى ذلك تبين من النتائج استخدام الشرطة فأعل داخل نصوص المواد الصحفية بصحف الدراسة بنسبة 12.5%.

– كما أشارت نتائج التحليل إلى استخدام رئيس الجمهورية فاعلاً بنصوص المواد صحفية بنسبة 7.8%.

– وأوضحت النتائج استخدام صحف الدراسة لجماعة الإخوان المسلمين فاعل داخل المواد الصحفية بنسبة 7.2% وهي نسبة ضعيفة إلى حد ما، مما يوضح أن جماعة الإخوان المسلمين قد تقلصت المهام المسندة إليهم بعد عزل الرئيس محمد مرسي وخروجهم من الحياة السياسية.

جدول رقم (10) : يوضح بالنسب الفاعل المستخدم بالمواد الصحفية داخل صحف الدراسة لقضايا الإرهاب خلال الفترة من يونيو 2014 حتى يونيو 2015

الفاعل	الأهرام		الوطن		الوفد		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الجماعات الإرهابية	16	%15.5	46	%33.3	21	%26.9	83	%26
القوات المسلحة	17	%16.5	37	%26.8	17	%21.8	71	%22.3
بلا قوى فاعلة ظاهرة	10	%9.7	33	%23.9	20	%25.6	63	%19.7
رئيس جهة أو مؤسسة	40	%38.8	9	%6.5	7	%9	56	%17.6
الشرطة	25	%24.3	13	%9.4	2	%2.6	40	%12.5
رئيس الجمهورية	5	%4.9	9	%6.5	11	%14.1	25	%7.8
الإخوان المسلمين	2	%1.9	8	%5.8	13	%16.7	23	%7.2
الرأي العام	4	%3.9	6	%4.3	2	%2.6	12	%3.8
رئاسة الجمهورية	5	%4.9	1	%0.7	-	-	6	%1.9
دول عربية	2	%1.9	1	%0.7	1	%1.3	4	%1.3
النيابة العامة	2	%1.9	-	-	-	-	2	%0.6
مؤسسات	1	%1.7	-	-	-	-	1	%0.4
رئيس دولة عربية	1	%1	-	-	-	-	1	%0.3
سفراء	-	-	-	-	-	-	-	-
الإجمالي	103	%100	138	%100	78	%100	319	%100

2- **صفات الفاعل**

وبلغت نسبة الصفات الإيجابية الواردة للفاعلين أكبرهم حيث أظهرت النتائج أنها 48.2%؛ حيث استخدمت الأهرام الصفات الإيجابية بنسبة 77.6% في حين استخدمتها جريدة الوطن بنسبة 36.2% واستخدمتها جريدة الوفد بنسبة 30.8% ، في حين بلغت نسبة استخدام الصفات السلبية للفاعلين 31.7%،

كما أظهرت النتائج وجود نصوص صحفية غير وارد بها صفات للفاعل وبلغت نسبتها 20.1% لصحف الدراسة الثلاثة؛ مما يعني عدم الرغبة في ذكر رأي الصحف في الفاعل وتوصيفه بشكل سلبي أو إيجابي قد يضر بسياستها التحريرية ولا يتفق مع نمط ملكيتها مما يترتب عليه إخلالاً

ببناء أجندتها.

3- **دور الفاعل**

وبلغت نسبة الأدوار الإيجابية الواردة للفاعلين أكبرهم حيث أظهرت النتائج أنها 48%؛ حيث استخدمت الأهرام الأدوار الإيجابية بنسبة 76.6% في حين استخدمتها جريدة الوطن بنسبة 36.2% واستخدمتها جريدة الوفد بنسبة 30.8%

في حين بلغت نسبة استخدام الأدوار السلبية للفاعلين 31.7%؛ فقد استخدمتها جريدة الوفد بنسبة 43.6% وفي الترتيب الثاني جريدة الوطن بنسبة 39.9% ثم في الترتيب الأخير جريدة الأهرام القومية استخدمتها بنسبة 11.7%

فضلاً عن ذلك أشارت النتائج إلى وجود نصوص صحفية تحمل أدوار بين الإيجابي والسلبي للفاعل وبلغت نسبة تلك النصوص 20.7% لكافة الصحف.

