علاقة أجندة الإعلام الجديد والتقليدي بترتيب أولويات المراهقين نحو القضايا

أسماء غريب ابوالعنين دكروني
أ.د.حنان محمد اسماعيل يوسف
أستاذ الإعلام كلية الآداب جامعة عين شمس
د.مؤمن جبر عبدالشافي
مدرس الإعلام وثقافة الأطفال كلية الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس

Asmaa G. Dakrony
Prof.Hanan M. I. Yousef
Professor of Mass Communication Faculty of Art Ain Shams University
Dr.Moamen G. AbdelShafi
Lecturer of Media, Faculty of Postgraduate Childhood Studies Studies,
Ain Shams University

الملخص

الاهداف: استهدفت الدراسة التعرف على علاقة أجندة الإعلام الجديد والتقليدى بترتيب اولويات المراهقين نحو القضايا.

الأهمية: تنبع أهمية الدراسة من أنها تبين أسباب إقبال المراهقين على الإعلام الجديد فى مقابل الإعلام التقليدي، والمساحة التى يحتلها فى اهتماماته بشكل عام.

النوع والمنهج: تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التى استخدمت منهج المسح الإعلامى الميدانى وذلك من خلال مسح عينة عشوائية من الشباب الجامعى سن ١٨ عاما من طلاب الجامعة.

المجتمع والعينة: تحددت عينة الدراسة بالتطبيق على عينة عشوائية قوامها ٤٠٠ مبحوث من الطلبة الجامعيين.

الأدوات: تم الاستعانة بأدوات جمع المعلومات وهى استمارة استبيان.

النتائج: جاءت متابعة المبحوثين للإعلام التقليدى جاء "دائما" فى الترتيب الأول، يليه المتابعة "أحيانا" فى الترتيب الثانى جاءت المتابعة "نادرا" فى الترتيب الثالث، كما جاءت المتابعة لوسائل الإعلام الجديد، حيث جاء "دائما" فى الترتيب الأول يليه المتابعة "أحيانا" وأخيرا جاءت المتابعة "نادرا" فى الترتيب الثالث. اتخذ اتجاه المبحوثين المتابعين للإعلام الجديد اختيار بموافق لأهم العناصر حيث تساوى "التسلية والترفيه" و"الانتشار على نطاق واسع" فى الترتيب يليه عنصر "الاستخدام بسهولة أكبر" فى الترتيب الثانى ثم تساوى "حرية الرأى والتعبير" و"أمكانية التفاعل والتعليق" فى الترتيب الثالث، ثم عنصر "السرعة والفورية" فى الترتيب الرابع من إجمالى المبحوثين المتابعين للإعلام الجديد. جاء ترتيب القضايا التى تقدمها وسائل الإعلام التقليدى وفقا لأهميتها، حيث جاءت "أهم إنجازات الدولة" أولا، ثم جاءت "أزمة كورونا" ثانيا، تلاهما "الحرب الروسية الأوكرانية" ثالثا، كما جاء ترتيب القضايا التى تقدمها وسائل الإعلام الجديد وفقا لأهميتها، حيث جاءت "أنقذوا الطفل ريان" أولا، ثم جاءت "الحرب الروسية الأوكرانية" ثانيا تلاهما "أزمة كورونا" ثالثا. يتضح قلة التفاعلية مع وسائل الإعلام التقليدية بالمقارنة بوسائل الإعلام الجديد فقد جاءت استجابات المبحوثين باختيار (نادرا) للعديد من العبارات بالنسبة لوسائل الإعلام التقليدية، أما عن مدى تفاعل المبحوثين مع الإعلام الجديد فقد جاءت مرتفعة.

The relation of new media and traditional media agenda to how teenagers' priorities issue

Aims: The study aims to identify the relationship between adolescents' exposure traditional media and new media and in what they depend to bult there own agenda.

Importance: Follows from the important role played by traditional media and new media in the society at all and especially how they affect the adolescents.

Sample: A Sample of 400 single of teenagers in the age group 18 of university students from the Arab Republic of Egypt half of them from the Ain shams university and the second half from Alshorok university.

Type& Method: This study is a descriptive study, and the study relies on the method of communicative survey.

Tools: the study relies on the questionnaire.

