



جامعة القاهرة
كلية الإعلام
قسم الصحافة

آليات بناء أجندة المنصات المختلفة داخل الوسيلة الإعلامية الواحدة

دراسة في المضمون والقائم بالاتصال على عينة من وسائل الاعلام

رسالة للحصول على درجة الدكتوراه مقدمة من الباحثة

فاطمة فايز عبده قطب

المدرس المساعد - كلية الإعلام - جامعة بني سويف

إشراف

أ.د شريف درويش اللبان

أستاذ الصحافة وتكنولوجيا الاتصال
وكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة

شكر وتقدير

الحمد لله حمداً كثيراً طيباً مباركاً فيه ملء السموات والأرض وملء ما شئت من شيء بعد.

الحمد لله الذي أتم علي بفضلِهِ وعظيم كرمِهِ لإتمام هذا العمل. الذي أتمنى من الله أن يكون عند حسن ظن الجميع.

ولا يسعني في هذا المقام إلا أن أتقدم بجزيل الشكر والعرفان للأستاذ الدكتور شريف درويش اللبان الأستاذ بقسم الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة ووكيل الكلية لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة، الذي ساهم في إتمام هذا العمل وتفضل علي بالإشراف ولم يخل علي بالرأي والنصيحة ، فأسأل الله أن يجازيه عني وعن جميع طلابه خير الجزاء والذي يعطينا دوماً قدوة حسنة لحب العلم والدقة في العمل وألا نخشى في الحق لومة لائم، كما أنه من دواعي شرفي واعتزازي أن أكون تلميذته في مرحلة البكالوريوس والماجستير والدكتوراه وهذا لا شك من فضل ربي علي، ولا أنسى مساندته الدائمة لي ودعمي في كثير من الأمور منذ عرفته وإلى الآن. كما أتقدم بشكري وامتناني للأستاذين الكريمين: الأستاذ الدكتور حسين أمين، أستاذ الصحافة والإعلام ومدير مركز كمال أدهم للتليفزيون والصحافة الرقمية بالجامعة الأمريكية، والأستاذ الدكتورة راجية قنديل أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة، اللذان تفضلا علي بمناقشة هذه الرسالة، وتقييم ما تضمنته من أفكار ونتائج، وتفضلا علي بالنقد البناء الذي يثرى البحث ويقومه.

كما أتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى كل من ساندني في إتمام هذا العمل، وعلى رأسهم أمي الغالية التي تحملت معي كل أعباء هذه الرسالة ولا تسعفني كلمات الشكر والتقدير لأوفي قدرها العظيم، وكل أفراد أسرتي تامر وأماني ومروة ومحمود وأسماء وسارة ونوران وغادة وعبد الله وعبد الرحمن وعمر، الذين تفانوا في مساعدتي لأتم هذا العمل، وكم تمنيت أن يكون أبي معي الآن ليبارك هذا العمل، فادعوا الله أن يتغمده في رحمته.

وأتقدم بخالص الامتنان والعرفان إلى الأستاذ الدكتور عادل عبد الغفار أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة، وعميد كلية الاعلام جامعة النهضة لم قدمه لي من دعم واهتمام بموضعي البحثي.

وأتوجه بالشكر لأصدقائي وأخواتي رفقاء الحياة الذين لم يتخلوا عني وساعدوني بكل ما في وسعهم لإتمام هذا العمل خطوة بخطوة وعلى رأسهم أحمد شحاته وانجي أبو العز زملائي بكلية الاعلام جامعة بني سويف، وأستاذتي الودودتان د. نسرين حسام الدين وأ.م.د. مروي ياسين، و د.مروة عبد الله، والزميل الفاضل د.عمرو عبد الحميد. كما أشكر أيضاً القائمين على مؤسسة بي بي سي وعلى رأسهم أ. أكرم شعبان مدير مكتب بي بي سي عربي بالقاهرة والذي ساعدني بكل ما لديه خلال ترددي على المؤسسة لإجراء المقابلات، و أ. مصطفى كاظم رئيس تحرير الأخبار بموقع بي بي سي العربي بلندن و أ.أشرف مديولي مدير الأخبار بمكتب بي بي سي عربي بالقاهرة ولا أنسي مجهود أ.مها الجمل مذيعه الراديو، و أ.حسن عبد البصير المراسل التلفزيوني وكل من ساعدني بمكتب القاهرة ولم ييخل علي بوقته لإجراء المقابلات.

