الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التـعليم العالـــي والبحـث العلـــمي
جامـعة يحـــي فارس بالمديـــة
كلية العلوم الاجتماعية والانسانية
قسم الإعلام والاتصال

# دور القائم بالاتصال في تحديد أجندة الأخبار

## دراسة مسحية على موظفي قسم الأخبار بإذاعة المدية

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر علوم الإعلام والإتصال

تخصص: سمعي بصري

إعداد الطالبتان:

- إكرام بشرى بن زرقة
- فاطمة بوعتو

إشراف الاستاذة:

إلهام صفرة

السنة الجامعية:

2021/2020م


بسم الله الرحمن الرحيم
١٤٣٨




نشكر الله العلي القدير الذي أنار لنا درب العلم والمعرفة ويسر لنا أداء هذا العمل

نتقدم بالشكر الجزيل إلى كل من ساعدنا على إنجاز هذا العمل المتواضع

وإلى كل من علمنا حرفا طيلة مشوارنا الدراسي وساهم في تعليمنا أصول الحياة.

" شكرا جزيلا"

إكرام فاطمة.

# إهداء

أهدي ثمرة جهدي إلى الذين قال فيهما المولى

عز وجل: "وبالوالدين إحسانا"

إلى التي ربتني في كنفها ولم تفارقني ابتسامتها ولم تبخل

علي بالدعاء والنصح، من علمتني وعانت

الصعاب لأصل ما انا عليه الآن

" أمي الغالية"

إلى من كان يدفعني قدما نحو الامام لنيل المبتغى

وأنار لي درب النجاح، إلى منبع الإرادة

" أبي الغالي"

إلى أعز ما أملك "إخوتي"

" تسنيم ويونس"

إلى صديقتي العزيزة ورفيقتي في العمل

فاطمة بوعتو

إلى صديقتي وحبيبتي سارة زغول التي شاركتنا عناء هذا العمل

إكرام

# إهداء

الحمد لله الذي أنار لي طريقي وكان لي خير عون إلى اغلى ما املك في هذه الدنيا

إلى من كان سبب في وجودي على هذه الأرض إلى من وضعت الجنة تحت اقدامها، إلى التي أنحني لها وبكل إجلال وتقدير إلى التي أرجو قد أكون نلت رضاها أمي الغالية "الزهرة" اطال الله في عمرها

إلى ابي حفظه الله وأطال الله في عمره

إلى من أدين له بحياتي إلى من ساندني أخي علي حفظه الله ورعاه وإلى كل العائلة الكريمة وبأخص أختي وحبيبتي هدى وفقها الله

و إلى كل براعم أسرتي

وإلى صديقتي الغالية ورفيقة دربي في هذا العمل المتواضع إكرام بشرى

إلى صديقتي وحبيبتي سارة زغول التي شاركتنا عناء هذا العمل واسأل الله عز وجل أن يوفقنا لما فيه خير لنا ولوطننا إنه نعم المولى ونعم النصير.

فاطمة بوعتو

فهرس المحتويات:


| فهرس المحتويات | الصفحة |
|---|---|
| شكر وتقدير | |
| إهداء | |
| فهرس المحتويات | |
| مقدمة | أ–ب |
| **الجانب المنهجي** | |
| تحديد الاشكالية الدراسة | 5 |
| أسباب اختيار الموضوع | 7 |
| أهمية الدراسة | 8 |
| أهداف الدراسة | 8 |
| تحديد المفاهيم والمصطلحات | 9 |
| الدراسات السابقة | 16 |
| منهج الدراسة | 17 |
| مجتمع البحث وعينة الدراسة | 18 |
| أدوات جمع البيانات | 19 |
| مجال الدراسة | 20 |
| **الجانب النظري** | |
| **الفصل الأول: مدخل إلى القائم بالاتصال** | |
| تعريف القائم بالاتصال | 26 |
| مفهوم القائم بالاتصال كمصدر للرسالة الاعلامية | 29 |
| مفهوم القائم بالاتصال في نموذج حارس البوابة | 30 |
| مسؤوليات القائم بالاتصال | 31 |
| الشروط الواجب توفرها في القائم بالاتصال | 32 |

| | |
|---|---|
| الضغوطات المهنية على القائم بالإتصال | 33 |
| الصعوبات والتحديات التي تواجه القائم بالاتصال | 42 |
| خلاصة الفصل | 44 |
| **الفصل الثاني: علاقة القائم بالاتصال في اجندة الأخبار** | |
| مفهوم أجندة الأخبار | 47 |
| نشأة النظرية وتطورها | 52 |
| العوامل المؤثرة في وضع أجندة الاخبار | 56 |
| نماذج عملية وضع أجندة الأخبار | 63 |
| تيارات جديدة في دراسات وضع أجندة الاخبار | 69 |
| خلاصة الفصل | 74 |
| **الجانب التطبيقي: الدراسة الميدانية للبحث** | |
| **الفصل الثالث: عرض وتحليل النتائج** | |
| مكان ومدة إجراء الدراسة | 77 |
| عرض وتحليل المقابلات | 77 |
| نتائج الدراسة | 92 |
| خاتمة | 95 |
| ملاحق | 97 |
| قائمة المصادر والمراجع | 107 |
| ملخص الدراسة | 113 |

# مقدمة

مقدمة:

أصبحت المؤسسات الإعلامية في القرن الحادي والعشرين شبكات اتصال ضخمة تتصارع داخلها المصالح، كما ان المؤسسة هي في حد ذاتها نظام معقد للسلطة والنفوذ والمراكز وحينما ندرس ما يحدث داخل الجريدة أو المحطة الإذاعية أو محطة التلفزيون نشعر بالدهشة من مدى تعقيد وتشابك أعمالها ففي داخل تلك المؤسسات الاعلامية تتخذ يوميا بل وفي كل دقيقة قرارات مهمة وخطيرة ونظرا لأهمية تلك القرارات بالنسبة للجماهير يجب أن نعرف الاسلوب الذي يتم بمقتضاه اتخاذ القرارات والمراكز والمناصب التي تنفذ فعلا تلك القرارات وطبيعة القائم بالاتصال والامور التي تؤثر على اختيار المواد الاعلامية والقيم والمستويات التي يعتنقها القائمون بالاتصال.

ويعتبر القائم بالاتصال جزءا من عملية جمع وانتقاء وبث الأخبار والمعلومات فهو المصدر الذي يضع الرسالة الإعلامية ويبثها عبر قناة المستمعين والعنصر المهم في العملية الاتصالية الذي لا يمكن الاستغناء عنه في أي مؤسسة إعلامية.

فالجمهور يؤثر على القائم بالاتصال مثلما يتأثر القائم بالاتصال به والرسالة التي يقدمها تحددها إلى حد ما توقعاته من ردود فعل الجمهور حيث يتطلع الجمهور إلى تلقي الأخبار والمعلومات والصور التي تتصل بحياته واهتماماته وشؤونه المختلفة وبالتالي يؤدي هذا الأخير دورا في عملية الاتصال.

ومن هنا سنحاول الوقوف على دور القائم بالاتصال في تحرير أجندة الأخبار دراسة مسحية على موظفي قسم الاخبار بإذاعة المدية فقد شملت الدراسة مقدمة والإطار المنهجي وفصلين وفصل تطبيقي وخاتمة.

ففي الإطار المنهجي الذي يعتبر موضوع الدراسة تناولنا فيه مشكلة الدراسة وصياغة التساؤل الرئيسي فيما أوضحنا أهمية وأهداف الدراسة وأسبابها وتحديد نوعية الدراسة وكذا منهج الدراسة وعينة الدراسة والمفاهيم الاساسية وذلك بتوضيح معاني الكلمات المفتاحية ثم عرض الدراسات السابقة وأدوات الدراسة وصولا إلى تحديد مجال الدراسة.

وبعدها جاءت الفصول النظرية والمتكونة من فصلين حيث تطرقنا في الفصل الأول من الإطار النظري المعنون ب: مدخل إلى القائم بالاتصال تناولنا فيه بالتفصيل تعريف القائم بالاتصال، مفهوم القائم بالاتصال كمصدر للرسالة الإعلامية ومفهوم القائم بالاتصال في نموذج حارس البوابة والمسؤوليات والشروط الواجب توفرها في القائم بالاتصال والضغوطات والصعوبات والتحديات التي تواجه القائم بالاتصال وفي الفصل الثاني المعنون بعلاقة القائم بالاتصال بأجندة الأخبار تناولنا بصفة عامة مفهوم أجندة الأخبار ونشأة أجندة الأخبار وتيارات في دراسة وضع أجندة الأخبار ونماذج عملية وضع أجندة الاخبار والعوامل المؤثرة في وضع أجندة الاخبار وصولا إلى استنتاج علاقة القائم بالاتصال بأجندة الاخبار بينما في الفصل الثالث الاطار التطبيقي خصصناه للدراسة الميدانية من خلال تحليل البيانات وصولا إلى عرض النتائج العامة المتعلقة بالتساؤلات الفرعية للدراسة.

# الجانب المنهجي

الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة

1-تحديد الإشكالية.

2-أسباب اختيار الموضوع.

3-أهمية الدراسة.

4-أهداف الدراسة.

5-تحديد المفاهيم والمصطلحات.

6-الدراسات السابقة.

7-منهج الدراسة.

8-مجتمع البحث وعينة الدراسة.

9-أدوات جمع البيانات.

10-مجال الدراسة.

## 1-الاشكالية:

المؤسسات الإعلامية هي مؤسسات اتصالية ضخمة حيث أن لكل مؤسسة تلفزيونية أو إذاعية أو صحافة مكتوبة تتوفر لديها نظامها الخاص حسب القائمين عليها وحسب السياسة المتبعة فيها، تعتبر الإذاعة من بين الوسائل الاتصالية الجماهيرية التي مازالت تحافظ على مكانتها رغم المنافسات التي تفرضها عليها وسائل الإعلام الأخرى وهي حقيقية يلمسها كل فرد يعيش أحوال هذا المجتمع الحديث إلا أنها استطاعت الصمود في ظل التطور التكنولوجي من خلال جمهورها المستمع والمتتبع لها والذي يعتبرها قربا له لما تقوم به من أدوار ونقل المعلومات والأخبار وإيصال الرسائل الاعلامية بجميع أنواعها لجماهير مختلفة. كما تعد الإذاعة المحلية من أهم الوسائل لتوصيل الرسالة الإعلامية إلى عدد كبير من الجماهير في آن واحد، حيث أصبحت اليوم لكل ولاية إذاعة تتحدث بلهجة مجتمعها المحلي وتعالج قضايا واهتمامات مستمعيها في شبكة برامجية تتخللها على رأس كل ساعة محطة اخبارية تتناول جديد الأحداث المحلية، حيث أن الخبر يعد مادة إعلامية مهمة جدا باعتبار الأخبار العمود الفقري في الاذاعة حيث تقوم هذه الأخيرة بتوزيع الأعمال كل حسب اختصاصه وعلى حسب ما يستطيع الصحفي أو العامل تقديمه من مهارات وإبداع وإتقان للعمل الصحفي حيث أن أهم عمل الذي يبرز المؤسسة هي الأخبار ونقل المعلومات الآنية والمهمة فالخبر هو الوجه أو النقطة التي تربط بين المؤسسة الإعلامية وبين الجمهور.

لهذا تتواجد في كل مؤسسة الإعلامية قائمين على تحديد وانتقاء الأخبار وهم القائمين بالاتصال أو القائم بالاتصال الذين يؤدون دوراً فعالاً ومباشراً في انتاج الرسالة الإعلامية لهذا لهذا نوجه اهتمامانا إلى دراسته مهمة القائم بالاتصال ودوره في تحديد أجندة الأخبار واخترنا إذاعة المدية المحلية.

تتكون المؤسسة الإعلامية التي نقوم بدراستها أن نطرح الإشكالية التالية: ما دور القائم بالاتصال في العملية الاتصالية داخل المؤسسة وعلى أي أساس يقوم بتحديد أجندة الأخبار في إذاعة المدية؟

2-التساؤلات:

1- من الذي يحدد أجندة الأخبار في إذاعة المدية القائم بالإتصال او الصحفي أو المستمع وماهي علاقتهم؟

2-ما هي علاقة القائم بالاتصال بنظرية حارس البوابة؟

3-هل تخضع عملية بث الأخبار في إذاعة المدية إلى ترتيب الأولويات؟

4-ما هي مصادر أجندة الأخبار؟

5-ما هي العوامل التي تؤثر على انتقاء الأخبار ووضع الأجندة؟

3-أهمية الدراسة:

إن القائم بالاتصال من وجهة نظر الباحثين يعد من أهم العناصر الحاكمة في عملية الاتصال الجماهيري لأنه هو المسؤول على الأخبار والمعلومات والأحداث التي يتلقاها الجمهور. ولهذا يتوجب علينا الاهتمام لعمل القائم بالاتصال والفوضى أكثر في جوانب عملية بدقة والخطوات والأسس المعتمد عليهم. لذلك فإن أهمية هذه الدراسة تتمثل في كونها تعالج إحدى مواضيع الساعة وتبرز وتقدم المعلومات الكافية عن موضوع بحثنا الذي له أهمية بالغة في الدراسات الاعلامية، حيث سيستفيد القارئ برصيد من المعارف الجديدة في هذا المجال، لأن هذا الأخير لقي اهتماما من طرف الناس عامة والمثقفين خاصة.

4-أسباب اختيار الموضوع:

تعد مرحلة اختيار الموضوع القابل للدراسة العلمية ذات أهمية كبيرة حيث أن اختيار الباحث لموضوع الدراسة لا يكون محض الصدفة بل هو ناتج عن دوافع وأسباب جعلته يركز جل اهتمامه على ذلك الموضوع دون غيره، وأسباب الدراسة تتعدد وتختلف وتنقسم الأسباب إلى ذاتية وموضوعية ومن بين الأسباب التي دفعتنا إلى اختيار موضوع البحث نذكر ما يلي:

5-الأسباب الذاتية:

1-الرغبة الشخصية والفضول دفعونا إلى محاولة معرفة واقع عمل القائم بالاتصال في إذاعة المدية.

2-التعرف على العملية التي يقوم بها القائم بالاتصال في بحث وانتقاد وتحديد الأخبار والمعلومات.

3-الميل الشخصي لوسائل الاعلام وخاصة الإذاعة.

4-الغوص في أغوار هذا الموضوع لإثراء معارفنا فيه.

6-الأسباب الموضوعية:

1-الأهمية التي يكتسبها هذا الموضوع لمعرفة ما وراء الأخبار.

2-إثراء الدراسات والبحوث في الإعلام والاتصال بما فيها هذه الدراسة التي تقوم على البحث في كافة المهارات والسمات التي يجب أن تتوفر في القائم بالاتصال وتسليط الضوء عليه في المؤسسة الإذاعية.

3-كشف دور القائم بالاتصال وتحديد عمله.

4-الارتباط المباشر لموضوع الدراسة بمجال تخصصنا.

7-أهداف الدراسة:

لكل دراسة علمية أهداف يسعى الباحث إلى تحقيقها فهي تساعد على مواصلة خطوات البحث الأخرى وأهداف دراستنا تتجلى فيما يلي:

1-التعرف على الدور الذي يقوم به القائم بالاتصال في تحديد أجندة الأخبار.

2-معرفة الأسس المبنى عليها في تحديده لأجندة الأخبار.

3-الكشف عن أهم الصفات التي يتميز بها القائم بالاتصال في إذاعة المدية.

4-كيفية البحث وانتقاء وغربلة الأخبار والمعلومات.

5-معرفة أهمية الأجندة التي تعد من أكثر العمليات تأثير في بناء الاتجاهات.

6-معرفة كيفية وضع الأجندة أثناء عملية وضع الأخبار.

7-التعرف على سياسة الوسيلة الإعلامية (إذاعة المدية) التي يعتمدها القائم بالاتصال في وضع الأجندة.

8-رصد العوامل المؤثرة على أداء القائمين بالاتصال لعملهم في إذاعة المدية الجهوية.

9-معرفة أهمية الأجندة التي تعد من أكثر العمليات تأثير في بناء الاتجاهات.

10-التعرف على الأهداف التي يسعى إليها القائم بالاتصال لايصالها إلى الجمهور المستهدف بواسطة الأخبار والمعلومات.

11-تقديم وتحليل دور وفعالية وسائل الاعلام لاسيما الإذاعة المحلية في تنمية المهارات الإعلامية.

12-السعي إلى الوصول وتحقيق الهدف المرغوب فيه والاجابة على التساؤلات.

8-تحديد المصطلحات

تعريف الإذاعة

1-لغة: الاسم الذي اختاره اللغويون للراديو هو المذياع والمذياع هو الرجل أو الشخص الذي لا يستطيع أن يكتم السر ويعمل على نشره وإذاعته[1] .

والأصل اللغوي لكلمة إذاعة هي "إشاعة" بمعنى النشر العام والذيوع ما يقال والعرب يصفون الرجل المفشي للأسرار بالرجل المذياع[2].

2-اصطلاحا:

هي عبارة عن تنظيم مهيكل في شكل وظائف وأدوار تقوم ببث مجموعة من البرامج ذات الطابع الترفيهي، التثقيفي والإعلامي وذلك لاستقبالها في آن واحد من طرف جمهور متكاثر، يتكون من أفراد وجماعات بأجهزة استقبال مناسبة[3].

3-التعريف الإجرائي:

وسيلة اتصال جماهيرية تقدم خدمات وبرامج متنوعة (إخبارية، اجتماعية، ثقافية، سياسية) عن طريق الأثير (موجات كهرومغناطيسية) إلى جمهور داخل وخارج الحدود السياسية والجغرافية ولا تراعي في ذلك المستوى المعرفي والاجتماعي لهذا الجمهور.

---

[1] عبد المجيد شكري، الإذاعة المدرسية في ضوء تكنولوجيا التعليم، نظرة مستقبلية القرن الواحد والعشرين، دار الفكر العربي، القاهرة، 2000، ص 24.

[2] القاموس المجاني للطلاب (عربي- عربي) منشورات دار المجاني، ط1، بيروت ، د.ط، 1995، ص 366.

[3] عبد العزيز شرف: المدخل إلى وسائل الاعلام والاتصال، دار الكتاب المصري، القاهرة، .

مفهوم الإذاعة المحلية:

هي جهاز إعلامي يخدم مجتمعا محليا بمعنى ان الإذاعة المحلية تبث برامجها مخاطبة مجتمعا خاصا محدود العدد يعيش فوق أرض محدودة المساحة والإذاعة المحلية تلبي الاحتياجات التي لا تستطيع الإذاعة المركزية أن تلبيها بالنسبة للمجتمع المحلي وإن كل إذاعة محلية وإن كان واجبها عمر ما هو الإعلام والتثقيف والترفيه فإن عليها التزاما خاصا يربطها بنوعية الحياة في مجتمعنا المحلي[1].

التعريف الإجرائي:

الإذاعة المحلية جهاز إعلامي جماهيري: يخاطب جمهور خاص يعيش في رقعة جغرافية محدودة داخل الدولة، متناسقين فيما بينهم، تقدم له برامج متنوعة ونعطي له الحق في المشاركة في بعضها.

أجندة الأخبار:

تعرف كذلك بمصطلح نظرية وضع الأجندة، لقد تم تقييم نظرية وضع الأجندة أو نظرية جدول الأعمال أو نظرية ترتيب الاولويات لاول مرة من قبل الدكتور ماكسويل ماوكوميت والدكتور دونالد شو عام 1972 وتنص هذه النظرية على ان الأخبار تلعب دوراً أساسياً في تشكيل الحقائق عند الجمهور أجندة الأخبار نجد فيها عناصر أساسية وهو القائم بالاتصال والوسيلة الإعلامية والصحافة، حيث يجب مراعاة الأخبار وصياغتها بمعاني وكلمات قوية

[1] ريم عبوده: مدخل إلى الإذاعة والتلفزيون، د، ط، الجمهورية العربية السورية، من منشورات الجامعة الافتراضية السورية2020، ص16.

وواضحة والقيام بترتيبها وانتقاء المواضيع وإعادة ترتيب ما يدور في أذهانهم بما ينسجم مع ما يقدمه الإعلام[1].

تعريف آخر: نظرية الأجندة الإعلامية تستند إلى وسائل الإعلام تتمتع بقوة كبيرة في تشكيل الرأي العام حول القضايا التي يواجهها المجتمع وذلك من خلال حجم الطرح لها في الوسيلة الإعلامية مما يؤدي استشارة اهتمام بها. وترى هذه النظرية أن وسائل الاعلام والقائم بالاتصال قادرة على التأثير بالجمهور من خلال تركيزها على قضايا معينة تطرحها على جدول تفكير الناس ليتخذوا مواقف منها تتأثر بحسب طرح الإعلام نفسه لها وبالمقابل فإنها إذا لم تطرح وتسلط الأضواء الكافية يبتعد الناس عنها[2] .

وتركز الفكرة الأساسية في نظرية الأجندة الإعلامية عند اسماعيل في كتابه مبادئ الاتصال ونظريات التأثير في أن هناك علاقة وثيقة وإيجابية بين ترتيب الوسيلة الإعلامية للمادة الصحفية أولويات واهتمامات الجمهور، فتظهر هذه العلاقة بوضوح

بالكيفية التي تعرض بها الوسيلة الإعلامية الإخبارية أو الصحف أو بين ترتيب أهمية هذه الموضوعات إلى الأشخاص الذي يتابعون الأخبار[3].

الاجرائي:

أجندة الأخبار هي جميع الأخبار والمعلومات والصور والأحداث التي تتبعها وسائل الإعلام والذي يقوم بمعالجتها القائم بالاتصال من أسلوب وصياغة وترتيب وانتقاء المعلومات وفقا لسياسة الوسيلة الإعلامية التي يعمل فيها واهتمامات ورغبات الجمهور.

---

1-www.wekipidia.com/20-04-2021/10 :00

[2]الموسى عصام: المدخل في الاتصال الجماهيري، دط، 2003، ص 272.

[3]اسماعيل: مبادئ الاتصال ونظريات التأثير، دط، 2003، ص 272.

مفهوم الاتصال:

لغة: وصل فلان الشيء وإلى الشيء وصولاً بمعنى بلغه وانتهى إليه، ويرجع أصل كلمة أي common ومعناها communis إلى الكلمة اللاتينية communicationاتصال

مشترك أو عام وبالتالي فإن الاتصال كعملية يتضمن المشاركة أو التفاهم حول شيء أو فكرة أو احساس أو اتجاه أو سلوك او فعل.

التعريف الاصطلاحي: يوجد تعريفات عديدة منها تعريف كارل هو فلان إن الاتصال هو العملية التي يقدم خلالها القائم بالاتصال منبهات عادة (رموز لغوية) لكي يعدل سلوك الأفراد الآخرين (مستقبلي الرسالة)[1].

يقول الباحث جورج لندبرج: إن كلمة اتصال تستخدم لتشير إلى التفاعل الذي يحدث بواسطة الرموز، ويرى سمير حسين تعريف الاتصال بأنه هو النشاط الذي يستهدف تحقيق العمومية أو الذيوع او الانتشار أو التبوع لفكرة او موضوع او منشأة أو قضية وذلك عن طريق انتقال المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو الاتجاهات من شخص أو جماعة إلى أشخاص أو جماعات باستخدام رموز ذات معنى واحد ومفهوم بنفس الدرجة لدى الطرفين ويلاحظ أن

كلمة اتصال تستخدم في سياقات مختلفة، وتتضمن مدلولات متعددة، فهي بمعناها المفرد

تشير إلى الوسائل التي تحمل مضمون الاتصال[2]. communication

---

[1] حسن عماد المكاوي/ ليلى حسبن السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، القاهرة، الدار المصرية اللبناني، 1998، ص 23.

