



ISSN : 1995-8005

ISSN: 1995-8005 (Print)

University of Baghdad College
of Mass Communication

Vol (12) | Issue (50) Year (2020)
| Pages (121-132)

Shaima Abd ALmajeed Dheyab

alshaimaa.allawi@yahoo.com

Prof. Dr: Wisam Fadhil Radhi

Wissam144@gmail.com

Television and Agenda Building

Most media studies on the development of the agenda have focused on the relationship between the content of the media and the audience of these media, and the extent of its impact on the agenda of the media, in addition to comparing it to the extent of interest in the agenda of those means. While in the construction of the agenda, we focus on the relationship between news sources and the media and the role of these sources in the process Building the agenda. These sources are institutions, parties, pressure groups, interest groups, the head of state and other media. The impact of these sources on the process of building the agenda are shown through the process of the selection of resources by the channel and communicators, and the technical methods taken to present the media content. The approach to building the agenda examines the relationship that precedes it, namely the relationship of news sources to the media and how these sources, which the media depend on, can influence the construction of the medium.

Keywords:

- Agenda
- building
- news programs
- television
- prominence

Available Online: <http://abaa.uobaghdad.edu.iq>

The Resarcher: Shaima Abd ALmajeed Dheyab, University of Bagdad / College of Mass Communication

Prof. Dr: Wisam Fadhil Radhi, University of Bagdad / College of Mass Communication

شيماء عبد المجيد ذياب
أ.د. وسام فاضل راضي

التلفزيون وبناء الأجندة بحث مستل من أطروحة دكتوراه

ركزت معظم الدراسات الإعلامية الخاصة بوضع الأجندة على العلاقة بين مضمون وسائل الإعلام وجمهور هذه الوسائل، ومدى تأثيره بأجندة وسائل الإعلام، في حين يتم التركيز في بناء الأجندة على العلاقة بين مصادر الأخبار ووسائل الإعلام ودور هذه المصادر في عملية بناء الأجندة، إذ تتمثل هذه المصادر في المؤسسات والأحزاب وجماعات الضغط وجماعات المصالح ورئيس الدولة ووسائل الإعلام الأخرى، ويبرز تأثير هذه المصادر في عملية بناء الأجندة، عن طريق عملية أنتقاء المصادر واختيارها من جانب القناة والقائمين بالاتصال، والأساليب الفنية التي تتخذها لعرض المضمون الإعلامي. فمدخل بناء الأجندة يدرس العلاقة التي تسبق ذلك وهي علاقة مصادر الأخبار بوسائل الإعلام وكيف تستطيع هذه المصادر التي تعتمد عليها وسائل الإعلام أن تؤثر في بناء أجندة الوسيلة.

الكلمات المفتاحية :

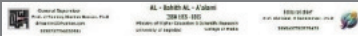
◀ وضع الأجندة

◀ بناء

◀ البرامج الإخبارية

◀ التلفزيون

◀ البروز



Available Online: <http://abaa.uobaghdad.edu.iq/>

الباحثة شيماء عبدالمجيد ذياب ، جامعة بغداد / كلية الاعلام
أ.د. وسام فاضل راضي، جامعة بغداد / كلية الاعلام

التلفزيون وبناء الأجندة

المقدمة Introduction

أنطلقت بحوث الاتصال الجماهيري من افتراض، أن وسائل الإعلام تمارس تأثيرات كبيرة في الجمهور، وهو ما دعمه بالنجاح الذي أحرزته الدعاية النازية خلال عقد الثلاثينات من القرن الماضي، وتطورت إلى النظرة التي قدمها Klapper وآخرون مع مقدم عقد الستينات من القرن نفسه، والتي ترى أن هذه الوسائل ذات تأثيرات محدودة في الاتجاهات والسلوك، ثم شهدت طفرة أخرى خلال عقد السبعينات من ذلك القرن حيث وصلت إلى دراسات وضع الأجندة أو ما يعرف ترتيب أولويات الاهتمام، والتي أكدت نتائجها أن وسائل الإعلام تشكل هذه الأولويات أو تلك الأجندة لكل من الأفراد والجماعات (أحمد، ٢٠٠٨، صفحة ٦)، حيث تهتم بحوث وضع الأجندة بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والجماهير التي تتعرض لهذه الوسائل في تحديد أولويات القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تهتم المجتمع (العبد و العبد، ٢٠٠٧، صفحة ٦).