Results: The follow- up of the adolescent respondents to the traditional media came, as "always" came in the first place, followed by the follow-up "sometimes" in the second order, the follow- up came "rarely" in the third place, and the respondents' follow- up to the new media, where "always" came in the order The first is followed by the follow- up "sometimes" and finally the follow- up "rarely" came in the third place, The respondents' ranking of the issues presented by the traditional media came according to their importance, as "the most important achievements of the state" came in the first place, then the "Corona crisis" came in the second place, followed by the "Russian- Ukrainian war" in the third place, as was the order of the respondents. For the issues presented by the new media according to their importance to them, where "Save the Child Ryan" came in the first place, then the "Russian- Ukrainian war" came in the order, followed by the "Corona Crisis" in the third place.

مقبول للنشر فى: ١٧/ ٨/ ٢٠٢٢

مقدمة:

لا يستطيع أحد أن ينكر الدور الذى يؤديه الإعلام بشكل عام، والإعلام الجديد بشكل خاص، حيث أصبح الإعلام الجديد ذا تأثير متسع على مستخدميه بكل فئاتهم؛ يقوم الإعلام الجديد والتقليدى بدور محورى فى توجيه الرأى العام عموما والمراهقين خصوصا، ففى بيان صادر عن الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء بمناسبة اليوم العالمى للشباب عام ٢٠٢١ تضمن البيان أرقاما وإحصائيات لعدد الشباب الذين يستخدمون شبكة الإنترنت ٧١,٢%، وعدد الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعى (الفيسبوك وتويتر) ٩٨,٣%، و٩٩,٩% من الشباب يستخدمون الهاتف المحمول.

وإدراكا لدور الإعلام الجديد والتقليدى فى توجيه الرأى العام وأهمية القضايا المختلفة، وجدت الباحثة أنه لابد من الإشارة إلى دور الإعلام التقليدى والجديد فى دراسة القضايا المختلفة وترتيب أولوياتها لدى المراهقين ومن هنا كانت أهمية دراسة علاقة كل من أجندة الإعلام الجديد، ووسائل الإعلام التقليدى بترتيب القضايا لدى المراهقين.

مشكلة الدراسة:

أصبح الإعلام الجديد بأدواته التفاعلية مؤثرا بقوة فى كل ما يحيط بنا، فالإعلام الجديد أصبح أحد أهم وسائل تشكيل الأجندة المجتمعية فى وقتنا الحالي، كذلك يظهر جليا ارتباط المراهقين بأدوات الإعلام الجديد فهم الكتلة الأكبر فى المجتمع وهم الفئة الأكثر انفتاحا واقبالا على الأدوات الجديدة ويعتمدون عليها كمصدر للمعلومات كما قد تكون جزء أساسى يبنى منه المراهق أجندته ومما سبق تحددت مشكلة الدراسة الحالية فى محاولة الإجابة عن التساؤل الرئيسى التالي: ما علاقة أجندة الإعلام الجديد والتقليدى بترتيب أولويات المراهقين نحو القضايا؟

أهمية الدراسة:

١. الأهمية العلمية (النظرية):

أ. تهتم الدراسة بتطبيق نظرية بناء الأجندة والتحقق من فروضها من خلال موضوع الدراسة.

ب. إثراء التراث النظرى فى موضوع البحث وإبراز الدور الذى يقوم به الإعلام الجديد والتقليدى في بناء أجندة المشاهد بشكل عام والمراهق بشكل خاص.

٢. الأهمية العملية (المجتمعية):

أ. تكتسب هذه الدراسة أهمية آنية من الاهتمام العام على كافة المستويات داخل المجتمع المصري بالإعلام الجديد بما يشكله من مصدر مهم للأخبار ولانتشار الموضوعات، وأثره على أجندة المجتمع، وهى قضية ملحة وآنية ضمن أجندة هذا المجتمع.

ب. قد تقدم هذه الدراسة معلومات مهمة عن مدى تأثير كل من الإعلام الجديد والتقليدى على المراهق، حيث إن معرفة هذه المعلومات يفيد القائمين على وسائل الإعلام التقليدية فى التركيز على الإيجابيات وتفادى السلبيات عند مخاطبة المراهقين.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة بشكل أساسى إلى التعرف على علاقة أجندة الإعلام الجديد والتقليدى بترتيب أولويات المراهقين نحو القضايا، وذلك من خلال عدة أهداف فرعية كما يلي:

١. التعرف على مدى حرص المبحوثين على متابعة وسائل الإعلام الجديد والتقليدي.
٢. الكشف عن رأى المبحوثين فى مميزات الإعلام الجديد والتقليدي.
٣. الكشف عن تقييم المبحوثين للمعالجة الإعلامية بوسائل الإعلام الجديد والتقليدي.
٤. رصد طرق تفاعل المبحوثين مع وسائل الإعلام الجديد والتقليدي.