[2] نفس المرجع ص 24.

-تعريف القائم بالاتصال:

تعرف المدرسة الفرنسية القائم بالاتصال فهي ترى أن القائم بالاتصال له دلالته محايدة بينما الصحفي وفقا لاتجاهاته يلعب دوراً تفاوضيا بين صاحب المعلومة المصدر وبين الجمهور المستقبل في حين أن لفظ القائم بالاتصال لا يضفي من وجهة نظر المدرسة الفرنسية الاجرائية من العمل الصحفي، والذي هو في حقيقته أكثر تعقيدا، وذلك من خلال قيام الصحفي بأدوار متعددة فهو باحث عن المعلومة ثم هو صانع قرار باختياره لمضمون الرسالة ثم هو في النهاية قائم بالاتصال عندما ينشر الرسالة متوجها بها إلى الجمهور ما، كما يؤيد الدكتور إبراهيم إما لفظ "الوسيط" في ايطار حديثه عن القائم بالاتصال الجماهيري، إذ يقولان: " مهمة الصحفي أو الاتصالي، تمثل الأمة والنيابة، والقيام بدور الوسيط أو الرجل الثالث بين الجماعات المتحاورة وهو وسيط بين المصدر والجمهور[1].

ويعرف محمد عبد الحميد القائم بالاتصال على أنه الشخص الذي يبدأ عملية الاتصال بإرسال الفكرة أو الرأي أو المعلومات وقد لا يكون مصدرها، وقد يكون المصدر فردا آخر، كما يظهر واضحا في حركة عملية الاتصال من خلال المؤسسات الإعلامية التي يقوم بإعدادها وقد يكون هذا الشخص هو المصدر الفكرة أو الرأي أو المعلومات (من خلال الرسالة) وقد لا يكون مصدرها، وقد يكون المصدر فرداً آخر، كما يظهر واضحا في حركة عملية الاتصال من خلال المؤسسات الإعلامية التي يقوم أفرادها بالاتصال بالمصدر للحصول على المعلومات أو الأخبار حتى يقوم أفرادها بالاتصال بالمصدر للحصول على المعلومات أو الأخبار حتى يقوم بصياغتها أو إعدادها للنشر أو الإذاعة وإرسالها مرة أخرى

[1] عبد الله زلطة: القائم بالاتصال في الصحافة، دراسة نظرية وميدانية، ط1، الهرم، الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2007، ص 45-46.

إلى الجمهور المتلقين. وهو يرى أن هذا المفهوم ممتد كثيراً إلى كل من يعمل في بناء أو تشكيل الرسالة الإعلامية مهما اختلفت الأدوار والمواقع[1] .

التعريف الاجرائي:

القائم بالاتصال هو أي شخص أو مجموعة أشخاص يتولون القيام بالمهمة الأساسية التي تكمن في تحديد وانتقاء الأخبار والمعلومات ونقلها للأفراد والجمهور المستهدف عبر الوسيلة الإعلامية ويتولون إدارة العملية الاتصالية وتسييرها بناء على ما يتمتعون من مهارات وقدرات وكفاءات في الأداء بالإضافة أن القائمين بالاتصال يعتبرون الدور الاساسي والفعال المباشر في انتاج الرسائل الاعلامية.

9-الدراسات السابقة:

الدراسة الثانية:

سارة بوشوارب تحرير الأخبار في الإذاعات المحلية دراسة ميدانية على القائم بالاتصال بإذاعة أم البواقي مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال بجامعة العربي بن مهيدي أم البواقي سنة 2016-2017.

انطلقت الباحثة من إشكالية مفادها: ما هي المعايير التي يعتمد عليها القائم بالاتصال بإذاعة أم البواقي؟ ومن أجل الوصول إلى نتائج وتفسيرات وضعت الباحثة مجموعة من الاسئلة الفرعية:

-ما هي الأنواع الصحفية المتمثلة في صياغة الأخبار الإذاعية في إذاعة أم البواقي؟

-ما هي أسس اختيار وترتيب الأخبار بإذاعة أم البواقي؟

[1]نجوى فوال: القائمون بالاتصال المركز القومي للبحوث الاجتماعية، القاهرة، 1992، ص 05.

-ماذا عن الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال في بناء نشرة بإذاعة أم البواقي؟

وقد اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي كمنهج للبحث وأخذت عينة من قسم الأخبار وقسم الانتاج وأقسام إذاعة أم البواقي، أما الأدوات المستعملة فقد اعتمدت الباحثة على الاستبيان كونه أكثر الأدوات استخداما في البحوث الوصفية واستخدمت أيضا المقابلة للحصول على أكبر قدر من المعلومات واستعملت أيضا الملاحظة.

وتتكون الدراسة من 4 فصول وهي: الإطار المنهجي، الاعلام الاذاعي في الجزائر، الأخبار في الاذاعات المحلية العوامل المؤثرة فيها، والاطار التطبيقي للدراسة ونتائجها

وقد توصلت الباحثة إلى جملة من النتائج وهي: أن القائم بالاتصال يعتمد على كل من الأخبار الرسمية وحتى الغير رسمية في تغطية الخبر.

-مصادر الأخبار الرسمية التي يعتمد عليها القائم بالاتصال تتمثل في التصريحات والمراسلين وحتى المؤتمرات.

-من المصادر الغير رسمية التي يستعين بها القائم بالاتصال تتمثل في العلاقات الشخصية.

-القائم بالتصال من أبرز الأخبار التي يرتبها من حيث الشكل والأولوية هي الأخبار المحلية وكذلك الأخبار الثقافية

-آنية واحدة وحتى موضوعية الخبر من القيم الاخبارية المعتمد عليها في بناء نشرة الأخبار بإذاعة أم البواقي بينما الإثارة والشهرة لا تعتمدها الإذاعة مطلقا.

-أغلبية أفراد العينة أكدوا أن هناك ترتيب معين للأخبار.

-أكثر الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال المؤثرة على عمله خارج غرفة الأخبار وهي الضغوطات الاجتماعية وكذلك الضغوط المهنية.

الدراسات السابقة:

إن نمو المعرفة وتشبعها، يفترض على الباحث عند القيام ببحثه العلمي عليه أن يبحث عن الدراسات السابقة التي هي محل البحث وعليه أن يقتنع أن عمله هذا ما هو إلا عبارة عن حلقة وصل متصلة بمجالات كثيرة وبالتالي يمكن الاستفادة منها في جميع النواحي، وبالتالي هي علاقة جزئية بالموضوع.

-تم تناول رسالة لنيل شهادة الماستر جامعة محمد بوضياف المسيلة، كلية العلووم الإنسانية والاجتماعية قسم علوم الاعلام والاتصال للطالبة سعودي أمال تحت عنوان " القائم بالاتصال في المؤسسات الاذاعية الجزائرية إذاعة المسيلة نموذجا" 2016.

وهذه الدراسة مبنية على الاشكالية التالية:

-إلى أي مدى يؤدي الوضع السوسيومهني للقائم بالاتصال في إذاعة المسيلة على تصوره للممارسة المهنية.

ولقد توصلت إلى النتائج التالية:

-إن القائم بالاتصال الذي يقدم الانتاج الاعلامي أهمية كبيرة ودوراً فعالاً ومباشراً في انتاج الرسالة الاعلامية لا تقل بأي حال من الأحوال عن الرسالة أو الوسيلة في فهم التبؤ بتأثير

الاتصال، فتصور المتلقي للقائم بالاتصال أو المصدر يلعب دوراً أساسا في تحديد نتائج عملية الاقناع[1].

* منهج الدراسة:

يعرف المنهج بأنه الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم المختلفة[2] وعليه فإن اختيار المنهج لا يكون وفق صورة عشوائية إنما يتوقف ذلك على طبيعة الموضوع أو الظاهرة المدروسة من خلال هذا المنطلق فإن المنهج المناسب لهذه الدراسة هو المنهج الوصفي.

تعريف المنهج الوصفي:

هو المنهج الذي يقوم على وصف الظاهرة من الظواهر للوصول إلى أسبابها والعوامل التي تتحكم فيها واستخلاص النتائج والتعميمات وذلك من أجل تجميع البيانات وتنظيمها وتحليلها[3] ويساعد هذا المنهج على دراسة الحقائق المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الاوضاع ويقوم المنهج الرصفي على رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية أو نوعية في مدة زمنية معينة أو عدة فترات من أجل التعرف على ظاهرة أو حدث.

ويعود اختيارنا للمنهج الوصفي باعتباره من المناهج العلمية المهمة التي تستهدف الظواهر الاعلامية والحقائق المتصلة بالعملية الاعلامية وأطرافها والعلاقات بينها من أجل تحقيق

---

[1] سعودي أمال: القائم بالاتصال في المؤسسات الاذاعية الجزائرية، اذاعة الجزائر من مسيلة–نموذجا 2016، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد بوضياف المسيلة.

[2] سعد سليمان المستهداني: مناهج البحث العلمي، ط1، دولة الامارات العربية المتحدة، الجمهورية اللبنانية، دار الكتاب الجامعي 2017 ص 159.

[3] نفس المرجع ص 162.

الأهداف ووصف هذه الحقائق وتفسيرها وكذلك يتوفر على درجة مقبولة من الموضوعية في التحليل والتفسير.

10- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

1-مجتمع البحث: يعني تحديد الأفراد أو الأحادث أو الاشياء الذين يشكلون موضوع الدراسة ونستقي منه المعلومات وهم مجموعة جزئية من مجتمع البحث وممثلة لعناصر المجتمع الأصلي أفضل تمثيل بحيث يمكن تعميم نتائج تلك العينة على المجتمع بأكمله وعمل استدلالات حول معالم المجتمع. وهو مجموعة من العناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث أو التقصي[1] ومجتمع البحث في دراستنا العاملين في إذاعة المدية المحلية.

2- عينة البحث:

هي جزء من مجتمع البحث التي يختارها الباحث بأنواع العينات المختلفة التي تتلائم مع نوع وحسب دراسته للتمكن من تعميم النتائج على المجتمع الأصلي وقد اعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية (العمدية) لأنها تمثل بطريقة مباشرة للمجتمع الأصلي، يقوم الباحث في هذه العينة على اختيار الحر على أساس أنها تحقق أغراض الدراسة التي يقوم بها بما يخدم أهداف الدراسة وبناء على معرفته دون أن يكون هناك قيود أو شروط غير التي يراها هو مناسبة من حيث الكفاءة أو المؤهل العلمي أو الاختصاص أو غيرها والعينة التي تقوم عليها دراستها هو القائم بالاتصال في إذاعة المدية.

[1] موريس أنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، ط2، الجزائر، دار القصبة للنشر، 2006 ص 197.

أدوات البيانات:

قد يعتمد الباحث في دراسته على العديد من الأساليب والادوات وذلك لجمع المعلومات والبيانات حول مشكلة الدراسة من أجل الوصول إلى إجابة لتساؤلاتها (وباعتبار)

وتعرف الأداة على أنها الوسيلة المستخدمة في جمع البيانات وتصنيفها وجدولتها أي تخدم البحث أو الدراسة قيد الإعداد ويسهل على الباحث عمليات جمع وتنظيم وتحليل حيث تسهم في شرح مفاصل الدراسة محل البحث[1].

وباعتبار أن موضوع الدراسة هو دور القائم بالاتصال في تحديد أجندة الأخبار دراسة مستحية على موظفي قسم الأخبار في إذاعة المدية، وفقد استخدمتا المقابلة لجمع البيانات المعلومات وذلك بما يتوافق مع منهج الدراسة كما أن مرحلة جمع المعلومات تعتبر مرحلة مهمة في البحث العلمي إذ يمكن جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات.

تعريف المقابلة:

هي محادثة أو حوار موجه بين الباحث من جهة وشخص أو أشخاص آخرين من جهة أخرى بفرض جمع المعلومات اللازمة للبحث والحوار يتم عبر طرح مجموعة من الأسئلة من الباحث التي يتطلب الاجابة عليها من الأشخاص المعنيين بالبحث كهدف تهدف إلى إقامة حوار بين الباحث والمبحوث أو أكثر للحصول على بيانات مباشرة ذات صلة بمشكلة البحث[2].

[1] سعد سليمان: مناهج البحث العلمي، مرجع سابق، ص 96.

[2] مرجع سابق ص 113.

11- مجالات الدراسة:

المراد هنا توضيح أين أجريت الدراسة متى؟ ومع من؟ وتنحصر مجالات الدراسة في مجالات وهي:

أ-المجال المكاني:

أجريت الدراسة بإذاعة المدية الجهوية سنة 2021.

-اسم الإذاعة: إذاعة المدية الجهوية.

-مقرها الحالي: القطب الحضري الجديد المدية.

-الانطلاق الرسمي للبث:

-الانشاء: انطلقت إذاعة المدية الجهوية في 22 مارس 2010.

بالنسبة لمقر الولاية و البلديات والدوائر FM92.3-FM100.7-التردد على الموجتين:

المحيطة بها.

H-جهاز البث: تبث إذاعة المدية عبر جهاز ارسال بقوة 250 واط عبر الساتل 23704/11059 ، Atlantic bird

ب-المجال الزماني:

يقصد بها الفترة الزمنية التي يتم استغراقها في اجراء الدراسة فإن المجال الزمني للدراسة الحالية هو كل فترة البحث.

بدأت دراستنا في شهر فيفري 2021 هي فترة اعداد المشروع والموافقة على عنوان المذكرة، حيث تم اختيار موضوع الدراسة في أواخر شهر ديسمبر واستمر العمل في الجانب المنهجي

إلى غاية شهر مارس أما الجانب النظري فبدايته كانت في شهر أفريل إلى غاية شهر ماي أما بالنسبة للجانب التطبيقي فقد كان في شهر جوان.

ج-المجال البشري:

ويتمثل المجال البشري في عمال إذاعة المدية الجهوية.

# الجانب النظري

# الفصل الأول:
# مدخل إلى القائم بالاتصال

# الفصل الأول: مدخل إلى القائم بالاتصال.

## المبحث الأول: مدخل مفاهيمي للقائم بالاتصال

### المطلب الأول: تعريف القائم بالاتصال.

### المطلب الثاني: مفهوم القائم بالاتصال كمصدر للرسالة الاعلامية.

### المطلب الثالث: مفهوم القائم بالاتصال في نموذج حارس البوابة.

### المطلب الرابع: مسؤوليات القائم بالاتصال.

### المطلب الخامس: الشروط الواجب توفرها في القائم بالاتصال.

### المطلب السادس: الضغوطات المهنية على القائم بالاتصال.

### المطلب السابع: الصعوبات والتحديات التي تواجه القائم بالاتصال.

تمهيد:

أجريت بعض الدراسات والبحوث على القائم بالاتصال مثل مهارة التقديم، المستوى الثقافي، الفكر، الابداع وغيرها فهي تؤثر في مصداقية القائم بالاتصال وثقة المتلقي فيما يقوله أو ينشره هذا الأخير.

حيث يجمع أساتذة وخبراء وباحثين على أن العنصر البشري يعد الدعامة الأساسية لنجاح أي عمل مهني ومن هذا المنطلق تأتي أهمية دراسة القائم بالاتصال في العلوم الإنسانية بشكل عام

ومن خلال هذا الفصل سنحاول التطرق لهذا الموضوع من خلال المبحث التالي: القائم بالاتصال في الاذاعة.

## المبحث الأول: مدخل مفاهيمي للقائم بالاتصال

### المطلب الأول: تعريف القائم بالاتصال:

إن للقائم بالاتصال الذي يقوم الانتاج الاعلامي أهمية كبيرة ودورا فعالا ومباشرا في انتاج الرسالة الاعلامية لا تقل بأي حال من الاحوال عن الرسالة أو الوسيلة في فهم التنبؤ بتأثير الاتصال فتصور المتلقي للقائم بالاتصال أو المصدر يلعب دورا أساسيا في تحديد نتائج عملية الاقناع[1] .

يعرف محمد عبد الحميد القائم بالاتصال على أنه الشخص الذي يبدأ عملية الاتصال بارسال الفكرة أو الرأي أو المعلومات من خلال الرسالة التي يقوم باعدادها قد يكون هذا الشخص هو مصدر الفكرة أو الرأي أو المعلومات وقد لا يكون مصدرها وقد يكون المصدر فردا آخر كما يظهر واضحا في حركة عملية الاتصال من خلال المؤسسات الاعلامية التي يقوم أفرادها بالاتصال بالمصدر للحصول على المعلومات أو الأخبار حتى يقوم بصياغتها أو اعدادها للنشر أو الاذاعة وارسالها مرة أخرى إلى جمهور المتلقين[2] ويرى أن هذا المفهوم ممتد كثيرا إلى كل من يعمل في بناء أو تشكيل الرسالة الاعلامية مهما اختلفت الأدوار والمواقع[3].

ويعرف القائم بالاتصال في الصحافة بأنه أحد الأطراف الأساسية في العملية الاتصالية ويتسع مفهومه ليشمل أعضاء الجهاز التحريري الصحفي محررين ومندوبين وكتاب

---

[1] محمد عبد الحميد: نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، ط1، القاهرة، عالم الكتب1997، ص 25.

[2] محمد عبد الحميد: نفس المرجع ص 91.

[3] أسماء حسين حافظ، القائم بالاتصال في الصحافة الاقليمية، دراسة ميدانية، امجلة المصرية لبحوث الاعلام (جامعة القاهرة– كلية الاعلام العدد الاشر2001، ص113.

ومراسلين ومصورين ورسامين وأيضا مختصين بالاخراج وحيث يتخذون الصحافة مهنة لهم ويمارسونها على سبيل الاحتراف[1].

ومن هنا يمكن القول بأن القائم بالاتصال هو أي شخص أو طريق منظم يرتبط مباشرة بنقل المعلومات منفرد إلى آخر عبر الوسيلة الاعلامية أو أي فرد آخر له علاقة بتسيير أو مراقبة نشر الرسائل إلى الجمهور عبر الوسيلة الاعلامية[2] ورغم أن القائم بالاتصال يعد من وجهة نظر كثير من الباحثين من أهم العناصر التي تتحكم في عملية الاتصال الجماهيري خاصة في مجال الصحافة مما يستلزم الاهتمام بهذا العنصر في شتى جوانب الممارسة الصحفية بصفة عامة والاخبارية بصفة خاصة إلا أن بداية اهتمام الدراسات الاعلامية بهذا العنصر جاءت متأخرة إذ يعود بداية اهتمام المدرسة الأمريكية بدراسة القائم بالاتصال إلى النصف الثاني من القرن العشرين حيث لاحظ الدارسون في مجال الاعلام الاكتفاء بدراسة المضمون الصحفي لن يتيح إلا دراسات محدودة الأثر لأنها تهمل منتج هذا المضمون ولا توفر معرفة الأسباب والظروف التي على ضوئها تم اختيار هذا المضمون دون غيره من الخيارات المتاحة أمام الصحفيين[3].

فقد جاءت المدرسة الفرنسية متأخرة بالمقارنة مع المدرسة الأمريكية ومختلفة من حيث الطرح وترجع قلة الدراسات الفرنسية للقائم بالاتصال إلى عدة أسباب لعل من أهمها اختلاف النظام الاعلامي في فرنسا عنه في الولايات المتحدة الأمريكية من ناحية النشأة والتطور فبينما نشاة النظام الأمريكي في ظل الاعلان والمؤسسة التجارية ارتبط النظام الفرنسي منذ بداياته والفترة

---

[1] عادل فهمي البيوتي: البرامج الدينية في التلفزيون المصري ودورها في التثقيف الديني للشباب، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة–كلية الإعلام) 1991 ص 7.

[2] أمال كمال: التوجه المهني لدى القائم بالاتصال، المجلة الاجتماعية القومية القاهرة، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، المجلد 30، العدد 2،3، 1993، ص 81.

[3] ألفت حسن أغا: القائمون بالاتصال وقضايا التخمية، دراسة ميدانية لعينة من القائمين بالاتصال في المجتمع المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة كلية الآداب) 1991 ص 10.

بالدولة ومؤسساتها وهو ما كان له أثر في اختلاف طبيعة المشكلات المطروحة للبحث والمناهج والأدوات المستخدمة فالاتجاه السائد في المدرسة الفرنسية ظل لفترة طويلة يتناول الاتصال كشكل من اشكال ممارسة السلطة في المجتمع[1] بالإضافة اختلاف نشأة دراسات Hovlandالاتصال ذاتها فقد ارتبطت في المدرسة الأمريكية بالاتجاه الامريقي منذ هوفلاند

بينما نشأة الاهتمام بالاتصال وعلومه في أوروبا في اطار علم Lazarsfeldولازار سلفيلد

الاجتماع اتخذ طابعا نظريا واتسمت العلاقة بين المدرستين الأمبريقية من ناحية والأوروبية من ناحية أخرى بالقطيعة الابستمولوجية وتبادلت كل من المدرستين التهوين من شأن القيمة Marton Roberالعلمية للدراسات التي تجريها الأخرى، ولعل عبارة عالم الاجتماع الفرنسي

تعكس ذلك فقال" نحن لا نؤكد أن ما نقول هو الحقيقة لكنه على الأقل ذو معنى" ولكن رد الإمبرقيين " نحن لا نؤكد أن ما نقوله ذو معنى ولكن على الأقل موجود في الواقع"

تهتم المدرسة الفرنسية شأنها في ذلك شأن المدرسة الامريكية برصد خصائص القائم Lachamps journalistiqueبالاتصال ولكنها تضيف الحقل الصحفي

وتطوره في علاقته مع المجتمع وفي بنيته الداخلية اعتمادا على الاكتفاء بدراسة خصائص القائم بالاتصال هو أقرب إلى رصد حالات فردية وكان كل منها يعمل بشكل منفصل ويتمتع بالحرية التامة في التعبير عن رؤيته وإدراكه بينما الصحفي وهو أيضا جزء من كل يتنازل في مقابل انتمائه إلى هذا " الكل" عن بعض اتجاهاته الخاصة كما أن سمات الحقل العامة

[1](جامعة القاهرة كلية الاعلام) مطابع كلية الاعلام دون نشر ص 84. عواطف عبد الرحمان، ليلى عبد المجيد لنجوى كامل: القائم بالاتصال في الصحافة المصرية، سلسلة دراسات صحفية

تحدث تغيرات في تكوين الصحفي على مدى عمله بحيث يحدث في النهاية التقاء بين الخصائص الفردية للقائم بالاتصال وخصائص الحقل[1].

**المطلب الثاني: مفهوم القائم بالاتصال في نموذج حارس البوابة:**

إن حراسة البوابة هي العملية التي يتم فيها تعرض عدد هائل من الوسائل الاخبارية للغربة والتشكيل حتى تصل في النهاية إلى عدد محدود من الوسائل يتم توصيلها عبر وسائل الاعلام ويقصد بحراسة البوابة في غرف الأخبار الاختيار بين عدد هائل من الموضوعات والصور للوصول إلى المحتوى الذي يمثل الحجم المطلوب للأخبار في المؤسسة الاعلامية، ويمكن اعتبار عملين حراسة البوابة بأنها اعادة بناء الهيكل الجوهري للحدث وتحويله إلى رسالة.

وتعد نظرية حارس البوابة أحد المداخل النظرية التي يمكن الاستفادة منها باعتبار أن القائم بالاتصال داخل المؤسسة الاعلامية يدين بالولاء للسياسات التي يرسمها أصحاب المؤسسة او القائمون عليها ومن ثم يجد نفسه أمام عدد من التعليمات والتوجيهات التي تؤثر على اختياراته في بناء وتقييم الرسالة الاعلامية[2].