الإطار المنهجي

مشكلة البحث: Research problem

يمارس التلفزيون دورا مهما في لقاء الضوء على القضايا السياسية خاصة في أوقات الأزمات والصراعات التي تشهدها المنطقة العربية، حيث يثار حولها الجدل وتقديم تصورات ووجهات نظر مختلفة وذلك لطبيعة الأحداث التي تفرض نفسها مما يتطلب تسليط الضوء عليها قد تضيي الشرعية على بعض لأطراف بإبرازها أو قد تستبعدا وهي عملية مدروسة بدقة ترتبط بأجندة القناة وإلى تكريس إيدولوجية الدولة ومواقفها تجاه القضية المطروحة، لذا تبلورت مشكلة البحث، كيف يتم تحديد أهتمامات أجندة القناة للقضايا التي تقدمها؟

أهمية البحث: research importance

تكمن أهمية البحث حيث إلقاء الضوء على العوامل المؤثرة في تشكيل وصياغة المضمون الإعلامي الذي تقدمه القناة التلفزيونية تجاه القضية التي تقدمها، لتسهم في ترتيب أولويات الجمهور وأتخاذها للمواقف إزاء تلك القضايا، والعناصر الأساسية في وضع الأجندة..

أهداف البحث: research goals

- التعرف إلى مكونات وضع الأجندة
- معرفة مداخل بناء أجندة التلفزيون

الإطار النظري

مفهوم ومبادئ نظرية وضع الأجندة Concept and Principles of Agenda Development Theory

تعد نظرية وضع الأجندة واحدة من أهم نظريات التأثير الإعلامية التي ساهمت في تغيير مفهوم التأثيرات التقليدية لوسائل الإعلام إلى مفهوم قوة هذه الوسائل في التغيير (Shehata & Strömbäck, 2013, p. 234)، وفي ذات السياق فهي تعد من النظريات التي تدرس التأثير المعتدل على الجمهور ليس فقط بسبب تركيزها على التأثيرات الاجتماعية ولكن لأن الجمهور أصبح يهتم بالجانب التجريبي، فالأفراد يبحثون عن التواصل مع بعضهم البعض كما يسعون للتعلم من مجتمعاتهم لذلك فالتركيز ليس على الكشف عن المعلومات فقط وإنما التواصل أيضاً، لذلك أن عملية ترتيب الأولويات جزئياً هي صورة كبيرة من الاندماج مع الآخرين في مجتمعاتنا (Donald L. Shaw, 2002, p. 15).

لذلك تعد نظرية ترتيب الأولويات، أحياء لنموذج التأثير حيث تختلف عن نظريات التأثير الأخرى، منها نظريات التأثير المباشر والانتقائي المحدود، ونظريات تمثيل المعلومات، ونظرية الصمت، والغرس الثقافي، فدراسات ترتيب الأولويات تختلف عن دراسات الاتصال التي أجريت خلال فترة الستينيات، والتي ركزت بشكل أساسي على دراسة الاتجاهات، في حين ركزت دراسات ترتيب الأولويات على دراسة المعارف، ومن ثم تمثل دراسات ترتيب الأولويات تحولاً في مسار دراسات الاتصال من دراسة الجانب الإقناعي للاتصال إلى دراسة الجانب المعرفي للاتصال وأصبح التميز واضحاً بين الجانبين عند تناول تأثيرات وسائل الإعلام (فارس، ٢٠٠٤، صفحة ٤٩).

ومن خلال دور وسائل الإعلام في عملية تشكيل الأجندة، أصبح استخدام مفهوم قائمة أولويات وسائل الإعلام من قبيل الوصف المجازي لذلك الدور القائم على فكرة أساسية مبنية على الافتراض القائل، أن القضايا التي تطرحها وسائل الإعلام تصبح بمرور الوقت قضايا في قائمة أولويات الجمهور Public Agenda ومن ثم تصبح قضايا للنقاش العام (عثمان، ٢٠٠٢، صفحة ٥٤). وقد أكدت العديد من الدراسات أن دور وسائل الإعلام في توجيه الرأي العام نحو قضايا بعينها (سياسية، اقتصادية، اجتماعية) يحقق قدراً من الأجماع الاجتماعي حول أولويات القضايا، حيث أن تركيز وسائل الإعلام على قضايا ما يقود الجمهور إلى فهمها أهم من القضايا الأخرى (Sanchez, 2002, p. 2). وأشارت دراسة علمية إلى توضيح الدور الفعال لوسائل الإعلام من حيث توضيح الجوانب المختلفة للقضايا السياسية وأثر وسائل الإعلام على ذلك، وأشارت أيضاً أن فهم الأجندة العامة لا يمكن أن يكتمل من دون استكمال الأجندة السياسية ودور النخبة في ذلك (Wolfe, D. Jones b, & R. Baumgartner, 2012).