الإطار النظرى:

تعتمد الدراسة على نظرية وضع الأجندة Agenda Setting نظرا لملائمتها لطبيعة البحث. الفرض الرئيسى لنظرية ترتيب الاولويات هو الاتفاق بين ترتيب أجندة وسائل الإعلام، وترتيب أجندة الجمهور للاهتمام بالقضايا والموضوعات الإعلامية، أى وجود ارتباط إيجابى بين ترتيب الاهتمام لكل من الوسيلة والجمهور.

أوجه استفادة الباحثة من نظرية الأجندة فى الدراسة فقد مثلت هذه النظرية إطارا نظريا اعتمدت عليه الباحثة كمدخل لإجراء هذه الدراسة، حيث اعتمدت الباحث على فروض هذه النظرية كمحاولة لتطبيقها من خلال معرفة مدى الدور الذى يمكن أن تقوم وسائل الإعلام الجديدة والتقليدية فى تعريف المراهقين بالقضايا المختلفة التى يعايشها المجتمع المصرى خلال فترة زمنية محددة، كما استفادت الباحثة من هذه النظرية فى التعرف على أنواع الدراسات المختلفة التى اعتمدت على هذه النظرية، وأيضا الأهداف التى تسعى إليها هذه النظرية والعوامل المؤثرة فيها.

الدراسات السابقة:

- الدراسات التى تناولت وسائل الإعلام وعلاقتها بالمراهقين:

١. دراسة لمياء سليمان عبدالكريم (٢٠٢٢) بعنوان "تأثير استخدامات وسائل التواصل الاجتماعى على علاقة الجمهور بالإذاعة والتليفزيون فى ضوء نظريتى التفاعلية وثراء الوسيلة". استهدفت الدراسة التعرف على مدى تأثير استخدامات وسائل التواصل الاجتماعى على الإذاعة والتليفزيون، كذلك التعرف على دوافع استخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعى ووسائل الإعلام التقليدي، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية التى استخدمت منهج المسح الإعلامى الميدانى بالتطبيق على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من خلال أداة الاستبيان: جاء معدل متابعة القنوات الفضائية: جاءت قناة MBC مصر اولا وهو ما يدل على اهتمام الجمهور ما تعرضه هذه القناة من مضامين، يليها DMC، وثالثا قناة CBC، جاء معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعى ووسائط الانترنت حيث جاء موقع الفيسبوك جاء فى مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي، وقد جاء الواتساب فى الترتيب الثاني، وفى الترتيب الثالث جاء اليوتيوب.

٢. دراسة هبة قرنى محمد محمود (٢٠٢٠) بعنوان "تعرض المراهقين لبعض برامج المناقشات بالفضائيات المصرية وعلاقته بإكسابهم ثقافة الحوار". استهدفت الدراسة التعرف على تعرض المراهقين لبعض برامج المناقشات بالفضائيات المصرية وعلاقته بإكسابهم ثقافة الحوار، وتنتمى هذه الدراسة إلى الدراسة الوصفية، التى استخدمت منهج المسح الإعلامى عن طريق مسح لعينه عشوائية من المراهقين قوامها ٤٠٠ مفردة سن ١٨ عاما، تحديد بأداة الاستبيان. تشاهد عينة الدراسة (الترتيب الاول: برنامج ٩٠ دقيقه- الترتيب الثانى: برنامج الحياة اليوم- الترتيب الثالث: برنامج هنا العاصمة- الترتيب الرابع: بوضوح).

٣. دراسة عبدالكريم زيان واخرون Abdul Karim Ziani& Others (2017) بعنوان "استخدامات الشباب العربى لفيسبوك وتأثيرات التعرض للإعلام الاجتماعى الرقمي". استهدفت الدراسة التعرف على استخدامات الشباب العربى لفيسبوك وتأثيرات التعرض للإعلام الاجتماعى الرقمي، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن فيسبوك جاء فى مقدمة شبكات التواصل الاجتماعى التى يستخدمها الشباب العربى يليها فى الترتيب الثانى انستجرام، ثم شبكة يوتيوب.