هذا وقد اكد ولبرشرام على أهمية حراسة البوابة ليس فقط لأنه من المستحيل لكل المعلومات والرسائل أن تنقل بل لأنه أيضا من المستحيل نقل هذه الرسائل دون تشكيلها وفق الطراز والأساليب المعتادة المتداولة والمعتمدة[3]، ففي نموذج حراسة البوابة على الصحفي أن يستخدم قواعد المنهج العلمي لزيادة موضوعيته ورفع فعالية أدائه فهو في موقفه من الأحداث

---

[1] نفس المرجع ص 84-90.

[2] السيد بخيت محمد درويش: العمل الصحفي في مصر، دراسة سوسيولوجية للصحفيين المصريين، ط1، القاهرة العربية للنشر والتوزيع 1998، ص142.

[3] أميمة عمران: معوقات الأداء المهني للمراسل الصحفي، دراسة ميدانية على المراسلين المحليين بالصعيد المصري، المجلة المصرية لبحوث الاعلام (جامعة القاهرة. كلية الاعلام. العدد 3 ، 2003.

والتفاعلات المحيطة يشبه موقف الباحث العلمي من الظواهر أو الوقائع التي يتولى دراستها بموضوعية أي يدرسها باعتبارها أشياء ويقوم بالفصل الواضح بين الخبر والرأي فالحقيقة شيء والتعليق عليها بالرأي شيء آخر[1]

**المطلب الثالث: مفهوم القائم بالاتصال كمصدر للرسالة الاعلامية:**

يرجع بعض الباحثين دوافع اعتبار القائم بالاتصال مصدر الرسالة الاتصالية ليس بسبب مسؤوليته عن استقباله أو جمعه لكن بسبب مسؤوليته عن اختيارها، وهو الأمر الذي أكدته دراسات كرتل وين 1947 أنه على طول المراحل التي تقطعها " الرسالة الاتصالية حتى تصل للجمهور هنا كنقاط أو بوابات يتم فيها اتخاذ قرارات من يدخل ويخرج وأنه كلما طالت المراحل التي تقطعها هذه الرسالة تنتقل بنفس الشكل أو بعد ادخال تغييرات عليها، لهذا فإن نفوذ من يديرون هذه البوابات والقواعد التي تطبق عليها والشخصيات التي تملك بحكم عملها سلطة التقرير يصبح لها أهمية كبيرة في انتقال المعلومات[2]، علما بأن العديد من المؤسسات البحثية في مجال الاتصال رفضت اعتبار القائم بالاتصال، ولأن هناك عوامل ووجهات أخرى إضافة إلى قناعة القائم بالاتصال تلعب دوراً في عملية اختيار رسالة الاتصال منها أهمية الرسالة، وقيمتها والتي لها تأثير كبير على حركة مرور الرسالة خلال البوابات الاعلامية[3].

---

[1] SCHRAMMWILBUR : The nature of communication between Humans. The process and the effects of Mass communication ( wbana : chicago university of illionoisd.1977.pp9-44.

[2] Morris janawitz.op.cit.p.618.

[3] Lewin.f : field theory in science(N-T-Hoper)pp52-53.

**المطلب الرابع: مؤسسات القائم بالاتصال:**

يعد القائم بالاتصال العنصر البشري الذي يتولى تنفيذ الأدوار والمسؤوليات ويتحمل عبئ القيام بالمتطلبات المنسوبة إليه ومواجهة الظروف والتحديات المختلفة الناجمة عن تلك التطورات المتلاحقة في عالم الاتصال.

وتكمن أهمية فهم دور القائمين بالاتصال الجماهيري وتاثيرهم في عملية الاتصال، ومن وجهة نظر بعض الخبراء وأساتذة الصحافة تتمثل في جانبين

الأول: تأثيرهم على أساليب العمل داخل المؤسسة الاعلامية وفي عملية انتاج المواد الاعلامية.

الثاني: تأثيرهم على المجتمع والجمهور وذلك في ضوء فهم الجمهور لما يتمتعون به من خصائص كالمكانة الاجتماعية والخبرة والمصداقية[1] وتتمثل المسؤوليات المفروضة على القائم بالاتصال فيما يلي:

-الدقة والتأكد من صدق المعلومة المقدمة للجمهور.

-العمل من أجل المصلحة العامة والابتعاد عن تفضيل المصلحة الشخصية.

-الحفاظ على النزاهة المهنية.

-احترام الحياة الخاصة للمواطنين.

-احترام سر المهنية وأخلاقياتها.

-الدفاع عن حقوق الانسان.

[1] عبد الله زلطة: القائم بالاتصال في الصحافة ط1، د.ب الدار العالمية للنشر والتوزيع 2007، ص 26.

-المشاركة في الاصلاح الاجتماعي.

-الالتزام بالموضوعية والصدق.

-تبني اتجاهات الجمهور[1].

**المطلب الخامس: الشروط الواجب توفرها في القائم بالاتصال:**

الشروط الواجب توفرها في القائم بالاتصال كما حددها دفيد برلوفهي:

1-توفر مهارة الاتصال وهي خمس : مهارة الكتابة، مهارة الحديث، مهارة القراءة، مهارة الانصات،والقدرة على التفكير السليم لتحديد أهداف الاتصال.

2-اتجاه القائم بالاتصال نحو نفسه ونحو الموضوع ونحو المتلقي وكلما كانت هذه الاتجاهات الإيجابية زادت فعالية القائم بالاتصال.

3-مستوى معرفة المصدر وتخصصه بالموضوع الذي يعالجه يؤثر في زيادة فعاليته.

4-مركز القائم بالاتصال في اطار النظام الاجتماعي والثقافي وطبيعة الادوار التي يؤديها والوضع الذي يراه الناس فيه يؤثر على فعالية الاتصال[2].

5-القدرة على التقصي في مضامين الرسالة والتحليل والتركيب والنقد الذاتي.

6-المقدرة على صياغة رسالة تحقق رصد الأثر الاتصالي.

7-المقدرة على التصميم وصياغة المفاهيم والربط بين الأفكار.

---

[1] www.wekipidia.com/2-05-2021/14:00

[2] منال المزاهرة: نظرية الاتصال، ط1، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة 2012 ص 252.

8-الاهتمام بمجموعة الأفكار النظرية التي تعد أساسية الآراء الحديثة في الاتصال وتتعلق بالبنية التي تحدث فيها معالجة المعلومات.

9-تنمية القدرة على الانتباه والملاحظة والبحث[1].

10-ينبغي أن يكون رجل الاعلام متمتعا بالموهبة والحساسية التي تتيح له ممارسة عمله بأفضل أسلوب فني ممكن وهذه الموهبة ينبغي أن تكون أساسا متوفرة لديه.

11-الموهبة وحدها لا تكفي فينبغي أن يكون متمتعا بالشخصية القوية الجذابة متمرسا على الأسلوب السليم للاتصال بالجمهور متمتعا بحس فني مرهف وأن يكون ملتحما بواقع المجتمع وبظروفه بدون أي تعالي حتى يمكن أن يعبر بصدق وموضوعية عن واقع ذلك المجتمع.

12-الالمام الكامل بأساليب وتقنيات الاتصال بالجماهير لا سيما الأساليب المتطورة مهنية وممارسة الأساليب بحرية تامة ولكن مع الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية

13-يجب أن يكون رجل الاعلام متمرسا على أداء عمله الاعلامي من خلال موقف اتصالي شامل بمعنى ان يكون قادرا على تفهم وتقدير التفاعل مع كافة الظروف والعناصر المحيطة بعمله[2].

**المطلب السادس: الضغوطات المهنية على القائم بالاتصال:**

1-الضغوط الداخلية التي يتعرض لها القائم بالاتصال.

أولا: تأثير القيم الشخصية على القائم بالاتصال: وتتمثل معايير ذاتية تشمل على عوامل التنشئة الاجتماعية، والتعليم، والاتجاهات، والميول، والانتماءات والجماعات المرجعية. تلعب

[1] عبد الرحمان ابراهيم الشاعر: مهارات الاتصال رؤية تحليلية، ط1، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2012، ص 79.
[2] عبد المنعم ثابت: المنهج التخطيطي لمهارات الاتصال ص 110.

الخصائص والسمات الشخصية للقائم بالاتصال دوراً في ممارسة دور حارس البوابة الاعلامية مثل: النوع، العمر، الدخل، والطبقة الاجتماعية، والتعليم، والانتماءات الفكرية أو العقائدية، والاحساس بالذات Self epteem ، ويعد الانتماء عنصراً محددا من محددات

الشخصية، لأنه يؤثر في طريقة التفكير أو التفاعل مع العالم المحيط بالفرد، كما أن الفرد ينتمي إلى بعض الجماعات: التعليمية، والاجتماعية، والسياسية، والاقتصادية، وتعد هذه الجماعات بمثابة جماعات مرجعية Reference Groups يشارك الفرد أعضاءها في

الدوافع والميول والاتجاهات وتتمثل قيمهم ومعاييرهم في اتخاذ قراراته أو القيام بسلوك معين.

وقد اهتم الخبراء بالاطار الدلالي والخبرات المختزنة للقائم بالاتصال التي تؤثر في أفكاره ومعتقداته، والتي تحدد له السلوك المتوقع في المواقف الاتصالية المختلفة وتحديد ما يجب وما لا يجب[1].

يرجع الفضل إلى عالم النفس النمساوي الأصل الأمريكي الجنسية كرت لوين Kurt Lewin

في تطوير ما أصبح يعرف بنظرية " حارس البوابة" حيث توصل لوين إلى أن المادة الاخبارية تمر عبر عدة محطات أو نقاط أو بوابات يتخذ فيها القرار بشأن نقل الرسالة أو استيعابها، وكلما طالت المراحل التي تقطعها الأخبار حتى يظهر في وسيلة الاعلام تزداد المواقع التي يصبح فيها من سلطة الفرد أو عدة أفراد تقرير ما إذا كانت الرسالة ستنقل بنفس الشكل أو بعد ادخال بعض التغييرات عليها أي أن دراسة " حارس البوابة" هي دراسة لسلوك أولئك الذين يسيطرون في نقاط مختلفة على مصير القصص الاخبارية[2]، وأبسط أنواع "البوابات" أو السلاسل هي سلسلة الاتصال المواجهي بين فردين ولكن هذه السلاسل في

---

[1] حسن عماد المكاوي، ليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط7، مصر، الدار المصرية اللبنانية 2008 ص 175.

[2] نفس المرجع ص 179.

حالة الاتصال الجماهيري تكون طويلة جداً حيث تمر المعلومات بالعديد من الحلقات أو الأنظمة المتصلة كما هو الحال في الصحف والراديو والتلفزيون.

وقدر المعلومات الذي يخرج مع بعض تلك الحلقات قد يكون أكبر مما يدخل فيها وهذا ما يطلق عليه " شانون" أجهزة التقوية[1].

ثانيا: الرضا الوظيفي للقائمين بالاتصال: لا يوجد لحد الآن اتفاق حول تعريف محدد لمعنى الرضا الوظيفي، حيث مازال هذا الموضوع موضع جدل ونقاش كبير، ويرجع ذلك في الحقيقة إلى تعدد الكتابات عنه وتناوله من وجهات متعددة، كما يعتبر الرضا الوظيفي أو الرضا المهني أو الرضا عن العمل من المفاهيم التي تنطوي على عدة جوانب متداخلة ومترابطة، يؤثر كل منها على الآخر، وفي ضوء ذلك، تعددت التعريفات والمفاهيم والنظريات المتعلقة بتعريف الرضا الوظيفي وطرق قياسه، فيرى البعض أن اشباع حاجات العاملين هم أهم محددات تحقيق الرضا، ويعطي البعض الآخر الأهمية للعلاقات الاجتماعية في تحقيق الرضا، ويعطي البعض الآخر الأهمية للعلاقات الاجتماعية في تحقيق الرضا الوظيفي، بينما يعطي فريق ثالث الأهمية إلى طبيعة ونمط الاشراف[2].

ثالثا–الضغوط المهنية والادارية للقائم بالاتصال: يتعرض القائم بالاتصال للعديد من الضغوطات المهنية التي تؤثر في عمله، وتؤدي إلى توافقه مع سياسة المؤسسة الاعلامية التي ينتمي إليها، والتوقعات التي تحدد دوره في نظام الاتصال وتتضمن المعايير المهنية سياسة الوسيلة الاعلامية، ومصادر الأخبار المتاحة، وعلاقات العمل وضغوطه، وذلك على النحو التالي:

[1] جهان رشتي: الأسس العلمية لنظريات الاعلام، القاهرة، دار الفكر العربي ص 295.

[2] حسن عماد المكاوي: نظريات الاعلام، ط1، مصر ، الاسكندرية، الدار العربية للنشر والتوزيع 2009، ص 77.

أ-سياسة المؤسسة الاعلامية: تتعدد ضغوط المؤسسة بشكل أكبر مما تقترحه الدراسات التي تناولتها، وتتمثل هذه الضغوط في عوامل خارجية وداخلية، ونعني بالعوامل الخارجية موقع الوسيلة من النظام الاجتماعي القائم، ومدى ارتباطها بمصالح معينة مثل: وجود محطات منافسة، أما العوامل الداخلية فتشمل عقد الملكية، وأساليب السيطرة، والنظم الادارية، وضغوط الانتاج، وتلعب هذه العوامل دورا مهما وملموسا في شكل المضمون الذي يقدم للجمهور، كما انها تنتهي بالقائم بالاتصال إلى أن يصبح جزءا من الكيان العام للمؤسسة.

وفي كثير من الأحيان لا يكون للتقييم الذاتي لمحرر الأخبار دور أساسي وإنما تعتبر آراء صاحب العمل هي المؤشر الاساسي فالمحررون يشعرون بأنهم موظفين في بيروقراطية جمع الأنباء، ويكون لكل وسيلة اعلامية سياستها الخاصة، سواء اعترفت بذلك أم لم تعترف، وقد تظهر هذه السياسة في تحريف بعض المعلومات الاخبارية، أو في اهمالها لقصص معينة.

ب-مصادر الأخبار: أشارت أغلب الدراسات في هذا المجال إلى امكانية استغناء القائم بالاتصال عن جمهوره وصعوبة استغنائه عن مصادره، واثبتت عدة دراسات عن الصحفيين السياسيين في الولايات المتحدة قوة تأثير المصادر الصحفية على القائم بالاتصال إلى حد احتوائه بالكامل مؤكدين أن محاولة الصحفي الاستقلال عن مصادر الأخبار عملية شاقة للغاية، وتتمثل تأثيرات المصادر على القيم الاخبارية والمهنية فيما يلي:

1-تقوم وكالات الأنباء بتوجيه الانباء على أخبار معينة بطرق عديدة.

2-تؤثر الوكالات على طريقة تقييم رؤساء أقسام الأخبار لعمل مندوبيهم ومراسليهم.

3-تؤثر وكالات الأنباء على طريقة توزيع وسائل الاتصال لمراسليها لتغطية الأحداث الهامة.

4-تصدر وكالات الأنباء سجلا يوميا بالأحداث المتوقع حدوثها في المدن الكبرى.

5-تقدم وكالات الانباء-بشكل غير مباشر- النموذج الذي يتعرض له المسؤولين عن التحرر.

ج-علاقات العمل وضغوطه: يتفق الباحثون على أن علاقات العمل تضع بصماتها على القائم بالاتصال، حيث يرتبط مع زملائه في علاقات تفاعل تخلق بعدا اجتماعيا وترسم من بالنسبة للقائم بالاتصال، وبالتالي نجدهم Pure groupeهذه العلاقات جماعة أولية

يتوحدون مع بعضهم داخل المجموعة، ويتعاملون مع العالم الخارجي، من خلال احساسهم الذاتي داخل الجماعة، وهذا ما يجعل الصحفي معتمدا بدرجة كبيرة على هذه الجماعة ودعمها المعنوي، وتظهر أهمية علاقات العمل في أن وظيفة القائم بالاتصال في حد ذاتها هي وظيفة تنافسية بطبيعتها، حيث يستهدف كل صحفي تحقيق السبق للوصول إلى أكبر عدد من الجمهور وكسب ثقة المتلقين للأسباب اقتصادية أو فكرية وعقائدية، ولذلك فإنه على الرغم من اعتناق جميع الصحافيين نفس المعايير المهنية، إلا أنه يظل لكل منهم معاييره الخاصة.

وبجانب اكساب القائم بالاتصال المعايير المهنية، تقوم علاقات العمل على مساعدته على والذي يؤثر بالتالي في Cobsatisfactionتجاوز مخاطر المهنية وتحقيق الرضا الوظيفي الدافعية والانجاز[1] .

وعادة ما تكون هذه السياسة ضمنية لأنها غالبا ما تكون ضد الانماط الأخلاقية للعمل الاخباري، لأن المستويات القيادية في المؤسسة الاخبارية لا تريد أن تتهم باصدار تعليمات صريحة بالتعريف، ومن جانب آخر يتأثر عمل القائم بالاتصال بالسياسات والتوجيهات

[1] أحمد حسني محمد حسن: مشكلات القائم بالاتصال في الأنشطة الاعلامية وعلاقتها بالرضا الوظيفيو الاستفادة الطلابية، رسالة دكتوراه 2005، ص199.

الخارجية التي تصدر عن مشرعين أو المسؤولين لأهداف المؤسسات الاعلامية في المجتمع، باعتبارها هي التي تبلور القوانين والتشريعات والنظم، لضمان ضبط العملية الاعلامية من وجهة نظر السلطة[1].

رابعا: تأثير المساحة والوقت: قد لا نجد أخبار تحتوي قيما خبرية جيدة فرصة للنشر تحت ضغط محدودية المساحة وهذا يعود إلى أن هناك باستمرار أخبار أكثر مما يمكن نشرها[2]، ويؤدي ضغط عامل الوقت وما يتطلبه من اسراع في انجاز الاخبار ودفعها للنشر في توقيتات دقيقة، إلى غياب الدقة في بعض ترجمات القصص الاخبارية وتشويهها[3].

2- الضغوطات الخارجية التي يتعرض لها القائم بالاتصال:

إلى جانب الضغوط الداخلية التي شرحناها انطلاقا من قدرة القائم بالاتصال على أداء دوره لا تنشأ من فراغ وإنما هي محطة لعوامل خارجية عديدة يشمل العناصر التالية:

أولا: تأثير السلطة:

إن اختلاف الأنظمة الفكرية والاجتماعية والاقتصادية لها دور كبير في تحديد العلاقة بين السلطة السياسية ووسائل الاعلام فيمكن لهذه الأخيرة أن تكون السلطة الرابعة فيما يمكنها أن تكون جهازا من أجهزة الدولة وتختلف من آليات السيطرة والتحكم في وسائل الاعلام من نظام إلى آخر ورغم هذا الاختلاف والتباين إلا أن هناك مكانيزمات متفق عليها بين مختلف الأنظمة أهمها:

[1] محمد عبد الحميد: نظريات الاعلام واتجاهات التأثير ط.3، عالم الكتب، القاهرة، . 1997، ص ص 177-178.

[2] جيهان رشتي: مرجع سابق، ص 301.

[3] خليل صابات: الصحافة رسالة واستعداد وفن وعلم، ط2، القاهرة، دار المعارف، 1959، ص 256.

1-ميكانيزم الرقابة: يرى الباحثون أن الرقابة ليست بشرا خالصا لأنها قد تكون مطلب جماهيريا يهدف إلى حماية الأخلاق والآداب العامة[1].

2-ميكانيزم احتكار المعلومات: يؤكد خليل صابات أن الحكومات تتعامل مع الصحافة بأساليب مختلفة في مسألة المعلومات ففي بعض الأحيان تعطي المعلومات بطريقة إحائية دون أن تصرح رسميا بذلك ومرة تعطي المعلومة وتشترط أن تنتشر بأسلوب معين وفي حالة أخرى تحجب المعلومة وكل ذلك يحدث لأغراض ودوافع سياسية[2]

ثانيا تأثير المصدر:

يتوقع الجمهور من الصحافة أن تعطي الأخبار بشكل نقدي وأن تقيمها بشكل مستقل ويتطلب هذا أن تبقى الصحافة حرة من أي تأثيرات تفرضها المؤسسات الاجتماعية الأخرى وأن يبقى الصحفي مستقلا عن الضغوط التي تأتي من مصادر الأخبار ومتحررا بقدر الامكان من جميع القيود التي تتدخل في أدائه لعمله وعلى نقله للأخبار انطلاقا من الدور الذي من المفروض أن تقوم به الصحافة والتي وجدت من أجله والمتمثل في خدمة الجمهور فاحتياجات الجمهور هي الاهداف التي يجب أن تبذل المساعي لتوفيرها[3]

يطرح الباحثون عددا من النماذج التفسيرية محاولين اعطاء توصيف لعلاقة القائم بالاتصال بالمصدر إن وصف هذه العلاقة يظهر أكثر في تأثيرها على المحتوى الاعلامي ومراكز الاهتمام[4].

---

[1] عزير عبده، الاعلام السياسي والرأي العام. دراسة في ترتيب الاولويات، د.ط، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004،.ص72.

[2] جيهان مكاوي: حرية الفرد وحرية الصحافة، د.ط، القاهرة، الهيئة المصرية للكتاب، 1981، ص 64.

[3] خليل صابات: نفس المرجع ص256.

[4] جيهان رشتي: مرجع سابق ص ص 319-320.

وأهم هذه النماذج النموذج العلمي الذي طرحه الباحثان " جيير وشانون" أن الجدار القائم بين الصحفيين والمسؤولين هو جدار زهي ليس له أساس في الواقع[1]

ثالثا: تأثير جمهور المتلقين

إن القائم بالاتصال يحتاج أولا إلى معرفة جمهوره وأن يكون لديه فكرة عمن يوجه إليه رسالة وعادة يكون لدى الفرد تصور ذهني للجمهور الذي يريد أن يصل إليه وأن يتجنبه فهناك بعض الاتفاق في أن القائمين بالاتصال يقومون بحل مشكلة عدم معرفتهم بجمهورهم عن طريق بناء صور ذهنية تمثل معظمها نظرة محدودة إلى حد الافراط المشوه للجمهور الذي يكتبون له.

وقد يعاني القائم بالاتصال الذي يعمل في مؤسسة جماهيرية من صعوبة تصور أو ادراك جمهوره ولان مؤسسات الاتصال تتسم بالتعقيد وتستخدم عددا كبيرا من البشر ليس في تعليمهم وخلفيتهم جوانب كثيرة مشتركة مع السواد الأعظم من الجمهور لذلك نجد أن قيم أولئك العاملين يلعب دورا هاما في الطريقة التي سيؤدي بها عملهم[2]. وبناءا على عدد الدراسات التي اهتمت بتحليل علاقة الصحفيين بالجمهور يصنف ماكويل هذه العلاقة في اطار ثلاثة نماذج تفسيرية: " نموذج الهيمنة، نموذج التوحد، نموذج تدعيم القائم بالاتصال لعلاقته بالجمهور.

رابعا: تأثير قيم المجتمع وتقاليده:

يعد النظام الاجتماعي الذي تعمل في اطاره وسائل الاعلام من القوى الاساسية التي تؤثر على القائمين بالاتصال فأي نظام اجتماعي ينطوي على قيم ومبادئ يسعى لاقرارها ويعمل على تقبل المواطنين لها ويرتبط ذلك بوظيفة التنشئة الاجتماعية أو التطبيع وتعكس وسائل

[1] محمد عبد الحميد: نظريات الاعلام واتجاهات التأثير مرجع سابق ص 169.

[2] نفس المرجع ص 170.