ثالثاً: نتائج تحليل الهاش تاج #

1- اتضح من نتائج تحليل الهاش تاج بموقع التواصل الاجتماعي تويتر خلال الفترتين أن أحداث مذبحة رفح الأولى هي أكثر القضايا تناولاً على موقع تويتر في الفترة من يونيو 2012 حتى يونيو 2013، وأن أحداث اغتيال النائب العام هي أكثر القضايا تناولاً على موقع تويتر في الفترة من يونيو 2014 حتى يونيو 2015.

2- أداة تحليل الهاش تاج تعتبر مؤشر على مدى قوة الحدث وتأثيره في الرأي العام، أي أن هناك أحداث وقعت منذ أربع سنوات ومستمر صداها حتى الآن مثل مذبحة رفح الأولى.

3- أداة تحليل الهاش تاج تعتبر مؤشر للمقارنة بين النسب المتفاوتة للأحداث بعضها وبعض، أي أنه على سبيل المثال قد توالت أحداث على فترات زمنية متفاوتة ولكن استمرارها وصداها يؤكد على قوة حدث محدد من ينهم وقوة توابعه؛ حيث أن هناك بعض الأحداث قد تكون قوية جداً عند وقوعها ولكن ليس لها توابع ولا يستمر الاهتمام بها على مواقع التواصل الاجتماعي ولدى الرأي العام لذا تقل قوتها في حين قد قع حدث اخر قوي ولكن له توابع واهتمام بها يظهر من خلال وسائل التواصل الاجتماعي ومن ثم تواجدها لفترات أطول على قوائم اهتمام قضايا الرأي العام،

4- أداة تحليل الهاش تاج تدرس الحدث ككل وليس فقط وقت وقوعه.

رابعاً: نتائج المقابلات المتعمقة

من خلال المقابلات المتعمقة لمجموعة من القائمين بالاتصال في صحف الأهرام، الوفد، والوطن اتضح للباحثة مجموعة من الاستخلاصات تتمثل في: –

1- ان تفاوت تناول قضايا الإرهاب في أجندة الصحف خلال الفترتين من يونيو 2012 حتى يونيو 2013 ومن يونيو 2014 حتى يونيو 2015 يتأثر بالمصادر في الدرجة الأولى ثم النظام السياسي، وان كلاً من العاملين مرتبط بالآخر حيث تفرض الدولة مجموعة من القوانين المتعلقة بالإرهاب وتخص منها بنود خاصة بالنشر الإعلامي تحض من مدى التناول الإعلامي والمعالجة داخل الصحف لمثل هذه الأحداث المتعلقة مباشرة بالأمن القومي.

2- الاعتماد على المصادر الرسمية في تغطية ومعالجة الصحف لقضايا الإرهاب أثناء بناء الأجندة يعود إلى حرص الصحف على سلامة البلاد وعدم الترويج للشائعات عن طريق الحصول على البيانات الرسمية بدقة، كما ان تركيز القائم بالاتصال على الأطر الإنسانية في معالجة الصحف يعود إلى عدم القدرة في مناقشة تفاصيل الاحداث الإرهابية التي تكون في أغلب الأحيان مجهولة للصحف مثل الفاعل أو عدد الضحايا بشكل دقيق وغيرها من معلومات.

3- محاربة الإرهاب هو الاتجاه الواحد المتفق عليه لدى القائم بالاتصال في الصحف المصرية متمثلة في عينة صحف الدراسة ذات الاتجاهات الأيدلوجية ونمط الملكية المختلف، ويتضح من النتائج أن الإرهاب ليس من القضايا الخلافية لدى القائم بالاتصال في الصحف سواء كانت قومية، حزبية، أو خاصة.

4- اختيار شكل المادة الصحفية سواء كانت خبرية أو تفسيرية في تناول قضايا الإرهاب يعود إلى السياسة

التحريرية للصحف، في حين تناولها من في مواد الرأي يعود إلى الكاتب ذاته حيث أن مواد الرأي تعبر عن آراء كتابها ولا تؤثر عليها السياسة التحريرية للصحف.