وقد تعددت التعريفات والأراء حول مفهوم وضع الأجندة من قبل الباحثين، وأطلق عليها مفهوم وضع الاهتمامات بأنها « تصنيف للقضايا السياسية تبعاً للأهمية التي ينظر إليها Aranking of Political Issues According to Importance ، أو أنها قائمة من القضايا والأحداث التي يتم النظر إليها في وقت من الأوقات على أنها مرتبة طبقاً لأهميتها » (درويش، ٢٠١٢، صفحة ٢٠٣)، أي أنه يمكن النظر إلى وضع الأجندة، بأنها معركة تنافسية مستمرة بين عدد من القضايا بهدف النجاح والاستحواذ على اهتمام الإعلاميين والجمهور العام أو النخب، ومن ثم أن دراستها تشكل محاولة

لتفسير كيفية حدوث التغير الاجتماعي في المجتمعات (فرج، ٢٠٠٧، صفحة ٩٠). وهناك من وصفها « العملية التي تتحول خلالها المشاكل إلى قضايا بارزة تتبلور حولها الآراء والجهود المؤيدة والمعارضة، وكذلك تعني قدرة وسائل الإعلام على إعادة ترتيب أولويات القضايا التي تهتم الجمهور بصورة مقبولة لدى هذا الجمهور » (Ehikioya، ١٩٨٩).

وهناك من يرى أن بحوث ترتيب الأولويات هي «أتجاه بحثي يفترض أن وسائل الإعلام تختار التركيز على بعض القضايا وتثير هذه القضايا تدريجياً أهتمامات الناس وتفكيرهم وتجعلهم يشعرون بالقلق بشأنها وبالتالي تشكل هذه الموضوعات أهمية أكبر نسبياً لدى الجماهير من القضايا التي لا تطرحها وسائل الإعلام، وأن النظرية في مجملها تفسير للعلاقة التأثيرية المتبادلة بين وسائل الاتصال والجماهير وتحدد مجموعة من المتغيرات الوسيطة التي تؤثر في قوة أو ضعف هذه العلاقة أي أنها تشخص الظروف التي تمارس في ضوئها وسائل الاتصال دورها» (الهامي، ١٩٩٩، صفحة ٥٧). وأشار أحد الباحثين إلى مفهوم وضع الأجندة **Agenda Setting** بأنه «نموذج محدد للتأثيرات الإعلامية يتوقف على طبيعة تأثيرات المضمون الإعلامي، ودرجة إبرازها على الجمهور المستهدف من حيث مستوى بروز هذه القضايا لديه» (وادي النيل و حجازي، ٢٠٠٣، صفحة ٣٨).

وأن أجندة الإعلام تؤثر على أجندة الجمهور، ليس فقط من خلال تعريفه بالقضية باعتبارها قضية هامة، ولكن بأعطاء للقضية مساحة تغطية ووقت أكبر وعرض تفاصيل أكثر حولها، وهذا ما أشارت إليه دراسة شوميكر ووانتا «أنه كلما ركزت البرامج الإخبارية على قضية معينة بأعطائها مساحة تغطية لتنتقل أهميتها النسبية إلى الجمهور بشكل آلي حيث يعرف الجمهور الأهمية النسبية لبعض القضايا، ويضعها في مقدمة أولوياته من خلال تكرارها والتركيز عليها بشكل مكثف» (عاطف العبد، ٢٠٠٦، صفحة ١٤).

البرامج الإخبارية وبناء الأجندة: News programs and agenda building

أوسع مفهوم وضع الأجندة ليشمل الأهتمام ببناء الأجندة **Agenda building** للتعرف على واضعي أجندة وسائل الإعلام، وكذلك الأهتمام بالأجندة البيئية **Intermedia Agenda Setting** فيما بين وسائل الإعلام بعضها البعض، كذلك الأهتمام بمستوى أكثر تعقيداً في وضع الأجندة هو المتعلق بالسمات **Attributes** والأطر الفكرية الإعلامية **Media frames** التي تقدمها وسائل الإعلام للجماهير في محاولة لتشكيل الاتجاهات والأفكار (محمد عبدالله، ٢٠٠٧، صفحة ٧٥):

ويمثل بناء الأجندة وفقاً لرؤى الباحثين ماكومبس وشو المرحلة الرابعة من مراحل تطور نظرية وضع الأجندة، وقد بدأت هذه المرحلة في الثمانينات لتتهتم بزاوية مختلفة وهي الإجابة على التساؤل البحثي من يضع أجندة وسائل الإعلام؟ وقد أصبحت هذه المرحلة الأمتداد الأكبر لبحوث وضع الأجندة **Agenda Setting** وأصبح أهتمام الباحثين من خلالها منصباً على اختبار كيف تبني أجندة وسائل الإعلام؟ وما المتغيرات والمؤثرات المختلفة التي تجعل قضية من القضايا تصل إلى القناة (محمود، ٢٠٠١، صفحة ١٢).