- الدراسات التى تناولت ترتيب الاولويات وتأثير الإعلام الجديد على التقليدي:

١. دراسة طارق عبدالباسط اليمانى (٢٠٢١) بعنوان "دور البرامج الحوارية فى القنوات الإخبارية الفضائية الموجهة فى ترتيب اولويات القضايا العربية لدى الجمهور". استهدفت الدراسة التعرف على دور البرامج الحوارية فى القنوات الإخبارية الفضائية الموجهة فى ترتيب اولويات القضايا العربية لدى الجمهور، ويتمثل مجتمع الدراسة التحليلية فى كافة البرامج الحوارية التى تبثها كافة القنوات الفضائية الأجنبية الموجهة باللغة العربية، ويتشكل مجتمع الدراسة فى الجمهور المصرى العام لمن هم أكثر من ١٨ عاما، وتم سحب

عينة من هذا المجتمع بلغ حجمها ٤٠٠ مفردة. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: جاءت المواقع الإلكترونية على رأس قائمة المصادر التى اعتمدت عليها القنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية كأكثر المصادر استخداما، وفى الترتيب الثانى الخبراء والمتخصصين، ويتابع نسبة ٥٩% بشكل دائم القنوات الفضائية الأجنبية الموجهة باللغة العربية.

٢. دراسة عبدالله بن عبدالمحسن العساف (٢٠٢١) بعنوان "دور التعرض لمواقع التواصل الاجتماعى فى ترتيب اولويات القضايا السياسية لدى الشباب السعودي". هدفت هذه الدراسة التعرف على دور التعرض لمواقع التواصل الاجتماعى فى ترتيب اولويات القضايا السياسية لدى الشباب السعودى وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية التى استخدمت منهج المسح الإعلامى الميدانى بالتطبيق على عينة متاحة قوامها ٤٠٠ مبحوث من خلال أداة الاستبيان. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: كلما زاد اعتماد الجمهور السعودى من عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعى كمصدر رئيسى للمعلومات، يتزايد التطابق بين الاولويات السياسية واولويات الشؤون السياسية العربية والأجنبية فى مواقع التواصل الاجتماعى وهذه الاولويات بالنسبة لذلك الجمهور.

٣. دراسة فابريزيو جيلاردى وآخرين (٢٠٢٠) بعنوان "شبكات التواصل الاجتماعى ووضع الأجندة السياسية". تستهدف الدراسة التعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعى فى وضع الأجندة السياسية فى دولة سويسرا من خلال رصد وتحليل الأجندة الإعلامية التى تقدمها الصحف التقليدية، وكذلك الأجندة الإعلامية التى يقدمها السياسيون والأحزاب السياسية عبر شبكة التواصل الاجتماعى (تويتر)، ورصد الأجندة الإعلامية الأكثر تأثيرا. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أكدت نتائج الدراسة أن العلاقة بين الأجندات السياسية والإعلامية تعد علاقة معقدة، وأن وسائل التواصل الاجتماعى أصبحت قناة راسخة للتواصل السياسي، يسعى السياسيون والأحزاب إلى استخدامها، وأضافت النتائج أن أجندة وسائل الإعلام التقليدية، وأجندة شبكات التواصل الخاصة بالسياسيين والأحزاب السياسية تؤثر على بعضها بعضا.

تساؤلات الدراسة:

١. ما مدى حرص المبحوثين على متابعة وسائل الإعلام الجديد والتقليدي؟
٢. ما رأى المبحوثين فى مميزات الإعلام الجديد والتقليدي؟
٣. ما تقييم المبحوثين للمعالجة الإعلامية بوسائل الإعلام الجديد والتقليدي؟
٤. ما طرق تفاعل المبحوثين مع وسائل الإعلام الجديد والتقليدي؟

فروض الدراسة:

- الفرض الأول: يرتبط معدل متابعة المراهقين لكل من الإعلام التقليدى والجديد ارتباطا إيجابيا ذا دلالة إحصائية بكل من (دوافع التعرض، مستوى ثراء الوسيلة، تقييم المبحوثين للمعالجة، مستوى الثقة بالوسيلة، مستوى التفاعلية مع الوسيلة).
- الفرض الثاني: يرتبط ترتيب أجندة القضايا لدى المراهقين عينة الدراسة ارتباطا إيجابيا ذا دلالة إحصائية بكل من (أجندة القضايا بالوسيلة، مستوى ثراء الوسيلة، تقييم المبحوثين للمعالجة، مستوى الثقة بالوسيلة، مستوى التفاعلية مع الوسيلة) لكل من الإعلام التقليدى والجديد.

نوع ومنهج الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التى استخدمت منهج المسح الإعلامى بشقه الميدانى وذلك من خلال مسح عينة عشوائية من الشباب الجامعى سن ١٨ عاما من طلاب الجامعة.