وفي مكتب قناة العربية بالقاهرة، أتوجه للقائمين على فرع القاهرة بجزيل الشكر والتقدير وعلى رأسهم أ.محمود الورواري الإعلامي ومقدم البرامج، و أ. راندة أبو العزم مدير مكتب العربية بالقاهرة، و أ.محمد كمال معد برامج، أ.رنا - معدة ، و أ. علاء المنشاوي صحفي أول في العربية وأحد مؤسسي شبكات التواصل الاجتماعي للعربية وكل من ساعدني بمكتب القاهرة ولم ييخل علي بوقته لإجراء المقابلات.

واتقدم بخالص الامتنان والعرفان إلى الزملاء الأعزاء الذين قدموا لي الدعم حيثما أردت، أ. أحمد السيد المعيد بكلية تكنولوجيا الاعلام بجامعة سيناء، وأ.محمد غالي المعيد بكلية الآداب جامعة حلوان، أ.إسلام الشاذلي، ماجستير إعلام القاهرة.

فهرست

أولاً: فهرست الموضوعات

م	الموضوع	رقم الصفحة
1	المقدمة	2-1
	الفصل الأول: الجوانب الإجرائية والمنهجية	34-4
2	مشكلة الدراسة	4
3	أهمية وأهداف الدراسة	5
4	الأدبيات السابقة	19-6
5	التعليق على الدراسات السابقة	20-19
6	الدراسة الاستطلاعية	23-20
7	المدخل النظري	23
8	تساؤلات الدراسة	28
9	نوع الدراسة ومنهجها وأدواتها	31-28
10	الإطار الإجرائي	34-31
11	التعريف الإجرائي لمفهوم الدراسة	34
	الفصل الثاني: البيئة الإعلامية الجديدة وتعدد منصات عرض المحتوى	124 -36
12	المبحث الأول: البيئة الإعلامية في القرن الحادي والعشرين	52-37
13	تعريف الاعلام في ظل البيئة الإعلامية الجديدة	48-44
14	أنواع الاعلام الجديد.	50-48
15	سيناريوهات العلاقة بين الاعلام الجديد والتقليدي	52-50

124-52	المبحث الثاني: المنصات الإعلامية المتعددة	16
54-53	تعدد وسائط المالتيميديا- تعدد المنصات الاعلامية	17
78-54	منصة الصحافة الالكترونية	18
85-78	منصة راديو الانترنت	19
91-85	منصة تلفزيون الانترنت	20
111-91	منصات أفرزها الاعلام البديل	21
119-111	منصات الأجهزة المحمولة	22
123-119	توقعات الخبراء بشأن البيئة الإعلامية في 2016	23
124	خلاصة الفصل الثاني	24
259-126	الفصل الثالث: نتائج الدراسة التحليلية	
131-126	مقدمة الفصل الثالث	24
184-131	المبحث الأول: نتائج التحليل الكمي لمضمون منصات العربية وبي بي سي	25
151-132	المطلب الأول: نتائج تحليل مضمون منصات العربية.	26
174-152	المطلب الثاني: نتائج تحليل مضمون منصات بي بي سي	27
184-175	المطلب الثالث: نتائج التحليل المقارن لمنصات العربية وبي بي سي	28
229 -185	المبحث الثاني: نتائج التحليل الكيفي لمنصات العربية وبي بي سي	29
220-185	المطلب الأول: نتائج التحليل الكيفي لمنصات العربية	30
259-221	المطلب الثاني: نتائج التحليل الكيفي لمنصات بي بي سي	31
259	خلاصة الفصل الثالث	32
285-261	الفصل الرابع: نتائج الدراسة الميدانية	