وقد تعددت التعريفات والرؤى لبناء الأجندة، بأنها «العملية التي تقوم فيها الهيئات والمؤسسات التي تقدم الإخبار والمعلومات باختيار أو التأكيد على أحداث

وقضايا ومصادر معينة لتغطيتها دون أخرى ومعالجة هذه القضايا وتناولها بالكيفية التي تعكس اهتمامات هذه القنوات وأولويات المسؤولين الحكوميين ومتخذي القرار» (وسام نصر، ٢٠٠٨، صفحة ٣٩٨)، وهناك من يرى أنها «العملية التي يتم من خلالها تبادل التأثير بين وسائل الإعلام والحكومة والجمهور، حيث تبين عملية بناء الأجندة كيفية تحديد مجتمع ما لأولويات اهتماماته مما يمكنه من تعبئة مؤسساته المختلفة نحو تحقيق هذه الأولويات» (عبدالخالق، ٢٠٠٥، صفحة ٧٥).

يتبين مما سبق أن بناء الأجندة هي عملية ديناميكية تتفاعل خلالها أجندة القناة في برامجها الإخبارية في اختيار وترتيب القضايا من حيث الأهمية للقائم بالاتصال وأجندة الجمهور الذي قد يتفق أو يختلف في ترتيب أولويات أجندته مع القناة وتنقسم عملية بناء الأجندة إلى ثلاثة مراحل أساسية هي الاختيار، وأتجاه المضمون، والإبراز ويتم تحديدها وفقاً لمجموعة من القيم الإخبارية التي تلزم بها القناة كنتيجة لتأثير المعايير السابقة.

وبوجه عام أن دور القائم بالاتصال في بناء الأجندة من خلال تأثيره بالعوامل المختلفة لبناء هذه الأجندة يتم على مستويين: المستوى الأول هو مستوى اختيار القضايا التي يتم تناولها وتحديد أولوية كل قضية، والمستوى الثاني هو تحديد أسلوب تناول كل قضية وفقاً لأولوياتها، والقائم بالاتصال في كل ذلك يخضع لتأثير مجموعة من العوامل التي تختلف من حالة لأخرى، وتتمثل هذه العوامل في المعايير الذاتية ووجهات النظر الخاصة بالقائم بالاتصال، والسياسة الإعلامية للقناة، وطبيعة مصادر معلوماته، وأحتياجات واهتمامات الجمهور وردود فعله المتوقعة نحو ما يتم بثه (Severin, 1992, p. 223) كثافة المادة الإعلامية المخصصة لتناول قضية دون غيرها.

- أنتقاء وإبراز القيم الإخبارية الخاصة بالقضية.
- إضفاء الأهمية على القضايا والأحداث التي لا تشكل أهمية لدى القنوات الأخرى.
- صناعة الأحداث من جانب القناة
- اللغة المستخدمة يمكن أن تؤثر على مدركات الجمهور لأهمية القضية
- وأشار باحثين إلى أن عملية بناء الأجندة تشتمل على تفاعل ثلاث أجنداث معاً هي أجندة القناة وأجندة الجمهور والأجندة السياسية (Severin, ١٩٩٢, p. ٢٢٦).

مداخل بناء أجندة التلفزيون The entrances to building the TV agenda

يركز مدخل بناء الأجندة على الكيفية التي تؤثر بها تفاعلات وسائل الإعلام مع المصادر على أجندة وسائل الإعلام، وتتشكل هذه التفاعلات بالمنافسة بين المؤسسات الإعلامية والأخبار التي تتناول الممارسات، وتأثير جماعات المصالح (زكي محمود، ٢٠١٠، صفحة ١٧). وتتضمن دراسات بناء أجندة وسائل الإعلام على ثلاثة مداخل رئيسية (بهنسي، ٢٠٠٠، صفحة ٢):

مدخل القوة: يفسر هذا المدخل أن أجندة وسائل الإعلام تعبر عن اهتمامات مراكز القوى في المجتمع وتعكس كلاً من الوزن النسبي لهذه القوى (قطب، ٢٠١٦، الصفحات ٢٦-٢٧)، وقيم الممارسة المهنية والقواعد الاجتماعية للعاملين في الصحافة والإعلام، فإن وسائل الإعلام عندئذ لا تمثل مجرد قناة تمر من خلالها قوة المصادر، بل تعكس في ذاتها قوة مستقلة (حمادة، ١٩٩٨، صفحة ٣٤١). إذ يفترض هذا المدخل أن هناك علاقة ارتباط بين أولويات اهتمامات مراكز القوى في المجتمع وأولويات اهتمامات