الاعلام هذا الاهتمام بمحاولاتها الحفاظ على القيم الثقافية والاجتماعية السائدة ويرى الباحث " أنه في بعض الاحوال قد لا يقدم القائم بالاتصال تغطية waren breed" ورين بريد

كاملة للأحداث التي تقع من حوله وليس هذا الاغفال نتيجة لتقصير أو أنه عمل سلبي ولكن يغفل القائم بالاتصال أحيانا تقديم بعض الاحداث احساسا بالمسؤولية الاجتماعية وللحفاظ على بعض الفضائل الفردية أو المجتمعية فقد تضحي وسائل الاعلام أحيانا بالسبق الصحفي أو تتسامح بعض الشيء في واجبها الذي يفرض عليها تقديم كل الأخبار التي تهم الجماهير وذلك رغبة منها في تدعيم قيم المجتمع وتقاليده. كذلك تعمل وسائل الاعلام على حماية الأنماط الثقافية السائدة في المجتمع مثل: الرأسمالية والولاء للوطن واحترام رجال الدين والقضاة والمجتمعات المحلية وتوقير كبار السن والقادة والأمهات ورجال القوات المسلحة وغالبا ما تتجنب وسائل الاعلام انتقاد الافراد الذين يقومون بتلك الأدوار لتدعيم البناء الثقافي للمجتمع[1]

يحرص حارس البوابة الاعلامية في الدول العربية على مراعاة الاعتبارت الثقافية للجمهور العربي وكذلك الخلفيات الاجتماعية والسياسية فعند تحديد الاعتبارات الايديولوجية والاجتماعية والدينية لكن من السهل انتقاء الاخبار التي تقابل هذه الاحتياجات وبالتالي تعد هذه القيم محددات قوية في اختيار الأخبار وتقييمها[2]

وكذلك يرى " وارين بريد" أن وسائل الاعلام التي تحترم التقاليد والنظام تضحي أحيانا بالسبق الصحفي أو تتسامح وتفرط بعض الشيء في واجبها الذي يفرض عليها تقديم كل الأخبار التي تعم الجماهير ففي بعض الأحيان يقيم القائمون بالاتصال الأخبار أخذين في الاعتبار النتائج الاجتماعية التي ستترتب على نشرها وقد تهمل الأخبار في بعض الأحيان

[1] جيهان رشتي، مرجع سابق ص ص 349-350.

[2] حسن عماد المكاوي: الأخبار في الراديو والتلفزيون.القاهرة.مكتبة الانجلو مصرية 1989 ص 283.

وتدفن في الصفحات الداخلية وذلك محافظة على قيم المجتمع الاساسية وتجنب لكل ما يشوه تلك القيم[1]

**المطلب السابع: الصعوبات والتحديات التي تواجه القائم بالاتصال:**

يهدف المرسل أو القائم بالتصال من خلال الرسالة إلى تحقيق العديد من الأمور ولكن هناك صعوبات تحول دون تحقيقها ومنها:

-عدم مخاطبة المستمع بلغته.

-عدم الفصاحة في الكلام.

-غياب الصراحة واخفاء النوايا والمشاعر بين المرسل والمستقبل.

-عدم مراعاة ظروف المستقبل.

-عدم قدرة المرسل على التعبير عما يجول بخاطره[2].

-تفاوت التجربة واختلاف الشخصية قد يؤدي إلى رفض الرسالة أو تشويهها.

-الاختلاف في التعبير والتعاريف لذا يجب على المثقف أن يكون على دراية بالمصطلحات الشعبية السائدة وأن يبتعد عن التعاريف الأكاديمية.

-استخدام صور ورموز غير مألوفة عند الفئة المستهدفة.

-استخدام الرسائل اللفظية بطريقة خاطئة كتعبير الوجه مثلا.

-اظهار الشفقة عدم تفهم شعور المرسل إليه.

---

[1] جيهان رشتي: نفس المرجع ص 308.

[2] نجلا محمد صالح: مهارات الاتصال في الخدمة الاجتماعية الأسس النظرية العلمية ط1، الأردن، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2012، ص50.

–الشعور بالرهبة من اختلاف الوضع الاجتماعي قد يؤدي إلى تشويه مضمون الرسالة واختلاف بعض المعلومات بها [1].

إن الاتصال الفعال يتطلب قدرا عاليا من التركيز والحكمة Rosefieldويرى "روزنفيلد"

والمنطق والدراية من قبل القائم بالاتصال لأن من المصلحة المرسل لن يكون كذلك إذا ما أراد فعلا إيصال معلومات أو بيانات معينة تحقق له وللمستلم أهداف معينة وعلى هذا الأساس فإن أي خلل أو اخفاق متعمد أو غير متعمد من قبل القائم بالاتصال قد يؤدي إلى فشل عملية الاتصال.

حيث نجد مشاكل الاتصال ومعوقات تبدأ من القائم بالاتصال (مصدر الرسالة) وتتفاقم وتكبر ككرة الثلج تماما حيث تصل الرسالة مشوهة أو مرتبكة إلى المستلم مما يؤدي إلى مشاكل ومعوقات للقائم للاتصال[2].

[1] عبد المنعم ثابت: المنهج التخطيطي لمهارات الاتصال ص 130.

[2] حميد الطائي وبشير العلاق: أساسيات الاتصال نماذج ومهارات .ط1.عمان .الأردن. دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع 2009 ، ص 74.

**خلاصة الفصل:**

نخلص من خلال الشرح والتحليل إلى أن أكثر الطرق شيوعا في النظر لعملية الاتصال بصورة منتظمة تتمثل في الرجوع إلى النموذج المشهور ل"هارولد لاسويل" والذي يحوي التساؤلات من يقول؟ ماذا يقول؟ بأي وسيلة؟ وبأي تأثير؟ ولذلك يمكن القول أنه هناك مصدرا يضع الرسالة ويبثها عبر قناة إلى جمهور المستمعين.

إن هذا المصدر المتمثل في القائم بالاتصال في دراستنا هذه يتعرض إلى ضغوط متعددة تجعل من مقولة استقلاليته مقول موضع الشك بل إن هذه الضغوطات يمكن أن تشل قدرته على أن يصبح مهنيا بكل طاقته ذلك لأن هناك الكثير من الضغوطات التي تهدد إمكانية تكيفه مع المهنة.

كما أن قدرة القائم بالاتصال على أداء دوره لا تنشأ من فراغ وإنما هي محصلة لعوامل عديدة منها ما يتعلق بقيمة الشخصية ومنها ما يتعلق بوضع الإذاعة التي يعمل بها ومنه ما يفرضه عليه المجتمع من توجهات إيديولوجية ووظائف اجتماعية أو ما يمده له من معلومات ومنها ما يتعلق بالمؤسسة ذاتها وما يدور داخلها من تفاعلات ويتوفر لديها من إمكانيات تقنية أو بشرية ومدى فهم القائم بالاتصال في هذه الإذاعة لدوره وللجمهور الذي يتوجه إليه.

# الفصل الثاني:
# علاقة القائم بالاتصال في أجندة الأخبار

## الفصل الثاني: علاقة القائم بالاتصال بأجندة الأخبار

### المبحث الاول: ماهية أجندة الأخبار

المطلب الأول: مفهوم أجندة الأخبار.

المطلب الثاني: نشأة النظرية وتطورها.

المطلب الثالث: تيارات جديدة في دراسات وضع أجندة الأخبار.

المطلب الرابع: نماذج عملية وضع أجندة الأخبار.

المطلب الخامس: العوامل المؤثرة في وضع الأجندة الأخبار.

المطلب السادس: استنتاج علاقة القائم بالاتصال بأجندة الأخبار.

## المبحث الأول: ماهية أجندة الأخبار

### المطلب الأول: مفهوم أجندة الأخبار:

بدأت بحوث الاتصال الجماهيري في النصف الأول من القرن العشرين من فرضية مفادها أن وسائل الاعلام تمارس تأثيراً مطلقا على الجمهور، وهذه الفكرة وجدت في النجاح الذي أحرزته الدعاية الألمانية خلال الحكم النازي في الثلاثينيات من القرن الماضي حجة لها LAZARSDIELDغير أن هذه النظرية تراجعت في منتصف القرن مع ظهور نتائج أبحاث "لازار سفيلد" التي أعادت الاعتبار للمجتمع وأكدت أن تأثير وسائل الاعلام والجماهير التي تتعرض لتلك الوسائل في تحديد أولويات مختلف القضايا التي ستجرى مناقشتها في المجتمع. وتدخل نظرية وضع الأجندة تحت سقف "نظريات التأثير المحدود لوسائل الاعلام"[1].

وبحسب نظرية "وضع الأجندة" فإن وسائل الاتصال الجماهيري هي التي تحدد المواضيع التي تتناولها الأخبار، فهي تنتقي المواضيع وتميز بينها من حيث الحجم والمكان فتوحي بذلك للمتلقين على أن ذلك هو الأهم وأنه يتعين عليهم أعادة ترتيب ما يدور في أذهانهم بما ينسجم مع ما تقدمه الصحافة. وهكذا، فإن الموضوعات التي يراها المحررون ذات أهمية هي التي يتم نشرها حتى ولو كان مخالف للحقيقة إن مجرد النشر في حد ذاته (سواء من خلال الصحافة أو الإذاعة أو التلفزيون) يعطي أهمية مضاعفة لتلك الموضوعات بحيث يراها الجمهور ذات أهمية تفوق عداها من الموضوعات. وتعد نظرية أجندة الأخبار من أهم المداخل النظرية التي تستخدم لتحليل تأثير وسائل الاعلام خاصة في مجال السياسة، والباحثون في مجال الاعلام يشيرون إلى ان وسائل الاعلام تعد المسرح السياسي للمناظرات الجارية، ويرون ان هناك بعض الدلائل بأن المناقشات الخاصة حول المسائل السياسية تأخذ

[1] أرماند، نظريات الاتصال، ترجمة أديب خضور، الناشر أديب خضور، دمشق، ط1،ب د.ن، 2003، ص162.

مؤشراتها من عرض وسائل الاعلام لهذه المسائل، إذ أن الناس يتحدثون في السياسة مسايرين في ذلك الخطوط التي ترسمها وسائل الاعلام. فوسائل الاعلام لهذا المعنى ترشد وتعلم الجمهور كما يتحدثون وتبعا لهذا النموذج، فإن الجمهور لا يتعلم من وسائل الاعلام وحسب حول المسائل العامة والأمور الأخرى، ولكنه يتعلم كذلك كم تبلغ هذه المسائل من أهمية تبعا للتأكيد التي تلقاه من قبل وسائل الاعلام.

وبمعنى آخر، فإن الاعلاميين يلعبون دورا هاما في تشكيل حياتنا الاجتماعية، حينما يمارسون دورهم في اختيار وعرض الأخبار علينا وترتيب الأولويات فيها. إن وسائل الاعلام تقوم بتحديد المسائل الهامة لنا، وبكلمات أخرى، فإن الأولويات التي تفرضها وسائل الاعلام تكون هي نفسها لدى الجمهور، ذلك أن وسائل الاعلام تقوم بوضع الأجندة للجمهور. وهكذا، فإن وظيفة وضع أجندة الأخبار للاتصال الجماهيري تتمثل في قدرتها على تغيير المعرفة عند الأفراد وتقوم ببناء تفكيرهم، وهنا يكمن أهم تأثير لوسائل الاتصال، وهو مقدرتها على ترتيب العالم وتنظيمه عقليا لنا[1] .

عام 1922 عن lippmamوترجع الاصول الفكرية لدراسات وضع الأجندة إلى ما كتبه

دور وسائل الاعلام حول الصلة بين الأحداث التي تقع في العالم الخارجي والصور التي تنشأ في أذهاننا عن هذه الأحداث، وبعد أربعين سنة من هذا التاريخ، أي في عام 1963 يقول " إن الصحافة قد لا تنجح معظم الوقت في التأثير في اتجاهات الناسCohenكتب

Cohen و Lippmannولكنها تؤثر بقوة في تحديد نوعية القضايا التي يهتمون بها، لقد عبر

[1]صالح خليل أبو أصبح، الاتصال الجماهيري، د.ط، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 1999، ص 219-220.

ببساطة عن المعنى الذي انبثقت منه دراسات وضع الأجندة بعد أول دراسة امبريقية تحمل هذا المصطلح العلمي الجديد عام 1972 [1].

Simonومن ناحية أخرى فقد حاول بعض الباحثين صياغة تعريف الأجندة كما فعل كل من

بقولهما أن " وضع الأجندة يمكن تعريفها بأنها قدرة المواد الإخبارية التي Lyengarو

تبثها وسائل الاعلام المختلفة على معرفة وتحديد القضايا المهمة خلال فترة زمنية معينة[2]، الذي نظر إلى مفعول وضع أجندة الأخبار على الجمهور Mcquailوهو ما فعله أيضا

ووسائل الاعلام، حيث يعرف وضع الأجندة على النحو الآتي:

" هي عبارة عن تلك العملية التي تؤثر من خلالها وسائل الاعلام (سواء بصورة مقصودة أم غير مقصودة) في جمهورها من خلال ما تعرضه له من قضايا أو أحداث إخبارية وبروزها ضمن مضامينها المختلفة. وهو ما يفرض أن تزايد اهتمام هذه الوسائل بتلك القضايا والأحداث يجعلها مهمة وبالتالي تتزايد أهميتها لدى هذا الجمهور"[3].

" أن مفهوم ترتيب Lexique d'information communicationورد في معجم "

الأولويات (الأجندة) عبارة عن تأويل أو فرضية وفقها تؤثر المؤسسات الاعلامية الكبيرة على الرأي أو المسؤولين عندما تعلهم بما هم بصدد التفكير فيه، فوسائل الاعلام تقوم دون علمنا بانتقاء المواضيع الجاري بشأنها الحديث، لكنها أيضا تقوم بترتيب أولويات هذه المواضيع. إن السؤال المطروح حول هذا التأويل هو معرفة أي من الأجندات عائدة لوسائل

---

[1] بسيوني إبراهيم حمادة، دراسات في الاعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 2008، ص184.

[2] أحمد زكرياء أحمد، نظريات الاعلام، المكتبة العصرية، المنصورة، مصر، 2009، ط1، ص 8.

[3] المرجع نفسه، ص8.

الاعلام، وللمواطنين وللفاعلين السياسيين، يجد الاثنين الأخرين، وفي أي اتجاه وهل ذلك يحدث بشكل متزامن؟[1]

وفي ضوء ذلك ينظر الباحثون إلى " الصحف على أنها عبارة عن صفحات أو مواقع على الصفحات تتباين في أهميتها، ولا يمكن للصحيفة ما أن تجدد مستوى واحد من الأهمية لكل الصفحات أو المواقع، بالإضافة إلى أنها لا يمكن أن تجد مساحات أو مواقع ذات أهمية واحدة لكل الأخبار أو القضايا المتباينة في الأهمية سواء بتأثير السياسات العامة أو الخاصة بالجريدة على سبيل المثال، ولذلك أصبح لزاما أن تقوم الصحف ووسائل الاعلام بتنظيم عرض المواد الاخبارية والقضايا والموضوعات في ترتيب يشير إلى أهمية هذه المواد في علاقتها ببعضها وتتبنى الوسيلة هذا الترتيب بحيث يعبر عن سياستها أو اتجاهها من هذه المواد المنشورة أو المذاعة. وهذه العملية يطلق عليها ترتيب أولويات الاهتمام للوسيلة الاعلامية أو باختصار وضع أجندة تتم بناء على قرارات عديدة تتأثر بالسياسات العامة والسياسات التحريرية والنظم الفنية[2].

وللاشارة، فإن المفهوم تعرض لمحاولات بعض الباحثين لتوسيع نطاق توظيفة بالنظر إليه كعملية تفاعلية، وفي ضوء ذلك التحليل يشير الباحثون إلى أن عملية وضع الأجندة تتضمن ثلاثة اتجاهات بحثية متميزة هي:[3]

الاتجاه الأول: وضع اجندة الجمهور Public agenda setting

وتتخذ من أولويات اهتمام الجمهور متغيرا تابعا لها، وقد بدا هذا الاتجاه البحثين على يد "ماكومبس" و "شو" عام 1972.

---

[1] Balle (francis), lexique d'information communication, Dalloz, Paris 2006, P11.

[2] محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، ب د.ن، 1997، ص273.

[3] بسيوني إبراهيم حمادة، مرجع سابق، ص183.

الاتجاه الثاني: وضع أجندة السياسة العامة Policy agenda setting

وتتخذ من أولويات اهتمام صانعي القرار متغيرا تابعا، بينما تمثل أولويات اهتمام وسائل الاعلام متغيرا مستقلا.

الاتجاه الثالث: وضع أجندة وسائل الاعلام Midia agenda setting

وتتخذ من أولويات قضايا وسائل الاعلام متغيرا تابعا.

تجسيدا واعيا بأبعاد توسيع مفهوم وعملية وضع الأجندة والذي Leighleyويمثل نموذج

يبرز ثلاثة أنواع لوضع الأجندة هي: أجندة وسائل الاعلام ووضع الأجندة التنظيمية أو المؤسسية وأجندة الجمهور العام[1].

وفي هذا الطرح حول توسيع مفهوم وضع الأجندة وإبراز تعقيده كعملية اتصال جماهيري يطرح " ماكويل" افتراضات نظرية وضع الأجندة كالآتي:

-يثور الجدل العام حول بروز القضايا (أجندة ما يحدث).

-تتولد هذه الأجندة من الرأي العام واقتراحات الصفوة السياسية.

-تؤدي هذه الاهتمامات المنافسة إلى بروز قضاياها.

-تنتقي وسائل الاعلام قضايا معينة لتركز عليها أو العكس وفقا لمجموعة من الضغوط خاصة المتعلقة منها باهتمامات الصفوة والرأي العام والأحداث التي تقع في العالم الحقيقي.

[1] أحمد زكرياء، مرجع سابق، ص11-12.

-يؤدي ذلك إلى أن مخرجات هذه الوسائل تتسبب في شهرة وبروز الاهتمام بهذه القضايا، مما يؤثر في ادراك جمهورها للأجندة الحالية إضافة إلى وجود تأثيرات أخرى تتعلق بإبداء الآراء وتقوم ما حدث في المشهد السياسي.

-تتصف هذه التأثيرات الخاصة بعملية وضع الأجندة بانها قصيرة المدى.

وقد ظهرت محاولة ثالثة كانت أكثر شمولا لتوسيع مفهوم الأجندة، حيث تنبه بعض الباحثين إلى أن ترتيب الأولويات قد لا يرتبط فقط بقضايا لكنه ربما يشمل أفكارا معينة، او شخصيات بارزة أو قيم اجتماعية وغيرها من أجندة الأشياء، ويؤكد التوجه المعاصر في صياغة هذا المفهوم على أن وضع الأجندة عبارة عن تحديد وسائل الاعلام لما يجب أن يفكر فيه الجمهور، بحيث يشمل أحداثا او قضايا او أفكارا أو قيما اجتماعية.

**المطلب الثاني: نشأة نظرية أجندة الأخبار وتطورها:**

" أول من حاول فحص على Mc Combs et Showيعتبر " ماك كومبس وشاو

المستوى الأمبريقي. هذا الجانب الجديد من وسائل الاعلام بتحليل الانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام 1968 فمن بين الناخبين المترددين توجد علاقة هامة بين الأسئلة التي طرحتها وسائل الاعلام والمسائل التي يعتبرها الناخبون عناصر مفتاحية للانتخابات الرئاسية.

ففي النموذج الذي قدماه عام 1972 ظهر أن الناشرين يلعبون دورا مهما في تكوين الحقيقة الاجتماعية وذلك عن طريق اختيار وترتيب المعلومات وهم بوجه عام يضعون أجندة تنظم إلى القوم بأن وسائل الاعلام المهيمنة فرضت نموذجهاBougnouxعالمنا ويذهب " بونيو"

في رؤية الاشياء وهي بذلك تتناقض مع الآراء التي تدخل ضمن الصور الجاهزة والمحكيات[1].

هذه التحاليل انتقلت في ما بعد إلى حقل التلفزيون وخلصت إلى الأهمية الأساسية لوسائل الاعلام في لعبة الانتخابات وفي عام 1976 استعمل المؤلفان قضية "Water gate" واترغيت" لتجسيد نظريتها بأنه لا يمكن تأكيد وجود تأثير قوي لوسائل الاعلام ويرى "جون لوهيس" jean Lohisse " أنه إذا كان ترتيب الأولويات قد تم إقراره دون إخفاق ليسمح

بتصميم النموذج فإن النظرية أكثر صلابة حول دور وسائل الاعلام لا تزال في حاجة إلى تطوير[2].

ودائما عندما يثير الباحثون آراء حول نشأة هذه النظرية يتبادر إلى أذهانهم سؤال حول المسألة وهو: هل كان " شو وماكومبس" اول من صاغ هذه النظرية أم أنه كانت هناك اسهامات لباحثين مهدت لها العمل في هذا الاتجاه؟

يشير " دينيس ماكويل" أن " لازار سفيلد" له السبق في توظيف الأجندة باعتبارها القوة التي يتم من خلالها هيكلة القضايا أما الاجابة القاطعة حول طرح هذا السؤال فقد جاءت من " شو و ماكومبس" اللذان أقر أن " كوهين" سبقهما إلى فكرة الأجندة وقد كان ذلك عام 1963 عندما أشار بصورة إجمالية إلى أن وسائل الاعلام قد لا تنجح دائما في توجيهنا إلى كيفية التفكير لكنها تنجح بصورة مذهلة في توجيهنا إلى ما تفكر فيه[3] والواقع أنه من انطلاق هذه الفكرة نهمس لاختبارها الباحثون في حقل الاعلام والاتصال وكان من نتيجة ذلك أنه أحصيت ما يزيد عن 200 دراسة وذلك منذ ظهور الاختبار الامبريقي ل" شو وماكومبس".

---

[1] Baurgnoux (daniel), introduction aux sciences de la communication, Casbah edition, Alger, 1999, P 166.

[2] Lohisse (jean), la communication, deboock bruxelles, 2006, P53-54.

[3] أحمد زكرياء، مرجع سابق ص 16.

وإذا تبنينا تصنيف " شو وماكومبس" للبحوث التي أجريت حول هذه النظرية فإننا نجد أنهما وزعاها على أربعة أنواع تعكس في واقع الامر تطور الاتجاهات الخاصة ببحوث هذه النظرية كالآتي:[1]

1-الدراسة الأصلية التي اختبرت الفرض الأساسي الخاص أن نموذج Chapel hill التغطية الاخبارية يؤثر في إدراك الجمهور لأهمية القضايا اليومية.

2-الدراسات الخاصة بالأدوار المقارنة للصحف والتلفزيون والمصطلحات النفسية مثل الحاجة إلى التكيف واتفاق الاتصال الشخصي مع عملية الاتصال الجماهيري ومثل هذه الأعمال قدمها كتاب " the emergence of Amerian political isues"

وهذا الكتاب اختبر الفرض الرئيسي لأجندة الاخبار.

3-الشكل الثالث الذي اهتم بالكشف عن صور المرشحين واهتماماتهم السياسية كبديل الأجندة .

4-بحلول الثمانينات انتقلت البحوث بالأجندة الإخبارية من متغير مستقل إلى متغير تابع واستبدلت السؤال: من يضع أجندة الجمهور؟ بالسؤال من يضع الأجندة الإخبارية؟

والشكل الرابع لبحوث الأجندة بشكل عام تقوم ببحث العلاقة الارتباطية بين الترتيب الناتج لمفردات المحتوى من خلال التحليل والترتيب الذي يقدمه الجمهور من وجهة نظره من خلال الاجراءات المنهجية للمسح وبناءا على نتائج هذه العلاقة التي تأكدت إيجابيتها في معظم الدراسات تعريفا انتهى الرأي إلى تأثير وسائل الاعلام على بناء أجندة اهتمامات الجمهور بالقضايا والموضوعات المطروحة.

[1] محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص276.