271-261	المبحث الأول: نتائج التحليل الميداني للعربية	33
284-271	المبحث الأول: نتائج التحليل الميداني لبي بي سي	34
293-285	المبحث الثالث: نتائج التحليل المقارن لسمات بيئة العمل الإعلامي لمؤسستي العربية وbbc	35
310-295	مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة	36
312	الخاتمة	37
317	نموذج الدراسة في اطار بناء الأجندة	38
330-319	المراجع	39
	الملاحق	40
	استمارة تحليل المضمون	41
	استمارة القائم بالاتصال	42

ثانياً: فهرست الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	م
80-79	جدول يوضح الفرق بين الراديو التقليدي وراديو الانترنت	1
91	التليفزيون التفاعلي (التقنية، المضمون، الجمهور)	2
126	قائمة بالمنصات التي خضعت للتحليل	3
127	توزيع الموضوعات داخل منصات العربية وبي بي سي	4
128	نسبة تمثيل دول الشرق الأوسط دخل منصات العربية وبي بي سي	5
132	توزيع إجمالي الموضوعات داخل منصات العربية	6
135	شكل تقديم المحتوى داخل موقع العربية	7
136	توزيع مصادر الموضوعات داخل موقع العربية	8
137	توزيع القيم الخبرية داخل موقع العربية	9
138	شكل عرض المحتوى داخل منصة تويتر العربية	10

11	شكل عرض المحتوى داخل فيس بوك العربية	139
12	شكل تقديم المحتوى بتلفزيون العربية	139
13	تقديم المحتوى داخل تيليجرام العربية	140
14	توزيع القضايا السياسية الرئيسية والفرعية داخل منصات العربية الخمس	141-14
15	توزيع موضوعات النظام السياسي بمنصات العربية	143
16	توزيع قضايا الحريات بمنصات العربية	145
17	توزيع قضايا الأمن داخل منصات العربية الخمس	146
18	توزيع موضوعات علاقات بين الدول داخل منصات العربية	148
19	توزيع موضوعات أزمات سياسية داخل منصات العربية الخمس	150
20	إجمالي الموضوعات داخل منصات BBC عربي	152
21	شكل تقديم المحتوى داخل موقع BBC عربي	155
22	توزيع مصادر الموضوعات المنشورة داخل موقع BBC عربي	156
23	إجمالي القيم الخيرية في موقع BBC عربي	157
24	شكل عرض المحتوى داخل تويتر BBC عربي	158
25	شكل تقديم المحتوى بفيس بوك BBC عربي	159
26	شكل تقديم المحتوى داخل تلفزيون BBC عربي	160
27	تقديم المحتوى داخل راديو BBC عربي	161
28	تقديم المحتوى داخل تيليجرام BBC عربي	161
29	توزيع إجمالي القضايا السياسية الرئيسية داخل منصات بي بي سي	162
30	توزيع موضوعات النظام السياسي داخل منصات بي بي سي	165-164
31	توزيع قضايا الحريات داخل منصات BBC عربي الست	156
32	توزيع قضايا الأمن داخل منصات بي بي سي	168
33	توزيع موضوعات علاقات بين الدول داخل منصات بي بي سي	170

124	تغييرات في عناصر العملية الاتصالية	9
133	توزيع الموضوعات داخل منصات العربية الخمس	10
134	نسبة تمثيل قضايا الشرق الأوسط داخل منصات العربية الخمس	11
138	القيم الخبرية في موقع العربية	12
142	توزيع اجمالي القضايا السياسية الرئيسية داخل منصات العربية الخمس	13
153	إجمالي الموضوعات داخل منصات BBC عربي الست	14
154	نسبة تمثيل قضايا الشرق الأوسط داخل منصات BBC عربي الست	15
158	القيم الخبرية داخل موقع بي بي سي	16
164	توزيع القضايا السياسية الرئيسية داخل منصات بي بي سي	17
177	نسبة تمثيل دول الشرق الأوسط داخل العربية	18
178	نسبة تمثيل دول الشرق الأوسط داخل بي بي سي	19
187	خبر تم عرضه داخل منصة تلفزيون العربية	20
187	نفس الخبر تم عرضه داخل منصة تويتر العربية	21
188	ونفس الخبر تم عرضه داخل منصة فيس بوك العربية	22
188	ونفس الخبر تم عرضه داخل منصة تيليجرام	23
189	ونفس الخبر تم نشره داخل موقع العربية	24
190	خبر في شكل قصة خبرية على موقع العربية	25
191	نفس الخبر في شكل فيديو على صفحة فيس بوك العربية	26
192	قسم خاص بالسعودية داخل موقع العربية	27
192	قسم خاص بالشرق الأوسط داخل موقع العربية	28
193	موقع السعودية اليوم	29
194	الصفحة الرئيسية لموقع العربية	30