أجندة وسائل الإعلام (عبدالخالق، ٢٠٠٥، صفحة ٧٩). المدخل التنظيمي: كما تعتمد دراسات بناء الأجندة على المدخل التنظيمي وفقاً لأربعة مستويات، تتمثل في المستوى الفردي بدور القائم بالاتصال في بناء هذه الأجندة، والمستوى المهني له، ومستوى التنظيم الداخلي، ومستوى العلاقة الخارجية للفتاة (المطيري، ٢٠١٢، الصفحات ٤٨-٥٠)، وحسب هذا المدخل أن أجندة وسائل الإعلام تعكس أهداف المؤسسة الإعلامية وأسلوب ممارستها للعمل، إذ يتم النظر إلى الوسيلة الإعلامية باعتبارها كياناً متكاملاً يحاول تحقيق توافق داخلي (قطب، ٢٠١٦، صفحة ٢٧).

المدخل الإيدلوجي: الذي يفترض وجود علاقة ارتباط بين الإيدلوجية السائدة في المجتمع وأولويات اهتمامات أجندة القناة، وتبرز أهمية هذا المدخل، في أن جميع العوامل التي تؤثر على بناء أجندتها في إطار المداخل الأخرى وعلى كافة المستويات تعمل وفقاً للإيدلوجية السائدة في المجتمع، ويسعى الباحثون في هذا المدخل إلى دراسة الأسلوب التي تحقق به القنوات مصالح مراكز القوى في المجتمع، وكيف تعكس القيم الإخبارية التي تحكم اختيار الأخبار في القناة مضموناً إيدلوجياً بحثاً سواء كانت مستقلة أو تابعة للدولة (عبدالخالق، ٢٠٠٥، الصفحات ٩٩-١٠١).

ويضاف إلى المداخل الثلاثة السابقة، مدخل التأثير المتبادل للقوى بين وسائل الإعلام بعضها البعض، حيث تعد علاقات الاعتماد المتبادل بين المؤسسات الإعلامية نتاجاً للقوى المؤثرة عليها بالدرجة التي تتحقق فيها المصلحة المشتركة، فإشباع أهداف طرف معين تتوقف على موارد الطرف الآخر، ولما كانت وسائل الإعلام تتفاوت فيما بينها من حيث القوة، فإن الوسيلة الأقوى تؤثر في اهتمامات الوسيلة الأضعف عند بناء أجندة قضاياها (حيدر، ٢٠١٠، صفحة ٣)، والتي أطلق عليها الباحثون مصطلح (الأجندة البينية لوسائل الإعلام) Inter Media Agenda Setting، بمعنى أن وسائل الإعلام تؤثر على بعضها البعض (حسانين، ٢٠١٦، صفحة ٥٣).

العوامل المؤثرة في بناء أجندة التلفزيون: Factors affecting the construction of the TV agenda

قام الباحثان شوميكور وريس بتحديد خمس فئات من التأثيرات التي يمكن أن يكون لها دور في تشكيل المضمون:

- تأثير الإيدلوجية، يأتي بالمرتبة الأولى، ويشير إلى الإطار الفكري الذي يحكم المجتمع ويعمل التلفزيون في إطاره (محمد فوزي شهاب، ٢٠١٦، صفحة ٤٣)، فتظهر علاقة وثيقة بين الإيدلوجية والنظام السياسي السائد في المجتمع، إذ أن صانعي السياسة المجتمعية معرضون لكثير من الضغوط السياسية، التي تؤثر على عملية صناعة القرار السياسي والتي تؤدي بدورها إلى ظهور قضايا معينة في الأولوية بالنسبة لأجندة التلفزيون، وهي القضايا التي تعكس أولويات المسؤولين الحكوميين ومتخذي القرار والصفوة (نصر، ٢٠٠٨، صفحة ٣٩٩).

- تأثيرات خارجية، تعني التأثير على المضمون من خارج التلفزيون والذي تتعدد مصادره، فهناك تأثيرات جماعات الضغط التي تحاول دفع أنواع معينة من المضامين لأجندة التلفزيون، وهذه الجماعات تلعب دوراً في إبراز بعض القضايا، الأمر الذي يجعلها مصدراً لأجندة الجمهور (شاهين، ٢٠٠٩، صفحة ٤٦٨).

