

## استخدامات الشباب الجامعي لإعلام المواطن وعلاقته بترتيب أولويات القضايا العربية لديهم

أريهام ود\*

إشراف : أ.د عادل فهمي\*\*

### ملخص البحث:

يعد المحتوى السياسي لوسائل الإعلام الجديد مصدرا مهما للوعي السياسي، وفي بيئة الإعلام الرقمي التي تجاوزت حدود الرقابة بكل صورها أصبح المواطن منتجا للمحتوى السياسي إخبارا وتعليقا وتحليلا . وبناء عليه برزت أهمية موضوع دور إعلام المواطن البعيد عن رقابة السلطة الرسمية ، في ترتيب أولويات القضايا لفئة الشباب ، حيث يختبر هذا البحث فرض رئيس مفاده أن الاستخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي من قبل الشباب يرتبط بأجندة عقلية ومعرفية لمجمل القضايا المجتمعية وبخاصة القضايا السياسية، من خلال صحيفة تحليل مضمون كيفي لرصد حجم الاهتمام بالقضايا السياسية العربية التي تم تناولها خلال فترة البحث ، صحيفة الاستبيان لجمع البيانات من الشباب المصري.

تؤكد نتائج البحث بشكل عام تشتت الاهتمامات في إعلام المواطن ، وكذلك تشتت أولويات الشباب المستخدم لإعلام المواطن. وتشير النتائج إلى توجهات الشباب الجامعي نحو القضايا العامة إما محايد أو إيجابي . ويوصي البحث بمزيد من اختبار فروض نظرية الأجندة في البيئة الرقمية. حيث اظهرت النتائج تراجع في الاهتمام لدى الشباب الجامعي عينة البحث بالقضايا العامة باستثناء القضايا الاجتماعية والثقافية.

**الكلمات المفتاحية :** إعلام المواطن ، الشباب الجامعي ، نظرية ترتيب أولويات الأجندة ، القضايا العربية، الإعلام الجديد.

\*المدرس المساعد بقسم الإذاعة و التلفزيون ،كلية الإعلام – جامعة القاهرة.

\*\*الأستاذ بقسم الإذاعة و التلفزيون، كلية الإعلام -جامعة القاهرة.

## University Students' Use of Citizen Journalism and Its Relationship with Agenda-setting of public Arab issues

Ms.Reham wed\*

Prof. Adel Fahmy\*\*

### Abstract

Political content in new media represents a critical source of political awareness. In the digital media landscape, which has surpassed traditional censorship mechanisms, citizens have transitioned from being passive consumers to active producers of political content, including news reporting, commentary, and analysis. This shift underscores the growing importance of independent of official government oversight citizen journalism, particularly its role in shaping the agenda-setting processes for youth.

This study explores the primary hypothesis that excessive use of social media by young people is linked to the formation of mental and cognitive agendas, influencing their engagement with societal issues, particularly political ones. The research utilizes qualitative content analysis to assess the level of attention directed toward Arab political issues during the study period, alongside a survey methodology to collect data from Egyptian youth.

The findings reveal a significant fragmentation of focus in the content produced through citizen journalism, as well as a dispersion of issue Agenda-setting among youth who consume this type of media. The results also indicate that university students' attitudes toward public issues tend to be either neutral or positively inclined. However, there is a notable decline in interest among the youth sample in broader public issues, with the exception of social and cultural topics.

The study emphasizes the need for further research into agenda-setting theory within the context of digital media. It highlights how the extensive use of social media platforms contributes to shaping youth perceptions of political and societal issues, and how citizen journalism can influence issue Agenda-setting. The findings also call attention to the challenges and limitations of citizen journalism, including its impact on the framing and salience of political issues in an increasingly decentralized and participatory media environment.

**Key words:** citizen journalism, University Students, Agenda-setting theory, Arab issues, new media.

---

\* lecture assistant , Department of radio& television ,College of Mass Communication, Cairo University

\*\* Professor, Department of Radio& Television ,College of Mass Communication, Cairo University

## مقدمة:

في ضوء نظرية الحتمية التكنولوجية وفروضها الرئيسية ، يمكن النظر للإعلام الجديد على أنه تحول في مراكز النقل داخل المنظومة الاتصالية، بحيث أصبح "الجمهور" بكل فئاته فاعلا منتجا وموزعا ومستهلكا للمحتوي الإعلامي.

و تعد قضايا الشأن العام الداخلية والخارجية ومنها قضايا الشأن السياسي من محتويات الجذب لوسائل الإعلام العصرية . وتشكل هذه القضايا مصدرا مهما للوعي السياسي، كما هي موضوع لعمليات "الاستقطاب" بين القوى المجتمعية المحلية والعالمية. و بعد سيادة الإعلام الجديد وتنامي قدرته على تشكيل أولويات الرأي العام، أصبحت الدول تنتشيء من القنوات والمنصات ما يحمل خطابها للداخل والخارج. وفي بيئة الإعلام الرقمي التي تجاوزت حدود الرقابة بكل صورها، أصبح المواطن منتجا للمحتوى السياسي أخبارا وتعليقا وتحليلا . واكتسب بعض المعارضين مكانتهم من إنشاء قنوات على اليوتيوب والمنصات الأخرى.

وأصبح " الترنند " أيا كان موضوعه موجة تحرك الرأي العام تجاه قضايا بعينها وأيضا تحدد طريقة التفكير في هذه القضايا ، كما أحدثت الوسائل الرقمية حالة من "الاستقطاب " التي يمكن أن تهدد وحدة المجتمع وتماسكه.

وبناء على هذه المقدمات فقد استشعرت الباحثة أهمية موضوع " دور إعلام المواطن البعيد عن رقابة السلطة الرسمية في ترتيب أولويات القضايا لدى الشباب وهم الجمهور الأوسع انتشارا واستخداما لمواقع التواصل الاجتماعي والأكثر استهلاكا للمحتوى بشكل عام.

وقد تم تحديد عينة من طلاب الجامعة من دارسي الإعلام عينة لاختبار فرض رئيس مفاده أن الاستخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي من قبل الشباب يرتبط بأجندة عقلية ومعرفية لمجمل القضايا المجتمعية وبخاصة القضايا السياسية.

## أولا: تحديد مشكلة البحث:

تتحدد مشكلة هذا البحث في نقص المعرفة العلمية حول طبيعة العلاقة بين اهتمامات إعلام المواطن و استخدامات الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي من ناحية، وبين ترتيب أولويات القضايا لديهم من ناحية أخرى. في ضوء تعقد مصادر التوجيه للرأي العام.

## ثانيا: أهمية الدراسة:

الأهمية النظرية للبحث تتمثل في دراسة العلاقة بين استخدام الشباب لإعلام المواطن ضمن بحوث الأجندة ، وهذا يختبر متغيرات جديدة مثل "الانغماس في محتوى قضايا الشأن العام المصري والعربي" وارتباط ذلك بترتيب أجندة الجمهور للقضايا العامة.

وبالنسبة للأهمية التطبيقية فإن هذا البحث يمكن أن يخرج بنتائج تفيد صانع المحتوى الموجه للشباب ، كما تفيد في معرفة درجة انغماس او عزوف الشباب عن الاهتمام بالقضايا السياسية بطبيعتها ذات جاذبية وجدلية مما يجعلها مادة للاستقطاب على الإنترنت وبخاصة في مرحلة مضطربة من الصراع السياسي والحرب على غزة ولبنان والحراك الشرق أوسطي.

### ثالثاً: أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيس لهذا البحث في التعرف على أنماط استخدام الشباب المصري للمحتوى السياسي على مواقع التوتة أصل الاجتماعي، ودرجة انغماسهم فيه وعلاقة ذلك بترتيب أولويات اهتمام الشباب المصري بالقضايا السياسية العربية، ويتفرع عنه الأهداف التالية:

- 1- التعرف على أنماط استخدام الشباب الجامعي لإعلام المواطن.
- 2- تحديد أهم القضايا السياسية العربية موضع اهتمام الشباب المصري في إعلام المواطن.
- 3- تحديد "درجة انغماس" الشباب الجامعي في المحتوى السياسي على مواقع التواصل.
- 4- قياس درجة التشابه والاختلاف بين أجندة "إعلام المواطن" وأجندة الشباب حول القضايا السياسية العربية.
- 5- قياس تأثير العوامل الديموجرافية، على أنماط الاستخدام والانغماس في المحتوى السياسي من ناحية، وتأثيرها على ترتيب الشباب المصري من حيث اهتمامه بالقضايا السياسية العربية.

### رابعاً: تساؤلات الدراسة:

- 1- ما أنماط استخدام الشباب الجامعي لإعلام المواطن ؟
- 2- ما أهم القضايا السياسية العربية موضع اهتمام الشباب المصري في إعلام المواطن ؟
- 3- إلى أي حد ينغمس الشباب الجامعي في المحتوى السياسي على مواقع التواصل ؟
- 4- ما درجة التشابه والاختلاف بين أجندة "إعلام المواطن" وأجندة الشباب حول القضايا السياسية العربية.
- 5- هل يوجد تأثير للعوامل الديموجرافية، على أنماط الاستخدام والانغماس في المحتوى السياسي من ناحية، وتأثيرها على ترتيب الشباب المصري من حيث اهتمامه بالقضايا السياسية العربية ؟

### خامساً: الإطار النظري: نظرية وضع الأجندة في البيئة الرقمية:

يرى كل من ( D.Shaw و Mcombs ) أن النظرية تهتم في المقام الأول بالقضايا السياسية والاجتماعية . و تهتم بحوث "ترتيب الأولويات" بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام الجماهير التي تتعرض لتلك الوسائل لتحديد أولويات القضايا السياسية والاجتماعية التي تهتم المجتمع.

في بيئة الإعلام الرقمي يمكن أن يتغير الفرض الرئيس لهذا المدخل وهو " أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات والقضايا التي تحدث في المجتمع، وإنما يختار القارئون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة والتحكم في طبيعتها ومحتواها، هذه الموضوعات تثير اهتمام الناس تدريجياً وتجعلهم يدركونها ويفكرون فيها".

كان هذا التصور في بيئة الإعلام السائد والذي يخضع إما للحكومات أو للقطاع الخاص، أما في بيئة الإعلام الجديد فقد أصبحت كل الموضوعات مطروحة كل الوقت. ، ولكن حجم الاهتمام ما يزال هو المتغير المتحكم في علاقة الاستخدام بأجندة الموضوعات لدى الجماهير وأياً كانت الموضوعات التي تمثل " أولويات وسائل الإعلام وأساليب إبراز أو طمس تلك الموضوعات، وتحريكها صعوداً أو هبوطاً لا تستهدف إثارة اهتمام الجمهور العام فقط، إنما هي عملية تستهدف- أيضاً- صانعي القرار السياسي. (1)

نظرية وضع الأولويات مرت بمرحلتين تميزان النظرية: **الأولي:** ما قبل الثمانينات من القرن العشرين من القرن الماضي، **الثانية:** ما بعد الثمانينات، وكل مرحلة تعكس السياقات السياسية والاجتماعية والتكنولوجية التي سادت آنذاك، وأبرز مظاهرها أن دراسات نظرية ترتيب الأولويات تمت في أنظمة سياسية ديمقراطية مفتوحة وفي عهد ما قبل الثورة الرقمية في قطاع الإعلام. (2)

وقد حدد ماكومبس وشو nc conbs show العوامل التي تؤثر في ترتيب الأولويات على مستوى الفرد وعلى مستوى رسائل الاتصال. (3)

**فعلى مستوى الفرد:** هناك حاجة الفرد إلى التوجه السياسي والتكيف مع الظروف المحيطة، معدل المناقشات الشخصية، مستوى التعرض لوسائل الاتصال ثم اتجاهات الفرد المسبقة.

**وعلى مستوى وسائل الاتصال:** هناك طبيعة النظام السياسي، طبيعة القضايا المطروحة، مستوى تغطية وسائل الاتصال ثم نوع هذه الوسائل، هذه المتغيرات تؤثر على شروط ترتيب الأولويات والتي من أهمها:

- قيام وسائل الاتصال بعمليات انتقاء واختيار مستمر للمضمون الذي تقدمه وأيضاً حاجات ورغبات الجمهور والتي تلعب دوراً واضحاً في وضع الأجندة.
- وبالنسبة لعامل نوع الوسيلة فإن معظم البحوث التي أجريت في إطار نظرية ترتيب الأولويات أيدت تفوق الصحافة المكتوبة والتلفزيون على بقية الوسائل.