194	موقع العربية يروج لمنصات فيس بوك وتويتر ويوتيوب وتيليجرام	31
195	موقع العربية يعلن عن برامج تلفزيون العربية	32
195	موقع العربية يعلن عن منصة تيليجرام	33
196	موقع العربية يعلن عن بعض تغريدات منصة تويتر	34
196	موقع العربية يعلن لبعض تدوينات منصة فيس بوك العربية	35
197	أرشيف موقع العربية الإلكتروني	36
197	عنوان رئيسي+ ثانوى بموقع العربية	37
198	رابط مختصر يصاحب النص المنشور بموقع العربية	38
198	إمكانية مشاركة النص المكتوب في موقع العربية على جوجل بلس وتويتر وفيس بوك	39
199	موقع العربية ينشر الأخبار مصحوبة بفيدوهات	40
199	خبر قصير في موقع العربية	41
200	قصة خبرية في موقع العربية	42
201	اسم العربية يتصدر كل خبر في موقع العربية	43
201	مصادر العربية : اسم المراسل +اسم العربية	44
202	مصادر العربية: وكالات الأنباء	45
203	النشرة الإخبارية من خلال يوتيوب العربية	46
203	النشرة الخبارية من خلال شاشة التلفزيون	47
204	ظهور ملخص لنشرة تلفزيون العربية أعلى وفي الشريط أسفل	48
205	شعار لأزمة اليمن بتلفزيون العربية	49
205	شعار لأزمة سوريا بتلفزيون العربية	50
206	شعار العربية يظهر في كل التغريدات	51
207	تويتر العربية يروج للمنصات الأخرى للعربية	52
207	موقع العربية على تويتر	53

208	صفحة العربية للأخبار العاجلة على تويتر	54
209	صفحة العربية للأخبار الاقتصادية على تويتر	55
209	صفحة مكتب قناة العربية على تويتر	56
210	هيكل محتوى تويتر العربية: وضع عنوان للخبر +رابط+ صورة	57
211	هيكل محتوى تويتر العربية: وضع عنوان للخبر + رابط + فيديو	58
211	هيكل محتوى تويتر العربية: وضع عنوان للخبر + رابط + فيديو + هاشتاج	59
212	هيكل محتوى تويتر العربية: وضع عنوان للخبر + رابط + صورة + هاشتاج	60
213	صفحة فيس بوك العربية تروج للمنصات الأخرى	61
213	صفحة موقع العربية على فيس بوك	62
214	صفحة العربية الاقتصادية على فيس بوك	63
214	صفحة العربية سوريا على فيس بوك	64
215	هيكل محتوى فيس بوك العربية: تدوينة + صورة + رابط	65
216	هيكل محتوى فيس بوك العربية: تدوينة + صورة	66
216	هيكل محتوى فيس بوك العربية: post + هاشتاج	67
217	هيكل محتوى فيس بوك العربية: رابط + صورة فقط	68
218	تيليجرام فيس بوك يروج لسناب شات	69
218	هيكل محتوى تيليجرام العربية: رابط للخبر فقط	70
219	هيكل محتوى تيليجرام العربية: رابط للخبر فقط	71
219	هيكل محتوى تيليجرام العربية: عرض الأخبار بصورة مجمعة	72
220	هيكل محتوى تيليجرام العربية: post تدوينة + صورة + رابط	73
220	هيكل محتوى تيليجرام العربية: انفوجراف	74