- تأثيرات داخلية، ويقصد بها طبيعة الأهداف التي تسعى القناة إلى تحقيقها، وكذلك نمط ملكيتها إذ يؤثران على نوعية المضامين التي تنتقلها (المطيري، ٢٠١٢،

(صفحة ٥٨).

- تأثيرات نظام العمل (تأثيرات مهنية وروتينية) وتشمل ضغوط العمل اليومية، والمدة المحددة لتسليم العمل ومصادر المعلومات التي يعتمدون عليها لأختيار المضمون لبناء الأجندة (محمود، ٢٠٠١، صفحة ١٩).
- تأثيرات ذاتية، من العاملين في القناة (حراس البوابة الإعلامية) من خلال خصائصهم وخلفياتهم الشخصية وأتجاهاتهم في عملية أختيار المضمون لبناء الأجندة للبرنامج (ماجدة مراد، ٢٠٠٧، صفحة ٢٠٢).

المصادر باللغة العربية

- أحمد محمد عبدالله. (٢٠٠٧). دور القنوات الفضائية العربية في ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى المرهقين (أطروحة دكتوراه غير منشورة). القاهرة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة.
- أحمد زكريا أحمد. (٢٠٠٨). نظريات الإعلام: مدخل لإهتمامات وسائل الإعلام وجمهورها. مصر: العصرية للنشر والتوزيع.
- السيد بهنسي. (يناير- مارس، ٢٠٠٠). علاقات التفاعل بين العوامل المؤثرة في بناء أجندة قضايا الرأي العام في الصحف المصرية: دراسة في إطار بناء الأجندة Agenda Building. المجلة المصرية لبحوث الإعلام (٤).
- بسيوني إبراهيم حمادة. (ديسمبر، ١٩٩٨). الأتجاهات الحديثة في بحوث وضع الأجندة. المجلة المصرية لبحوث الإعلام (٤).
- جيهان إلهامي. (يناير، ١٩٩٩). دور الصحافة في وضع أولويات الإهتمام لدى المرأة المصرية نحو القضايا الاجتماعية: دراسة ميدانية على عينة من القارنات في القاهرة. مجلة كلية الآداب (٢٣).
- سماح رضا زكي محمود. (٢٠١٠). دور الخطاب الرئاسي في بناء أجندة وسائل الإعلام والصفوة المصرية (أطروحة دكتوراه غير منشورة). القاهرة، قسم العلاقات العامة والإعلان، جامعة القاهرة: كلية الإعلام.
- سماح رضا زكي محمود. (٢٠٠١). دور وكالات الأنباء الدولية والشبكات العالمية المصورة في بناء أجندة وسائل الإعلام المصرية بالنسبة للأخبار والقضايا الخارجية (رسالة ماجستير غير منشورة). القاهرة، جامعة القاهرة، قسم العلاقات العامة والإعلان: كلية الإعلام.
- سهام محمد عبد الخالق. (٢٠٠٥). معايير تكوين أجندة الأخبار الخارجية في نشرة الأخبار بالتلفزيون المصري وتأثيرها على أتجاهات الجمهور نحو النشرة والدول مصدر الأحداث (أطروحة دكتوراه غير منشورة). القاهرة، قسم الإذاعة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام.
- صفاء محمود عثمان. (٢٠٠٢). دور قناة النيل الإخبارية في ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى عينة من طلبة الجامعات (رسالة ماجستير غير منشورة). القاهرة، جامعة القاهرة، قسم الإذاعة والتلفزيون: كلية اعلام.
- عاطف عدلي العبد، ونهى عاطف العبد. (٢٠٠٧). الرأي العام والفضائيات: دراسة في ترتيب الأولويات. القاهرة: دار الفكر العربي.
- عبدالرحيم درويش. (٢٠١٢). مقدمة إلى علم الأتصال. القاهرة: عالم الكتب.

عواطف حسن حيدر. (٢٠١٠). العوامل المؤثرة في بناء أجندة الصحافة اليمنية (رسالة ماجستير غير منشورة). القاهرة، قسم الصحافة، جامعة القاهرة : كلية الإعلام.

فاطمة فايز عبده قطب. (٢٠١٦). آليات بناء أجندة المنصات المختلفة داخل الوسيلة الإعلامية الواحدة (أطروحة دكتوراه غير منشورة). القاهرة، قسم الصحافة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام.

محسن محمود فارس. (٢٠٠٤). دور الصحافة والتلفزيون في ترتيب أولويات قضايا البيئة لدى الشباب في إقليم الصعيد (أطروحة دكتوراه غير منشورة). القاهرة، جامعة أسيوط، قسم الإعلام: كلية الآداب.