-5 لا يعتمد القائم بالاتصال في الصحف الثلاثة عينة الدراسة على وسائل الاعلام الحديثة كمصادر للأخبار بشكل عام ومن ثم لا تؤثر في بناء الأجندة، ولا يوجد أقسام في الصحف لمتابعة وسائل الاعلام الحديثة التي تعنيها الدراسة من وسائل تواصل اجتماعي Social Media ومواقع إخبارية News Web site، وقليلاً ما تتابع الصحف ما ينشر على مثل هذه المواقع – التي تثق بمصداقيتها – من أخبار أو معلومات أياً كانت في شكل نص، أو صور، أو فيديو، أو مقطع صوتي وتتحرى الدقة عنها لاستخدامها داخل النصوص الصحفية اذا ثبت صحتها بالتأكيد من المصدر الرسمي، كما انها قد تلجأ اليها ايضاً للتطرق إلى مجالات اهتمام بقضايا جديدة دون استخدامها كمصادر في المواد الصحفية.

-6 يرى القائم بالاتصال في جميع أنواع الصحف أن الإرهاب من القضايا الرئيسية والهامة ويوضع على رأس قائمة كافة الصحف بكافة اتجاهاتها السياسية وباختلاف ملكيتها، وأن احداث الإرهاب وغيرها من الاحداث الطارئة تكون من المحركات الرئيسية التي تغير من ماكيت الصحيفة بعد الطباعة أو قبلها أو أثنائها دائماً وابداً.

-7 من خلال الدراسة الكيفية للقائم بالاتصال في صحف عينة الدراسة عن طريق المقابلات المتعمقة اتضح أن أهم المعايير التي يلتزم بها في تناول قضايا الإرهاب داخل الاجندة هي المعايير الأخلاقية والمهنية وكان على رأسها: الدقة، تغليب المصلحة العامة على الخاصة، الشمولية، الموضوعية، والمصداقية.

-8 يرى القائم بالاتصال أن معياري نمط الملكية ونظام الحكم السياسي من أهم العوامل المؤثرة في بناء أجندة قضايا الصحف.

النتائج العامة للدراسة

–أن هناك مجموعة من العوامل المؤثرة في بناء أجندة الصحف بالتطبيق على قضايا الارهاب تتمثل في:(السياسة التحريرية، نمط الملكية، النظام السياسي، المصادر، الاخلاقيات المهنية، والتشريعات والقوانين) في حين اثبتت عدم تأثر بناء الاجندة عن طريق القائم بالاتصال بوسائل الاعلام الحديثة.

–هناك علاقة تبادلية بين السياسة التحريرية ونمط الملكية والنظام السياسي ومعدلات الاهتمام بقضايا الإرهاب داخل أجندة الصحف.

–المصادر المعتمد عليها في بناء أجندة الصحف بالتطبيق على قضايا الإرهاب خلال الفترتين رسمية بالدرجة الأولى، ويرجع ذلك إلى ارتباط المصادر كعامل رئيسي في بناء الأجندة بالتشريعات والقوانين التي تعتبر من جانبها أهم المرجعيات في بناء أجندة قضايا الأمن القومي.

–أكدت النتائج اهتمام الصحف باختلاف انماطها بالمواد الخبرية أكثر من الأنواع الأخرى للمواد الصحفية في تناول قضايا الإرهاب خلال فترتين الدراسة من خلال استخدام الإطار الأمني .

–هناك تأثير للسلطة باختلاف أنظمتها على حرية بناء الأجندة.

–أكدت نتائج الدراسة أن هناك معايير أخلاقية ومهنية محددة يجب توافرها عند تناول الأحداث القومية وبالأخص الإرهابية ومن أهمها: ترسيخ دعائم الدولة وتغليب المصلحة العامة.

–استخدام أدوات بحثية حديثة في التعرف على اهتمامات الرأي العام بقضايا الإرهاب.

–الخروج بنموذج نظري جديد يوضح العوامل المؤثرة على بناء أجندة وسائل الاعلام التقليدية، وينطلق هذا النموذج من فرضية أساسية مفادها أن المصادر ليست هي العامل الوحيد المؤثر في بناء أجندة الصحف بالتطبيق على تناول قضايا الإرهاب، وهذا إضافة إلى ما قدمته فرضية نظرية بناء الأجندة مسبقاً؛ بل هناك مجموعة من العوامل المتكاملة فيما بينها التي تؤثر على بناء أجندة الصحف، وهو ما جعل الباحثة تركز على تأثيرات تلك العوامل منفردة ومجتمعة على القائم بالاتصال والذي بدوره يقوم بالتناول والمعالجة لقضايا الإرهاب داخل بناء أجندة الصحيفة في الفترة من يونيو 2012 حتى يونيو 2013 والفترة من يونيو 2014 إلى يونيو 2015 كدراسة حالة.