وبناء على ذلك تُسهم كثيراً في تشكيل الرأي العام ورؤيته للقضايا التي توجه للمجتمع، فمن خلال التركيز على قضية معينة وتجاهل أخرى تحدد وسائل الإعلام أولويات أفراد المجتمع في الاهتمام بالقضايا المتعلقة بقطاعات متنوعة في المجتمع" (4) وبالطبع تغيرت هذه الفرضيات في واقع جديد وبيئة معقدة تتعاضد فيها إمكانات التأثير.

#### \* الأبعاد المختلفة نظرية ترتيب الأولويات:

تعد نظرية ترتيب الأولويات من النظريات المتكاملة إلى حد كبير نظراً لاهتمامها بدراسة الاتصال الشخصي إلى جانب الاتصال الجماهيري، ودراسة كل مكون من مكونات المجتمع يمثل مطلباً حيويًا لنضج البحث العلمي في النظرية، ودراسة كل مكون من هذه المكونات على حدة سيحكم عليه بالعجز والقصور، حيث عمد الباحثان "بروسوس وويمان Brosius and Wiemann" في أواخر التسعينات من القرن الماضي إلى دمج المزوجة بين نظريتي ترتيب الأولويات ونموذج انتقال المعلومات على مرحلتين لتأكيد بعدي التفاعل والتكامل لمعرفة "من يؤثر في الآخر". (5)

### \* الاتجاهات الحديثة في نظرية وضع الأجندة:

هناك اتجاهات بحثية ذات طبيعة بينية، أوجدت أرضية مشتركة بين علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية وعلم الاجتماع وعلم النفس، وعلى الرغم من أن هذه الاتجاهات تجمعها سمة أساسية هي البحث في نشوء وانتقال القضايا من دائرة معينة إلى دائرة أخرى (الإعلام- الجمهور- السياسة)، إلا أنها تكاد وتفتقر إلى الإطار العلمي المتكامل الذي يجمع بينها، وقد أشار العديد من الباحثين إلى الحاجة الماسة لتكوين الإطار الشامل الذي يسمح بإبراز التفاعل بين هذه المستويات الثلاث.<sup>(6)</sup>

ويتوقف مستقبل دراسات ترتيب الأولويات على براعة الباحثين في عدم الاقتصار على دراسة كل نظام فرعي لوضع الأجندة على حدة، والبحث في تصور منهجي كلي يفحص التفاعل والديناميكية والتأثير المتبادل بين الرأي العام والإعلام والسياسة في إطار ما يسمى بمنهج تحليل النظم وفقاً لما يلي:

الاتجاه الأول: وضع أجندة الجمهور:

بداية هذا الاتجاه البحثي على يد nc combsand shaw ويتخذ من أولويات اهتمامات الجمهور متغيراً تابعاً لها وتندرج الدراسات في هذا المجال البحثي إلى أربع فئات:

الأولي: اعتماد الباحث على معلومات تجميعية من الجمهور.

الثانية: اعتماد الباحث على معلومات فردية على مستوى كل فرد على حدة.

الثالثة: دراسة قضية واحدة.

الرابعة: دراسة مجموعة من القضايا.

سادساً: مراجعة البحوث السابقة:

تطورت بحوث نظرية الأجندة في شكل موجات صاحبت الصحافة المكتوبة والصحافة المرئية والقنوات الفضائية ثم وصلت إلى موجة الإعلام الجديد. موجة البحوث الأولى: البحوث كثيرة في إطار نظرية وضع الأولويات منها دراسة (Maxwell & others (1972) ترتيب الأجندة في وسائل الإعلام و دراسة بيسيوني حماده (1986)، و دراسة خالد صلاح الدين (1997) <sup>(7)</sup>.

أما البحوث الحديثة لنظرية وضع الأولويات فيمكن عرض مختصر لها على النحو التالي:  
(1)الموضوعات البحثية للدراسات:

تنوعت الموضوعات البحثية لنحو عشرين دراسة أفادت منهن الباحثة، بين دراسات عربية، وأخرى أجنبية، في دراسات علمية وبحوث ومقالات صحفية.

-موضوعات الدراسات العربية:

الاتجاهات الحديثة في دراسات وضع الأجندة ودور كل من: وسائل التواصل الاجتماعي في ترتيب أولويات المجتمع ووسائل الإعلام التقليدية<sup>(18)</sup>، ووسائل الإعلام الحديثة في صناعة

النموذج (19)، ومواقع التواصل الاجتماعي في ترتيب أولويات البرامج الحوارية في مناقشة القضايا المجتمعية<sup>(1)</sup>، ومنها كذلك: دلالة الصورة الصحفية حول الحرب على غزة 2023-2024 في المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية<sup>(20)</sup> وأجندة قضايا التغيرات المناخية لدى مستخدمي منصة X في العالم<sup>(21)</sup>، وفاعلية مقاطع البث المباشر على الصفحات الإخبارية في ترتيب أولويات الموضوعات الاجتماعية لدى الجمهور المصري<sup>(23)</sup> واتجاهات النخبة الإعلامية المصرية نحو الدور التنموي للقناة الوثائقية المصرية في دعم استراتيجية مصر للتنمية المستدامة<sup>(24)</sup>، وتعرض الشباب الجامعي لصحافة الترنند على منصات التواصل الاجتماعي وعلاقته بترتيب أولوياتهم تجاه الأحداث الجارية<sup>(2)</sup>، وتفاعلية الجمهور مع صفحات القنوات الفضائية المصرية عبر الفيس بوك<sup>(25)</sup>

- موضوعات الدراسات الأجنبية:

دارت أهم موضوعات الدراسات الأجنبية حول (دور وسائل التواصل الاجتماعي في تحديد الأجندة السياسية<sup>(26)</sup> وتأثير الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة والهجاء على النظام البيئي الإعلامي الناشئ خلال الانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام 2016<sup>(27)</sup> وترتيب أولويات الأجندة في الوسائط الرقمية<sup>(28)</sup> وقياس التأثيرات الطويلة لوضع الأجندة بين وسائل الإعلام الإخبارية ونخب تويتر وجمهور تويتر في سياق قضية الهجرة الأمريكية<sup>(29)</sup> وديناميكيات المعلومات الخاطئة حول فيروس كورونا (COVID-19) المنتشرة على تويتر ضمن السياق الفريد لفنلندا<sup>(30)</sup> وتحديد الأجندة على المحاولة التي قامت بها المنظمات الطلابية بجامعة هارفارد لتشكيل الخطاب العام في أعقاب هجوم طوفان الأقصى الذي وقع في إسرائيل في 7 أكتوبر 2023<sup>(31)</sup> وتأثير خصائص المُوصي، ومصادر وسائل الإعلام المختلفة في التعرض العرضي للأحداث السياسية<sup>(3)</sup>، واستكشاف دور منصة مشاركة الفيديو العالمية في التواصل السياسي غير الديمقراطي<sup>(32)</sup>

## (2) المناهج والأدوات في البحوث السابقة:

تباينت المناهج والأدوات المستخدمة في الدراسات العربية والدراسات الأجنبية، فمن المناهج المستخدمة: منهج العلاقات الارتباطية والمنهج المقارن، ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة وفي إطاره أسلوب المقارنة المنهجية، والمنهج الاستقصائي، والمنهج النقدي، وثمة دراسات اعتمدت على منهج المسح بشقه الوصفي الميداني، وأخرى اعتمدت على اعتمدت على منهج المسح بشقه التحليلي، وجمعت بعض الدراسات بين الشقين معا: الوصفي الميداني والتحليلي، ومن الأدوات المستخدمة: استمارة الاستبانة، واستمارة تحليل المضمون، ومن الأساليب: أسلوب التحليل الثانوي Secondary Qualitative Analysis، والأسلوب الكمي، ويمكن بيانها والإشارة إليها في النحو الآتي:

أ- المناهج والأدوات في الدراسات العربية:

منها: أسلوب التحليل الثانوي Secondary Qualitative Analysis بالإضافة إلى الأسلوب الكمي في تحليل أبرز الدراسات الحديثة الصادرة في مجال دراسات وضع الأجندة في الفترة من عام 2007 وحتى 2017، بالإضافة إلى الأسلوب الكمي في تحليل أبرز الدراسات الحديثة الصادرة في مجال دراسات وضع الأجندة في الفترة من عام 2007 وحتى

2017. وتحليل 110 دراسة منها 35 دراسة عربية و75 دراسة أجنبية بهدف تحديد أبرز الاتجاهات البحثية التي وردت ضمن دراسات ترتيب الأولويات عربيا وأجيبيا ووصفها وتقييمها (حمزة سعد: 2018)، وكذلك المنهج الاستقصائي للوصول لتفسيرات واضحة لتفاعلات الإعلام الحديث والنخب والجمهور، واستخدام المنهج النقدي (بشار مصطفى دراغمة 2019)، والمنهج المسحي وفي إطاره أسلوب تحليل المضمون، ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة وفي إطاره أسلوب المقارنة المنهجية، وجمع البيانات عن طريق استمارة تحليل المضمون (محمد أحمد العواودة، عبد السلام أندلوسي 2024)، وجمع البيانات الضخمة وتحليل (15.785.438) تغريدة حول العالم باللغة الإنجليزية، وتوظيف المنهج المسحي (عادل رفعت عبد الحكيم مصطفى 2024)، ومنهج المسح بشقيه التحليلي والميداني، ومنهج العلاقات الارتباطية والمنهج المقارن باستخدام أداة تحليل المضمون لعينة من مقاطع البث المباشر على صفحتي (المصري اليوم - القاهرة 24) وأداة الاستبانة الإلكترونية (مريم عادل وليم بسطا 2023)، ومنهج المسح الإعلامي بشقه الوصفي، واستخدام أداة الاستبانة التي تم تطبيقها على عينة قوامها (100) مفردة من القائمين بالاتصال وهم (محرري ومعدّي ومقدمي ومخرجين البرامج الحوارية (آمال رمزي شلبي 2023م).

واعتمدت إحدى الدراسات على أداتين لجمع البيانات، أولاهما: استمارة تحليل المضمون من خلال إجراء مسح شامل لـ (88) فيلماً تسجيلياً عرضوا على القناة الوثائقية المصرية. وثانيهما: استمارة الاستبانة المطبقة على عينة عمدية قوامها (213) مفردة من النخب الإعلامية المصرية ممن يشاهدون الأفلام التسجيلية على تلك القناة ( دنيا طارق عبدالوهاب محمد 2024م)، وثمة دراسة اعتمدت على منهج المسح بشقه الميداني، كما تم الاعتماد على (استمارة الاستبانة) كأداة من أدوات جمع البيانات، حيث طبقت الدراسة الميدانية حيث طبقت الدراسة الميدانية على (عينة عمدية) قوامها (400) مفردة من الشباب الجامعي المستخدم لصحافة الترنند على منصات التواصل الاجتماعي من الجامعات التالية: (جامعة القاهرة، المنصورة، دمياط، مصر للعلوم والتكنولوجيا، 6 أكتوبر، الأزهر) ممن تتراوح أعمارهم بين 18: 22 سنة فأكثر (محمد سامي صبري سالم 2024م)، في حين أن دراسة وصفية أخرى اعتمدت على منهج المسح الشامل بشقيه الوصفي والتحليلي، واختيار عينة عمدية وهي صفحة برنامج بالورقة والقلم على قناة ten و صفحة برنامج همزة وصل على قناة مصر الإخبارية، كما تم اختيار 30 مفردة من القائمين بالاتصال من كل برنامج (خالد مصطفى حسين فهمي 2022).