" فيلخصان مراحل تطور بحوث الأجندة Bryant et Thompsonأما " براينت وطومسون

إلى أربع مراحل أيضا لكن على نحو مختلف قليلا كما يلي:[1]

المرحلة الأولى: وتمثلها دراسة "شو وماكومبس" عام 1972 والتي أثبتت نتائجها أن اهتمام الجمهور العام بالقضايا يتأثر باهتمام المحتوى الاخباري لوسائل الاعلام بالقضايا ذاتها.

المرحلة الثانية: (التكرار): عندما كرر هذان الباحثان عام 1977 تطبيق افتراضات نظرية ومنع الأجندة من خلال دراسة تناولت القضايا البارزة لدى الناخبين وقد أكدت نتائجها على أن هؤلاء الناخبين الذين يتعرضون بصورة كبيرة لوسائل الاعلام تتأثر أجندة اهتماماتهم بالقضايا المختلفة المطروحة ضمن أجندة هذه الوسائل.

المرحلة الثالثة: (المتغيرات الوسيطية): بالرغم من أن الدراسات الأولى والمبتكرة في مجال وضع الأجندة تناولت بالرصد والتحليل، الارتباط المباشر بين أجندة وسائل الاعلام ومثيلتها لدى الجمهور، فإن دراسة أخرى تالية أكدت نتائجها على وجود مجموعة من المتغيرات الوسيطة المؤثرة في عملية وضع الأجندة[2]

التي أجروها على الناخبين أثناء Weaver graber mc combes et eyalوتعد دراسة

حملات الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام 1976 دراسة رائدة في هذا المجال فقد كشفت نتائجها عن وجود تأثيرات لمتغيرات أخرى وسيطة كالمهنة والمستوى التعليمي ومحل الاقامة وكلها متغيرات تلعب دورا موثرا في تحديد أولويات اهتمام الناخبين إضافة لتأثير الأجندة الإعلامية.

[1] أحمد زكرياء ص17-18.

[2] أحمد زكرياء المرجع نفسه ص 18.

المرحلة الرابعة: (بناء الأجندة):

ويمكن أن نسمي هذه المرحلة أيضا مرحلة الانتقال لدراسة بناء الأجندة فقد درس الباحثان فضيحة واترغيت engel long et kurt long gladyكورت لانغ وغلادي أنجل لانغ الشهيرة وأثبتا أن الفرضية الأساس لنظرية وضع الأجندة في حاجة إلى أنwatergate تأخذ أبعادا أكبر وفي هذا الشأن قدما اقتراحا يمتد المفهوم إلى بناء الأجندة.

والواقع أنه توجد استراتيجيتان أساسيتان لضبط أجندة وسائل الاعلام كالآتي:[1]

1-أما لدراسة القضايا التي أثارتها وسائل الاعلام وكذلك الأمر عند الجمهور على فترة زمنية واحدة أو فترتين.

2-أن نتناول بالدراسة قضية من القضايا التي تناولتها وسائل الاعلام على فترات زمنية مختلفة ولاشك أن الأداة المناسبة لمعالجة البيانات هي تحليل المحتوى لتفكيك النصوص الإعلامية إلى موضوعات. هذه الأداة يمكن أن تشمل كل وسائل الاعلام مثل: الصحف، المجلات والراديو والتلفزيون غير أن الباحثين يركزون غالبا على وسيلة واحدة أو وسيلتين على الأكثر وفي العادة يتم اختيار التلفزيون والصحف اليومية وإجراء مقارنات فيما بينها.

**المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في وضع الأجندة:**

يمثل اختبار تأثير المتغيرات في عملية وضع الأجندة مرحلة مهمة ضمن مراحل تطور بحوث نظرية وضع الأجندة، ففي هذه المرحلة تجاوزت التطبيقات البحثية مجرد اختبار تأثير المتغير المستقل المتمثل في أجندة وسائل الاعلام على المتغير التابع وهو أجندة الجمهور.

---

[1] حسبن عماد مكاوي، وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998، ص292.

وقد كان لاهتمام الباحثين باختبار هذه المتغيرات انعكاساته الايجابية على هذه النظرية والمتمثلة في: اتساعها وتعميمها، وابراز مرونتها وثرائها العلمي.

ومن الناحية التاريخية لتطور دراسات وضع الأجندة يلاحظ أنها في البداية اهتمت بالبرهنة على صحة افتراضات النظرية، وهو ما أدى من الناحية العلمية إلى تركيز الباحثين على اختبار تأثير متغير مستقل وهو أجندة الوسيلة الاعلامية في متغير تابع وهو أجندة الجمهور ثم بعد ذلك جرى توسيع دائرة البحث للمتغير التابع حيث أضيفت إلى جانب الجمهور شريحة أخرى من جمهور وسائل الاعلام وهي شريحة صانعي القرارات[1] وأعقب هذه المرحلة اهتمام الباحثين برصد تداخل عوامل أخرى وسيطة قد تكون مؤثرة في عملية وضع الأجندة بين المتغيرات المستقل والتابع.

وبالرغم من أن الدراسات الأولى والمبتكرة في مجال وضع الأجندة تناولت بالرصد والتحليل الارتباط المباشر بين أجندة وسائل الاعلام ومثيلتها لدى الجمهور. فإن دراسات أخرى لاحقة أكدت نتائجها على وجود مجموعة من المتغيرات الوسيطة المؤثرة في عملية وضع الأجندة.

في رؤيته لدور هذه المتغيرات إلى الاعلاء من شأنها بتأكيده أن هناك wastonويذهب

الكثير من هذه المتغيرات الوسيطة التي تؤثر في معا رفنا وأحكامنا بما بشكل أكثر من تأثير التغطية الاعلامية[2] ويمكن حصر العوامل التي يحتمل أن تؤثر على وضع الأجندة على النحو الآتي:

1-طبيعة القضايا.

2-أهمية القضايا.

[1] أحمد زكرياء ص 21.

[2] المرجع نفسه ص 22.

3-الخصائص الديموغرافية.

4-الاتصال الشخصي.

5-توقيت إثارة القضايا.

6-نوع الوسيلة المستخدمة.

7-المدى الزمني لوضع الاولويات.

وهذه العناصر ليست على سبيل الحصر الدقيق لأن عملية وضع الأجندة لا تشكل إلا جانبا من الظواهر الانسانية التي تتميز بالترابط والتشابك والتعقيد. ولهذا فإن الجذر العلمي يدعونا أن نتحفظ وأن نتوقع مع اختلاف المجتمعات وتطورها وإمكانية اكتشاف عوامل جديدة لم يسبق التعرف عليها من قبل. ونتناول فيما يلي أهم العوامل التي ربما تؤثر في عملية وضع الأجندة بنوع من التفصيل على النحو الأتي:[1]

1-طبيعة القضايا:

يقصد بطبيعة القضايا مدى كونها مدركة أو ملموسة من جانب أفراد الجمهور، أو أن تكون القضية مجردة، والقضايا الملموسة هي التي يكون لأفراد الجمهور خبرة مباشرة فيها، وقد " " أول دراسته امبريقية تهدف إلى قياس تأثير طبيعة القضية خلال فترة زمنية ممتدة لثمانية أعوام من 1968-1976 وتم نشر هذه الدراسة عام 1978، أجرى " زوكر zucker

وقد أجرى الباحث القياس على ست قضايا ملموسة هي: تكاليف المعيشة، البطالة، والجريمة، ولخص زوكر إلى وجود تأثير كبير لوسائل الاعلام على القضايا غير الملموسة مقابل القضايا الملموسة.

[1] حسين عماد مكاوي، الاتصال ونظرياته المعاصرة ص 293.

" (1982) توصلت إلى نتائج متشابهة للدراسة وفي دراسة أخرى أجراها " بلودBlood

التي قام بها "زوكر" وأشارت دراسة "ياجاد" و " دوزير" الخاصة بدراسة: قضايا الأسلحة النووية، وعجز الميزانية كقضيتين مجردتين، مقابل قضايا المخدرات والطاقة كقضيتين ملموستين إلى زيادة وظيفة وضع الأولويات للقضايا الملموسة، عن القضايا التي تنطوي على أفكار مجردة، وتتسم بالعمومية، وذلك على عكس افتراضات الدراسة السابقة.

وقد وجد " ويفر وزملاؤه" (1981) أن أثار وضع الأجندة تكون قوية بالنسبة للقضايا غير الملموسة، في حين يرى باحثون آخرون أن القضايا غير الملموسة ظاهريا قد تصبح ملموسة بعد حوالي ستة أشهر من التغطية الاعلامية المتكررة.

كذلك يختلف الباحثون بشأن تحديد نوع القضايا الملموسة وفي حين يرى "زوكر" أن الجريمة قضية ملموسة ويرى "ويفر" وزملاءه أنها قضية غير ملموسة.

2-أهمية القضايا:

افترضت دراسة " كارتر وزملاءه" وجود علاقة ارتباط ايجابي بين درجة اهتمام الجمهور بالقضية وزيادة حصولها على أولويات أكبر . وأشارت النتائج إلى زيادة الاهتمام بالقضايا التي تسبب التهديد والخوف مثل: التلوث والإيدز عن القضايا التي لا تكون تهديدا مباشرا مثل: الاجهاض والحرب النووية.

3-الخصائص الديموغرافية:

تشير بعض الدراسات إلى وجود علاقة ارتباط بين الخصائص الديموغرافية وترتيب " " إلى أن متغير التعليم يلعب دورا أساسيا الأولويات فقد لخصت دراسة " ويتني whitney

في ترتيب الاولويات نحو القضايا المثارة في وسائل الاعلام حيث تزيد قدرة تلك الوسائل في وضع أولويات المتعلمين عند المقارنة بغير المتعلمين من جانب آخر أشارت دراسة " شاو ومارتني" إلى عدم وجود ارتباط بين المتغيرات الديموغرافية وترتيب الأولويات.

4-الاتصال الشخصي:

يمكن للاتصالات الشخصية تحديد تأثير وضع الأولويات للقضايا التي تحظى بتغطية " (1987 الخاصة بادراك الجمهور لقضية اعلامية مكثفة ومن أمثلة ذلك: دراسة "موتز Mutz المخدرات بوصفها قضية شخصية أو مشكلة اجتماعية ودراسة "ويفر" (1982) حول دور الاتصال الشخصي في نقل المعلومات وترتيب الأولويات وأيدت هذه الدراسة دور الاتصال الشخصي في ترتيب الأولويات الاهتمام.

5-توقيت اثارة القضايا:

أشارت دراسات عديدة إلى أن وسائل الاعلام تقوم بدورها في ترتيب الأولويات أيام الانتخابات بشكل أقوى منها في غير أوقات الانتخابات ومن أمثلة هذه الدراسات: دراسة "روبرتس" حول التنبؤ بسلوك التصويت الانتخابي ودراسة "بروسياس وكيبلنجر" حول تأثير وسائل الاعلام على الميول الانتخابية في ألمانيا.

6-نوعية الوسيلة المستخدمة:

انتهت دراسة "باترسون" و "مكلور" حول تأثير الأخبار والاعلانات التلفزيونية على تحديد أولويات الجمهور في الانتخابات الأمريكية لعام 1972 إلى أن أخبار التلفزيون ذات تأثير محدود على وعي الناس بالقضايا الانتخابية في حين يكون تأثير الاعلانات أكبر على وعي الجمهور بأوضاع المرشحين في هذه القضايا وفي دراسة "أتكين وهيلد" حول تقييم أكثر

الاعلانات السياسية في التلفزيون لاحظ الباحثان وجود علاقة ارتباط ايجابية متواضعة بين حجم التعرض للاعلانات التلفزيونية ومعرفة الناخبين بالمرشحين والقضايا الانتخابية.

كذلك قسم "بنتون وفرازير" في دراستها وظيفة وضع الاولويات إلى ثلاثة مستويات يتضمن المستوى الأول: وضع قائمة واسعة من الموضوعات والقضايا ويطرح المستوى الثاني: قضايا فردية أكثر تخصصا من المستوى الأول ويركز المستوى الثالث على معلومات أكثر تخصصا حول القضايا الفرعية التي يحددها المستوى الثاني ووجد الباحثان أن الصحف تقدم المستويات الثلاثة لقراءها في حين يقدم التلفزيون المستوى الأول فقط ويهمل المستوى الثاني والثالث وبالتالي فإن وظيفة وضع الاولويات لا تنطبق على كل وسائل الاعلام.

كذلك أشارت دراسة "ماكومبس" إلى أن الصحف تقدم وظيفة وضع الاولويات لقرائها في حين لا يقدم التلفزيون هذه الوظيفة للمشاهدين.

ويبدو أن الصحف والتلفزيون يحققان وظيفة وضع الاولويات للجمهور ولكن الاختلاف يكمن في المدى الزمني لوضع الاولويات فالتلفزيون يحقق تأثيرات فعالة على المدة القصير بينما تحقق الصحف تأثيرات أقوى على المدى البعيد.

7-المدى الزمني لوضع الاولويات:

أشار المنظرون في بدايات تناولهم لنظريات الاتصال إلى تأثيرات وسائل الاعلام لا تحدث بشكل إلزامي كما انها لا تحدث بشكل مباشر وسريع وحول هذا التأثير أشار " هوفلاند" Hovlandإلى فكرة التأخر أو التباعد بين تقديم المصدر للرسالة من ناحية وقبول المتلقي لها فبعد فترة من الزمن ينسى Sleeper effectمن ناحية أخرى وعرف ذلك بتأثير النائم المتلقي المصدر في حين يتذكر الرسالة.

وأشارت نتائج دراسات عديدة إلى أن هذا التأثير يحدث تدريجيا وعبر فترة من الزمن زمع ذلك فإن طبيعة القضية المثارة قد تعرض زمنا قصيرا أو طويلا للتأثير على الجمهور ولكن بوجه عام يكون المدى الزمني لوضع الاولويات في تلفزيون أقصر من الصحف.

6-استنتاج علاقة القائم بالاتصال بأجندة الأخبار:

تدور الفكرة الأساسية في نظرية ترتيب الأولويات حول أن هناك علاقة وثيقة بين الطريقة التي تعرض بها وسائل الاعلام (راديو، تلفزيون، صحافة) الموضوعات والقضايا وبين ترتيب هذه الموضوعات كما يراها هؤلاء الذين يتابعون الأخبار بمعنى أن وسائل الاتصال الجماهيري هي التي تحدد الأولويات التي تتناولها الأخبار فهي تعطي أهمية خاصة لهذه الموضوعات مما يجعلها تصبح من أولويات الهامة لدى الجمهور.

ويفترض هذا المدخل أن وسائل الاعلام لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات والقضايا التي تحد في المجتمع وإنما يختار القائمون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها وبشدة والتحكم في طبيعتها ومحتواها هذه الموضوعات تثير اهتمام الناس تدريجيا وتجعلهم يدركونها ويفكرون فيها وبالتالي هذه الموضوعات لدى الجماهير أهمية كبيرة عن الموضوعات التي تطرحها وسائل الاعلام عملية الانتقاء اليومي لموضوعات قائمة أولويات وسائل الاعلام وأساليب إبراز أو طمس تلك الموضوعات وتحريكها صعودا أو هبوطا زلا تستهدف إثارة الجمهور العام فقط وإنما عملية تستهدف أيضا صنع القرار.

وبناءا على ذلك تسهم كثيرا في تشكيل الرأي العام ورؤيته للقضايا التي توجه للمجتمع فمن خلال تركيز على قضية معينة وتجاهل أخرى تحدد أولويات أفراد الجمهور بالقضايا معينة دون غيرها.

وضع الأجندة عملية تقوم بها المؤسسة الاعلامية باختيار ما يوصف بأنه أهم القضايا العامة والمختلفة ولكن قيامها بهذه الوظيفة لا يكون بطريقة مباشرة كأن تخبر الجمهور بأن

هذه القضية بشكل أكبر مقارنة بالقضايا الأخرى وتخصيص خبر زمني زمساحة أكبر بطريقة استعراضية تجعلها أكثر بروز[1] وفي ظل تزايد الاهتمام بالاعلام الجديد ودوره كأحد المصادر الهامة للمعلومات يبرز دور القائم بالاتصال بوصفه العنصر الفعال في نظام العمل حيث يسهم بدور أساسي في تقديم الشكل والمضمون النهائي للأخبار والقضايا التي تؤثر بدورها على اهتمامات وأولويات الجمهور كانعكاس لعملية بناء أجندة هذه الأخبار والقضايا.

وفي اطار تصاعد الاهتمام بدراسة بناء الأجندة كأحد المداخل البحثية التي تدرس علاقة وسائل الاعلام بالمصادر الاخبارية المختلفة التي تعتمد عليها لاستقاء الأنباء ومعرفة من يبنى أجندة الأخبار وتحديد المتغيرات التي يتحدد على أساسها ما إذا كانت قضية من القضايا سوف تنجح في الوصول إلى أجندة الأخبار أم لا تسعى الدراسة لاختبار فروض بناء الأجندة بالتطبيق على القائمين بالاتصال في مجال الصحافة[2].

**المطلب الرابع: نماذج عملية وضع أجندة الأخبار:**

تعتبر النماذج تصورا من عناصر يختارها الباحث، بحيث تساعده على حصر الموضوع الذي هو بصدد دراسته دراسة امبريقية ووفقا لهذا التصور فقد اقترح الباحثون في مجال دراسات وضع أجندة الأخبار عددا من النماذج التي يمكن من خلالها تطبيق وضع الأجندة وتفسيرها ويمكن أن نستعرض أهمها في مايلي:

**أولا: نموذج " شو وماكوميس" عن تأثيرات وسائل الاعلام حول وضع الأجندة (1976)[3]**

---

[1] www.wekipidia.com/20.05.2021/12:00

[2] ندية عبد النبي محمد القاضي (دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء أجندة القائم بالاتصال في الصحف المصرية بالنسبة للأخبار والقضايا المحلية) المقالة5. المجلد 14. العدد 4 الصفحة 369-291.

[3] أحمد زكرياء، مرجع سابق ص 32.

القضايا درجة الاهتمام وسائل الاعلام

بهذه القضايا ادراك الجمهور للقضايا

ق 1  ك1

ق2  ك2

ق3  ك3

ق4  ك4

ق5  ك5

ق6  ك6

شكل (1) نموذج " شو وماكومبس" عن تأثيرات الاعلام في وضع أجندة الجمهور.

وتشير (ق1- ق2- ق3- ق4- ق5- ق6) في العمود الأول إلى أنواع القضايا المختلفة أما العمود الثاني فتشير إلى اختلافات في مدى اهتمام وسائل الاعلام بهذه القضايا وهو ما يعبر عن أجندة وسائل الاعلام وفي العمود الثالث يتضح التفاوت في اهتمام الجمهور بتلك القضايا أو ما يعرف بأجندة الجمهور التي تعتبر عن تأثير أجندة هذه الوسائل في أجندة هذا الجمهور ويذهب " واطسون watson" إلى أن هذا النموذج لم يوضح ما إذا كانت تأثيرات

وضع الأجندة مباشرة أم أنها من وجهة نظر وسائل الاعلام متعمدة ومقصودة كما لم يشير النموذج نسبة إلى ما إذا كانت عملية وضع الأجندة تبدأ من جانب وسائل الاعلام أم من جانب أفراد الجمهور من خلال احتياجاتهم كما يضيف " واطسون" شرائح الصفوة بالمجتمع والذين تعتمد عليهم وسائل الاعلام كمصادر لها.

ويبدو أن هذا النموذج رغم أهميته إلا أنه يتصف بالقصور في النواحي التالية:

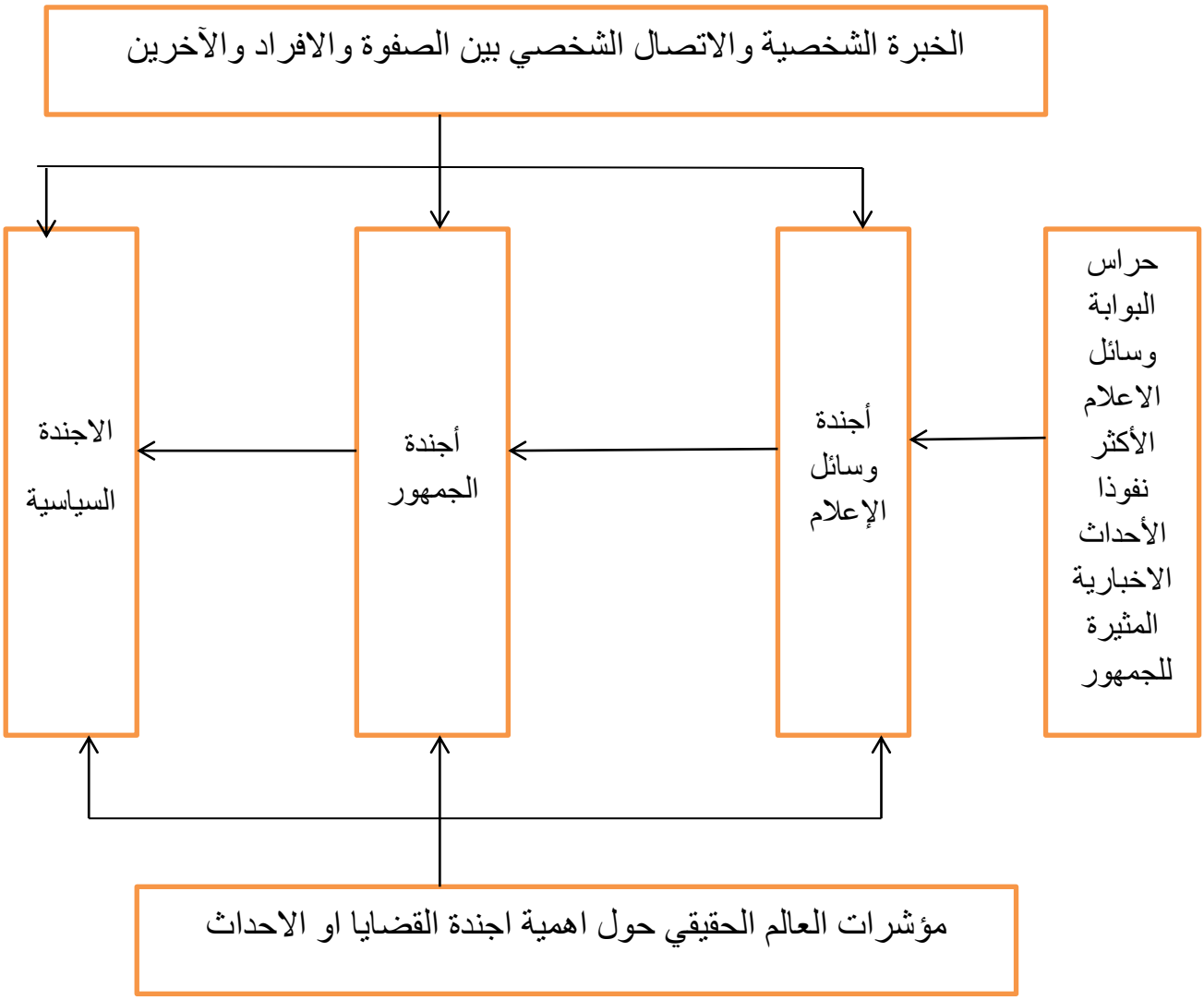
-يبرز النموذج عملية وضع الأجندة باعتبارها تعبر عن علاقة سببية مطلقة وخطية.

-يوضح هذا النموذج أن تأثير أجندة وسائل الاعلام في أجندة الجمهور حتمية.

-لم يشر النموذج إلى دور المتغيرات الوسيطة في عملية وضع الأجندة بالرغم من أن هذه العملية تعبر عن ظاهرة إنسانية التي تتصف بالديناميكية والتعقيد لأنها تتم في سياق اجتماعي ثقافي معين. وربما يرجع ذلك في افتراض العلاقة بين أجندتي وسائل الاعلام وجمهورها بأنها علاقة سببية مطلقة.