مقترحات وأفكار بحثية جديدة

1-إدراج أداة تحليل الهاش تاج كأداة بحث أساسية في مجال البحوث والدراسات الإعلامية التي تتناول وسائل الاعلام الحديثة وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها أداة موضوعية تعتمد على التحليل الرقمي المجرد.

2-ضرورة اجراء دراسات تتناول مدى تأثير أجندة الوسائل الإعلامية الحديثة على الوسائل التقليدية الأخرى مثل الراديو والتليفزيون.

3-ضرورة اجراء دراسات تتناول مدى تأثير أجندة الوسائل الإعلامية الحديثة على قضايا الرأي العام الخلافية في مجالات مختلفة.

4-مراجعة التشريعات والمواثيق التي تهدف إلى تحقيق الحماية والسلامة المهنية للإعلاميين أثناء تغطيتهم للأحداث الإرهابية.

5-عمل نقابة الصحفيين والمؤسسات الصحفية والإعلامية وغيرها من الجهات المعنية على عقد ورش عمل ودورات تدريبية للصحفيين والإعلاميين حول كيفية معالجة أحداث الإرهاب في وسائل الاعلام المختلفة.

6-ضرورة توحيد الجهد الإعلامي العربي تكملة لمسيرة مكافحة الإرهاب.

مراجع الدراسة

1) Sei Hill Kim , Miejeong Han , Doo-Hum Choi & Jeong-Nerm Kim (2012) " **Attribute Agenda Setting , Priming and The Media's Influence on How to Think about a Controversial Issue "** , The International Communication Gazette , Vol 4 .

2) Bekkers Victor , Beunders Henri , Edwards Arthur & Moody Rebeca (2011) **" New Media , Micro mobilization and Political Agenda Setting : Crossover Effects in Political Mobilization and Media Usage "** , (Information Society) Vol 27 .

3) هبه شاهين: **معايير بناء أجندة القضايا العامة المقدمة في برامج الرأي بالقنوات التليفزيونية المصرية الحكومية والخاصة – دراسة في القائم بالاتصال**، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام – جامعة القاهرة، العدد الثالث والثلاثون، (يناير / يونيو ٢٠٠٩).

4) Marcus Messner & Marcia Watson Distaso (2008) "**How Traditional Media and Weblogs Use Each Other as Sources** ", Journal of Journalism Studies, Vol 9.

5) Steafaan Walgrave & Peter Van Aelst (2006) **"The Contingency of The Mass Media's Political Agenda Setting Power: Toward a Preliminary Theory "**, Journal of Communication, Vol 56.

Verweij, Peter **"TWITTER LINKS BETWEEN POLITICIANS AND JOURNALISTS"**, Journalism Practice, Vol. 6, Issue 5-6, 2012.

6) جمال عبد العظيم أحمد: **بناء الأجندة الإخبارية في الصحف المصرية: "دراسة تطبيقية على صحيفتي الأهرام والوفد"**، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام – جامعة القاهرة، المجلد الرابع، العدد المزدوج، (يناير / ديسمبر ٢٠٠٣).

7) سماح رضا زكي: **مصادر بناء أجندة وسائل الإعلام**، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام -جامعة القاهرة، المجلد الثالث، العدد الثاني، (أبريل / يونية ٢٠٠٢).

8) دعاء أحمد الغوابي وانجي رجب: **أخلاقيات العمل المهني بين الاعلام التقليدي والاعلام الجديد**، المؤتمر العلمي الدولي الأول «مستقبل الإعلام في ظلال

التحولات المجتمعية الراهنة «، كلية الإعلام – جامعة فاروس، (نوفمبر 2014).

9) Jeongsub Lim (2011) **"First-level and second-level intermedia agenda setting among major news websites"**, Asian Journal of Communication, 21:2.