ب- المناهج والأدوات في الدراسات الأجنبية:

ومنها: فحص الروابط بين ثلاث أجنداث: أجندة وسائل الإعلام التقليدية، وأجندة وسائل التواصل الاجتماعي للأحزاب، وأجندة وسائل التواصل الاجتماعي للسياسيين. والتحقق من صحة وتطبيق مصنفات التعلم الآلي الخاضعة للإشراف لتصنيف 2.78 مليون مقال نُشر في 84 صحيفة، و6500 تغريدة نُشرت على حسابات حزبية رسمية، و210.000 تغريدة نشرها سياسيون على حساباتهم الخاصة من يناير 2018 حتى ديسمبر 2019. واستخدام التحليل أولاً لقياس أهمية القضايا الأربع الأكثر أهمية في تلك الفترة: البيئة، وأوروبا، والمساواة بين الجنسين، والهجرة. ثم، باستخدام a vector autoregression (VAR) approach، لتحليل العلاقة بين الأجنداث الثلاث (Fabrizio Gilardi)، وتحليل متكامل لوضع أجندة الوسائط،

بدراسة السمات العامة والقصص والأحداث القصيرة. وإجراء تحليل المحتوى بمساعدة الكمبيوتر لملايين المقالات الإخبارية جنباً إلى جنب مع التحليل النوعي لعناوين الأخبار والمقالات الشائعة (**Fake News and Emerging Online Media**) (**Ecosystem2020**)، واستخدام الأساليب النوعية، تتضمن الدراسة التحليل الكمي، وتحليل المحتوى، والمقابلات مع محترفي وسائل الإعلام والمستخدمين لجمع بيانات شاملة (**Safran Safar Almakaty**).

**ومنها أيضاً:** تقسيم فترة الدراسة التي تبلغ أربعة أشهر إلى إطارين زمنيين - شهر واحد قبل الانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام 2016 وثلاثة أشهر بعد الانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام 2016 - لمراقبة أية تغييرات في اتجاهات تأثيرات تحديد وضع الأجندة، وعلى الرغم من وجود تأثير مهم واحد فقط لوضع أولويات الأجندة قبل الانتخابات، فإن 6 من 9 تأثيرات محتملة لوضع أولويات الأجندة تحدث بعد الانتخابات (**A Multivariate Time-Series Analysis of the Agenda2024**)، واستخدام منهجيات متطورة بما في ذلك تصنيف النص، ونمذجة المواضيع، وتحليل الشبكات الاجتماعية، وتحليل المراسلات (CA)، بتحليل الدراسة 1.6 مليون تغريدة فنلندية في الفترة من ديسمبر 2019 إلى أكتوبر 2022. وتحديد التغريدات المضللة من خلال تصنيف النص وتجميعها في موضوعات باستخدام BERTopic النمذجة. ومن خلال تطبيق خوارزمية لايدن، يكشف التحليل عن شبكات إعادة التغريد والإشارة، مما يحدد المجتمعات المتميزة داخل كل منها. وتحدد CA التركيز الموضوعي لهذه المجتمعات (**Ali Unlu, Sophie Truong, Nitin Sawhney, and Tuukka Tammi, 2024**)، وسيطرة المنظمات الطلابية بجامعة هارفارد على السرد من خلال إلقاء اللوم على هجوم 7 أكتوبر 2023، وتأطيره ضمن سياق تاريخي وأيديولوجي محدد (**2023 Valerie Rubinsky**)، وإجراء تجربة 3 × 3 متعددة التحفيز بين الموضوع مع اثنين من العوامل شبه الإضافية و 135 منبهًا مختلفًا باستخدام عينة تمثيلية (N = 507). (**Kaiser, J., Keller, T. R., & Kleinen-von Königsłow, K.**) (2021). وتحليل المحتوى النوعي لـ 169 مقطع فيديو سياسي تم جمعها من قسم "الشعبي" من موقع YouTube الروسي خلال الشهرين الأخيرين من الحملة الرئاسية (Litvinenko, A. 2021).

### (3) النظريات المستخدمة في الدراسات: أ-الإطار النظري في الدراسات العربية:

تكاد يشترك معظم الباحثين في الدراسات المذكورة في إطارهم النظري على الاعتماد على نظرية ترتيب الأولويات أو بناء الأجندة (آمال رمزي شلبي 2023، بشار دراغمة 2019، خالد مصطفى حسين فهمي 2022، دنيا طارق 2024، عادل رفعت 2024، عبد السلام أندلوسي، محمد أحمد العواودة، 2024، محمد سامي 2024، مريم عادل وليم بسطا 2023)، واعتمدت دراستان على نظرية حارس البوابة (آمال شلبي 2023، بشار دراغمة 2019)، وانفردت بعض الدراسات بأطر نظرية أخرى مثل: نظرية التأثير (بشار دراغمة 2019)، وكذلك الإعلام التنموي (دنيا طارق 2024)، ومدخل التفاعلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (خالد مصطفى 2022).

## ب-الإطار النظري في الدراسات الأجنبية:

دراسة السمات العامة والقصص والأحداث القصيرة في أجندة الوسائط (Lei Guoand Chris Vargo 2020)، ونظرية ترتيب الأولويات الأجندة التي تركز على الأعمال التأسيسية وتوسعت من خلال الرؤى المعاصرة حول وكالة المستخدم ونشر المعلومات في العصر الرقمي (Safran Safar Almakaty)، ومراقبة أي تغييرات في اتجاهات تأثيرات تحديد وضع الأجندة (A Multivariate Time-Series Analysis of the Agenda2024)، واستخدام BERTopic النمذجة. وتطبيق خوارزمية لايدن، وتأثير تحديد الأجندة من خلال خوارزميات الوسائط الاجتماعية المُحسَّنة للمشاركة (Ali Unlu, Sophie Truong, Nitin Sawhney, and Tuukka Tammi, 2024)، ونظرية تحديد الأجندة (Lisa M. Dereszewski 2023)، وتطوير فهم نظري لكيفية عمل قيادة الرأي في خدمات الشبكات الاجتماعية، وكيفية حدوث تأثيرات تحديد أولويات الأجندة (Kaiser, J., Keller, T. R., Kleinen-von KönigsLöw, K. 2021).

### (4) أهم النتائج التي توصلت لها البحوث السابقة:

تمايزت نتائج كل دراسة عن الأخرى؛ وفقا للإطار النظرية المستخدمة، واختلاف المناهج وتنوع الأدوات، ويتضح ذلك من خلال عرض أهم النتائج في النحو الآتي:  
أ-أهم نتائج الدراسات العربية:

تنامي دراسات الأجندة على مستوى العالم بشكل مطرد، والتنوع في الاتجاهات النظرية والأدوات البحثية المستخدمة. واعتماد الدراسات العربية على استخدام الجوانب المنهجية التقليدية والأدوات البحثية المتعارف عليها مثل استخدام منهج المسح وتحليل المضمون، عكس الدراسات الأجنبية التي استخدمت المنهج التجريبي (حمزة سعد 2018)، وتأثير منصات التواصل الاجتماعي بشكل أكبر من بقية وسائل الإعلام بما فيها الإعلام الفضائي في صناعة النماذج النخبوية، وبروز النموذج النخبوي الجديد في وجه النخب التقليدية بسبب انتشار الإعلام الإلكتروني وسهولة امتلاك الشخصيات الفنية والنقابية وغيرها حسابات وصفحات على منصات التواصل الاجتماعي (بشار دراغمة 2019)، وتصدر مجازر الاحتلال، وكذلك هدف كشف جرائم الاحتلال، ودلالة صورة البيت أو المؤسسة المدمرة موضوعات الصورة الصحفية (محمد أحمد العواودة، وعبد السلام أندلوسي 2024)، وإتاحة منصة X الفرصة للمستخدمين حول العالم ليعبروا عن آرائهم حول قضية التغيرات المناخية بشكل يؤدي إلى توسيع المعرفة بها وتعميقها، وتنامي أعداد التغريدات حول قضايا المناخ بشكل يتوافق مع تنامي الاهتمام بموضوع البيئة، وتركز أغلب التغريدات في الدول المتقدمة مثل: الولايات المتحدة الأمريكية وكندا والمملكة المتحدة وأستراليا ونيوزيلندا. ووجود تشابه كبير يصل إلى حد التطابق بين أجندتي كل من الذكور والإناث فيما يتعلق بقضايا التغيرات المناخية (عادل رفعت عبد الحكيم مصطفى 2024)، وعدم استغلال الصفحات الإخبارية تقنية البث المباشر في تعزيز دورها في تسليط الضوء على موضوعات بعينها، وعدم وجود علاقة ارتباطية بين ترتيب أولويات الموضوعات الاجتماعية عبر مقاطع البث المباشر على الصفحات الإخبارية وترتيبها لدى المبحوثين (مريم عادل وليم بسطا 2023)، وارتفاع معدل اعتماد القائمين

بالإتصال على مواقع التواصل الاجتماعي مصدرا للمعلومات، وتصدر تطبيق واتساب المرتبة الأولى، وتصدر قضية التعليم لأولويات القضايا المجتمعية التي تهتم عينة الدراسة بعرضها في برامجها الحوارية (آمال رمزي شلبي 2023).

ومن بين النتائج أيضاً: اعتماد النخبة الأكاديمية المصرية على القناة الوثائقية بوصفها مصدراً لمتابعة القضايا التنموية، بالإضافة إلى ارتفاع تقييم النخب الإعلامية المصرية للدور التنموي للقناة الوثائقية المصرية (دنيا طارق عبدالوهاب محمد 2024)، وتصدر الفيسبوك (Facebook) مواقع التواصل الاجتماعي من حيث الاستخدام بالنسبة للشباب الجامعي، وارتباط أبرز الترنادات التي يفضلها الشباب الجامعي بالقضايا الدولية، ثم الترنادات السياسية، ثم الترنادات الفنية، والترنادات الاجتماعية، وتصدر المكون المعرفي اتجاهات الشباب الجامعي نحو صحافة الترنند (محمد سامي صبري سالم 2024)، والعلاقة الطردية بين وسائل التفاعلية التي تتيحها الصفحة مثل: (المشاركات والنقر بالإعجاب والتعليقات) وتفاعل الجمهور معها، وتنوع أغراض تفاعل الجمهور حول القضايا المطروحة عبر الصفحة الرسمية للبرنامج عينة الدراسة بين إبداء الرأي في المرتبة الأولى، ثم تصحيح المعلومات وإضافة معلومات ومقترحات وطلبات ومشكلات وشكاوى واستفسارات وتهكم وسخرية (خالد مصطفى حسين فهمي 2022).

ب- أهم نتائج الدراسات الأجنبية:

ارتباط الأجنداث المختلفة ببعضها، وتأثير حملات الدعم في تقييد الأحزاب وتمكينها من دفع أجنداثها المحددة (Fabrizio Gilardi, Theresa Gessler, Maël Kubli, and Stefan Müller)، وعلاقة المواقع التي تنشر معلومات مضللة في وضع أجندة الوسائط مع وسائل الإعلام القائمة على الحقائق في تغطية أخبار ترامب دون كليبتون، وتأثر الناس بالأخبار الزائفة بشكل غير مباشر من خلال استهلاك الوسائط القائمة على الحقائق، وتصدر الأحداث السياسية الدرامية الصفحات لوسائل الإعلام الحزبية والرئيسة مثل نيويورك تايمز وواشنطن بوست (Lei Guo and Chris Vargo 2020)، وحاجة العلماء إلى تكييف نظريات الإعلام التقليدي مع الطبيعة التشاركية للمنصات الحديثة، والتحول في ديناميكيات التغطية الإخبارية، وخاصة فيما يتعلق بالمجتمعات المهمشة، وتأثير وسائل الإعلام الرقمية والتقليدية في أجندة كل منهما، والتوصية بضرورة قيام المؤسسات بتكييف استراتيجيات المراسلة الخاصة بها بناءً على السياق الاجتماعي والجمهور (Safran Safar Almakaty)، ودفع الانتخابات عامة الناس إلى الاهتمام بأخبار الهجرة التي تغطيها وسائل الإعلام وتفسرها نخب تويتر، والترابط بين وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام الجديدة (A Multivariate Time-Series Analysis of the Agenda 2024)، وتضخيم تأثير تحديد الأجندة هذا من خلال خوارزميات الوسائط الاجتماعية المحسنة للمشاركة، وأهمية الدور الذي تقوم به المجتمعات الرقمية في تشكيل الرأي العام، لا سيما في سياق فيروس كورونا (COVID-19)، والتميز في التركيز بين المجتمعات على الطرق المعقدة والمتنوعة التي يمكن للمنصات الرقمية من خلالها التأثير على التصورات العامة والحوارات حول القضايا الصحية الحرجة (Ali Unlu, Sophie Truong, Nitin Sawhney, and Tuukka Tammi, 2024).