مطر علي مطر المطيري. (٢٠١٢). معايير بناء أجندة الأخبار في التلفزيون الكويتي وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحو القضايا العربية (رسالة ماجستير غير منشورة). القاهرة، قسم الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة: كلية الإعلام.

منى مجدي فرج. (٢٠٠٧). دور القنوات التلفزيونية الإقليمية والقيادات المحلية في ترتيب أولويات القضايا المحلية لدى الجمهور (أطروحة دكتوراه غير منشورة). القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون: جامعة القاهرة.

نهى عاطف العبد. (٢٠٠٦). دور نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية في ترتيب أولويات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية والعربية والدولية (أطروحة دكتوراه غير منشورة). القاهرة، جامعة القاهرة، قسم الإذاعة والتلفزيون: كلية الإعلام.

هبة فتحي حسانين. (٢٠١٦). هبة فتحي حسانين محمد، المتغيرات المؤثرة في بناء أجندة القضايا العامة في برامج الرأي التلفزيونية (talk show) بالقنوات الحكومية والخاصة المصرية (رسالة ماجستير غير منشورة). القاهرة، قسم الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة: كلية الإعلام.

وليد وادي النيل، و مسعد حجازي. (٢٠٠٣). العوامل الوسيطة المؤثرة في وضع أجندة المراهقين تجاه القضايا الداخلية المقدمة بوسائل الإعلام المحلية (أطروحة دكتوراه غير منشورة). القاهرة، جامعة عين شمس، قسم الإعلام وثقافة الطفل: معهد الدراسات العليا للطفولة.

Recourses

- BIBLIOGRAPHY \ 1033 \ f 1033 Donald L. Shaw, R. L. (2002, March). Agenda Setting Theory and Public Opinion Studies in a Post-Mass Media Age. Egyptian Journal of Public Opinion Research, 3(1), 1-20.
- Ehikioya, A. (1989). Media Agenda- Building Effects: analysis of American Public Apartheid Activities Congressional and Presidential Policies On South Africa 1976-1988(PHD Thesis). University of North Texas.
- Sanchez, M. (2002, Spring). Agenda Setting. Journal of Communication(2).
- Severin, W. e. (1992). Communication theories: origins, methods, and uses in the mass media . U.S.A: Longman.

- Shehata, A., & Strömbäck, J. (2013). Not (Yet) a New Era of Minimal Effects: A Study of Agenda Setting at the Aggregate and Individual Levels. *The International Journal of Press/Politics*, 18(2), 234–255. doi:DOI: 10.1177/1940161212473831
- Wolfe , M., D. Jones b, B., & R. Baumgartner, F. (2012). A Failure to Communicate: Agenda Agenda Setting in media and Policy Studies(Unpublished doctoral dissertation). The University of North Carolina - Chapel Hill.

- 1.Ahmed Zakaria Ahmed, theories of media. Introduction to the Concerns of the Media and its Audience, Egypt, Alasriya for Publishing and Distribution, 2008, p. 6.
2. Atef Adly Al-Abed, Noha Atef Al-Abed, Public Opinion and Satellite Channels .. A Study in the Order of Priorities, Cairo, Dar Alfikar Al-Araby, 2007, p. 6.
- 3-Shehata, Adam & Stromback, Jesper. Not (yet) A New Era Of Minimal Effects: A Study of Agenda Setting At The Aggreate and Individual Levels. IN: The International Journal of press/Politics, VOL.18, No.2.2013. p.234.
- 4-Donald L. Show, Robert L. Stevenson & Bradley J. Hamm, Agenda Setting Theory and public Opinion Studies In: A Post-Mass Media Age: Egyptian Journal of Public Opinion Research. Vol.3 No.1. March 2002. p 15.
5. Mohsen Mahmoud Fares, The Role of Journalism and Television in the Prioritization of Environmental Issues Among the Youth in the Egyptian Suburbs , Unpublished Doctoral Thesis, Assiut University, Faculty of Arts, Department of Information, 2004, p. 49.
6. Safa Mahmoud Othman, the Role of the Nile News Channel in the Order of Priority of Political Issues Among a Sample of University Students, an Unpublished Master Thesis, Cairo University, Faculty of Media, Department of Radio and Television, 2002, p54 ..
- 7-Sanchez, Agenda Setting, Journal of Communication, No.2, Spring 2002. P.2.
- 8-Wolf, M. A Failure to Communicate. Agenda Setting in media and Policy Studies. Unpublished doctoral dissertation, The University of North Carolina at Chapel Hill, 2012.
9. Abdul Rahim Darwish, Introduction to Communication Science, Cairo, Books World, 2012, p 203.
10. Mona Majedy Faraj, The role of Regional TV Channels and Local Leaders in Prioritizing Local Issues Among the Public, unpublished doctoral thesis, Cairo University, Faculty of