10) أميرة فتحي إبراهيم القاضي: تأثير الإعلام البديل على بناء أجندة نشرات الأخبار، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، كلية الإعلام – جامعة الأهرام الكندية، العدد المزدوج، (يوليو/ ديسمبر 2015) .

11) Sharon Meraz (2011) **"Using times series analysis to measure intermedia agenda setting influence in traditional media and political blog networks"**, Journalism & Mass Communication Quarterly, Vol 88, Issue 1.

12) Usha M Rodrigues (2013) **"Intermedia agenda setting"**, Media Books & Research.

13) Danielian, L.H., & Reese, S.D.(1989) **" A closer look at intermedia influences on agenda setting: The cocaine issue of 1986"**, in Jeongsub Lim (2011) **"First-level and second-level intermedia agenda setting among major news websites"**, Asian Journal of Communication, 21:2.

14) نادية عبد النبي محمد محمد القاضي: **دور الصحافة المصرية في ترتيب أولويات الجمهور نحو قضايا الإصلاح الاجتماعي في مصر**، المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر « الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات «، كلية الإعلام – جامعة القاهرة، (يوليه ٢٠٠٩).

15) لمياء البحيري: **الصحافة المصرية الحزبية وترتيب الاهتمامات بالموضوعات السياسية لدى المجتمع المصري « دراسة تحليلية وميدانية «**، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام – جامعة القاهرة، المجلد الثالث، العدد الثالث، (يوليو / سبتمبر ٢٠٠٢).

16) سها مصطفى فاضل: **دور الصحافة المصرية في ترتيب أولويات القضايا الدينية لدى الجمهور المصري « دراسة تحليلية وميدانية «**، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام – جامعة القاهرة، العدد الرابع عشر، (يناير / مارس ٢٠٠٢).

17) هدى باقر نعمت خورى، **دور وسائل الإعلام في ترتيب أولويات القضايا لدى الجمهور في دولة الإمارات العربية المتحدة « دراسة تحليلية ميدانية**، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام – جامعة القاهرة ٢٠٠١.

18) خالد صلاح الدين حسن: **دور وسائل الإعلام والجماعات المرجعية في تشكيل الاهتمامات البارزة للرأي العام المصري**، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام – جامعة القاهرة، العدد المجلد الرابع، العدد المزدوج، (يناير / ديسمبر ٢٠٠٣).

19) خالد صلاح الدين حسن علي: **دور الإعلام التقليدي والجديد في تشكيل معارف الرأي العام واتجاهاته نحو قضايا الديمقراطية، وتحدياتها في مصر: في إطار تحليل الخطاب الإعلامي، ونظرية الاعتماد**، المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر « الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات «، كلية الإعلام – جامعة القاهرة، (يوليه ٢٠٠٩).

(20 مايا أحمد البيضا: **اعتماد الشباب المصري على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في تكوين الصور الذهنية عن المجتمعات الغربية–دراسة ميدانية**، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، كلية الإعلام –جامعة الأهرام الكندية، العدد المزدوج، (يوليو/ ديسمبر 2015)

(21 جيهان سيد أحمد يحيي: **العوامل المؤثرة في التماس المعلومات لدى الجمهور المصري «دراسة حالة للاستفتاء على تعديلات الدستور المصري 2014»**، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، كلية الإعلام –جامعة القاهرة، العدد 47، (أبريل/يونيو 2014)

(22 ماجدة أحمد عبد المرضي: **اعتماد المرأة المصرية على وسائل الاعلام المختلفة خلال مرحلة التحول السياسي الراهنة وعلاقته بعملية الحشد والتعبئة للمشاركة في الاستفتاء على دستور مصر 2014**، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، كلية الإعلام –جامعة القاهرة، العدد 47، (أبريل/يونيو 2014)

(23 نعيم فيصل المصري: «**استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على وسائل الإعلام الأخرى**»، المؤتمر العلمي الدولي لكلية الإعلام جامعة اليرموك – الأردن 2012

(24 نجلاء فتحي: **اعتماد الشباب على وسائل الإعلام الثقافية التقليدية والحديثة كمصدر لمعارفهم الثقافية**، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام – جامعة القاهرة، 2011.