222	خبرر مكرر نشره في منصة موقع بي بي سي	75
223	خبرر مكرر نشره في منصة تلفزيون بي بي سي	76
223	خبرر مكرر نشره في منصة تويتر بي بي سي	77
224	خبرر مكرر نشره في منصة فيس بوك بي بي سي	78
224	خبرر مكرر نشره في منصة تيليجرام بي بي سي	79
226	خبر في شكل نص وفيديو على موقع بي بي سي	80
226	نفس الخبر في شكل تدوينة وصورة على صفحة فيس بوك بي بي سي	81
227	الصفحة الرئيسية من بي بي سي	82
228	قسم الشرق الأوسط ، وقائمة الأكثر قراءة داخل بي بي سي	83
228	موقع BBC يعلن عن حساباته على مواقع التواصل الاجتماعي	84
229	موقع BBC يعلن عن برامج الراديو	85
229	موقع BBC يعلن عن برامج التلفزيون	86
230	استخدام العناوين الرئيسية في موقع بي بي سي	87
231	خبر قصير من BBC	88
231	قصة خبرية من بي بي سي	89
232	قسم خاص بالفيديو على موقع BBC عربي	90
232	مشاركة القصة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في موقع BBC عربي	91
233	المزيد حول القصة الخبرية في موقع BBC عربي	92
233	خبر بدون مصدر على موقع BBC عربي	93
234	قصة خبرية بمصدر على موقع BBC عربي	94
235	BBC عربي على يوتيوب	95
235	برنامج ل BBC علي التلفزيون	96
236	نفس البرنامج في نفس التوقيت على BBC على اليوتيوب	97
238	جدول البث الإذاعي المنشورة على موقع بي بي سي	98

238	ذاعة BBC عربي على الانترنت و التي يمكن الاستماع اليها	99
239	إذاعة BBC على الساوند كلاود	100
240	BBC Logo يصاحب كل تغريدة	101
241	تويتر BBC عربي تروج لتيلجرام	102
242	صفحة BBC عربي على تويتر	103
242	صفحة BBC عاجل على تويتر	104
243	صفحة BBC نيوز وورلد على تويتر	105
243	صفحة BBC للأخبار العاجلة باللغة الانجليزية على تويتر	106
244	صفحة BBC نيوز UK على تويتر	107
244	صفحة BBC أنا الشاهد على تويتر	108
245	صفحة BBC برنامج نقطة حوار على تويتر	109
245	صفحة BBC عربي فيديو على تويتر	110
246	صفحة BBC عربي رياضة على تويتر	111
246	صفحة BBC وورلد سيرفيس على تويتر	112
247	صفحة شخصية لأحد مذيعي BBC على تويتر	113
248	هيكل نشر المحتوى على تويتر: عنوان وخبر ورابط و صورة	114
248	هيكل نشر المحتوى على تويتر: عنوان و رابط و فيديو	115
249	هيكل نشر المحتوى على تويتر: عنوان و رابط و فيديو وهاشتاج	116
249	هيكل نشر المحتوى على تويتر: عنوان و رابط و صورة وهاشتاج	117
250	صفحة BBC عربي على فيس بوك تروج للمنصات الأخرى	118
251	صفحة موقع BBC عربي على فيس بوك	119
251	صفحة موقع BBC نيوز على فيس بوك	120
252	صفحة موقع BBC وورلد سيرفيس على فيس بوك	121