- Information, Department of Radio and Television, 2007, p. 90.
- 11-Ehikioya, A. (1989) Media Agenda- Building Effects: analysis of American Public Apartheid Activities Congressional and Presidential Policies On South Africa 1976-1988, PHD Thesis, University of North Texas.
 12. Jihan Elhamy, The Role of Journalism in Setting Priorities of Interest for Egyptian Women Towards Social Issues: A Field Study on a Sample of Readers in Cairo, Journal of the Faculty of Arts, Zagazig University, No. 23, January 1999, p. 57.
 13. Walid Wadi El-Nile Mosaad Hegazy, Intermediating Factors Affecting Adolescents' Agenda towards Internal Issues Presented in Local Media, Unpublished Ph.D. Dissertation, Ein Shams University, Institute of Graduate Studies for Childhood, Department of Media and Child Culture, 2003, p. 38.
 14. Noha Atef El-Abd, the Role of News Broadcasts in Arab Satellite Channels in the Order of Priorities of the Egyptian public Towards Egyptian, Arab and international issues, Unpublished Doctoral Dissertation, Cairo University, Faculty of Media, Department of Radio and Television, 2006, p 14.
 15. Ahmed Mohammed Abdullah, the Role of Arab Satellite Channels in the Prioritization of Political Issues Among Adolescents, Unpublished Doctoral Thesis, Ein Shams University, Institute of Graduate Studies for Childhood, Department of Media and Child Culture, 2007, p. 75.
 16. Samah Redha Zaki Mahmoud, The Role of International News Agencies and International Photo Networks in Building the Egyptian Media Agenda for Foreign News and Issues, Unpublished Master Thesis, Cairo University, Faculty of Mass Communication, Public Relations and Advertising Department, 2001, , P. 12.
 17. Wissam Nasr, the Agenda of the Concerns of the Websites of the Issues of the Egyptian women, Egyptian Journal of Public Opinion Research, Cairo University, Faculty of Information, Volume IV, 2008, p. 398.
 18. Siham Mohamed Abdel Khalek, Criteria for Forming the Foreign News Agenda in the Egyptian TV news Bulletin and its Impact on Public Attitudes Towards the Newsletter and Countries Source of Events, Unpublished Doctoral Thesis, Cairo University, Faculty of Mass Communication, Radio

- Department, 2005, p. 75.
19. Samah Redha Zaki Mahmoud, the Role of Presidential Speech in Building the Media Agenda and the Egyptian Elite, Unpublished Doctoral Thesis, Cairo University, Faculty of Media, Department of Public Relations and Advertising, 2010, p.
 20. Alsayed Bahnasi, Interaction Between Factors Affecting the Public Opinion Issues Agenda in Egyptian Newspapers . A Study in the Framework of Agenda Building, Egyptian Journal of Media Research, Cairo University, Faculty of Information, Issue 14, January-March, 2000, P. 2.
 21. Fatima Fayez Abdo Kotub, Mechanisms to Build the Agenda of Different Platforms Within the Medium of One Media, Unpublished Doctoral Thesis, Cairo University, Faculty of Information, Department of Journalism, 2016, pp.
 22. Bassiouni Ibrahim Hamada, Recent Trends in Agenda Development Research, Egyptian Journal of Media Research, No. 4, December 1998, p. 341.
 23. Siham Mohamed Abdel Khalek, op. Cit., P. 79.
 24. Matar Ali Matar Al-Mutairi, Criteria for Building the News Agenda in Kuwait Television and its Relation to Public Attitudes Towards Arab Issues, Unpublished Master Thesis, Cairo University, Faculty of Mass Communication, Radio and Television Department, 2012, pp. 48-50.
 25. Fatima Fayez Abdo Qotub, op. Cit., P. 27.
 26. Siham Mohamed Abdel Khalek, op. Cit., Pp. 99-101.
 27. Awatif Hassan Haidar, Factors Affecting the Yemeni Journalism Agenda, Unpublished Master Thesis, Cairo University, Faculty of Mass Communication, Press Department, 2010, p. 3.
 28. Heba Fatehi Hassanein, Heba Fatehy Hassanein Mohamed, Variables Affecting the Building of the Agenda of Public Issues in Television Opinion Programs (Talk Show in Egyptian Government and Private Channels), Unpublished Master Thesis, Cairo University, Faculty of Media, Department of Radio and Television, 2016, p. 53.