مجتمع وعينة الدراسة:

تحدد مجتمع الدراسة فى المراهقين بالتطبيق على عينة عشوائية قوامها ٤٠٠ مبحوث من الطلبة الجامعيين من طلبة جامعتى عين شمس ممثلة للجامعات الحكومية، وأكاديمية الشروق ممثلة للجامعات الخاصة، فى المرحلة العمرية سن ١٨ عاما، وتم التطبيق فى الفترة الزمنية من ٣/ ٤/ ٢٠٢٢ إلى ٣/ ٥/ ٢٠٢٢.

أساليب المعالجة الإحصائية:

استخدمت المعاملات والاختبارات الإحصائية المناسبة فى تحليل بيانات الدراسة مثل التكرارات البسيطة والمتوسطات الحسابية، اختبار T. Test، معامل ارتباط بيرسون، والانحرافات المعيارية وتحليل التباين أحادى الاتجاه ANOVA وغيرها.

نتائج الدراسة:

- مدى متابعة المبحوثين من المراهقين لكل من وسائل الاعلام التقليدى والجديد:

جدول (١)

مدى المتابعة	وسائل الإعلام التقليدي		وسائل الإعلام الجديد		قيمة (Z) وولكوكسون	الدلالة
	ك	%	ك	%		
دائما	٢٤٦	٦١,٥٠	٣٨٠	٩٥,٠٠	-٩,٨٦١**	المعنوية ٠,٠٠٠ دالة عند ٠,٠١
أحيانا	٧٨	١٩,٥٠	١٤	٣,٥٠		
نادرا	٧٦	١٩,٠٠	٦	١,٥٠		
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠	٤٠٠	١٠٠		

تشير البيانات التفصيلية للجدول السابق إلى مدى متابعة المبحوثين لكل من وسائل الاعلام التقليدى والجديد، حيث جاء "دائما" فى الترتيب الأول بنسبة ٦١,٥٠% من إجمالى المبحوثين المتابعين لوسائل الإعلام التقليدي، يليه المتابعة "أحيانا" فى الترتيب الثانى بنسبة ١٩,٥٠%، وأخيرا جاءت المتابعة "نادرا" فى الترتيب الثالث بنسبة ١٩,٠٠% من إجمالى المبحوثين المتابعين لوسائل الإعلام التقليدي. كما تشير بيانات الجدول السابق إلى مدى متابعة المبحوثين لوسائل الاعلام الجديد، حيث جاء "دائما" فى الترتيب الأول بنسبة ٩٥,٠٠% من إجمالى المبحوثين المتابعين لوسائل الإعلام الجديد، يليه المتابعة "أحيانا" بنسبة ٣,٥٠%، وأخيرا جاءت المتابعة "نادرا" فى الترتيب الثالث بنسبة ١,٥٠% من إجمالى المبحوثين المتابعين لوسائل الإعلام الجديد.

- رأى المبحوثين فى أهم العناصر التى تميز وسائل الإعلام التقليدى والجديد فى رأى المبحوثين:

جدول (٢)

القضايا	درجة الاهتمام	بدرجة كبيرة		بدرجة متوسطة		بدرجة ضعيفة		المتوسط	الاتجاه
		ك	%	ك	%	ك	%		
التغير المناخي	الإعلام التقليدي	٨٢	٢٠,٥٠	١٤٦	٣٦,٥٠	١٧٢	٤٣,٠٠	١,٧٨	بدرجة متوسطة
حق بسنت خالد لازم يرجع	الإعلام الجديد	١٧٤	٤٣,٥٠	١٣٦	٣٤,٠٠	٩٠	٢٢,٥٠	٢,٢١	بدرجة متوسطة
منتخب مصر فى كأس الأمم الافريقية	الإعلام التقليدي	٢٤٦	٦١,٥٠	٩٢	٢٣,٠٠	٦٢	١٥,٥٠	٢,٤٦	بدرجة كبيرة
	الإعلام الجديد	٢٦٠	٦٥,٠٠	٨٦	٢١,٥٠	٥٤	١٣,٥٠	٢,٥٢	بدرجة كبيرة
وفاة وائل الإبراشي	الإعلام التقليدي	١٩٨	٤٩,٥٠	١١٢	٢٨,٠٠	٩٠	٢٢,٥٠	٢,٢٧	بدرجة متوسطة
	الإعلام الجديد	٢٠٠	٥٠,٠٠	١١٠	٢٧,٥٠	٩٠	٢٢,٥٠	٢,٢٨	بدرجة متوسطة
منتدى شباب العالم	الإعلام التقليدي	٣٠٢	٧٥,٥٠	٥٤	١٣,٥٠	٤٤	١١,٠٠	٢,٦٥	بدرجة كبيرة
	الإعلام الجديد	٢٤٢	٦٠,٥٠	٩٤	٢٣,٥٠	٦٤	١٦,٠٠	٢,٤٥	بدرجة كبيرة
اهم إنجازات الدولة	الإعلام التقليدي	٣٥٢	٨٨,٠٠	٣٠	٧,٥٠	١٨	٤,٥٠	٢,٨٤	بدرجة كبيرة
ازمة فيلم أصحاب ولا اعز	الإعلام الجديد	٢٠٦	٥١,٥٠	١١٦	٢٩,٠٠	٧٨	١٩,٥٠	٢,٣٢	بدرجة كبيرة
حياة كريمة	الإعلام التقليدي	٢٣٠	٥٧,٥٠	١١٢	٢٨,٠٠	٥٨	١٤,٥٠	٢,٤٣	بدرجة كبيرة