ثانيا: نموذج " روجر وديلانغ" لعملية وضع الأجندة[1] ويوضحه الشكل التالي:

شكل (2) نموذج " روجر وديرنغ" لعملية وضع الأجندة.



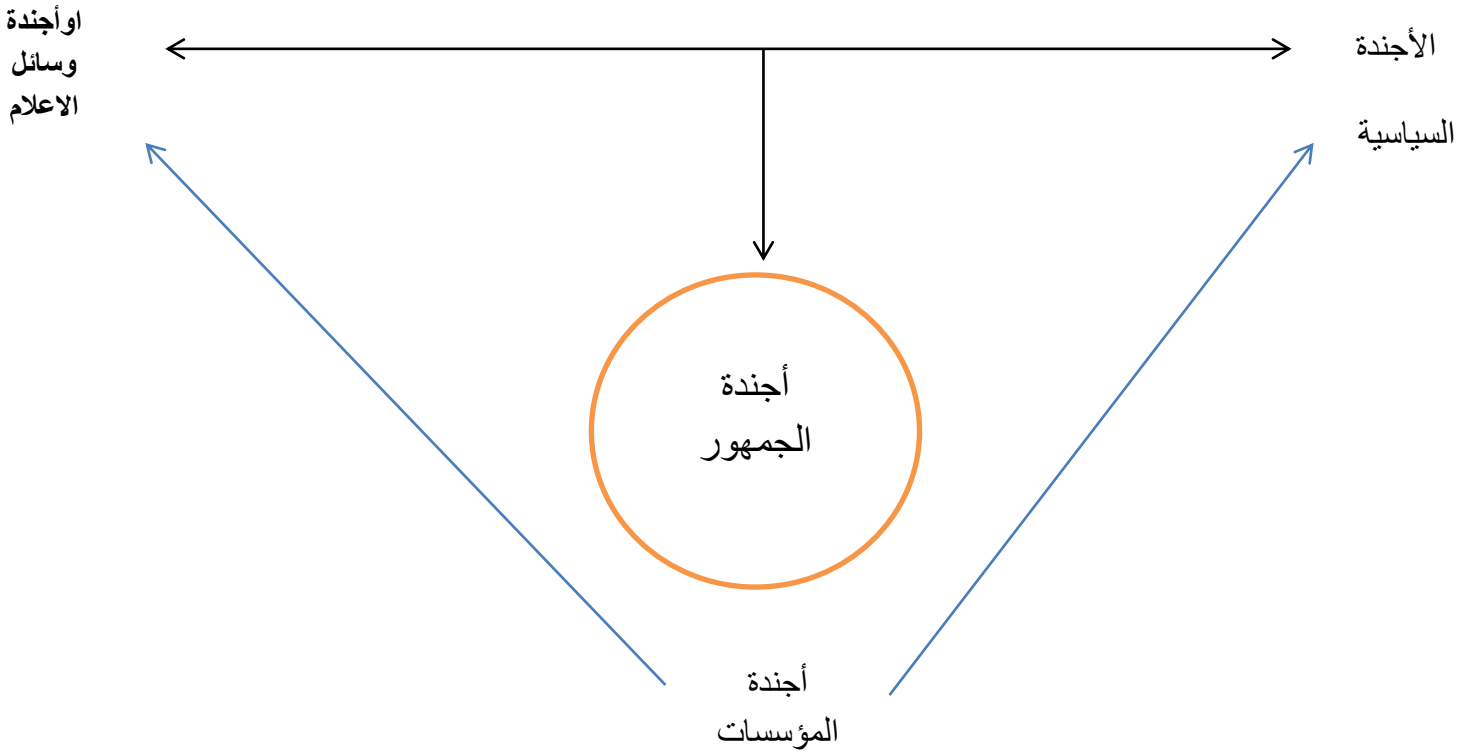

يوضح النموذج أن عملية وضع الأجندة تبادلية وتتأثر بمتغيرات سياقية من خلال ثلاثة أنواع للأجندة هي: أجندة وسائل الاعلام التي تشتمل على مجموعة الموضوعات التي تنقلها وسائل الاعلام ( ومنها على سبيل المثال الجرائد والتلفزيون والراديو).

[1] أحمد زكرياء، المرجع نفسه ص 34.

وأما النوع الثاني فيتمثل في أجندة الجمهور التي هي عبارة عن مجموعة من الموضوعات التي يعتقد أفراد الجمهور أنها مهمة بينما الأجندة السياسية تتحدد في القضايا التي يعتقد صانعو القرار ( مثل المشرعين أو المؤثرين في العملية التشريعية) أنها تحظى ببروز خاص.

ثالثا: نموذج الأنواع المختلفة للأجندة خلال عملية وضع الأجندة[1] وتتضح مكوناته كما بالشكل الآتي:

شكل (3) نموذج أنواع الأجندة.




يشير هذا النموذج إلى أنه من خلال عملية وضع الأجندة توجد ثلاثة أنواع من الأجندة أولهما أجندة الجمهور وهي هدف الأنواع الثلاثة الأخرى ضمن أنواع الأجندة سواء كانوا حكومات أو مؤسسات أو هيئات مختلفة أو وسائل اعلام وهؤلاء جميعا يعرفون جيدا ما يريدونه من الجمهور وكيف يحصلون عليه وهنا تجدر الاشارة إلى أن كلا من الحكومات والمؤسسات والهيئات على وعي قام أنه من أجل التأثير في الرأي العام يجب أن يتم ذلك من

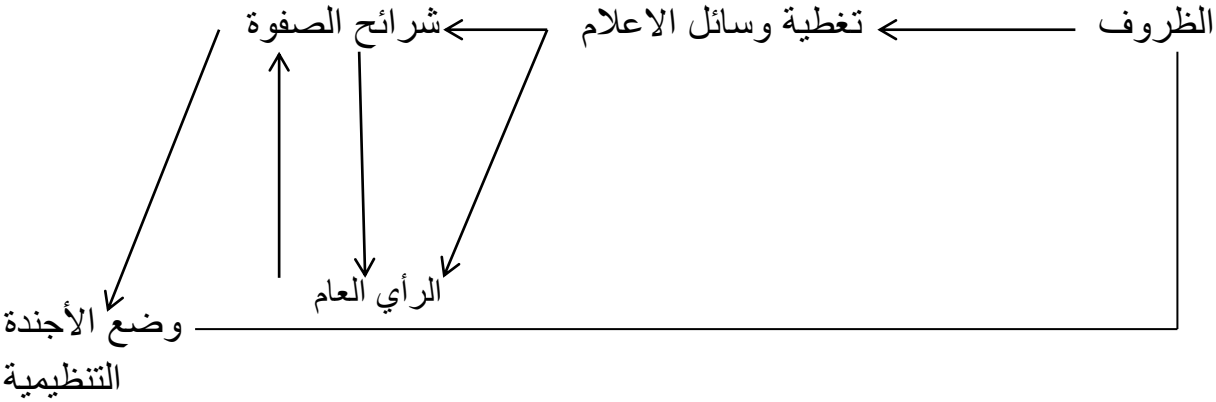
[1] المرجع نفسه ص35.

خلال أدوات وآليات ثقافية وذلك من خلال نقاش الجري في وسائل الاعلام ومن جهة أخرى فإن جماعات الضغط في المجتمع مفيدة لأنها من خلال تأثيرها في الرأي العام توظفه للتأثير في الحكومة والمؤسسات أو الهيئات المختلفة.

وتعد أجندة المؤسسات والهيئات إحدى المعطيات التي أخذ الاهتمام بها يتزايد وهذه الأجندة تعمل بالتضامن وأحيانا بالتناقص مع أجندة الحكومة أوما تعرف بالأجندة السياسية بهدف التأثير في أجندة الجمهور. وكما يتضح أيضا من الشكل السابق فإن هذا النموذج يتصف بالطبيعة التفاعلية بين هذه الأنواع المختلة للأجندة.

رابعا: نموذج وضع الأجندة: وسائل الاعلام، الجمهور، المؤسسات[1]

الشكل (4) نموذج العلاقات المتداخلة لأجندات وسائل الاعلام، الجمهور والمؤسسات.




يوضح الشكل السابق أن العلاقات بين أنواع مختلفة من الأجندات ذات طبيعة سببية فالظروف الوضوعية من المتوقع أن تؤثر في مستوى كل من التغطية الاعلامية ومعتقدات الصفوة ومعتقدات الجمهور العام حول أهمية وطبيعة القضايا كما أنها من المتوقع أن تؤثر هذه الظروف أيضا في التدابير الاحترازية التي من المحتمل أن يقوم بها المسؤولون الحكوميون فيما يتعلق بهذه القضايا.

[1] المرجع نفسه ص 41.

بينما تغطية وسائل الاعلام تحتل مكانة تؤهلها للتأثير في كل من : المعتقدات السياسية لأفراد الصفوة والجمهور العام وبصورة غير مباشرة تؤثر في هذه التدابير لهؤلاء المسؤولين حول تلك القضايا. وأخيرا فإن علاقة الرأي العام بالصفوة وعلاقة الرأي العام بوضع الأجندة التنظيمية اتضح من دراسات كثيرة أنها ذات طبيعة تراكمية وخلصت إلى أن الرأي العام تأثيره المستقل في كل معتقدات الصفوة ووضع الأجندة التنظيمية.

**المطلب الخامس: تيارات جديدة في دراسات أجندة الأخبار:**

أفررت التطبيقات البحثية لنظرية وضع الأجندة عدة مجالات للدراسة تعبر عن قوة هذه النظرية ومرونتها الفائقة بين غيرها من الأطر النظرية الإعلامية. وتتحدد أهم هذه التيارات في الآتي:

أولا: رصد تأثير الأنترنت:

إن استخدام وسائل الاعلام في تغيير مستمر. وعندما يتحدث الناس عن وسائل الاعلام التفاعلية فإنهم عادة ما يشيرون إلى التلفزيون والأنترنت[1] وتمثل هذه التطورات تحديا لوسائل الاعلام التقليدية فيما يتعلق بتعرض الجمهور لرسائلها، لأن هذه الوسائل الجديدة تمتلك سرعة فائقة في نقل هذه الرسائل زمن وقوع الأحداث والقضايا التي يتابعها هذا الجمهور، وهو ما أدى إلى طرح سؤال مهم كما إذ كانت نظرية وضع الأجندة لا تزال ملائمة ويمكن اختبار فرضياتها وابتكار تطبيقات امبريقية لها في ظل وسائل الاعلام الجديدة مقارنة بما كان عليه الحال في عهد وسائل الاعلام التقليدية؟ وتكمن أسباب طرح هذا التساؤل في السمة الديناميكية للأنترنت في نقل المعلومات بين كل من مرسليها ومتلقيها ويفترض الباحثون حاليا أن النظريات التقليدية ومن بينها وضع الأجندة في مجال الاتصال الجماهيري ملائمة لدراسة الاتصال الفوري ووسائله.

[1] فريدريك نويل، أنظمة التسويق الجديدة، ترجمة/ فريق بيت الأفكار الدولية، امريكا 1998، ص439.

بينما يؤكد بعض الباحثسن أن الدور التقليدي للصحفي كواضع للأجندة أو كمتلقي للأخبار التي يتعرض لها الجمهور يواجه تحديا في عصر الأنترنت كوسيلة اعلام معاصرة، لأنه من الملاحظ تزايد دور مستخدميها خاصة فيما يقررونه من هذه الأخبار التي يرغبون التعرض لها، ويسلك هؤلاء المستخدمون في سبيل ذلك العديد من الطرق أهمها:

-الاتصال المباشر بالصحفي أو بالمؤسسة الاعلامية ذاتها.

-استخدام الخيارات الذاتية للأخبار التي تتيحها لهم هذه المؤسسات فيما تقدمه من أخبار.

-الاطلاع فقط على الأخبار التي يهتمون بها بالذهاب مباشرة عبر الوصلات والمعلومات المتاحة للمصادر الأساسية لهذه الأخبار[1].

عام 1983 Kurt lang و Glady engel langثانيا: توسيع المفهوم: درس كل من

العلاقة بين الصحافة والرأي العام وأثبتا أن الفرضية الأصلية لنظرية وضع الأجندة تحتاج إلى توسيع مداها، بحيث يشمل مفهوم "بناء الأجندة"، وقد لاحظ أيضا كل من

في دراستهم التجريبية تركز التغطية الاعلامية على ثلاث kinder وlyenger و Peters

قضايا وهي: التضخم الاقتصادي، وشؤون الدفاع القومي، والتلوث البيئي. بالرغم من وجود قضايا أخرى وأحداث إخبارية يمكن الانتقاء من بينها إلا أنها جميعا لا تبرز بدرجة متساوية في هذه التغطية. وأكدوا أن 75%من بين هذه الأحداث والقضايا لاتظهر على صفحات الصحف ولا يتم بثها في الإذاعة، وطرحوا تساؤلات باعتبار أن القصص الإخبارية تخضع لعملية الانتقاء وهو:

[1]أحمد زكرياء، مرجع سابق، ص53-54.

من الذي يضع أجندة واضعي الأجندة؟ ويمكن الإجابة على ذلك بالأخذ بعين الاعتبار أمورا كثيرة أهمها دور حراس البوابة الإعلامية. وثانيها المرشحين الذين يتباهون في الانتخابات وثالثهما من خلال وجهة النظر المعاصرة التي تأخذ في الحسبان مسؤولي العلاقات العامة في المؤسسات المختلفة وينظر آخرون لدور جماعات المصالح[1].

(1983)، إلى أن بناء الأجندة عبارة عن عملية تجميعية يتبادل من خلالها langويشير كل من وسائل الاعلام والحكومة والجمهور التأثير كل منهم في الآخر بهدف تحديد القضايا التي يمكن اعتبارها مهمة.

وتتضح معالم مفهوم بناء الأجندة وتحليل أبعادها من خلال الخطوات التالية:

1-تولي الصحافة بعض الأحداث والأنشطة أهمية ما.

2-تتطلب أنواع معينة من القضايا كما كبيرا من التغطية الاخبارية حتى تجذب إليها الانتباه بدايتها في طي الكتمان ولم تكن تحظى بالاهتمام رغمwatergateويهتم بها الجمهور فمثلا حساسيتها التي أدت إلى أن نالت نصيب الأسد من التغطية الاعلامية حتى أصبحت في بؤرة الاهتمام العام.

3-يجب أن توضع مثل هذه الأحداث التي أصبحت في هذه البؤرة ضمن أطر تضفي عليها معنى بحيث تصبح مفهومة، فمثلا تم تأطيرها كقضية أساسية خلال الحملة الانتخابية مما جعلها تبدو أكثر صعوبة وتعقيدا حتى يدركها الجمهور بشكل مختلف كدليل على الفساد السياسي.

4-من الممكن أن تؤثر وجدانيا اللغة التي تستخدمها وسائل الاعلام في إدراك أهمية أي قضية فمثلا قضية " واترغيت" منحت في تغطيتها كثافة منذ بدايتها ومع استمراريتها لعدة

[1] المرجع نفسه ص 54-55.

شهور وبدأت تخبو وتنحسر تغطيتها اعلاميا حتى كانت نقطة التحول عندما تم التعبير عنها بوصف الفضيحة التي أكسبتها أهمية فائقة.

5-عندما تربط وسائل الاعلام الأحداث التي أصبحت في بؤرة الاهتمام برموز لها مكانتها على المسرح السياسي فهي بذلك تسهل إدراك الجمهور لها، فالناس يحتاجون لأشياء أساسية تمكنهم من اتخاذ مواقف من الأحداث والقضايا المختلفة.

6-تتم عملية بناء الأجندة بصورة مطردة عندما يناقش أشخاص مشهورون وذوي مصداقية أن الجمهور الأمريكي john siricaقضية ما، فعلى سبيل المثال عندما ذكر القاضي

لم يقف على حقيقة واترغيت كان لذلك تأثيره الدرامي على الناس وبعض أفراد الصفوة بمن فيهم بعض المنتمين للحزب الجمهوري الأمريكي الذين أصبح لديهم رغبة في الحديث عن هذه الفضيحة ومناقشتها.

ثالثا: استشارة المعرفة

وزملاؤه طريقة خاصة تؤثر من خلالها المواد الاخبارية التي تتضمنها نشرات lyergarيبين

التلفزيون في اهتمام الجمهور الأمريكي بحملات الانتخابات الرئاسية أساسها أنه بالإضافة إلى دور النصوص الاعلامية في وضع أجندة الجمهور، فإن وسائل الاعلام تضع أيضا المعايير التي يتم من خلالها تقوم هذه الوسائل تغطيتها على رجال الاقتصاد والسياسة فإنه من المتوقع أن يكون هذا التركيز الأساس الذي يحتكم إليه عامة الناس للحكم على أدائهم في حقلي الاقتصاد والسياسة بالدرجة الأولى.

وهكذا، فإن إبراز أي تغطية اعلامية للنشاط الاقتصادي الناجح سيرتب عنه صدور تقييم إيجابي لأدائهم والعكس صحيح.

وأشار " ماكويل" إلى وجود علاقة بين وضع الأجندة وعملية استشارة المعرفة عند عرض تعريفه لهذه العملية بقوله أنها عبارة عن ذلك النشاط الذي تقوم به وسائل الاعلام، بحيث ينتج عنه التأكيد على وجود قيم ومعايير تحكم المضامين، ويذهب " ماكويل " أيضا إلى أن أصل مصطلح الاستشارة المعرفية يتحدد في ميدان علم النفس الاجتماعي (نظرية التنشئة الاجتماعية)، وقد تم استعارته وتطبيقه في مجال علم الاتصال السياسي، بحيث يتمكن الرأي العام من تقييم المؤسسات السياسية[1].

[1] المرجع نفسه ص57-58.

**خلاصة الفصل:**

نستخلص أن نظرية ترتيب الأولويات إحدى نظريات الاعلام التي تبحث في تأثير وسائل الاتصال حيث تهتم بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الاعلام والجماهير التي تتعرض لتلك الوسائل في تحديد أولويات القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية التي تهم المجتمع. وتفرض هذه النظرية أن وسائل الاعلام لا تستطيع أن تقوم جميع الموضوعات والقضايا التي تقع في المجتمع. وإنما يختار القائمون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها وبشدة والتحكم في طبيعتها ومحتواها.

وتؤكد هذه النظرية على وجود علاقة ارتباط ايجابي بين بروز قضية ما في وسائل الاعلام وبروزها لدى الرأي العام. من خلال تركيز هذه الوسائل على موضوعات بعينها وإهمالها لموضوعات أخرى. مما يؤثر على الرأي العام بالتركيز على الموضوعات المطروحة في وسائل الاعلام وبذلك لم تعد وسائل الاعلام أداة لنقل المعلومات فقد بل أصبحت إحدى العوامل الرئيسية التي تؤثر في أفكار الجمهور واتجاهاته وسلوكه من خلال طرحها لقائمة القضايا التي ترتبط طبقا لأهميتها عن طريق انتقاء قضايا معينة وتهميش قضايا أخرى مع مراعاة الدور الفاعل للعوامل والمتغيرات الوسيطة وبذلك يعتقد الجمهور أن قضية ما قضية مهمة لان وسائل الاعلام تتناولها باستمرار.

# الجانب التطبيقي

# الفصل الثالث:
# عرض وتحليل النتائج

1-الجانب الميداني:

1- مكان ومدة إجراء الدراسة:

1-لقد تم إجراء الجانب الميداني في إذاعة المدية المحلية بولاية المدية، حيث قمنا بزيارات مستمرة لإذاعة المدية قصد التعرف على القائم بالاتصال والصحفيين والاحتكاك بهم وجمع المعلومات الخاصة بالموضوع عن طريق تقديم أسئلة المقابلة التي أعددناها إليهم، للتوصل إلى الاجابات والمعلومات الكافية المراد الحصول عليها، بحيث شهدت الدراسة لقاءات وحوارات مع القائم بالاتصال والصحفيين ومديرة الإذاعة للتعرف على دور القائم بالاتصال في تحديد أجندة الأخبار في إذاعة المدية.

2-مدة إجراء الدراسة:

كانت المدة الزمنية لإجراء المقابلات من 25 جوان إلى 6 جويلية 2021.

3_عرض وتفسير إجابات المبحوثين :

بعد القيام بدراسة ميدانية على مستوى إذاعة المدية المحلية وبعد جمع المعلومات الكافية بطريقة علمية، والتي اعتمدنا فيها على آداة البحث العلمي المتمثلة في المقابلة، تم تفريغ البيانات المتمثلة في إجابات المبجوثين على أسئلة المقابلة.

تم تحويلها إلى بيانات قابلة للتحليل والتفسير والمعالجة، وهذا بالاعتماد على محاور المقابلة كمحاور تحتوي على إجابات المبحوثين وتحليلها كيفيا، ليتم استخلاص النتائج التي تجيب على إشكالية الدراسة وتساؤلاتها.

المحور 1: محدد أجندة الأخبار القائم بالاتصال أو الصحفي أم المستمع وعلاقتهم.

تناولنا من خلال هذا المحور ما يلي:

1-دور القائم بالاتصال في تحديد أجندة الأخبار في إذاعة المدية:

اتضح لنا من خلال إجابة الصحفي عز الدين سي موسى أن دور القائم بالاتصال في تحديد أجندة الأخبار هو دور محوري في تحديد الأجندة على حسب طبيعة المعلومة .

-يقصد أن القائم بالاتصال هو جهاز مركزي ترتبط به دور الأجهزة الأخرى أي دوره رئيسي ومركزي يرتبط به دور الصحفيين والمذيعين والمنشطين والمراسلين لتتكون علاقة مكتملة ومتوازنة من الناحية العملية والاتصالية وهذا ما يؤدي إلى نجاح العملية الاتصالية ووصول الأخبار والمعلومات بطريقة سليمة أي القائم بالاتصال هو الأساس في تحديد أجندة الأخبار على حسب طبيعة المعلومة حسب الصحفي عز الدين سي موسى أما بالنسبة للصحفي رضوان رمضاني فإن إجابته تمثلت في أن دور القائم بالاتصال مهم وهو يعلم ويعي بما سيبث من أخبار تتضمن معلومات لابلاغها للمواطنين عبر الوسيلة الاعلامية.

يقصد كذلك، أن القائم بالاتصال له دور مهم وأساسي في تحديد أجندة الأخبار في إذاعة المدية، وأضاف أن القائم بالاتصال يتسم بالوعي والمعرفة من خلال المعلومات والأخبار والأحداث التي تتضمنها أجندة الأخبار والتي سيبثها ويبلغها للمواطنين عبر الوسيلة الاعلامية أي أن يكون عن دراية تامة ووعي فيما سيبثه ومسؤول عنه.

-أما بالنسبة لرئيس التحليل عبد النور هني فكانت إجابته أن القائم بالاتصال دوره أساسي ومهم داخل المؤسسة فهو المسؤول عن تحديد الاخبار والتي بدورها تعد الأساس في المؤسسة الاعلامية.

-ما يحاول توضيحه لنا أن القائم بالاتصال له دور أساسي ومهم داخل أي مؤسسة إعلامية وتكمن أهميته في أهمية مهمة وهي تحديد أجندة الأخبار وأضاف أن أجندة الأخبار هي بدورها الأساس التي تقوم عليها أي مؤسسة إعلامية لأن الأخبار بالنسبة لها هي أساس الصحافة وعمودها الفقري فبدونه لا يمكن أن تكون هناك صحافة أو وسائل إعلامية، فالخبر

يحتل الصدارة بين فنون التحرير الصحفي لأنه صانع كل هذه الفنون وواجدها والأب الروحي لها أي أنه الأصل في كل شيء بالنسبة للوسيلة الإعلامية.