ومنها كذلك: إثارة مصطلحات مثل "الفصل العنصري" و"الإبادة" المشاعر وخلق إحساس بالإلحاح في المجال العام، وتمتع تويتز بالقدرة على السماح للأفراد بالتفوق على وسائل الإعلام التقليدية في تشكيل الرأي العام وتحديد أولويات الأجندة (Lisa M. Dereszewski, 2023)، كما أن مستخدمي فيسبوك أقل احتمالاً لمتابعة توصياتهم، بغض النظر عن معرفتهم السياسية أو تشابه آرائهم، أو مدى احترام مصدر الوسائط الموصى به؛ فنيّة القراءة، وكذلك تصورات المصادقية والأهمية المجتمعية، أعلى بالنسبة للمناخ الرقمي غير المعروفة مقارنة بالصحف الشعبية، واختلاف تأثير منشورات مواقع التواصل الاجتماعي اعتماداً على الخصائص الاجتماعية والسياسية ونطاق أهمية القضية (Kaiser, J., Keller, T. R., & Kleinen-von Königslöw, K. 2021)، وسيطرة الخطاب المعارض على مقاطع الفيديو السياسية الأكثر شعبية على موقع يوتيوب الروسي، ومحاولة الجهات الفاعلة المؤيدة للدولة استمالة المنصة، والاختلاف في الأدوار التي تلعبها الجهات الفاعلة النخبوية وغير النخبوية في التواصل السياسي على موقع YouTube في أثناء الانتخابات (Litvinenko, A. 2021).

#### سابعاً: فروض الدراسة:

**الفرض الرئيس:** توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين أجندة مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الشباب وبين قائمة أولويات الشباب المصري حول تلك القضايا.

#### ويتفرع عن هذا الفرض الفروض التالية:

- 1- توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبين ترتيب أولويات القضايا السياسية العربية لدى عينة البحث.
- 2- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مستوى انغماس الشباب في المحتوى السياسي، وكثافة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن تلك القضايا.
- 3- كلما زاد استخدام الشباب لإعلام المواطن كمصدر أساسي للمعلومات عن القضايا السياسية العربية كلما زادت قدرة هذا النوع من الإعلام على وضع أجندة الشباب حول القضايا السياسية العربية.

#### ثامناً: منهج البحث والإجراءات المنهجية:

في إطار الدراسات الوصفية التي تهتم بوصف الظواهر وتحليلها مما يتيح تقديم صورة موضوعية عن الظاهرة قيد البحث، و تحليل الظاهرة، وكشف العلاقات بين أبعادها المختلفة، والوصول إلى استنتاجات عامة تسهم في ترقية الواقع وتطويره. (4) فإن هذا البحث حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترتيب أولويات اهتمام الشباب الجامعي وبخاصة في مجال القضايا السياسية العربية، استخدمت الباحثة منهج المسح الإعلامي بشقيه التحليلي والميداني من خلال تحليل محتوى بعض المواقع والمضامين السياسية بطريقة كيفية، ومسح الشباب الجامعي عينة البحث من الناحية الأخرى. (33)

## أدوات جمع البيانات:

### أ) استمارة تحليل المضمون:

صممت الباحثة صحيفة تحليل مضمون كفي لرصد حجم الاهتمام بالقضايا السياسية العربية التي تم تناولها خلال فترة البحث، وعمل قائمة بأهم القضايا في فترة البحث. وتضمنت صحيفة التحليل الكيفي للمحتوى السياسي:

#### 1\_ نوع القضية:

- 1- القضايا السياسية ومؤشراتها، الشخصيات السياسية الرسمية والمسؤولين الحكوميين والوزراء واعضاء السلك الدبلوماسي المؤتمرات السياسية الخطاب الرسمي السلطه السياسية ونوعها ديمقراطي ديكتاتوريه والانشطه المتعلقة بالاحزاب والانشطه الخاصه بجامعات المصالح رجال الاعمال وغيرهم النقابات المهنيه والعماليه الاجتماعات السياسية والمناقشات البرلمانيه البيات الممارسه الديمقراطيه زي الانتخابات والاقتراع والاستفتاء تداول السلطه العلاقات الدبلوماسيه مع دول اخرى الزيارات الرسميه للوفود بالاضافه الى ذكر المعاهدات والاتفاقيات بين الدوله وغيرها من الدول المشكلت الاقليميه التي ترتبط فيها الدوله والصراعات والحروب والازمات التي تشترك فيها الدوله
- 2- القضايا العسكريه ومؤشراتها عرض محتوى عن التسليح، والشخصيات العسكريه، والاتفاقيات العسكريه، والصراعات والحروب وأطراف الصراع و المفاوضات وإطلاق النار واحتجاز السفن والعدوان ورد العدوان.
- 3- القضايا الاقتصاديه وتشمل كل ما يتصل بالنواحي الاقتصاديه كل ما يتعلق بالوضع الاقتصادي والمال والأسعار والبورصة والديون والأجور والمرتببات والمشروعات والاتفاقيات والصناديق السياديه.
- 4- القضايا الاجتماعيه وهي كل ما يتعلق بالنواحي الاجتماعيه والمشكلات التي يعانيتها المجتمع في التعليم وفي العلاقات الاجتماعيه والاسريه وما يتصل بعلاقات الافراد علاقات العمل والاخلاقيات والسلوكيات وما يتصل بي الذوق العام والاحتفالات والمناسبات والاعياد ذات الطابع القومي وكل ما يتصل بدعم التعاون والتكامل نواحي الاجتماعيه بين الافراد.
- 5\_ القضايا العلميه كل ما يتعلق بالجامعات والمعاهد والبحوث والمؤتمرات الطابع العلميه وكل ما يتعلق بالاكتشافات والمستجدات في العلوم المختلفه والاختراعات والابتكارات وتنميه الابداع ورياده الاعمال والتبادل العلميه والوفود والتعاون في المجالات العلميه.
- 6\_ القضايا الثقافيه وتتعلق بالاوضاع والانشطه الثقافيه والادبيه والفنيه والمعارض والمراسم الثقافيه معرض الكتاب الانشطه العامه بالادباء واتحاد الكتاب والنقاد والاغاني والمسابقات والجوائز الادبيه والفنيه والتبادل الثقافه والوفود الثقافيه والعلميه والسياحيه.
- 8\_ القضايا الدينيه كل ما يتعلق بالعقائد والعبادات عملات والطقوس والشعائر الدينيه لكل الديان والطوائف والقيم الروحيه وانشطه المؤسسات مثل الازهر ودار الافتاء ووزاره الاوقاف والمجلس الاعلى الشؤون الاسلاميه.

9\_ قضايا الاهتمامات الانسانية وتتعلق بذوي الحاجات الخاصه والبيئه والكوارث والفيضانات والسيول والتصحر واللاجئين وضحايا الحروب والحوادث ايا كان موضوع

10- القضايا الرياضية مرتبطه بالنشاط الرياضي والمسابقات المحليه والدوليه ومشكلات التعصب الرياضي والبطولات والجوائز المستوى القومي والمستوى الدولي انشطه الانديه وظهورهم في وسائل الاعلام.

وقد تم تحديد وحدات التحليل الوحده الاساسيه هي الخبر في اعلام المواطن ،وحدات العد والتسجيل وحده القضيه او وحده الموضوع وتحديد حجم التغطيه الاخباريه لها يعني كل قضيه تضم كم خبر وكل خبر يضم كم جزء وكم فقره ،مساحة الزمن أو مساحة الكلام الذي يعبر عنها باهتمام مرتفع اهتمام متوسط اهتمام ضعيف في وحده الزمن وحده المساحه ، تم وضع نتائج البحث الكيفي و هو تحديد القضايا الأكثر أهمية في إعلام المواطن ضمن محاور الإستبيان لقياس حجم اهتمام الشباب الجامعي بالقضايا العربية العامة مقارنة بما توصلت إليه الباحثة في التحليل الكيفي.

#### ب- صحيفة الاستبيان:

صممت الباحثة بناء على نتائج الدراسة التحليلية صحيفة الاستبيان لجمع البيانات من الشباب المصري ، ومعرفة مدى اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في ترتيب أولويات اهتمامهم بالقضايا السياسية العربية، ورصد البيانات الديموجرافية الخاصة بالعينة.

وقد تم تطبيق اختباري الصدق والثبات على الاستمارتين، بعرضهما على محكمين، وإجراء الاختبارات القبلية قبل تطبيقها.

#### تاسعا: نتائج البحث:

#### (1): وصف عينة الدراسة:

#### جدول (1) يبين خصائص عينة البحث

البيانات الأساسية		ك	%
النوع	ذكر	43	28.7
	انثي	107	71.3
	الإجمالي	150	100.0
العمر	من 18 الي 25 عام	94	62.7
	من 26 الي 35 عام	56	37.3
	الإجمالي	150	100.0

استخدامات الشباب الجامعي لإعلام المواطن وعلاقته بترتيب أولويات القضايا العربية لديهم

البيانات الأساسية		ك	%
التعليم	تعليم عام	134	89.3
	تعليم خاص	16	10.7
	الإجمالي	150	100.0
مؤشر مادي	-وسيلة مواصلات عامة.	73	48.7
	-سيارة أجرة.	11	7.3
	-سيارة خاصة.	66	44.0
	الإجمالي	150	100.0
متوسط دخل الأسرة	من 3000 لأقل من 5000 جنية مصري	22	14.7
	من 5000 لأقل من 10000 جنية مصري	66	44.0
	من 10000 جنية مصري فأكثر	62	41.3
	الإجمالي	150	100.0
المستوى الاقتصادي الاجتماعي	منخفض	19	12.7
	متوسط	111	74.0
	مرتفع	20	13.3
	الإجمالي	150	100.0

اعتمد البحث على عينة عمدية من طلبة الجامعة من دارسي الإعلام بكلية الإعلام جامعة القاهرة، وعددهم (150) مبحثاً ذكوراً وإناثاً تتراوح أعمارهم بين 18 و35 سنة، والمستوى المادي بين منخفض ومتوسط.

جدول (2) قيم معاملات ثبات "ألفا" لمحاور صحيفة الاستبيان والدرجة الكلية لها

معامل ألفا (معامل الثبات)	المحور
0.823	الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي ما شكل التفاعل الذي تقوم به في متابعة القضايا العامة
0.904	مقياس الاهتمام بالقضايا العامة
0.793	رأي عينة الدراسة في إعلام المواطن
89.1%	صحيفة الاستبيان كاملة

توضح البيانات ارتفاع درجة اتساق محاور الاستبيان حيث وصلت إلى نسبة ( 89.1 %)

(2) درجة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (3) درجات متابعة المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي

الدرجة	عدد	نسبة
دائماً	141	94.0
أحياناً	9	6.0
الإجمالي	150	100.0

يوضح الجدول أن غالبية الشباب الجامعي عينة البحث تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بواقع ٩٤٪ منهم ، مقابل ٩٪ فقط يتعرضون أحيانا لمواقع التواصل الاجتماعي . وهذه درجة متابعة عالية. لأن الشباب هم الجمهور الرئيس لمواقع التواصل الاجتماعي.

### (3) عدد الساعات التي يقضيها المبحوث مع المواقع المفضلة لك يوميا في المتوسط:

يتراوح عدد الساعات التي يقضيها الشباب الجامعي مع إعلام المواطن بين أربع ساعات فأكثر وبين أقل من ساعة.

### جدول (4) درجات متابعة المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي

عدد الساعات	عدد	نسبة
أقل من ساعة	5	3.3
من ساعة إلى ساعتين	24	16.0
من ثلاث إلى أربعة ساعات	52	34.7
أكثر من أربعة ساعات	69	46.0
الإجمالي	150	100.0

يوضح الجدول أن نسبة ( ٤٦ ٪ ) من شباب العينة يقضون أكثر من أربع ساعات يوميا في متابعة مواقع التواصل الاجتماعي ، وأن نسبة ( ٣٤,٧ ٪ ) يقضون من ثلاث إلى أربع ساعات يوميا في متابعة مواقع التواصل الاجتماعي ، و ١٦٪ يقضون من ساعة إلى ساعتين يوميا في متابعة مواقع التواصل الاجتماعي ، بينما ٣,٣٪ فقط من الشباب عينة البحث يقضون أقل من ساعة .

### (4) عدد سنوات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي :

### جدول (5) توزيع العينة حسب عدد سنوات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

ك	%
أقل من سنة	3
من سنة الي اقل 3 سنوات	9
أكثر من 3 سنوات	138
الإجمالي	150

يوضح الجدول أن نسبة ( ٩٢ ٪ ) من الشباب عينة البحث يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لمدة أكثر من ٣ سنوات ، بينما ٦٪ يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من سنة إلى أقل من ٣ سنوات ، و ٢٪ فقط يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لمدة أقل من سنة .