(25 نصير صالح بو علي: **استخدام الشباب الجامعي لوسائل الاعلام التقليدية والجديدة: دراسة حالة**، مجلة رؤى استراتيجية مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، العدد 7 – المجلد الثاني –يوليو 2014.

26) Ilona Grzywinska & Jonathan Borden (2012) **" The impact of social media on traditional media agenda setting theory – the case study of Occupy Wall Street Movement in USA"**, [in] B. Dobek–Ostrowska, W. Wanta (ed.), "Agenda Setting: Old and New Problems in Old and New Media", Wroclaw 2012.

27) Rinnawi Khalil (2012) **"Cyber Uprising: Al –Jazeera TV Channel and the Egyptian Uprising"**, (Language and Intercultural Communication), Vol 12.

28) Naila Hamdy (2012) **"Framing the Egyptian Uprising in Arabic Language Newspaper and Social Media** ", Journal of Communication, Vol 62.

29) Bill Cromwell (2011) **" Social Media's Real Impact is on Old Media "** , Media Life Magazine

(30 نشوى سليمان: **العلاقة بين الوجود الافتراضي لشباب الجامعة على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى تفاعلهم الاجتماعي مع الآخرين ومع وسائل الإعلام التقليدية**، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام – جامعة القاهرة، المجلد العاشر، العدد الثاني، (يوليه / ديسمبر ٢٠١٠).

31) Hanan Kilani (2007) **"The Influence of Internet on Egyptian Traditional Mass Media"**, Magazine of Public Relation's researches, Vol.2.

(32 شيم عبد الحميد قطب: **رؤيـة القائـم بالإتصـال فـى الصحافـة المصريـة لمواقـع التدويـن إطـار التكامـل بيـن الوسـائل التقليديـة والجديـدة**، المجلـة المصرية لبحوث الصحافة، كلية الإعلام – جامعة القاهرة، المجلد الأول، العدد الأول والثاني، (أكتوبر – ديسمبر ٢٠٠٩ / يناير –مارس ٢٠١٠).

33) Study of Pew Research Center Publications (2010) **" New Media , Old Media : How Blogs and Social Media Agenda's Relate and Differ from Traditional Press "** ,(Pew Research Center) .

34) Nagasvare D/O M. Krishnasmy (2010) **"New Media Vs Traditional Media "**, (AIBD Asia Pacific Institute for Broadcasting Development).

أحمد مصطفى علي: **حقيقـة الصـراع والتكامـل بيـن الإعـلام الجديـد والتقليـدي –الجزيـرة نموذجـاً ... لرؤيـة التكامـل والتطويـر بيـن إعـلام الأمـس والإعـلام الجديـد**، مايو 2012.

(35 السيد بخيت: **أخلاقيـات العمـل الإعلامـي دراسـة مقارنـة بيـن البيئـة الإعلاميـة الرقميـة والتقليديـة**، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام – جامعة القاهرة، المجلد السابع، العدد الثاني، (يناير / يونية ٢٠٠٦).

36) Mehrabi, Davood & others (2013) **"Component of news media credibility among professional administrative staff in Malaysia"**, China media research, Vol.9 issue 1.

Bjoergum, Maren (2014) "The Credibility of News Media: The difference in framing between traditional media and Twitter after the Boston Marathon bombing", **Thesis**, (HAWAII PACIFIC UNIVERSITY, 2014).

37) Westerman, David (2014) **"Social Media as Information Source: Recency of Updates and Credibility of Information"**, Journal of Computer–Mediated Communication, International Communication Association.

(38 أحمد فاروق رضوان: **مصداقيـة وسـائل الاعـلام الجديـدة كمصـدر للمعلومـات أثنـاء الانتخابـات البرلمانيـة المصريـة نوفمبـر 2010**، مجلة بحوث الإعلام، كلية الإعلام – جامعة الأزهر، العدد 36، (أكتوبر 2011).

(39 حسنى محمد نصر: **حريـة الصحافـة الإلكترونيـة فـي ضـوء تجـارب وسـائل الإعـلام التقليديـة مـع دراسـة لأنمـاط الرقابـة علـى الإنترنـت فـي العالـم العربـي**، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام – جامعة القاهرة، العدد الثامن عشر، (يوليه / ديسمبر 2005).