2-الخطوات الاساسية التي يمشي عليها القائم بالاتصال ويبني عليها أجندة الاخبار:

-من خلال إجابة القائم بالاتصال محمد بلقاسمي الذي يعد من الصحفيين القائمين بالاتصال في إذاعة المدية أن الخطوات الأساسية التي يبنى عليها أجندة الأخبار حسب أهمية الحدث وحسب أولوية الحدث.

-يقصد أن أهمية الحدث وأولويته هي الخطوات الاساسية التي يبنى عليها القائم بالاتصال أجندة الاخبار أي الاعتماد على الهرم المقلوب من الأهم إلى المهم إلى الأقل أهمية حيث يتيح للجمهور الحصول بأسرع وقت على المعلومة المهمة جداً في الحدث وتجذب استماعه وفضوله لمتابعة بقية الأخبار.

3-الالتزامات المهنية أو الأخلاقية التي يفرضها القائم بالاتصال على نفسه:

تمثلت إجابة القائم بالاتصال محمد بلقاسمي أن القائم بالاتصال ملزم بالموضوعية في معالجة أي خبر والتقيد بالخط الافتتاحي للمؤسسة والقانون الداخلي بمعنى أن القائم بالاتصال عليه التحلي بالموضوعية التي هي مبدأ هام في مهنة الصحافة وهي بمعنى الإنصاف والتنزه عن المصالح والواقعية، كما ذكر القائم بالاتصال ملزم كذلك بالخط الافتتاحي للمؤسسة الإعلامية العامل بها وهو عبارة عن مجموعة من المبادئ والقواعد والخطوط العريضة التي تتحكم في العمل الصحفي بالإضافة إلى احترام القانون الداخلي للمؤسسة.

4-أهم التصورات والمقترحات من قبل القائم بالاتصال لبناء رسالة إعلامية ناجحة:

-أجاب القائم بالاتصال أن بناء رسالة إعلامية ناجحة يجب أن تكون بالالتزام بالمهنية والموضوعية والالتزام بأخلاقيات المهنة.

بحيث أن الصحافة تختلف عن باقي المهن الأخرى بكونها رسالة قبل أن تكون مهنة ودورها لا يتوقف عن مجرد أداء لوظيفة اجتماعية أو ممارسة لهواية تثقيفية بل هو أبعد من ذلك بكثير وفي غاية الأهمية من حيث تأثيرها على الفرد وتنمي الوعي لديه ومساهمتها في بناء المجتمع ونهضته لذلك من المهم بناء رسالة إعلامية ناجحة بالالتزام بالمهنة والموضوعية وأخلاقيات المهنة.

5-إمكانية الصحفي أو المذيع أو المراسل تحديد أجندة الأخبار في إذاعة المدية:

حيث كانت إجابة الصحفي عز الدين سي موسى نعم يمكن ذلك من خلال الاطلاع على الاحداث الوطنية والمحلية وتحديد الأولويات الإعلامية حسب الخط الافتتاحي للمؤسسة.

بمعنى أن في إذاعة المدية يمكن للصحفيين والعاملين في القسم الإخباري تحديد أجندة الأخبار، وأضاف أن ذلك يكون من خلال الاطلاع على الأحداث أي يجب أن تتوفر لديهم رصيد معرفي وملم بالاحداث التي تحيط بهم وذلك لتكون لديهم القدرة على تحديد أجندة الأخبار بالإضافة إلى تحديد أولويات الأحداث والاخبار وترتيبها فترتيب الاولويات تعني نقل البروز والاهتمام وتحريك القضايا من أجندة وسائل الاعلام إلى الجمهور وكل هذا يكون داخل إيطار الخط الافتتاحي للمؤسسة الإعلامية والالتزام به.

6-إمكانية الصحفيين القيام بعمل القائم بالاتصال بإذاعة المدية : وكانت إجابة السيد عز الدين سي موسى، يعتبر الصحفي بإذاعة المدية هو القائم بالعملية الاتصالية على اعتباره الركيزة الاساسية في هذه الأخيرة.

أي أن في إذاعة المدية الصحفيين هم القائمون بالاتصال ولا يوجد شخص محدد قائم بالعملية الاتصالية، بالإضافة إلى أن العاملين بالقسم الاخباري لهم القدرة على القيام بالاتصال وذلك لخبرتهم في هذا المجال واطلاعهم المستمر للأحداث.

7-طبيعة علاقة الصحفي والقائم بالاتصال من حيث سيرورة الأعمال في إذاعة المدية:

أجاب عز الدين سي موسى أن العلاقة تكاملية لأن الهدف الرئيسي من العملية الاتصالية هو نقل الرسالة والمعلومة إلى المتلقي بكل مصداقية وآنية.

لهذا فإن نجاح العملية الاتصالية تكمن في نقل الرسالة بطريقة سليمة وواضحة للجمهور المتلقي وهذا يحدث بفعل العلاقة التكاملية التي تربط بين عاملي قسم الأخبار ليكمل كل عمل، عمل الآخر والخروج بنتيجة مرضية وناجحة في العملية الاتصالية، فالتوافق أساس العمل الصحفي .

8-إمكانية تحقيق علاقة مهنية ناجحة بين القائم بالاتصال وبقية الصحفيين في إذاعة المدية:

أجاب نفس الصحفي السابق أن تحقيق العلاقة يكون من خلال الاتصال المباشر.

اتضح لنا من خلال هذه الإجابة أن تحقيق العلاقة بين الصحفي والقائم بالاتصال يكون من خلال الاتصال المباشر بينهم لأن هذا النوع من الاتصال يكون بالمواجهة وهذا ما يولد التفاعل بينهم والتفاهم بالإضافة إلى سهولة توصيل المعلومة وشرحها لتوضيح الصورة الحقيقية لسير العمل.

9-الصحفي مطالب بتقديم أو عرض أعماله على القائم بالاتصال من أجل الموافقة عليها أو رفضها:

-أجاب الصحفي السابق أنه ليس بالضرورة على اعتبار أن الصحفي هو عنصر أساسي في العملية الاتصالية وعلى الاطلاع على الخط الافتتاحي للمؤسسة.

-اتضح لنا ان الصحفي أساسا هو فعال في العملية الاتصالية بإمكانه أن يعمل وفق قدراته وخبرته ومكتسباته وهو على دراية تامة بما يعرضه من أخبار وأعمال وبما لا يعرضه وهو غير مطالب بتقديم أعماله لشخص محدد غرض الموافقة عليه لكن يجب عليه العمل وفق الالتزام بالخط الافتتاحي للمؤسسة الاعلامية.

10-تقبل الصحفي كل ما يقدمه القائم بالاتصال في تحديد أجندة الأخبار أنه يخضع لمعايير يتبعها في ذلك:

أجاب الصحفي السابق وأكد أنه لابد من الخضوع للضوابط الاعلامية التي تفرضها المؤسسة الاعلامية.

بمعنى على الصحفي تقبل ما يقدمه الآخرون وذلك لأن ما يقدمونه يخضع لسياسة المؤسسة الاعلامية ويجب عليه احترام العمل طالما هو وفق سياسة المؤسسة وهذا ما اتضح لنا من خلال إجابة المبحوث.

11-تعارض سياسة الصحفي مع سياسة القائم بالاتصال وتؤدي إلى خلافات في إذاعة المدية:

-وقد أجاب المبحوث السابق في هذا الأمر بأن لا تتعارض لأن الهدف واحد وهو الوصول إلى خدمة إعلامية عمومية جوارية.

توصلنا من خلال إجابة المبحوث أنه لا يوجد تعارض سياسات ولا خلافات داخل الإذاعة لأنهم يتبعون سياسة واحدة وهي سياسة المؤسسة، بالإضافة إلى أن الأهداف واحدة تجمعهم، ومن بين هذه الاهداف الخدمة الاعلامية على أكمل وجه.

12-أهم الارشادات التي يقدمها القائم بالاتصال في بناء الأخبار للصحفيين:

كانت إجابة المبحوث السابق أن أهم الارشادات التي يقدمها القائم بالاتصال الحياد وعدم نشر الإشاعة والتأكيد من مصداقية المعلومة وتوخي الآنية في نقل المعلومة.

على ضوء هذه الإجابة استنتجنا أن أهم الإرشادات التي قدمها تندرج ضمن أخلاقيات المهنة الاعلامية فهذا يدل أن الالتزام بالأخلاقيات يولد بناء أخبار سليم وناجح خالي من الشبهات والذاتية والمصالح الشخصية، وبالتالي وصول المعلومة بكل شفافية ومصداقية إلى الجمهور.

13-تلائم سياسة القائم بالاتصال مع سياسة إذاعة المدية:

كانت إجابة السيدة مديرة إذاعة المدية رشيدة قاسم على النحو التالي بالطبع تتلائم السياسة لان القائم يلتزم بالخط الافتتاحي للمؤسسة وعلى ضوء هذه الإجابة فإن تحليلنا على الإجابة مثل ما تطرقنا سابقا على أن القائم بالاتصال وجميع العاملين ملزمون بإتباع سياسة المؤسسة التي يعمل بها.

14-مدى تفاعل المستمعين مع محتوى إذاعة المدية : كانت إجابة المبحوثة رشيدة قاسم، هناك تفاعل كبير من طرف مستمعين إذاعة المدية مع المحتوى الذي تقدمه وهذا من خلال الاتصالات العديدة التي نتلقاها من داخل ولاية المدية و خارجها والرسائل عبر مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفايسبوك .

-من خلال هذه الإجابة اتضح لنا أن إذاعة المدية تتلقى إقبال كبير على المحتوى الذي تقدمه بالإضافة إلى تفاعل الجمهور مع المحتوى وهذا يدل على أنها تلبي رغبات وميول المستمعين وتأخذ آرائهم بعين الاعتبار والأمر الأساسي أن الرسالة الإعلامية في إذاعة المدية تبث بطريقة سليمة وواضحة من حيث اللغة الاتصالية والأسلوب وسهولة ومرونة الرسالة ليتمكن المستمع من فهم الرسالة.

15-تلعب الإذاعة المحلية دورا فعالا في تطوير مهارات المستمعين:

كانت إجابة المبحوثة السابقة نعم من خلال البرامج التثقيفية والتعليمية التي تبثها إذاعة المدية .

نستنتج من هذه الإجابة كما ذكرنا سابقا الجمهور يتفاعل كثيرا مع محتوى الإذاعة، نظراً لتلبية رغباته وسهولة فهم الرسالة وهذا ما ينطبق كذلك على البرامج التثقيفية فهي تزيد من توسيع فكر المستمعين وبالتالي فإن الإذاعة لها دور فعال في تطوير المهارات .

16-المسؤوليات التي تفرضونها على القائم بالاتصال في تحديد أجندة الأخبار:

كانت إجابة المبحوثة السابقة أن ما نفرضه المصداقية والموضوعية في تحديد أجندة الأخبار.

كما ذكرنا سابقا أن أخلاقيات المهنة هو المعيار الذي يتحكم في فعالية وجودة الأخبار وفي تحديد الأجندة حيث توضح لنا أن جميع المبحوثين الذين أجرينا مقابلات معهم اتفقوا على أن أخلاقيات المهنة هي أساس العملية الاتصالية.

17-هناك أكثر من شخص يقومون بدور القائم بالاتصال في إذاعة المدية:

الإجابة كانت من طرف رشيدة قاسم نعم أكثر من شخص لأن الصحفيين في إذاعة المدية يقومون بالعملية الاتصالية.

كما ذكرنا سابقا أن القائم بالاتصال بالإذاعة ليس شخصاً محدداً وإنما هم مجموعة من الصحفيين والعاملين بالقسم الإخباري.

18-أنت راض على ما تتلقاه من قبل القائمين بالاتصال في إذاعة المدية:

-كانت إجابة المبحوثة السابقة على النحو التالي، أكيد لأنهم يعملون وفق الخط الافتتاحي للإذاعة وعلى مجموعة من الأهداف التي تتبناها الإذاعة.

أشرنا من قبل على التزام الصحفيين بالخط الافتتاحي يؤدي إلى سيرورة الأعمال ونجاحها.

19-الارشادات والتوجيهات التي تقدمها للقائم بالاتصال من أجل اتقان الاداء المهني:

-أجابت المبحوثة السابقة التحلي بالروح المهنية والالتزام بجميع مبادئ المهنية الإعلامية والدقة والموضوعية في مواجهة الوقائع.

استنتجنا أن التحلي بالمهنية يتيح حصول الجمهور على حقائق موثوقة وصحيحة موضوعة في سياقها المناسب، الصحفيون لا يبحثون عن الحقيقة بمعناها المطلق أو الفلسفي ولكن يجب أن يبحثو عنها بمعناها العملي هكذا يكون اتقان الاداء المهني.

20-توافق عمل القائمين بالاتصال في إذاعة المدية :

كانت الإجابة من طرف الصحفي رضوان رمضاني على أن العمل يتم بالتنسيق مع الزملاء والمسؤولين ويتم اقتراح وبرمجة موضوعات تخدم أو تنتقل من الخدمة العامة إلى المصلحة العامة للمواطن.

توصلنا من خلال ما قدمه المبحوث أنه يوجد توافق داخل المؤسسة وذلك بفعل التنسيق الجيد بينهم وأنهم حرصين على خدمة الجمهور وهذا ما يؤدي بالفعل إلى نجاح العملية الاتصالية ورضا الجمهور على ما يعرضونه.

21-ما يجب مراعاته ومعالجته لإدراك النقائص المتواجدة في القائمين بالاتصال والصحفيين:

على حسب إجابة المبحوث السابق فعلى القائم بالاتصال والصحفيين أن يجددوا معارفهم الاعلامية والعلمية وأن يعرفوا الواقع الحقيقي، التمكن في استعمال التكنولوجيات الحديثة، أن تكون لهم ثقافة واسعة، أن يمنحوا الفرصة للشباب في تحمل المسؤولية، التكوين المتواصل مهم في المسار المهني للصحافيين الذي يزيدهم حرفية و مهارات.

-انطلاقا من هذه الاجابة استنتجنا أن إدراك النقائص متمثلة في تحديد المعارف في جميع المجالات ليستطيع الصحفي التكيف مع الأحداث الجديدة والتكنولوجيات الحديثة بالإضافة إلى توسيع ثقافتهم بالمطالعة الجيدة من جميع النواحي والمجالات بالإضافة إلى أهم عنصر وهو إعطاء الفرص للشباب في العمل فهذا سيدرك العديد من النقائص المهنية وذلك من خلال استغلال قدراتهم العملية والفكرية وملئ فراغات مناصب الشغل كل ما ذكر المبحوث لإدراك النقائص مهمة جداً ويجب أخذها بعين الاعتبار .

22-تقييمك لأداء العاملين بالقسم الإخباري:

كانت إجابة المبحوث المذكور سابقا، لا أستطيع التقييم ليس حرجاً وإنما يعود التقييم إلى خبراء ومحترفين في مجال الاعلام والاتصال لهم من المهنية والخبرة ما يؤهلهم لأن يكونوا أهلا للتقييم، لكن هناك معايير للتقييم تتوقف مثلا في العدد الكافي للصحافيين إذا كان العدد قليلا الصحفي يقدم النشرات والمواعيد الإخبارية والحصص، يخرج للتغطية الاعلامية يقوم بالمونتاج والتركيب .

نستخلص من قوله أن ليس بإمكانه التقييم وإنما التقييم يكون من طرف مختصين في المجال وذكر لنا معيار للتقييم وهو مهم في نظره وهو نقص الصحفيين في الإذاعة يؤدي إلى ضغط في عمل الصحفيين بفعل قيامهم بعدة أعمال يسبب لهم الارهاق وعدم الاتقان.

المحور الثاني: علاقة القائم بالاتصال بنظرية حارس البوابة: تناولنا من خلال هذا المحور ما يلي:

1-الفروق الأساسية التي تكمن بين القائم بالاتصال وحارس البوابة:

حسب إجابة الصحفي والقائم بالاتصال محمد بلقاسمي لا توجد فروق نفس المهمة .

بمعنى أن حارس البوابة والقائم بالاتصال لهم نفس المهام ولا توجد فروقات في إذاعة المدية.

2-القائم بالاتصال يؤدي وظيفة حارس البوابة :نعم لأن لديهم نفس المهمة انتقاء وترتيب وتحرير الأخبار وفي الأخير غربلتها

على حسب إجابة رئيس التحرير عبد النور هني

-تطرقنا من قبل إلى أن القائم بالاتصال ورئيس التحرير (حارس البوابة) والصحفيين يعملون نفس المهنة ولا يوجد فروقات بينهم.

3-المسؤول عن الشكل النهائي لأجندة الأخبار في إذاعة المدية القائم بالاتصال أم حارس البوابة:

كانت الإجابة من قبل عبد النور هني كلاهما مسؤول عن الرسالة الاعلامية وخلق ما هو مناسب لتقبل الفكرة والاقتناع بها.

نستنتج أن الشكل النهائي مسؤول عنه كل من القائم بالاتصال ورئيس التحرير فبالنهاية الغاية واحدة وهي نقل رسالة إعلامية واضحة ومهمة للجمهور.

4-هناك أكثر من شخص يقومون بدور حارس البوابة في إذاعة المدية:

إجابة المبحوث المذكور سابقا نعم هناك أكثر من شخص

بمعنى أن هناك عدة أشخاص يقومون بحراسة البوابة في إذاعة المدية مثل ما ذكرنا في القائم بالاتصال .

5-العلاقة الاتصالية التي تربط بين رئيس التحرير والقائم بالاتصال داخل إذاعة المدية:

أجاب نفس المبحوث أن العلاقة تكاملية فكلاهما لديه نفس الأهداف وأهمها العناية بالأخبار وتوصيل المعلومات لكل شرائح المجتمع وبشكل آني.

إن الأهداف هي التي تجمع بين جميع العاملين في إذاعة المدية هذا ما توصلنا إليه من خلال مقابلاتنا التي أجريناها مع جميع المبحوثين هذا ما يجعلهم متناسقين في العمل والتوصل إلى نتائج فعالة.

المحور الثالث: خضوع عملية بث الأخبار في إذاعة المدية:

في هذا المحور تناولنا ما يلي:

1-خضوع عملية بث الاخبار إلى ترتيب الاولويات : أجابت مديرة إذاعة المدية السيدة رشيدة قاسم نعم تخضع لترتيب الأولويات.

توضح لنا ان الاخبار تمر بعملية ترتيب الاولويات قبل بثها وذلك لتكون مرتبة ومتسلسلة من حيث الأحداث وذلك لعدم حدوث تشويش في ذهن المستمع بالإضافة إلى تلقيه الأخبار الأكثر أهمية أولا ليجلب انتباه المستمع وتتبعه لبقية الأخبار .

2-يمكن لترتيب الأولويات من تكوين صورة ذهنية لدى الجمهور:

أجابت المبحوثة السابق ذكرها نعم، وذلك من خلال ترتيب الأخبار من الأهم إلى المهم إلى الأقل أهمية.

فالأخبار المهمة جدا تكون له صورة ذهنية تجعله يتابع بقية الأخبار وتولد له الفضول.

نستنتج من خلال هذه الإجابة أن المستمعين تتكون لديهم صورة ذهنية أولية عندما يتلقون الأخبار الأكثر أهمية ثم بفعل متابعة بقية الأخبار تتكون لهم عدة صور ذهنية حتى

يتحصل في الأخير إلى صورة ذهنية واضحة المعالم ونهائية للاحداث والأخبار أو الرسالة الإعلامية وكل فرد له صورة ذهنية خاصة به وهنا يحدث بفعل ترتيب الأولويات التي تستعمل في الاخبار.

3_سير عملية إختيار و ترتيب الأخبار :

أجاب رئيس التحرير عبد النور هني أن العملية تسير وفق ترتيب الاهتمامات وأن القائمون بالاتصال ينتقون من آلاف الاحداث ما يقدمونه للجمهور وذلك حسب ترتيب الاولويات وترتيب اهتمامات الجمهور بالقضايا والاعتماد على الهرم المقلوب من الأهم إلى المهم إلى الأقل أهمية.

-نستنتج من خلال ما تطرق إليه المبحوث أن عملية ترتيب واختيار الاخبار تسير وفق معايير يتبعها القائمون بالاتصال ترتيب الاولويات وبما يتماشى مع سياسة المؤسسة بالإضافة إلى الاعتماد على القالب الفني الهرم المقلوب والأخذ بعين الاعتبار اهتمامات وأولويات الجمهور.

4-الأساس الذي تقوم عليه بغربلة الأخبار وتقديمها في شكلها النهائي:

حيث قال عبد النور هني تقوم على أساس أهمية الخبر والآنية والخط الافتتاحي للمؤسسة.

توضح لنا أن عملية غربلة الاخبار تقوم على أسس عدة من بينها على أساس الاهمية فعند عملية الغربلة يقوم باختيار أهم الاخبار والأخبار الحديثة والجديدة التي تثير اهتمام الرأي العام والتقيد بسياسة المؤسسة الاعلامية.

5-آليات اختبار المواضيع التي يعمل بها القائم بالاتصال في إذاعة المدية:

-أجاب الصحفي رضوان رمضاني حسب الأهمية وتقديم الخدمة العمومية والمصلحة العامة للمواطن والمستجدات ومعالجة ما يطلبه وما يريده المواطن.

-أي أن آليات اختيار المواضيع تكون حسب معيار الأهمية والمصلحة والخدمة العمومية للجمهور كما ذكرنا سابقا اهتمامات الجمهور وتلبية ما يريده.

المحور الرابع: مصادر أجندة الاخبار

تناولنا من خلال هذا المحور ما يلي:

1-المستمع يعتبر مصدراً من مصادر المعتمد عليها في تحديد أجندة الاخبار:

أجاب محمد بلقاسمي نعم يعتبر مصدر مثلا من خلال انشغالات المواطنين.

يعني أن إذاعة المدية تعتبر المستمع مصدراً من خلال رغباته وآرائه وانشغالاته فهي تأخذها بعين الاعتبار ومن جميع الجوانب السياسية والاقتصادية والثقافية والتعليمية والرياضية وغيرها.

2-تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على حجم البحث على المعلومات من مصادرها المباشرة:

أجاب المبحوث المذكور سابقا أنها أثرت من خلال المصداقية يجب التأكد من مصدر وصحة المعلومة أي أن مواقع التواصل الاجتماعي من كثرة الاشاعات والادعاءات التي تنشرها عبر المنصات أصبح من الصعب التفريق بين الكذب والحقيقة لذلك عند معرفة خبر ما يجب التأكد الجيد من صحة المعلومة.

المحور الخامس: العوامل التي تأثر على انتقاء الأخبار ووضع الأجندة.

في هذا المحور تناولنا ما يلي:

1-الخصائص المعتمدة في انتقاء الاخبار لهيئة التحرير: يقول عبد النور هني الآنية والفورية والصدق والدقة والموضوعية والأهمية.

-مثل ما أشرنا سابقا أن انتقاء الأخبار يكون وفق معايير، آنية الموضوع والموضوعية وغيرها من المعايير المذكورة سابقا.

2-العوامل التي تؤثر وتعرقل عمل القائم بالاتصال :أجاب محمد بلقاسمي أن عراقيل الاتصال تتمثل في اللغة الاتصالية، وأسلوب الاتصال أي أن العراقيل تكمن في عدم فهم اللغة الاتصالية فهذا مشكل كبير بالنسبة للاتصال لانه يعيق العملية الاتصالية حيث يحدث خلل بين القائم بالاتصال والجمهور كذلك بالنسبة للاسلوب الاتصالي وهو أسلوب لفظي وغير لفظي ومن خلاله يتم تبادل المعلومات بين الطرفين وإن حدث خلل يفسد عملية تبادل المعلومات.

3-مدى تأثير الجمهور على دقة وصدق المادة الاعلامية التي يعدها القائم بالاتصال:

يقول محمد بلقاسمي يؤثر بصفة محدودة.