### هـ) تفضيلات المبحوثين لأهم مواقع التواصل الاجتماعي:

### جدول (6) توزيع تفضيلات المبحوثين لأهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يتابعونها

العبارة	مُوافق		مُعارض		الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%		
فيسبوك	110	73.3	34	22.7	0.543	89.7
انستجرام	96	64.0	42	28.0	0.64	85.3
تيك توك	84	56.0	33	22.0	0.818	78.0

استخدامات الشباب الجامعي لإعلام المواطن وعلاقته بترتيب أولويات القضايا العربية لديهم

74.3	0.67	2.23	13.3	20	50.0	75	36.7	55	يوتيوب
61.3	0.812	1.84	42.0	63	32.0	48	26.0	39	سناش
57.0	0.7	1.71	43.3	65	42.7	64	14.0	21	تليجرام
47.0	0.667	1.41	69.3	104	20.7	31	10.0	15	تويتر (إكس)
40.7	0.542	1.22	84.0	126	10.0	15	6.0	9	Threads

يوضح الجدول أن أهم مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب بالترتيب هي : فيسبوك، انستجرام ، تيك توك، يوتيوب، حيث أن نسبة ( 73.3% ) من شباب العينة يتابع فيسبوك بشكل مستمر ، ونسبة ( 64.0% ) من شباب العينة يتابع "انستجرام" بشكل مستمر، وأن نسبة ( 56.0% ) من شباب العينة يتابع تيك توك بشكل مستمر، وأخيرا نسبة ( 36.7% ) من شباب العينة يتابع يوتيوب بشكل مستمر.

وتتوافق هذه النتيجة مع تقديرات ارتفاع نسب استخدام الشباب المصري لفيس بوك وانستجرام.

(5- مصادر معلومات المبحوثين عن القضايا العربية العامة (سياسية – اقتصادية-ثقافية - اجتماعية)

جدول (7) توزيع العينة حسب مصادر المعلومات السياسية لديها

مصادر المعلومات	عدد	نسبة
موقع فيسبوك	102	68.0
القنوات الفضائية	84	56.0
موقع يوتيوب	49	32.7
الصحف	48	32.0
موقع إكس	45	30.0
موقع انستجرام	41	27.3
الإذاعات	37	24.7
المعارف والأصدقاء	34	22.7
الإجمالي	150	

يوضح الجدول أن المبحوثين يعتمدون على فيس بوك حيث جاء في المرتبة الأولى في المصادر التي يعتمد عليها شباب العينة بنسبة ( 68.0% ) كمصدر أول مئارنة بالاعتماد على الإعلام التقليدي المتمثل في القنوات الفضائية كمصدر للمعلومات حول القضايا حيث كانت نسبته ( 56.0% ) ويقع في المرتبة الثالثة موقع يوتيوب بنسبة 32.7% ، و الصحف بنسبة 32.0% ، ثم موقع إكس بنسبة ( 30.0% ). وبذلك تتصدر مواقع التواصل الاجتماعي مصادر معلومات الشباب عن القضايا السياسية.

(6) أشكال التفاعل المبحوثين مع مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (8) توزيع العينة حسب أشكال التفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي

العبارة	مُوافق		مُحايد		مُعارض		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%			
قراءة التعليقات	77	51.3	60	40.0	13	8.7	2.43	0.649	81.0
عمل لايك	75	50.0	54	36.0	21	14.0	2.36	0.717	78.7
حفظ الفيديو أو المنشور	29	19.3	76	50.7	45	30.0	1.89	0.697	63.0

استخدامات الشباب الجامعي لإعلام المواطن وعلاقته بترتيب أولويات القضايا العربية لديهم

61.3	0.752	1.84	37.3	56	41.3	62	21.3	32	نسخ المادة وإرسالها للأصدقاء
58.7	0.662	1.76	36.7	55	50.7	76	12.7	19	مشاركة المنشور/ الفيديو
56.0	0.679	1.68	44.0	66	44.0	66	12.0	18	عمل منشور للأصدقاء
55.0	0.725	1.65	50.0	75	35.3	53	14.7	22	الإطلاع وكتابة كومنت
52.3	0.679	1.57	53.3	80	36.0	54	10.7	16	رفع الفيديوها/ الصور
48.3	0.651	1.45	63.3	95	28.0	42	8.7	13	انتاج مادة ونشرها حول الموضوعات العامة.
44.3	0.598	1.33	73.3	110	20.0	30	6.7	10	التواصل مع المؤثرين على الحساب الخاص
44.0	0.571	1.32	73.3	110	21.3	32	5.3	8	التعليق على تعليقات الآخرين

يوضح الجدول أن أهم أشكال التفاعل التي يقوم بها عينة البحث جاءت بالترتيب الآتي : قراءة التعليقات بنسبة ( 51.3 %) عمل لايك بنسبة ( 50.0 %) نسخ المادة وإرسالها للأصدقاء بنسبة ( 21.3 %) حفظ الفيديو أو المنشور بنسبة ( 19.3 %) الإطلاع وكتابة كومنت بنسبة ( 14.7 %) بينما انتاج مادة ونشرها حول الموضوعات العامة جاء بنسبة ( 8.7 %) فقط وتعتبر هذه النسبة مؤشرا هاما في سياق إعلام المواطن إذ أنه و رغم توافر البيئة الرقمية بشكل كبير للمواطن ما زال تقتصر مشاركاته على التفاعل ، مع ملاحظة أن العينة من دارسي الإعلام، وهذا يؤشر على أن إعلام المواطن لا يقتصر على دارسي الإعلام.

(7) الأساليب المفضلة لعرض إعلام المواطن للقضايا العامة:

جدول (9) توزيع العينة حسب الأساليب المفضلة لعرض إعلام المواطن للقضايا العامة

نسبة	عدد	أساليب عرض القضايا العامة
74.0	111	مادة نصية مع صور وفيديوهات
52.7	79	انفوجراف (صور ÷ كلام)
52.0	78	رسوم متحركة/ مادة صوتية
50.7	76	تقارير مصورة
36.7	55	قصص
32.7	49	فيديو فقط
28.0	42	بث مباشر
14.7	22	تحميل المادة وإعادة مشاهدتها لاحقا
14.0	21	نص فقط
12.0	18	نسخ المادة وإرسالها للأصدقاء
9.3	14	التواصل مع المؤثرين على الحساب الخاص
	150	الإجمالي

يوضح الجدول أن شباب العينة تفضل التعرض لمحتوى إعلام المواطن الذي يتضمن مادة نصية مع صور وفيديوهات بنسبة 74.0%، يليه انفوجراف (صور ÷ كلام) بنسبة 52.7%، يليه رسوم متحركة/ مادة صوتية بنسبة 52.0%، يليه تقارير مصورة بنسبة 50.7%، يليه قصص بنسبة 36.7%، ثم فيديو فقط بنسبة 32.7%، ثم بث مباشر بنسبة 28.0%

(8) درجة ثقة الباحثين في المحتوى السياسي الذي يقدمه إعلام المواطن :

جدول (10) درجة ثقة الباحثين في المحتوى السياسي الذي يقدمه إعلام المواطن

استخدامات الشباب الجامعي لإعلام المواطن وعلاقته بترتيب أولويات القضايا العربية لديهم

درجة الثقة	عدد	نسبة
ثقة عالية	5	3.3
ثقة متوسطة	105	70.0
ثقة ضعيفة	35	23.3
لا ثقة مطلقا	5	3.3
الإجمالي	150	100.0

يوضح الجدول أن غالبية المبحوثين تثق بدرجة متوسطة في المحتوى السياسي الذي يقدمه إعلام المواطن بواقع 70.0% بينما 3.3% فقط يتفون بنسبة عالية في المحتوى السياسي الذي يقدمه إعلام المواطن وهي نسبة قليلة جدا ترى الباحثة أن ربما يعود ذلك إلى غياب المهنية و الموضوعية و المصداقية في كثير من الأحيان في إعلام المواطن.

**(9) مؤشرات الاهتمام بالقضايا العامة لدى المبحوثين:**

تصدرت مؤشرات اهتمام الشباب الجامعي بالقضايا السياسية قائمة الاهتمامات حيث جاءت عبارات "أتابع الصراعات والحروب والازمات في سوريا واليمن وليبيا" و "متابع جيد للمشكلات الإقليمية مثل حرب إسرائيل على غزة ولبنان" و "أتابع أخبار الشخصيات السياسية الرسمية والمسؤولين الحكوميين والوزراء واعضاء السلك الدبلوماسي". و عبارة "أرى أهمية تداول السلطة في نظم الحكم" وعبارة "أتابع العلاقات الدبلوماسية بين الدول العربية" بنسب عامة تتراوح بين 80% وبين 65% .

**جدول (11) مؤشرات اهتمام المبحوثين بالقضايا العامة**

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	نادرا		أحيانا		دائما		القضايا السياسية
			%	ك	%	ك	%	ك	
80.7	0.771	2.42	17.3	26	23.3	35	59.3	89	الصراعات والحروب والازمات في سوريا واليمن وليبيا....
79.7	0.74	2.39	15.3	23	30.7	46	54.0	81	متابعه جيد للمشكلات الإقليمية مثل حرب إسرائيل على غزة ولبنان.
66.0	0.709	1.98	26.0	39	50.0	75	24.0	36	الشخصيات السياسية الرسمية والمسؤولين الحكوميين والوزراء واعضاء السلك الدبلوماسي.
65.7	0.781	1.97	32.0	48	39.3	59	28.7	43	أرى أهمية تداول السلطة في نظم الحكم.
65.0	0.792	1.95	34.0	51	37.3	56	28.7	43	العلاقات الدبلوماسية بين الدول العربية.
64.7	0.788	1.94	34.0	51	38.0	57	28.0	42	الخطاب الرسمي السلطة السياسية حول القضايا العامة
63.3	0.766	1.9	34.7	52	40.7	61	24.7	37	المعاهدات والاتفاقيات بين الدوله وغيرها من الدول.

استخدامات الشباب الجامعي لإعلام المواطن وعلاقته بترتيب أولويات القضايا العربية لديهم

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	نادرا		احيانا		دائما		القضايا السياسية
			%	ك	%	ك	%	ك	
59.0	0.778	1.77	44.0	66	34.7	52	21.3	32	-أشارك في الانتخابات والاقتراع والاستفتاء.
56.7	0.749	1.7	47.3	71	35.3	53	17.3	26	الزيارات الرسمية للوفود.
53.0	0.706	1.59	53.3	80	34.0	51	12.7	19	-أهتم بالاجتماعات السياسية والمناقشات البرلمانية.
50.0	0.653	1.5	58.7	88	32.7	49	8.7	13	أهتم بأخبار النقابات المهنية والعمالية.
49.7	0.621	1.49	57.3	86	36.0	54	6.7	10	أهتم بحضور ومتابعة المؤتمرات السياسية والمؤتمرات الصحفية.
46.3	0.622	1.39	68.7	103	24.0	36	7.3	11	أنا مهتم بالأنشطة المتعلقة بالأحزاب والأنشطة الخاصة بجامعات المصالح رجال الاعمال.

يوضح الجدول أن قضية " الصراعات والحروب والازمات في سوريا واليمن وليبيا ، و " المشكلات الإقليمية مثل حرب إسرائيل على غزة ولبنان " هما أهم قضيتين أولاهما شباب العينة اهتماما في القضايا السياسية بنسبة ( 80.7% ) فيما يخص الصراعات والحروب والازمات في سوريا واليمن وليبيا ، ( 79.7% ) فيما يخص المشكلات الإقليمية مثل حرب إسرائيل على غزة ولبنان. بينما جاءت مؤشرات أخرى بترتيب أقل من 50 % في العينة مثل: أتابع الخطاب الرسمي السلطه السياسية حول القضايا العامة و" أتابع اخبار عقد المعاهدات والاتفاقيات بين الدوله وغيرها من الدول".

بينما جاءت موضوعات الانتخابات والاجتماعات وعقد المعاهدات والأحزاب بنسب أقل من ( 60% ) وهو اهتمام مرتفع بشكل عام لما للقضايا السياسية من مساس مباشر بحياة الشباب الجامعي.