القضايا	درجة الاهتمام	بدرجة كبيرة		بدرجة متوسطة		بدرجة ضعيفة		المتوسط	الاتجاه
		ك	%	ك	%	ك	%		
أنقذوا ريان	الإعلام الجديد	٣٨٢	٩٥,٥٠	١٠	٢,٥٠	٨	٢,٠٠	٢,٩٤	بدرجة كبيرة
ملف تطوير التعليم	الإعلام التقليدي	١٢٤	٣١,٠٠	٢١٠	٥٢,٥٠	٦٦	١٦,٥٠	٢,١٥	بدرجة متوسطة
	الإعلام الجديد	١٤٢	٣٥,٥٠	١١٢	٢٨,٠٠	١٤٦	٣٦,٥٠	١,٩٩	بدرجة متوسطة
الحرب الروسية الأوكرانية	الإعلام التقليدي	٣٢٢	٨٠,٥٠	٥٢	١٣,٠٠	٢٦	٦,٥٠	٢,٧٤	بدرجة كبيرة
	الإعلام الجديد	٣٨٠	٩٥,٠٠	١٢	٣,٠٠	٨	٢,٠٠	٢,٩٣	بدرجة كبيرة
غلاء الاسعار	الإعلام التقليدي	٢٦٠	٦٥,٠٠	٨٢	٢٠,٥٠	٥٨	١٤,٥٠	٢,٥١	بدرجة كبيرة
	الإعلام الجديد	٢٩٨	٧٤,٥٠	٥٤	١٣,٥٠	٤٨	١٢,٠٠	٢,٦٣	بدرجة كبيرة
كورونا	الإعلام التقليدي	٣٤٦	٨٦,٥٠	٣٠	٧,٥٠	٢٤	٦,٠٠	٢,٨١	بدرجة كبيرة
	الإعلام الجديد	٣٥٠	٨٧,٥٠	٢٠	٥,٠٠	٣٠	٧,٥٠	٢,٨٠	بدرجة كبيرة
جملة من سئلوا فى كل عبارة		٦٩٦	١٧٤,٠٠	٥٠	١٢,٥٠	٥٤	١٣,٥٠		

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم العناصر التى تميز وسائل الإعلام الجديد فى رأى المبحوثين، حيث اتخذ اتجاه المبحوثين المتابعين للإعلام الجديد اختيار ب(موافق) لأهم العناصر حيث تساوى "التسلية والترفيه" و"الانتشار على نطاق واسع" فى الترتيب الأول بمتوسط حسابى ٢,٩٣، يليه عنصر "الاستخدام بسهولة أكبر" فى الترتيب الثانى بمتوسط حسابى ٢,٩٢ ثم تساوى "حرية الرأى والتعبير" و"أمكانية التفاعل والتعليق" فى الترتيب الثالث بمتوسط حسابى ٢,٨٧، ثم عنصر "السرعة والفورية" فى الترتيب الرابع بمتوسط حسابى ٢,٨٥ من إجمالى المبحوثين المتابعين للإعلام الجديد.

- تقييم المبحوثين من المراهقين للمعالجة الإعلامية للقضايا التى تقدمها كل من وسائل الاعلام التقليدى والجديد:

جدول (٣)