أي يكون التأثير بصفة قليلة جداً أي أنه قد لا يكون هذا التأثير فعال على دقة وصدق المادة الاعلامية أي أن القائمين بالاتصال هم من يؤثرون على دقة وصدق المعلومة.

4-لديك مخاوف ذاتية من نشر ما قد يتعارض مع سياسة المؤسسة التي تعمل فيها:

أجاب المبحوث المذكور سابقا بالطبع هناك مخاوف إذ يجب التقيد بالخط الافتتاحي للمؤسسة.

-يدل هذا على أن العاملين داخل المؤسسة ملتزمون بسياسات مؤسساتهم ولا يتجرؤون عمل عكس ذلك بالإضافة إلى تحملهم مسؤولية التقيد بالخط الافتتاحي للمؤسسة.

5-تعرض القائم بالاتصال إلى ضغوطات داخلية وخارجية:

-يقول محمد بلقاسمي صحفي وقائم بالاتصال في إذاعة المدية أو القائم بالاتصال لا يتعرض أبداً للضغوطات سواء داخلية أو خارجية.

يتضح لنا من خلال هذه الإجابة أن داخل المؤسسة يوجد تفاهم وتناسق بين جميع أعضاء إذاعة المدية ومن جميع النواحي لذا لا توجد ضغوطات وعراقيل فكل ملتزم بعمله وبسياسة المؤسسة ويشتركون في هدف رئيسي وهو نقل المعلومة والرسالة إلى المتلقي بكل مصداقية وآنية.

**نتائج الدراسة:**

استهدفت هذه الدراسة التعرف على دور القائم بالاتصال في تحديد أجندة الأخبار في اذاعة المدية، وقد أجريت الدراسة على عينة من موظفي قسم الأخبار بإذاعة المدية وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:

- بالنسبة لدور القائم بالاتصال في تحديد أجندة الأخبار وقد تبين أن له، دور هام جدا محوري ورئيسي كونه يقدم أهم شيء في المؤسسة الاعلامية وهو الخبر بكل مصداقية وشفافية للجمهور، كما أن القائم بالاتصال هام لكونه يتسم بالوعي والمعرفة الجيدة والكافية في انتقاء وتحديد الأجندة وبث الأخبار.
- أما بالنسبة لمحدد أجندة الأخبار في إذاعة المدية القائم بالاتصال أم الصحفي أم المستمع وعلاقتهم وقد تبين من خلال إجابة المبحوثين أن الصحفي هو القائم بالعملية الاتصالية ويعتبر الركيزة الأساسية في العملية الإتصالية وأن العلاقة التي

بين القائم بالإتصال والصحفي علاقة تكاملية لأن الهدف الرئيسي نقل الرسالة بكل مصداقية .

أما علاقة القائم بالإتصال بنظرية حارس البوابة وقد توصلنا إلى أن في إذاعة المدية أن القائم بالاتصال وحارس البوابة لا يوجد فرق بينهم من جميع النواحي اذا أنهم يقومون بالعمل نفسه وهم مسؤولون عن انتقاء وغربلة الأخبار.

_بالنسبة لخضوع عملية بث الأخبار لترتيب الأولويات وقد اتضح لنا أن الأخبار تمر بعملية ترتيب الأولويات وذلك لتكون مرتبة ومتسلسلة من حيث الأهمية إلى الأقل أهمية.

وبالنسبة لمصادر أجندة الأخبار وقد تبين أن المصادر تكون رسمية ومؤكدة والابتعاد عن التزييف والإشاعات كما أن المستمع يعتبر مصدرا مهما من مصادر أجندة الأخبار.

أما بالنسبة للعوامل المؤثرة على انتقاء الأخبار ووضع الأجندة اتضح أن العراقيل تكمن في اللغة الاتصالية وأسلوب الاتصال فقط في حين لا توجد أي العراقيل تكمن في اللغة الاتصالية وأسلوب الاتصال فقط في حين لا توجد أي عراقيل مؤثرة وضغوطات داخلية ولا خارجية أخرى في اذاعة المدية.

# خاتمة

## خاتمة:

إن الهدف المرجو من هذه الدراسة هو معرفة دور القائم بالاتصال في بناء أجندة الأخبار وصياغتها داخل إذاعة المدية بالاعتماد على عينة قصدية والمتمثلة في مجموعة من موظفي قسم الاخبار وكذلك البحث عن العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال وأسس ترتيب وانتقاء واختيار الأخبار، وعلاقته بنظرية حارس البوابة فالنظرية تخدم الدراسة من خلال القائم بالاتصال ومن خلال جمع البيانات وتصنيفها وتحليلها، حاولنا الوقوف على مختلف جوانب هذه الظاهرة وطريقة إلقاء القائم بالاتصال للمادة الاعلامية.

كما توصلنا إلى أن إذاعة المدية المحلية تلعب دورا كبيرا في إيصال الرسالة الاعلامية وتعتمد على قواعد ومعايير معينة في ترتيب الأخبار وانتقاءها بطريقة تؤدي إلى تحقيق أهدافها وتسعى إلى معرفة المصادر التي يستقي القائم بالاتصال معلوماته كما أنه لا يتعرض لأية ضغوطات سواء داخلية أو خارجية في إذاعة المدية

وفي الاخير نأمل أن تكون قد ساهمنا ولو بقليل في خدمة هذا الموضوع أو الإشارة إلى بعض جوانبه الغامضة، فإن كان كذلك فالحمد لله على نعمه وحسبنا أننا حاولنا.

# ملاحق

الملحق رقم 01:

جامعة يحيى فارس بالمدية

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

دليل المقابلة

مقابلة حول موضوع: دور القائم بالاتصال في تحديد أجندة الاخبار

دراسة مسحية على موظفي قسم الاخبار

الاسم واللقب: محمد بلقاسمي مكان إجراء المقابلة: إذاعة المدية

الوظيفة: صحفي وقائم بالاتصال

تاريخ إجراء المقابلة:25 جوان 2021 الساعة:14:00

من إعداد الطالبتين تحت إشراف:

-فاطمة بوعتو إلهام صفرة

-بن زرقة إكرام بشرى

المستوى الجامعي: 2021/2020

الأسئلة:

1-ما هي الخطوات الأساسية التي تمشي عليها القائم بالاتصال ويبنى عليها أجندة الأخبار؟

2-ما هي الالتزامات المهنية أو الأخلاقية التي يفرضها القائم بالاتصال على نفسه؟

3-إلى أي مدى يؤثر الجمهور على دقة وصدق المادة الإعلامية التي يعدها القائم بالاتصال؟

4-هل يعتبر المستمع مصدرا من المصادر المعتمد عليها في تحديد أجندة الأنظار؟

5-ما هي الفروق الأساسية التي تكمن بين القائم بالاتصال وحارس البوابة؟

6-هل لديك مخاوف ذاتية من نشر ما قد يتعارض مع سياسة المؤسسة التي تعمل فيها؟

7-هل أثرت مواقع الاتصال الاجتماعي على حجم البحث عن المعلومات من مصادرها المباشرة؟

8-هل يتعرض القائم بالاتصال إلى ضغوطات داخلية وخارجية؟

فيما يتمثل هذه الضغوطات

9-ما هي العوامل التي تؤثر وتعرقل عمل القائم بالاتصال؟

10- ما أهم التصورات والمقترحات من قبل القائم بالاتصال لبناء رسالة إعلامية ناجحة؟

الملحق رقم 02:

جامعة يحيى فارس بالمدية

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

دليل المقابلة

مقابلة حول موضوع: دور القائم بالاتصال في تحديد أجندة الاخبار

دراسة مسحية على موظفي قسم الاخبار

الاسم واللقب: رشيدة قاسم مكان إجراء المقابلة: إذاعة المدية

الوظيفة: مديرة إذاعة المدية

تاريخ إجراء المقابلة: 30 جوان 2021 الساعة: 11:15

من إعداد الطالبتين تحت إشراف:

-فاطمة بوعتو إلهام صفرة

-بن زرقة إكرام بشرى

المستوى الجامعي: 2021/2020

الأسئلة:

1-هل تتلاءم سياسة القائم بالاتصال مع سياسة اذاعة المدية؟

2-ما هي المسؤوليات التي تفرضونها على القائم بالاتصال في تحديد أجندة الأخبار؟

3-هل هناك أكثر من شخصي يقومون بدور القائم بالاتصال في اذاعة المدية؟

4-هل هناك اكثر من شخص يقومون بدور حارس البوابة في اذاعة المدية؟

5-ما مدى تفاعل المستمعين مع المحتوى الذي تقدمه إذاعة المدية؟

6-هل تلعب الإذاعة المحلية دورا فعالا في تطوير مهارات المستمعين؟

7-هل أنت راض على ما تتلقاه من قبل القائمين بالاتصال في إذاعة المدية؟

8-هل تخضع عملية بث الأخبار إلى ترتيب الأولويات؟

9-هل يمكن ترتيب الأولويات من تكوين صورة ذهنية لدى الجمهور؟

10- ما هي الارشادات والتوجيهات التي يقدمونها للقائم بالاتصال من أجل إتقان الأداء المهني؟

الملحق رقم 03:

جامعة يحيى فارس بالمدية

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

دليل المقابلة

مقابلة حول موضوع: دور القائم بالاتصال في تحديد أجندة الاخبار

دراسة مسحية على موظفي قسم الاخبار

الاسم واللقب: عز الدين سي موسى مكان إجراء المقابلة: إذاعة المدية

الوظيفة: صحفي في قسم الاخبار

تاريخ إجراء المقابلة: 24 جوان 2021 الساعة: 10:30

من إعداد الطالبتين تحت إشراف:

-فاطمة بوعتو إلهام صفرة

-بن زرقة إكرام بشرى

المستوى الجامعي: 2021/2020

الأسئلة:

1-هل يمكن للصحفي أو المذيع او المراسل تحديد أجندة الأخبار في اذاعة المدية؟

2-هل يمكن للصحفي أو المذعين أن يعملوا عمل القائم بالاتصال في إذاعة المدية؟

3-أذكر لنا طبيعة العلاقة بينكم وبين القائم بالاتصال من حيث سيرورة الاعمال في اذاعة المدية؟

4-كيف يمكن تحقيق علاقة مهنية ناجحة بين القائم بالاتصال وبقية الصحفيين في إذاعة المدية؟

5-هل الصحفي مطالب بتقديم أو عرض أعماله على القائم بالاتصال من أجل الموافقة عليها أو رفضها؟

6-هل يتقبل الصحفي كل ما يقدمه القائم بالاتصال في تحديد أجندة الأخبار أم انه يخضع لمعايير يتبعها في ذلك؟

7-هل تتعارض سياسة الصحفي مع سياسة القائم بالاتصال وتؤدي إلى خلافات في إذاعة المدية؟

8-ما هي أهم الارشادات التي يقدمها القائم بالاتصال لبناء الاخبار إلى الصحفي أو المذيع؟

9-ما هو دور القائم بالاتصال في تحديد أجندة الأخبار؟

الملحق رقم 04:

جامعة يحيى فارس بالمدية

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

دليل المقابلة

مقابلة حول موضوع: دور القائم بالاتصال في تحديد أجندة الاخبار

دراسة مسحية على موظفي قسم الاخبار

الاسم واللقب: رضوان رمضاني مكان إجراء المقابلة: إذاعة المدية

الوظيفة: صحفي بقسم الأخبار ومنشط مختص

تاريخ إجراء المقابلة: 24 جوان 2021 الساعة:11:00

من إعداد الطالبتين تحت إشراف:

-فاطمة بوعتو إلهام صفرة

-بن زرقة إكرام بشرى

المستوى الجامعي: 2021/2020

الأسئلة:

1-ما هو دور القائم بالاتصال في تحديد أجندة الأخبار في إذاعة المدية؟

2-هل توافق عمل القائمين بالاتصال في إذاعة المدية؟

3-ما آليات اختيار مواضيع التي يعمل بها القائم بالاتصال في إذاعة المدية؟

4-ما حدود الحرية المتاحة لاختيار القضايا والمواضيع الإخبارية في إذاعة المدية؟

5-ما هي الواجبات التي يجب على الصحفي إتباعها في المهنة؟

6-حسب رأيك ما الذي يجب مراعاته ومعالجته لإدراك النقائض المتواجدة في القائمين بالاتصال والصحفيين؟

7-ما مدى تقييمك لأداء العاملين بالقسم الإخباري في إذاعة المدية؟

الملحق رقم 05:

جامعة يحيى فارس بالمدية

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

دليل المقابلة

مقابلة حول موضوع: دور القائم بالاتصال في تحديد أجندة الاخبار

دراسة مسحية على موظفي قسم الاخبار

الاسم واللقب: عبد النور هني مكان إجراء المقابلة: إذاعة المدية

الوظيفة: رئيس التحرير بقسم الأخبار

تاريخ إجراء المقابلة: 30 جوان 2021 الساعة: 14:30

من إعداد الطالبتين تحت إشراف:

-فاطمة بوعتو إلهام صفرة

-بن زرقة إكرام بشرى

المستوى الجامعي: 2021/2020

الأسئلة:

1-ما هو دور القائم بالاتصال في تحديد أجندة الاخبار؟

2-هل يؤدي القائم بالاتصال وظيفة حارس البوابة؟

3-من المسؤول عن الشكل النهائي لأجندة الأخبار في اذاعة المدية القائم بالاتصال أم حارس البوابة؟

4-ما هي الخصائص المعتمدة في انتقاء الأخبار لهيئة التحرير؟

5-هل أنت راضي عن مستوى الخدمة الاخبارية التي يقدمها صحفيين إذاعة المدية؟

6-كيف تسير عملية اختيار وترتيب الأخبار؟

7-ما هي العلاقة الاتصالية التي تربط بين رئيس التحرير والقائم بالاتصال داخل إذاعة المدية؟

8-على أي اساس تقوم بغربلة الأخبار وتقديمها في شكلها النهائي؟

**قائمة المراجع:**

**1-الكتب:**


1. أبو أصبح صالح خليل، الاتصال الجماهيري، د.ط، دار الشروق للنشر والتوزيع،عمان 1999.
2. أحمد زكرياء أحمد، نظريات الاعلام، المكتبة المصرية، المنصورة، مصر، 2009.
3. أرماند نظريات الاتصال ترجمة أديب خضور، الناشر أديب خضور، دمشق، ط1، 2003.
4. اسماعيل: مبادئ الاتصال ونظريات التأثير د.ط، د.ن، 2003
5. أنجرس موريس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون ط2، الجزائر، دار القصبة للنشر 2006.
6. ثابت عبد المنعم: المنهج التخطيطي لمهارات الاتصال.
7. حمادة بسيوني إبراهيم ، دراسات في الاعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، عالم الكتب، القاهرة ط1، 2009.
8. درويش السيد بخيت محمد: العمل الصحفي في مصر، دراسة سوسيولوجية للصحفيين المصريين، ط1، القاهرة، العربية للنشر والتوزيع 1998.
9. رشتي جيهان ، الأسس العلمية لنظريات الاعلام القاهرة دار الفكر العربي، د.ط
10. زلطة عبد الله، القائم بالاتصال في الصحافة دراسة نظرية وميدانية ط1، الهرم، الدار العالمية للنشر والتوزيع 2007.

11. شرف السيد عبد العزيز: مدخل إلى وسائل الاعلام والاتصال، د.ط، دار الكتاب المصرية القاهرة.
12. شكري عبد المجيد الاذاعة المدرسية في ضوء تكنولوجيا التعليم نظرة مستقبلية القرن الواحد والعشرين، د.ط، دار الفكر العربي، القاهرة، 2000.
13. صابات خليل، الصحافة رسالة واستعداد وفن وعلم، ط2، القاهرة، دار المعارف 1959.
14. صالح نجلا محمد: مهارات الاتصال في الخدمة الاجتماعية، الأسس النظرية العلمية ط1، الأردن، دار الثقافة للنشر والتوزيع 2012.
15. الطائي حميد ، وتيسير العلاق، أساسيات الاتصال نماذج ومهارات، ط1، عمان الأردن، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع 2009.
16. عبد الحميد محمد: نظريات الاعلام واتجاهاته التأثير، ط1، القاهرة عالم الكتب 1997.
17. عبد الرحمان إبراهيم الشاعر: مهارات الاتصال رؤية تحليلية ط1 عمان دار صفاء للنشر والتوزيع 2012.
18. عبده عزيز: الاعلام السياسي والرأي العام دراسة في ترتيب الأولويات القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع 2004.
19. عبودة ريم ، مدخل إلى الإذاعة والتلفزيون، د.ط، الجمهورية العربية السورية من منشورات الجامعة الافتراضية السورية 2020.
20. عصام الموسى ، مدخل في الاتصال الجماهيري د.ط، د.ن، 2003
21. عواطف عبد الرحمان، ليلى عبد المجيد نجوى كامل: القائم بالاتصال في الصحافة المصرية سلسلة دراسات صحفية (جامعة القاهرة كلية الاعلام مطابع الاعلام

22. فوال نجوى: القائمون بالاتصال ، المركز القومي للبحوث الاجتماعية، د.ط، القاهرة 1992

23. المشهداني سعد سليمان، مناهج البحث العلمي ط1، دولة الإمارات العربية المتحدة الجمهورية اللبنانية دار الكتاب الجامعي 2017.

24. مكاوي جيهان ، حرية الفرد وحرية الصحافة، د.ط، القاهرة الهيئة المصرية للكتاب 1981.

25. المكاوي حسن عماد ، الأخبار في الراديو والتلفزيون، د.ط، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، 1989.

26. مكاوي حسن عماد ، ليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية 1998.

27. المكاوي حسن عماد، نظريات الاعلام ط1،مصر ، الاسكندرية الدار العربية للنشر والتوزيع 2009.

28. منال المزاهرة: نظرية الاتصال، ط1، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة 2012.

29. نويل فريدريك ، أنظمة التسويق، الجريدة ترجمة أفرين بيت الأفكار أمريكا 1948.

مذكرات:

1. أحمد حسن محمد حسن: مشكلات القائم بالاتصال في الأنشطة الاعلامية وعلاقتها بالرضى الوظيفي والاستفادة الطلابية رسالة دكتوراه 2005.
2. ألفت حسن أغا: القائمون بالاتصال وقضايا تخييمية دراسة ميدانية لعينة من القائمون بالاتصال في المجتمع المصري رسالة دكتوراه (جامعة القاهرة كلية الأدب 1991).
3. البيوتي عادل فهمي، البرامج الدينية في التلفزيون المصري ودورها في التثقيف الديني للشباب، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الإعلام 1991.

**المجلات:**

34-أسماء حسين حافظ القائم بالاتصال في الصحافة الاقليمية، دراسة ميدانية المجلة المصرية لبحوث الاعلام (جامعة القاهرة كلية الاعلام العدد العاشر 2001

35-أمال كمال: التوجه المهني لدى القائم بالاتصال المجلة الاجتماعية القومية القاهرة، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، المجلد 30، العدد 32 ،1993.

36-أميمة عمران، معوقات الاداء المهني بالمراسل الصحفي، دراسة ميدانية على المراسلين المحليين بالصعيد المصري، المجلة المصرية لبحوث الاعلام جامعة القاهرة، كلية الاعلام، العدد 3 2003.

37-ندية عبد النبي محمد القاضي (دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء أجندة الأخبار القائم بالاتصال في الصحف المصرية بالنسبة للأخبار والقضايا المحلية المقالة 5 المجلد 14 العدد 4.

المقابلات:

- بلقاسمي محمد صحفي وقائم بالاتصال، إذاعة المدية، مقابلة 25 جوان 2021 الساعة: 14:00 مساءا.

- سي موسى عز الدين صحفي بقسم الأخبار ، إذاعة المدية، مقابلة 24 جوان 2021، الساعة: 10:30 صباحا.

- رمضاني رضوان صحفي بقسم الأخبار، إذاعة المدية، مقابلة 24جوان 2021، الساعة 11:00 صباحا.

- قاسم رشيدة مديرة الإذاعة، إذاعة المدية، مقابلة 30 جوان 2021 الساعة: 11:15 صباحا .

- هني عبد النور رئيس التحرير بقسم الأخبار، إذاعة المدية، مقابلة30 جوان 2021، الساعة: 14:30 مساءا.

المواقع:

-43www.wekipidia.com

ثم الوصول إليه بنتائج 2-5-2021 الساعة 14:00

**المراجع الأجنبية:**

jauawitz Morris.op.cit, -44

Lowin,f field theory in science (n.t, hoper) -45

46- Shramminlbur, the nature of communication between humains the process and the effect of mass communication (wbana : chicago university of illionoid 1977.

47- Belle (français) , lexique d'information communication dalloz paris 2006.

48- Bourgnoux (daniel) information aux sciences de la communication, casbah edition, alger 1999.

49- Lohisse (jean, la communication, debook bruxelles 2006

ملخص الدراسة:

–تعتبر إذاعة المدية من خلال ظهورها والتوسع في انشائها تجربة ناجحة ومتميزة. فإذاعة المدية الجهوية تعكس هوية المجتمع المحلي وتعالج انشغالاته من خلال قضاياه ذلك من المضامين التي تقدمها يوميا يعتبر القائم بالاتصال مهم في انتقاء وترتيب الأخبار والمعلومات.

حيث تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تهدف إلى التعرف على الدور الذي يقوم به القائم بالاتصال في تحديد أجندة الاخبار في إذاعة المدية الجهوية وكذلك معرفة أهمية الأجندة التي تعد من أكثر العمليات تأثيرا في بناء الاتجاهات وكذلك على سياسة إذاعة المدية التي يعتمدها القائم بالاتصال في وضع الأجندة وانطلقنا في هذه الدراسة من خلال تساؤل رئيسي وهو، ما هو دور القائم بالاتصال في العملية الاتصالية داخل المؤسسة وعلى أي أساس يقوم بتحديد أجندة الأخبار في إذاعة المدية؟

إضافة إلى تساؤلات فرعية للتعرف على تفاصيل موضوع الدراسة تمثلت فيما يلي:

_من الذي يحدد أجندة الأخبار القائم بالإتصال أوالصحفي أو المستمع وماهي علاقتهم؟

–ما هي علاقة القائم بالإتصال بنظرية حارس البوابة ؟

_هل تخضع عملية بث الأخبار في إذاعة المدية إلى ترتيب الأولويات؟

_ ماهي مصادر أجندة الأخبار؟

_ ماهي العوامل التي تؤثر على إنتقاء ووضع الأجندة؟

وللإجابة على هذه الأسئلة اعتمدنا على منهج دقيق يسمح لنا بالوصول إلى نتائج دقيقة وواضحة تحقق الأهداف المذكورة والمرجوة بحيث استخدمنا المنهج الوصفي الذي طبق على موظفي قسم الأخبار بإذاعة المدية ولقد تم اختيار العينة القصدية واعتمدنا في أدوات جمع البيانات على المقابلة حيث ساهمت في تحليل النتائج هذا للتوصل إلى النتائج التالية:

-القائم بالاتصال له دور في تحديد أجندة الأخبار.

-أن القائم بالاتصال يتسم بالمعرفة الجيدة والخبرة الكافية في انتقاء الأخبار.

-القائم بالاتصال في آدائه لعمله لا يتعرض لأية ضغوطات في إذاعة المدية.

- تخضع عملية بث الأخبار لترتيب الأولويات لتكون مرتبة ومتسلسلة من حيث الأهمية إلى الأقل أهمية.

-مصادر أجندة الأخبار تكون رسمية ويعتبر المستمع أيضا مصدرا من مصادر أجندة الاخبار.

-محدد أجندة الأخبار في إذاعة المدية هو القائم بالعملية الاتصالية ويعتبر الركيزة الأساسية في العملية الاتصالية.