(10) مؤشرات اهتمام الباحثين بالقضايا العسكرية:

فيما يتعلق بالقضايا العسكرية يمكن القول إنها شكلت الأجندة الإعلامية خلال الفترة من 7 أكتوبر 2023 وحتى تاريخ إعداد البحث ديسمبر 2024 ، ولعبت السوشيال ميديا وإعلام المواطن الدور الحقيقي في إطلاع الجمهور على ما يحدث بالفعل، فقد تصدرت قضيتي " الصراعات والحروب وفهم أطراف الصراع "، و " المفاوضات وإطلاق النار واحتجاز السفن والعدوان ورد العدوان " ببقية مؤشرات القضايا العسكرية.

جدول (12) اتجاهات الباحثين نحو القضايا العسكرية في إعلام المواطن

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	نادرا		احيانا		دائما		القضايا العسكرية
			%	ك	%	ك	%	ك	
78.0	0.758	2.34	17.3	26	31.3	47	51.3	77	-أتابع الصراعات والحروب وفهم أطراف الصراع

استخدامات الشباب الجامعي لإعلام المواطن وعلاقته بترتيب أولويات القضايا العربية لديهم

74.0	0.818	2.22	24.7	37	28.7	43	46.7	70	-أتابع أخبار المفاوضات وإطلاق النار واحتجاز السفن والعدوان ورد العدوان
59.3	0.75	1.78	41.3	62	39.3	59	19.3	29	أتابع أخبار التسليح
54.0	0.739	1.62	53.3	80	31.3	47	15.3	23	أتابع أخبار التعيينات والشخصيات العسكرية، - أهتم بمرعة الاتفاقيات العسكرية.

يوضح الجدول أن الصراعات والحروب وفهم أطراف الصراع، المفاوضات وإطلاق النار واحتجاز السفن والعدوان ورد العدوان هما أعم قضيتين أولاهما شباب العينة اهتماما في القضايا العسكرية بنسبة 51.3% فيما يخص الصراعات والحروب وفهم أطراف الصراع ، 46.7% فيما يخص المفاوضات وإطلاق النار واحتجاز السفن والعدوان ورد العدوان.

(11) مؤشرات اهتمام الباحثين بالقضايا الاقتصادية:

تأتي القضايا الاقتصادية العامة وقضية الأجور والمرتبات في الترتيب الأول ثم الأسعار والبورصة بين المؤشرات الاقتصادية الأكثر أهمية للشباب الجامعي عينة البحث.

جدول (13) اتجاهات الباحثين نحو القضايا الاقتصادية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	نادرا		أحيانا		دائما		القضايا الاقتصادية
			%	ك	%	ك	%	ك	
76.7	0.702	2.3	14.0	21	42.0	63	44.0	66	أنا مهتم بالوضع الاقتصادي في مصر.
75.7	0.783	2.27	20.7	31	32.0	48	47.3	71	أنا مهتم بأخبار الأجور والمرتبات
66.3	0.719	1.99	26.0	39	48.7	73	25.3	38	أتابع أخبار الاقتصاد بشكل دوري.
63.7	0.777	1.91	34.7	52	39.3	59	26.0	39	أنا مهتم بقضية الأسعار والبورصة
63.3	0.792	1.9	36.7	55	36.7	55	26.7	40	دائما أفكر في قضية الديون وكيفية سدادها.
59.7	0.756	1.79	41.3	62	38.7	58	20.0	30	أتابع المشروعات والاتفاقيات والصناديق السيادية.

يوضح الجدول أن أخبار الأجور والمرتبات استحوذت على اهتمام الشباب بنسبة 47.3% يليها الوضع الاقتصادي في مصر بنسبة 44.0%، يليها قضية الديون وكيفية سدادها بنسبة 26.7% ، وقضية الأسعار والبورصة بنسبة 26.0%

(12) اتجاهات الباحثين نحو القضايا الاجتماعية:

تنصدر اهتمامات الشباب الجامعي عينة البحث القضايا الاجتماعية مثل: "تراجع الأخلاقيات والسلوكيات بين الناس" و " تراجع الاهتمام بالذوق العام" و " قضايا إصلاح التعليم " و " ما يحدث في الأسرة المصرية من مشكلات" و .وأخبار " الاحتفالات صاخبة في مصر والدول

العربية ". كما يوضح الجدول أن أهم القضايا الاجتماعية لدى شباب العينة جاءت بالترتيب التالي : الاخلاقيات والسلوكيات بين الناس بنسبة 66.7%، يليها بالذوق العام وإصلاح التعليم بنفس النسبة وهي 56.0 %، ثم مشكلات الأسرة المصرية بنسبة (50.0 % )

#### جدول (14) اتجاهات المبحثن نحو مؤشرات القضايا الاجتماعية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	نادرا		أحيانا		دائما		القضايا الاجتماعية
			%	ك	%	ك	%	ك	
86.3	0.637	2.59	8.0	12	25.3	38	66.7	100	أنا حزين على ما وصلت إليه الاخلاقيات والسلوكيات بين الناس.
82.3	0.652	2.47	8.7	13	35.3	53	56.0	84	أرى أننا لا نهتم بالذوق العام
81.7	0.691	2.45	11.3	17	32.7	49	56.0	84	دائما أفكر في إصلاح التعليم.
80.3	0.656	2.41	9.3	14	40.7	61	50.0	75	أنا مهتم بما يحدث في الأسرة المصرية من مشكلات.
79.0	0.66	2.37	10.0	15	43.3	65	46.7	70	أتابع بهشة ما يحدث من الاحتفالات صاخبة في مصر والدول العربية.
70.0	0.766	2.1	24.7	37	40.7	61	34.7	52	أتابع مشكلات الموظفين في الحكومة والقطاع الخاص.

#### (13) اتجاهات المبحثن نحو القضايا العلمية:

جاءت مؤشرات الاهتمام بالقضايا العلمية لدى عينة البحث لتبرز موضوعات: التبادل العلمي والوفود والتعاون في المجالات العلمية و ريادة الاعمال وعدم فوز علماء عرب في جوائز نوبل للعلوم و "تشجيع الاختراعات والابتكارات وتنمية الابداع.

#### جدول (15) اتجاهات المبحثن نحو مؤشرات القضايا العلمية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	نادرا		أحيانا		دائما		القضايا العلمية
			%	ك	%	ك	%	ك	
80.3	0.734	2.41	14.7	22	29.3	44	56.0	84	أرى ضرورة التبادل العلمي والوفود والتعاون في المجالات العلمية
78.3	0.734	2.35	15.3	23	34.0	51	50.7	76	أشجع ريادة الاعمال
76.7	0.712	2.3	14.7	22	40.7	61	44.7	67	أنا حزين أنه لا يوجد علماء عرب في جوائز نوبل للعلوم.
76.3	0.765	2.29	18.7	28	33.3	50	48.0	72	أشجع كل العمل مجال الاختراعات والابتكارات وتنمية الابداع.
65.3	0.722	1.96	28.0	42	48.0	72	24.0	36	أتابع أخبار الجامعات والمعاهد العلمية.
65.0	0.74	1.95	30.0	45	45.3	68	24.7	37	أتابع اخبار العلماء والجوائز الدولية.
65.0	0.754	1.95	30.7	46	43.3	65	26.0	39	أتابع بشغف كل ما يتعلق بالاكشافات والمستجدات في العلوم المختلفة
57.0	0.689	1.71	42.0	63	44.7	67	13.3	20	أحب حضور المؤتمرات العلمية

يوضح الجدول أن التبادل العلمي والوفود والتعاون في المجالات العلمية ، ريادة الاعمال، الاختراعات والابتكارات وتنمية الابداع، وعلماء العرب في جوائز نوبل للعلوم هي أهم القضايا العلمية التي استحوذت على اهتمام الشباب بنسبة 56.0 %، 50.7 %، 48.0 %، 44.7 %

#### (14) اتجاهات المبحوثين نحو القضايا الثقافية:

جاءت المؤشرات الثقافية لاهتمام الشباب الجامعي عينة البحث ممثلة في : أهمية الانشطة الثقافية والأدبية والفنية والمعارض والبرامج الثقافية، وتبادل الوفود الثقافية والعلمية والسياحية بين الدول. ومتابعة الاغاني والمسابقات والجوائز الادبية والفنية.

#### جدول (16) اتجاهات المبحوثين نحو مؤشرات القضايا الثقافية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	نادرا		أحيانا		دائما		القضايا الثقافية
			%	ك	%	ك	%	ك	
85.0	0.661	2.55	9.3	14	26.0	39	64.7	97	أرى أهمية الأنشطة الثقافية والأدبية والفنية والمعارض والبرامج الثقافية.
74.7	0.757	2.24	19.3	29	37.3	56	43.3	65	أفضل تبادل الوفود الثقافية والعلمية والسياحية بين الدول.
74.3	0.734	2.23	18.0	27	41.3	62	40.7	61	أتابع الاغاني والمسابقات والجوائز الادبية والفنية
67.3	0.728	2.02	25.3	38	47.3	71	27.3	41	أزور معرض الكتاب بشكل دوري.
64.3	0.778	1.93	34.0	51	39.3	59	26.7	40	أحب المناسبات الخاصة بالأدباء واتحاد الكتاب والنقاد.

يوضح الجدول أن أهم القضايا الثقافية التي يهتم بها شباب العينة جاءت بالترتيب التالي : الأنشطة الثقافية والأدبية والفنية والمعارض والبرامج الثقافية بنسبة 64.7% يليها تبادل الوفود الثقافية والعلمية والسياحية بين الدول بنسبة 43.3% ، يليها الاغاني والمسابقات والجوائز الادبية والفنية بنسبة 40%.

#### (15) اتجاهات المبحوثين نحو القضايا الدينية:

تظهر النتائج أهم القضايا الدينية التي استحوذت على اهتمام الشباب الجامعي عينة البحث: " احترام الطقوس والشعائر الدينية لكل الديان والطوائف. وقضية الحل أزماننا في دعم القيم الروحية " . و متابعة وانشطه المؤسسات مثل الازهر ودار الافتاء ووزاره الاوقاف والمجلس الاعلى الشؤون الاسلامية، ومتابعة " أخبار الدعاة والخطاب الديني ".

**جدول (17) اتجاهات المبحثن نحو مؤشرات القضايا الدينية**

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	نادرا		احيانا		دائما		القضايا الدينية
			%	ك	%	ك	%	ك	
89.0	0.62	2.67	8.0	12	17.3	26	74.7	112	احترم الطقوس والشعائر الدينية لكل الديان والطوائف.
80.0	0.695	2.4	12.0	18	36.0	54	52.0	78	ارى حل ازماتنا في دعم القيم الروحية.
74.0	0.722	2.22	17.3	26	43.3	65	39.3	59	اهتم بمتابعة وانشطه المؤسسات مثل الازهر ودار الافتاء ووزاره الاوقاف والمجلس الاعلى الشؤون الاسلاميه
71.0	0.72	2.13	20.0	30	46.7	70	33.3	50	أتابع أخبار الدعاة والخطاب الديني.
65.7	0.68	1.97	24.7	37	54.0	81	21.3	32	أتابع أخبار المؤسسات الدينية.

يوضح الجدول أن أهم القضايا الدينية التي يهتم بها شباب العينة هي الطقوس والشعائر الدينية لكل الديان والطوائف بنسبة 74.7%، يليها دعم القيم الروحية بنسبة 52.0%، وانشطه المؤسسات مثل الازهر ودار الافتاء ووزاره الاوقاف والمجلس الاعلى الشؤون الإسلامية بنسبة 39.3% ثم أخبار الدعاة والخطاب الديني بنسبة 33.3%.

**(16) اتجاهات المبحوثين نحو القضايا الاهتمامات الإنسانية:**

الاهتمام بدور مؤسسات المجتمع المدني. و بأخبار الكوارث و أخبار ذوي الحاجات الخاصه. وقضايا البيئة و نتائج الكوارث والفيضانات والسيول والتصحر. و " ضرورة إيجاد حل لقضايا اللاجئين وضحايا الحروب والحوادث".