القضايا	التقييم	إيجابية		محايدة		سلبية		المتوسط	الاتجاه
		ك	%	ك	%	ك	%		
التغير المناخي	الإعلام التقليدي	٦٢	١٥,٥٠	٢٤٠	٦٠,٠٠	٩٨	٢٤,٥٠	١,٩١	محايدة
حق بسنت خالد لازم يرجع	الإعلام الجديد	٢٣٨	٥٩,٥٠	١٠٢	٢٥,٥٠	٦٠	١٥,٠٠	٢,٤٥	إيجابية
منتخب مصر فى كأس الأمم الافريقية	الإعلام التقليدي	٣٨٢	٩٥,٥٠	٨	٢,٠٠	١٠	٢,٥٠	٢,٩٣	إيجابية
	الإعلام الجديد	٣٥٤	٨٨,٥٠	٣٢	٨,٠٠	١٤	٣,٥٠	٢,٨٥	إيجابية
وفاة وائل الإبراشي	الإعلام التقليدي	١٨٢	٤٥,٥٠	١٤٠	٣٥,٠٠	٧٨	١٩,٥٠	٢,٢٦	محايدة
	الإعلام الجديد	١٤٠	٣٥,٠٠	٨٢	٢٠,٥٠	١٧٨	٤٤,٥٠	١,٩١	محايدة
منتدى شباب العالم	الإعلام التقليدي	٣٦٠	٩٠,٠٠	٢٦	٦,٥٠	١٤	٣,٥٠	٢,٨٧	إيجابية
	الإعلام الجديد	٢٦٠	٦٥,٠٠	٩٠	٢٢,٥٠	٥٠	١٢,٥٠	٢,٥٣	إيجابية
اهم إنجازات الدولة	الإعلام التقليدي	٣٦٢	٩٠,٥٠	٢٦	٦,٥٠	١٢	٣,٠٠	٢,٨٨	إيجابية
ازمة فيلم أصحاب ولا اعز	الإعلام الجديد	١٦٦	٤١,٥٠	١٢٦	٣١,٥٠	١٠٨	٢٧,٠٠	٢,١٥	محايدة
حياة كريمة	الإعلام التقليدي	٣١٠	٧٧,٥٠	٦٨	١٧,٠٠	٢٢	٥,٥٠	٢,٧٢	إيجابية
أنقذوا ريان	الإعلام الجديد	٣٦٢	٩٠,٥٠	٢٤	٦,٠٠	١٤	٣,٥٠	٢,٨٧	إيجابية
ملف تطوير التعليم	الإعلام التقليدي	١٢٢	٣٠,٥٠	٩٢	٢٣,٠٠	١٨٦	٤٦,٥٠	١,٨٤	محايدة
	الإعلام الجديد	١٨٠	٤٥,٠٠	١٢٦	٣١,٥٠	٩٤	٢٣,٥٠	٢,٢٢	محايدة
الحرب الروسية الأوكرانية	الإعلام التقليدي	٢٢٦	٥٦,٥٠	١١٠	٢٧,٥٠	٦٤	١٦,٠٠	٢,٤١	إيجابية
	الإعلام الجديد	٣٤٠	٨٥,٠٠	٣٠	٧,٥٠	٣٠	٧,٥٠	٢,٧٨	إيجابية
غلاء الاسعار	الإعلام التقليدي	٣٤٠	٨٥,٠٠	٣٨	٩,٥٠	٢٢	٥,٥٠	٢,٨٠	إيجابية
	الإعلام الجديد	٣٤٤	٨٦,٠٠	٣٠	٧,٥٠	٢٦	٦,٥٠	٢,٨٠	إيجابية
كورونا	الإعلام التقليدي	٣٦٢	٩٠,٥٠	٢٠	٥,٠٠	١٨	٤,٥٠	٢,٨٦	إيجابية
	الإعلام الجديد	٣٧٨	٩٤,٥٠	١٢	٣,٠٠	١٠	٢,٥٠	٢,٩٢	إيجابية
جملة من سئلوا فى كل عبارة		٧٤٠	١٨٥,٠٠	٣٢	٨,٠٠	٢٨	٧,٠٠		

تشير بيانات الجدول السابق إلى تقييم المبحوثين للمعالجة الإعلامية للقضايا التى تقدمها كل من وسائل الاعلام التقليدى والجديد، حيث اتخذ اتجاه المبحوثين المتابعين للإعلام التقليدى اختيار (إيجابية) لأهم القضايا حيث جاء "منتخب مصر فى كأس الأمم الافريقية" فى الترتيب الأول بمتوسط حسابى ٢,٩٣، يليه "اهم إنجازات الدولة" والتى جاءت فى الترتيب الثانى بمتوسط حسابى ٢,٨٨، ثم جاء "منتدى شباب العالم" فى الترتيب الثالث بمتوسط حسابى ٢,٨٧، فى حين جاءت قضية "كورونا" فى الترتيب الرابع بمتوسط حسابى ٢,٨٦، ثم جاءت قضية "غلاء الاسعار" فى الترتيب الخامس بمتوسط حسابى ٢,٨٠ من إجمالى المبحوثين المتابعين للإعلام التقليدي، وجاءت "حياة كريمة" فى الترتيب السادس بمتوسط حسابى ٢,٧٢، يليها قضية "الحرب الروسية الأوكرانية" فى الترتيب السابع بمتوسط حسابى ٢,٤١ بينما غلب على اتجاه المبحوثين اختيار "محايدة" لبعض القضايا حيث جاءت "وفاة وائل الإبراشي" فى الترتيب الثامن بمتوسط حسابى ٢,٢٦، ثم جاءت قضية "التغير المناخي" فى الترتيب التاسع بمتوسط حسابى ١,٩١، وأخيرا جاءت قضية "ملف تطوير التعليم" فى الترتيب العاشر بمتوسط حسابى ١,٨٤ من إجمالى المبحوثين المتابعين للإعلام التقليدي.