252	صفحة موقع BBC صومال على فيس بوك	122
253	صفحة BBC عربي بتوقيت مصر على فيس بوك	123
253	صفحة BBC عربي أنا الشاهد على فيس بوك	124
254	صفحة BBC سبورت على فيس بوك	125
254	صفحة BBC ثقافة على فيس بوك	126
255	هيكل المحتوى على صفحة BBC عربي على فيس بوك: عنوان وصورة ورابط	127
255	هيكل المحتوى على صفحة BBC عربي على فيس بوك: عنوان وصورة ورابط وهاشتاج	128
256	هيكل المحتوى على صفحة BBC عربي على فيس بوك: عنوان وصورة ورابط وتدوينة	129
256	هيكل المحتوى على صفحة BBC عربي على فيس بوك: عنوان وفيديو ورابط وتدوينة	130
257	هيكل المحتوى على صفحة BBC عربي على فيس بوك: تدوينة وفيديو ورابط وهاشتاج	131
257	هيكل المحتوى على صفحة BBC عربي على فيس بوك: تدوينة وصورة ورابط وهاشتاج	132
258	تيليجرام بي بي سي	133
317	نموذج بناء الاجندة في إطار الدراسة	134

مقدمة

مع تصاعد الأحداث كل يوم بل كل لحظة، تعددت الوسائل الإعلامية لتقف أمام هذا الزخم المعلوماتي. ومع انتشار التقنيات الحديثة للاتصال وتزايد تطبيقاتها في مجال الإعلام استجابت المؤسسات الإعلامية لهذا التحول التكنولوجي لمواكبة تطورات العصر، ولتقوم بدورها في الوفاء بحق جمهورها في المعرفة والحصول على المعلومات. حيث أدى التطور التكنولوجي إلى تقشّير الجمهور وأصبح كل جمهور يختار الوسيلة التي تلائمها وتحكي اهتماماته من بين الوسائل المتعددة والمتنوعة التي ظهرت.

فمع هذا التطور لم يكن هناك بديلاً أمام جميع الوسائل التقليدية إلا أن تتحول إلى الانترنت فالصحافة المطبوعة والراديو والتلفزيون أصبح جميعهم يبت محتواه على الانترنت، وجاء الهاتف المحمول بأجياله المتطورة (الجيل الثالث والرابع) ليضع بإمكان المستخدم إمكانية متابعة محتوى كافة الوسائل من خلاله، فأصبح بإمكانه المشاهدة والاستماع لما يرغب وفي الوقت الذي يلائمه. وعليه؛ استجابت المؤسسات الإعلامية لهذا التطور أيضاً وحرصت على بث محتوى معد خصيصاً للهاتف المحمول.

ومع تزايد الاستخدام لشبكات التواصل الاجتماعي، وجدت المؤسسات الإعلامية ضرورة المشاركة والحضور في هذا الفضاء المتسع الذي يستأثر بوقت الكثير من الجمهور، ومن ثم حرصت على أن يكون لديها صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي، تنشر فيها محتواها وتتيح لهذا الجمهور التفاعل والتقييم بشأن هذا المحتوى، وبالتالي مزيداً من الانتشار للمحتوى الذي تتابعه بجانب الإفادة من هذا الجمهور في الترويج للمحتوى بل وتقييمه، وأيضاً مشاركتها في طرح أفكار وموضوعات جديدة للتناول والمعالجة.

فتعددت الوسائل الإعلامية المتطورة وأصبح لدى المؤسسة الإعلامية الواحدة أكثر من منصة إعلامية تصل من خلالها إلى الجمهور. فالمؤسسة الواحدة أصبح لديها قناة تلفزيونية، وإذاعة وموقع على الانترنت، وصفحة أو عدة صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي (تويتر، فيس بوك، ماي سبيس، وغيرها) وخدمة رسائل إخبارية ومعلوماتية على شبكات الهاتف المحمول وخدمة بودكاست تقدمها بعض المؤسسات.

ولا شك أن هذا التطور الذي حل بالبيئة الإعلامية، كان له تأثيره على جميع عناصر العملية الاتصالية، فالوسائل تنوعت وتعددت، وشمل ذلك التنوع أيضاً الرسائل الإعلامية فأصبح بإمكان الجمهور متابعة الرسائل في أشكال وقوالب مختلفة مقروءة ومسموعة ومرئية بإمكانه الاختيار ما بينها. ومنحت أحدث وسائل الإعلام الجديدة مستخدميها نفس السيطرة على متى وأين يمكنهم الحصول على النص، والصوت، والمحتوى السمعي