**جدول (18) اتجاهات المبحثن نحو مؤشرات قضايا الاهتمامات الإنسانية**

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	نادرا		احيانا		دائما		قضايا الاهتمامات الإنسانية
			%	ك	%	ك	%	ك	
66.3	0.728	1.99	26.7	40	47.3	71	26.0	39	أهتم بمؤسسات المجتمع المدني.
82.3	0.598	2.47	5.3	8	42.7	64	52.0	78	أهتم بأخبار الكوارث
64.3	0.711	1.93	28.7	43	49.3	74	22.0	33	أهتم بأخبار ذوي الحاجات الخاصه.
74.3	0.67	2.23	13.3	20	50.0	75	36.7	55	أهتم بأخبار البيئة و نتائج الكوارث والفيضانات والسيول والتصحر.
88.3	0.579	2.65	5.3	8	24.0	36	70.7	106	أرى ضرورة إيجاد حل لقضايا اللاجئين وضحايا الحروب والحوادث

يوضح الجدول أن أهم قضايا الاهتمامات الإنسانية التي استحوذت على اهتمام شباب العينة هي : قضايا اللاجئين وضحايا الحروب والحوادث بنسبة 70.7%، أخبار الكوارث بنسبة 52.0%، أخبار البيئة و نتائج الكوارث والفيضانات والسيول والتصحر بنسبة 36.7%، مؤسسات المجتمع المدني بنسبة 26.0%.

**(17) اتجاهات المبحوثين نحو القضايا الرياضية:**

تستحوذ قضية التعصب الرياضي أنزعج من مشكلات التعصب الرياضي. و ضرورة إصلاح وسائل الاعلام الرياضي المؤشرات الرياضية.

جدول (19) اتجاهات الباحثين نحو مؤشرات القضايا الرياضية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	نادرا		احيانا		دائما		القضايا الرياضية
			%	ك	%	ك	%	ك	
78.3	0.76	2.35	17.3	26	30.7	46	52.0	78	أنزعج من مشكلات التعصب الرياضي.
78.3	0.777	2.35	18.7	28	28.0	42	53.3	80	أرى ضرورة إصلاح وسائل الاعلام الرياضي
69.3	0.807	2.08	28.7	43	34.7	52	36.7	55	أهتم بمتابعة البطولات والجوائز على المستوى القومي والمستوى الدولي.
65.0	0.834	1.95	37.3	56	30.7	46	32.0	48	يهمني متابعة أخبار النشاط الرياضي والمسابقات المحلية والدولية.

يوضح الجدول أن أهم القضايا الرياضية التي استحوذت على اهتمام شباب العينة جاءت بالترتيب التالي : مشكلات التعصب الرياضي بنسبة 52.0% ضرورة إصلاح وسائل الاعلام الرياضي بنسبة 53.3% ، يليها البطولات والجوائز على المستوى القومي والمستوى الدولي بنسبة 36.7% ثم أخبار النشاط الرياضي والمسابقات المحلية والدولية بنسبة 32.0%

وخلصه النتائج في درجة اهتمام الشباب الجامعي بالقضايا العربية العامة جاءت موضحة لأولويات الاهتمام بالقضايا الاجتماعية والدينية والاهتمامات الإنسانية والثقافية والرياضية ، بينما تراجعت قضايا السياسة والعسكرية والاقتصادية والعلمية إلى مرتبة تالية النسبية على النحو التالي:

- القضايا الاجتماعية بوزن نسبي (79.9) درجة
- القضايا الدينية بوزن نسبي(75.9) درجة.
- قضايا الاهتمامات الإنسانية (75) درجة.
- القضايا الثقافية بوزن نسبي (73) درجة.
- القضايا الرياضية بوزن نسبي (72.7) درجة
- القضايا السياسية بوزن نسبي (61.5) درجة.
- القضايا العسكرية بوزن نسبي ( 56.7 ) درجة
- القضايا الاقتصادية بوزن نسبي ( 56.5 ) درجة
- القضايا العلمية بوزن نسبي ( 52.8 ) درجة

(18) تقويم الباحثين لإعلام المواطن بشكل عام:

يميل تقويم المبحوثين لإعلام المواطن بأنه يعمل بشكل متوسط على إيتناول القضايا العامة بشكل مبسط. وأنه أتاح لكل شخص الإدلاء برأيه في الشأن العام.

جدول (20) تقويم المبحوثين لإعلام المواطن في تناول القضايا العامة

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	نادرا		أحيانا		دائما		ما رأيك في إعلام المواطن
			%	ك	%	ك	%	ك	
80.3	0.569	2.41	4.0	6	51.3	77	44.7	67	إعلام المواطن يتناول القضايا العامة بشكل مبسط.
77.0	0.675	2.31	12.0	18	45.3	68	42.7	64	إعلام المواطن أتاح لكل شخص الإدلاء برأيه في الشأن العام.
76.7	0.565	2.3	5.3	8	59.3	89	35.3	53	إعلام المواطن به أخطاء كثيرة في المعلومات.
75.0	0.637	2.25	10.7	16	53.3	80	36.0	54	إعلام المواطن يزيدني معرفة بالقضايا العامة
70.7	0.612	2.12	13.3	20	61.3	92	25.3	38	إعلام المواطن تم احتواءه من قبل القنوات الفضائية.
62.3	0.552	1.87	22.7	34	68.0	102	9.3	14	إعلام المواطن يشوه عرض القضايا العامة.

يوضح الجدول أن نسبة ( 44.7%) من شباب العينة يرى أن إعلام المواطن يتناول القضايا العامة بشكل مبسط ، و أن نسبة ( 42.7%) من شباب العينة يرى أن إعلام المواطن أتاح لكل شخص الإدلاء برأيه في الشأن العام ، وأن 36.0% من شباب العينة يرى أن إعلام المواطن يزيدني معرفة بالقضايا العامة ، وأن 35.3% يرى أن إعلام المواطن به أخطاء كثيرة في المعلومات . نسبة ونسبة ( 25.3%) من شباب العينة يرى أن إعلام المواطن تم احتواءه من قبل القنوات الفضائية ،بينما يرى نسبة ( 9.3%) فقط أن إعلام المواطن يشوه عرض القضايا العامة و هو مؤشر جيد .

#### (19) اتجاهات المبحوثين نحو مجمل المقياس :

جدول (21) اتجاهات المبحوثين نحو مجمل مقياس القضايا العامة

مجمّل المقياس	ك	%
سلبى	2	1.3
محايد	113	75.4
إيجابى	35	23.3
الإجمالي	150	100

تمثل توجهات عينة البحث نحو مجمل أبعاد مقياس الاهتمام بالقضايا العلامة توجهات محايدة في معظمها وتوجهات ربع العينة إيجابية.

### (20) ترتيب القضايا العام من وجهة نظر المبحوثين:

اعتم الشباب عينة البحث بقضايا " حرب اسرائيل على غزة و تداعيتها" في الترتيب الأول لما للحرب من خطورة وضحايا ودمار وصل حد الإبادة الجماعية مما يؤلم ضمير العربي المسلمين وبخاصة الشباب.

كما كانت قضية " الصراع العسكري في سوريا وإسقاط نظام بشار الأسد" موضوعا مهما وقضية عودة اللاجئين و الأسرى وضحايا الحروب" وقضية ضربات إسرائيل لحزب الله و حرب إسرائيل في لبنان" و قضية " الدور الأمريكي في الصراعات التي تشهدها المنطقة العربية" أولويات للشباب الجامعي عينة البحث.

### جدول (22) ترتيب القضايا العامة حسب أهميتها للمبحوثين عينة البحث

الترتيب	الوزن المرجح		الترتيب									القضايا
	النسبة	الوزن	الأول	الثاني	الثالث	الرابع	الخامس	السادس	السابع	الرابع	الثاني	
1	13.4	1183	5	4	0	1	3	8	14	30	85	حرب اسرائيل على غزة و تداعيتها
2	12.8	1125	3	2	2	3	10	15	22	31	62	الصراع العسكري في سوريا
3	11.8	1042	6	11	5	4	6	14	19	29	56	اللاجئين و الأسرى وضحايا الحروب
4	11.6	1024	3	3	6	6	13	14	45	31	29	حزب الله و حرب إسرائيل في لبنان
5	11.4	1006	3	6	5	12	15	24	14	28	43	الدور الأمريكي في الصراعات التي تشهدها المنطقة العربية
6	10.4	919	9	16	12	7	13	11	15	25	42	الدور المصري و القطري في الصراعات التي تشهدها المنطقة العربية
7	10.2	896	8	8	8	10	19	27	28	23	19	الدور الإيراني في الصراعات التي تشهدها المنطقة العربية
8	9.7	857	8	13	14	17	14	20	16	21	27	الدور الروسي في الصراعات التي تشهدها المنطقة العربية
9	8.6	759	31	9	6	12	15	23	19	17	18	تأمين الحدود العراقية السورية
-	100	8811										جملة الأوزان المرجحة

يوضح الجدول أن شباب العينة قد أولو اهتماما أكبر بقضايا : حرب اسرائيل على غزة و تداعيتها التي جاءت في المرتبة الأولى بنسبة ( 13.4% ) يليها الصراع العسكري في سوريا في المرتبة الثانية بنسبة ( 12.8% ) يليها قضية اللاجئين و الأسرى وضحايا الحروب في المرتبة الثالثة بنسبة ( 11.8% ) يليها " حزب الله و حرب إسرائيل في لبنان" في المرتبة الرابعة بنسبة ( 11.6% ) يليها " الدور الأمريكي في الصراعات التي تشهدها المنطقة العربية"

في المرتبة الخامسة بنسبة ( 11.4 % ) يليها الدور المصري و القطري في الصراعات التي تشهدها المنطقة العربية في المرتبة السادسة بنسبة ( 10.4 % ) يليها " الدور الإيراني في الصراعات التي تشهدها المنطقة العربية " في المرتبة السابعة بنسبة ( 10.2 % ) يليها " الدور الروسي في الصراعات التي تشهدها المنطقة العربية.

( 21 ) تقويم سلبيات إعلام المواطن في تناول القضايا العامة من وجهة نظر المبحوثين:

تمثل أخطار التحيز والتعصب للرأي إحدى أهم سلبيات إعلام المواطن كما يرى 60 % من الشباب عينة البحث. كما تمثل سلبية ضعف الدقة أيضا عيبا في هذا النوع من الإعلام. وكذلك عدم التوازن في عرض القضايا.

جدول (23) سلبيات إعلام المواطن في تناول القضايا العامة من وجهة نظر المبحوثين

نسبة	تكرار	
60.7	91	التحيز لوجهات نظر بدون دليل
55.3	83	ضعف الدقة
38.7	58	عدم التوازن في العرض
40.0	60	التناقض في المعلومات
26.0	39	ضعف التفاعل مع المتابعين
ن=150		الإجمالي

يوضح الجدول أن أكثر السلبيات التي يتسم بها إعلام المواطن في تناول القضايا العامة من وجهة نظر شباب العينة هي التحيز لوجهات نظر بدون دليل حيث جاءت بنسبة ( 60.7 % ) يليها ضعف الدقة بنسبة 55.3 %، يليها التناقض في المعلومات بنسبة 40.0 % يليها عدم التوازن في العرض بنسبة ( 38.7 % ) ثم ضعف التفاعل مع المتابعين بنسبة ( 26.0 % )

## (22) اختبار فروض البحث:

**الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية بين ترتيب القضايا في إعلام المواطن عينة البحث و أولويات القضايا لدى الشباب الجامعي.

ترتيب اجنذة المضمون	ترتيب اجنذة الجمهور	القضايا
3	1	حرب اسرائيل على غزة و تداعيتها
1	2	الصراع العسكري في سوريا
4	3	اللاجئين و الأسرى وضحايا الحروب
2	4	حزب الله و حرب إسرائيل في لبنان
7	5	الدور الأمريكي في الصراعات التي تشهدها المنطقة العربية
9	6	الدور المصري و القطري في الصراعات التي تشهدها المنطقة العربية
5	7	الدور الإيراني في الصراعات التي تشهدها المنطقة العربية
6	8	الدور الروسي في الصراعات التي تشهدها المنطقة العربية
8	9	تأمين الحدود العراقية السورية
معامل بيرسون = 0.733 المعنوية 0.025.		

يوضح الجدول وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة بين ترتيب القضايا محل الدراسة و أولويات القضايا لدي الجمهور حيث جاء مستوى المعنوية (0.025) مما يؤكد صحة الفرض بقوة متوسطة لقيسة معامل الارتباط.

#### الفرض الثاني:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي ودرجة الثقة في اعلام المواطن

الدلالة	مستوي المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي
غير دال	0.721	0.029	الثقة

يوضح الجدول عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي ودرجة الثقة في اعلام المواطن ، حيث جاءت مستوى المعنوية (0.721) مما يوضح عدم صحة الفرض.

#### الفرض الثالث:

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي وتقييمهم لاعلام المواطن

الدلالة	مستوي المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي
غير دال	0.420	0.066	التقييم

يوضح الجدول عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي وتقييمهم لاعلام المواطن ، حيث جاءت مستوى المعنوية (0.420) مما يوضح عدم صحة الفرض.

#### خلاصة البحث:

في ضوء خصائص إعلام المواطن تطورت التفاعلات وسقطت حواجز الزمن والمكان و تجذب هذه الخصائص تلك الفئات التي تبحث عن التغيير للخروج من القيود الاجتماعية والدينية، وهو ما يُفسّر أعداد المستخدمين الكبيرة في المنتديات وغرف الدردشة التي يجتمع بها مستخدمون لا يعرف بعضهم بعضاً.

كما أن خاصية اللامركزية في إعلام المواطن وتعني عدم وجود سلطة مركزية تتحكم في العملية الاتصالية، فالمستخدم داخل المجتمع الافتراضي يمكن أن يكون منتج ومرسل للرسالة الاتصالية ومتلقي في الوقت ذاته، فالتفاعلات الافتراضية داخل المجتمع الافتراضي لا يمكن السيطرة عليها أو احتكارها من قبل شخص أو جهة.

هذه التحديات شكلت السؤال المتجدد: من يحدد أولويات من ؟ فقد تبدلت الأدوار وأصبح الفرد قائما بالتواصل ومتلقيا نشطا في الوقت ذاته. ورغم دعم الإعلام الجديد "الاتصال الشخصي" وتمكين الفرد، أصبح بإمكانه التفاعل والمشاركة وابداء رأيه بكل سهولة.

هذه المفاهيم تطرح تحديات للتوجهات الجديدة لنظرية "وضع الأولويات". وأصبحت مخاطبة الأفراد بدلا من الجماهير، هي سمه متواجده في الاعلام الرقمي وغير متاحه في الاعلام التقليدي، فالجمهور اصبح مفتت وليس كتله واحده. وأدى التفنيت بعد التجميع (تكريس العزله). إلى التحول من التكتل الي التفنيت فاصبح كل مواطن له اهتمامت خاصه به فاصبح لواختفت ظاهرة " الجماهير " في الاتصال، وذلك احدث نوع من العزلة.

وأصبح الفرد من خلال التكنولوجيا يضغط علي الحكومات عبر حريات التعبير عن كل ما يريدونه بل وتغييره.

وتؤكد نتائج البحث بشكل عام تشتت الاهتمامات في إعلام المواطن ، وكذلك تشتت أولويات الشباب المستخدم لإعلام المواطن. وتشير النتائج إلى توجهات الشباب الجامعي نحو القضايا العامة إما محايد أو إيجابي . ويوصي البحث بمزيد من اختبار فروض نظرية الأجندة في البيئة الرقمية. حيث اظهرت النتائج تراجع في الاهتمام لدى الشباب الجامعي عينة البحث بالقضايا العامة باستثناء القضايا الاجتماعية والثقافية.

## قائمة المراجع:

- (1) MC combs & Shaw, 1972, The Agenda- setting function of mass media, public opinion Quarterly vol, 1, No.4 October, 1972.
- (2) بسيوني إبراهيم حماده، العلاقة المتبادلة بين وسائل الإعلام والجمهور في إثارة وتحديد أولويات القضايا العامة في مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1986.
- (3) عبد الحافظ صلوي، تأثير وسائل الإعلام السعودية في ترتيب أولويات اهتمام الجمهور بالقضايا الخارجية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الدعوة والإعلام، قسم الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 1996م.
- (4) خالد صلاح الدين حسن علي: "دور التلفزيون والصحافة في توجيه وترتيب اهتمامات الجمهور نحو القضايا العامة في مصر" رسالة ماجستير القاهرة: قسم الإذاعة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1997.
- (5) أمال كمال طه محمود، دور الصحافة في وضع أولويات اهتمام الشباب نحو القضايا القومية: دراسة تحليلية وميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1997م.
- (6) هدي باقر نعمت محمد خوري: دور وسائل الإعلام في ترتيب أولويات القضايا العامة لدى الجمهور في دولة الإمارات العربية المتحدة، دراسة تحليلية ميدانية، القاهرة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2001، رسالة ماجستير.
- (7) \* من دراسات الموجة الأولى أيضا: دراسة هدي باقر نعمت (10) (2001) و دراسة عبد الله بن محمد التويم (11) (2001م) و دراسة سها مصطفى فاضل (12) (2002م)، و دراسة خالد بن سعيد الصواعي (13) (2005). و دراسة "2005" Matsaganis, M. D. العلاقة بين أجندة الجمهور وعلاقات الاعتماد على وسائل الإعلام والتهديد دراسة تجريبية" دراسة إبراهيم أحمد السعيد (2005) (14) وهي دراسة تحليلية على عينة برامجية في قناتي الجزيرة والعربية وميدانية على عينة عمدية قوامها 420 مبحوثاً، و دراسة "Philip Palmagreen" (2007) ترتيب الأجندة بين وسائل الإعلام والقضايا المحلية والقومية. و دراسة عزه عبد العزيز عبد اللاه عثمان (15) (2009)، و دراسة (16) Mitrook, M, A., & others بعنوان المستوى الأول والثاني لبناء ووضع الأجندة، بالتطبيق على العلاقة بين الإرهاب والرئيس ووسائل الإعلام "و.دراسة Kiousis, Spiro, & others (2009) ترتيب الأولويات والتهئية المعرفية وقضية ملكية الأحزاب ودراسة محمد بن علي الفعاوي (2011)
- (9) عبد الله بن محمد التويم، العوامل المؤثرة في ترتيب أولويات القضايا الاقتصادية في الصحف السعودية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الدعوة والإعلام، قسم الإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 2001م.
- (10) سها مصطفى فاضل، دور الصحافة المصرية في ترتيب أولويات القضايا الدينية لدى الجمهور المصري، دراسة تحليلية وميدانية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2002م.
- (11) خالد بن سعيد الصواعي، دور الصحافة العمانية في ترتيب أولويات الاهتمام بالقضايا المحلية لدى الرأي العام، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2005م.
- (12) Matsaganis, M.D. "power of Issues, Issues of power: An experimental study of links between public Agenda, media dependency Relations, and Threat" paperpresented at the annual meeting of the international communication.
- (13) إبراهيم أحمد السعيد: الصحافة السعودية وأولويات القضايا التربوية، دراسة ميدانية لأراء المعلمين في مدينة الرياض، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة الملك سعود، 2005م.
- (14) عزه عبد العزيز عبد اللاه عثمان، دور الصحافة السعودية في ترتيب أولويات قضايا المرأة لدى الجمهور النسائي السعودي، دراسة تحليلية ميدانية، المؤتمر العلمي الأول، الأسرة والإعلام وتحديات العصر، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2009م.
- (15) Mitrook, M.A., Seltzer, T.C., kiousis, s.k., popescu, c, and shields, A., 16-06-2006 "first-and second- level Agenda building and agenda setting: Terrorism, the president, and the media" paper presentted at the annual meeting of the international communication association, Dresden international congress centre, Dresden, Germany, 2009.

- (16) Kiouisis, Spire, Stromback, Jesper, and mcdennitt, Michael, "Agenda setting issue ownership, and priming Exploring Linkages and impact on vote choice" paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and mass communication, Sheraton Boston, 2009.
- (17) محمد بن علي القعاري، العلاقة بين الصحافة وقادة الرأي والجمهور في ترتيب أولويات القضايا المحلية في اليمن، دراسة ميدانية تحليلية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الدعوة والإعلام جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 2010م.
- (18) د. هبة جمال الدين- أولويات الإعلام وعملية تشكيل الرأي العام- المجلة الاجتماعية القومية- المجلد الثلاثون - العدد الثاني والثلاثون- مصر- سبتمبر 1993- ص10.
- (19) بسبوني إبراهيم حماده- وسائل الإعلام السياسية- دراسة في ترتيب الأولويات- مكتبة نهضة الشرق- القاهرة- 1996- ص24.
- (20) بو معيزه السعيد، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوك لدى الشباب- رسالة دكتوراه غير منشورة- قسم الإعلام- جامعة الجزائر- 2005- ص85.
- (19) براهم حمادة بسبوني- دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام- ط1- عالم الكتب- القاهرة- 2008- ص208.
- (20) عزيز شعبان- وسائل الإعلام والمجتمع إشكالية التأثير- من الأثر المحتمل، ص13.
- (21) محمد بن سعود البشير- قصور النظرية في الدراسات الإعلامية- المجلة العربية للعلوم الإنسانية- عدد 83- جامعة الكويت- 2003- ص45.
- (22) Zhu Jian Hua, Issue competition and attention distraction: sun theory of Agenda setting, *Journalis quarterly*, vol 69, no:04, 1992, p.101.
- (23) maxwetl m combs and Donald show, the evolution o agenda setting research: twenty five years in the market place of ideas, *Journal of communication*, vol4, pp.703-711.
- (26) حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد- الإتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، مصر- 1998- ص288.
- (27) صالح خليل أبو الأصبع- الإتصال الجماهيري- ط1- دار الشروق للنشر- الأردن- 1999- ص219.
- (28) ترد النظرية أيضاً لدى بعض الكتاب في علوم الإعلام والاتصال باسم ترتيب الأولويات أو وظيفة المفكرة، وهناك من يستعمل مصطلح بناء الأجندة.
- (29) nc combs naxwell, explorers and surveors: expanding strategies for setting research, *Journalism quarterly*, vol 69, no:4, 1992, p.13.
- (30) أماني فهمي- الإتجاهات العلمية الحديث لنظريات التأثير في الراديو والتلفزيون- المجلة المصرية لبحوث الإعلام- العدد الرابع- ديسمبر 1998، ص341.
- (33) د. إيمان نعمان جمعه: التعرض للوسائل الإعلام التقليدية والحديثة وعلاقته بمستوى المعرفة السياسية بأحداث الانتخابات الإسرائيلية لدى الشباب الجامعي المصري، ورقة مقدمة للمؤتمر السابع لكلية الإعلام، جامعة القاهرة، الإعلام وحقوق الإنسان، ج51، مايو 2001، ص188.
- (34) Philip Palmagreen agenda-setting with local and national issue communication research, vol, 2007.
- (35) نهي عاطف عدلي العبد عبيد: "دور نشرات الأخبار في القنوات الفضائية العربية في ترتيب أولويات الجمهور المصري نحو القضايا المصرية والعربية والدولية"، رسالة دكتوراه، القاهرة، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2006م.
- (36) نوال الصفتي: أثر التعرض للصحف الإلكترونية على إدراك الشباب الجامعي للقضايا السياسية العربية، دراسة ميدانية، مقدمة للمؤتمر السابع "الإعلام وحقوق الإنسان العربي"، كلية الإعلام جامعة القاهرة، 2001، ص414.

- (37 ) Manreim Garol, A model of Agenda dynamics, in mclaughlin margaret, Ed communication- year book, Newdelhi, 1987. p.503.
- (38) Wearer David, zhuhua Jain, and willant lars, The bridging function of inter personal communication in agenda setting, Journalism quarterly. Vol 69, no:02, 1992, p.830.
- (39) أماني فهمي، الاتجاهات العلمية المدنية لنظريات التأثيرات في الراديو والتلفزيون- المجلة المصرية لبحوث الإعلام العدد الرابع- ديسمبر- 1998م، ص341.
- (41 ) لامية صابر، الحملات الإعلامية على عينة من شباب ولاية سطيف، مذكرة، ماجستير غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لمختصر بائنة، 2010م، ص48.
- (42 ) الأجنحة هي محصلة عدة طيارات تعبر عن اهتمام الوسائل الإعلامية بالمواد والوسائل وترتيبها ترتيباً يعبر عن مستويات هذا الاهتمام ودرجاته.
- (43) Rogers evert, the Anatomy of Agenda setting research Journal of communication, 43, no: 3, p.70.
- (44 ) Winter. J, Agenda- setting for the civil right SIssue, public opinion quarterly, vol. 45, pp- 376-383.
- (45 ) Nc combsan David, weaver, voters need for orientation and use of mass communication, presented at the annual conference of the international communication association, montreal canada, 1973.
- Handbook of political, communication 1992, p.105.
- (46) عبد الحكيم عبد الله عمر مكارم: دور وسائل الإعلام في تكوين الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي- مصر - 2009- ص12