تقييم المبحوثين للمعالجة الإعلامية للقضايا التى تقدمها وسائل الاعلام الجديد، حيث اتخذ اتجاه المبحوثين المتابعين للإعلام الجديد اختيار (إيجابية) لأهم القضايا حيث جاءت "كورونا" فى الترتيب الأول بمتوسط حسابى ٢,٩٢، يليها "أنقذوا ريان" والتى جاءت فى الترتيب الثانى بمتوسط حسابى ٢,٨٧، ثم جاء "منتخب مصر فى كأس الأمم الافريقية" فى الترتيب الثالث بمتوسط حسابى ٢,٨٥، فى حين جاء قضية "غلاء الأسعار" فى الترتيب الرابع بمتوسط حسابى ٢,٨٠، ثم جاءت قضية " الحرب الروسية الأوكرانية" فى الترتيب الخامس بمتوسط حسابى ٢,٧٨ من إجمالى المبحوثين المتابعين للإعلام الجديد، وجاءت "منتدى شباب العالم" فى الترتيب السادس بمتوسط حسابى ٢,٥٣، يليها قضية "حق بسنت خالد لازم يرجع" فى الترتيب السابع بمتوسط حسابى ٢,٤٥، بينما غلب على اتجاه المبحوثين اختيار "محايدة" لبعض القضايا حيث جاءت "ملف تطوير التعليم" فى الترتيب الثامن بمتوسط حسابى ٢,٢٢، ثم جاءت قضية "ازمة فيلم أصحاب ولا اعز" فى الترتيب التاسع بمتوسط حسابى ٢,١٥، وأخيرا جاءت قضية "وفاة وائل

الإبراشي" فى الترتيب العاشر بمتوسط حسابى ١,٩١ من إجمالى المبحوثين المتابعين للإعلام الجديد.

ويلاحظ من النتائج السابقة أن اتجاه المبحوثين المتابعين للإعلام التقليدى اتخذ اختيار معالجة (إيجابية) لأهم القضايا بالترتيب (منتخب مصر فى كأس الأمم الافريقية- منتدى شباب العالم- قضية كورونا- غلاء الاسعار- حياة كريمة- الحرب الروسية الأوكرانية)، كما يلاحظ أن تقييم المبحوثين للمعالجة الإعلامية للقضايا التى تقدمها وسائل الاعلام الجديد، اتخذ اتجاه المبحوثين اختيار (إيجابية) لأهم القضايا بالترتيب (قضية كورونا- أنقذوا ريان- منتخب مصر فى كأس الأمم الافريقية- غلاء الأسعار- الحرب الروسية الأوكرانية- منتدى شباب).

- مدى تفاعل المبحوثين من المراهقين مع الإعلام التقليدى والجديد:

جدول (٤)

العبارات	مدى التفاعل	دائما		أحيانا		نادرا		المتوسط	الاتجاه
		ك	%	ك	%	ك	%		
احرص على توضيح رأى فيما يخص ما اتابعه	الإعلام التقليدي	٣٤	٨,٥٠	٢٦	٦,٥٠	٣٤٠	٨٥,٠٠	١,٢٤	نادرا
	الإعلام الجديد	٣٤٠	٨٥,٠٠	٣٨	٩,٥٠	٢٢	٥,٥٠	٢,٨٠	دائما
احرص على متابعة مداخلات الجمهور هاتفيا على التلفزيون	الإعلام التقليدي	٨٠	٢٠,٠٠	١٨	٤,٥٠	٣٠٢	٧٥,٥٠	١,٤٥	نادرا
احرص على متابعة تعليقات المتابعين على صفحات ومواقع التواصل اجتماعي	الإعلام الجديد	٢٠٢	٥٠,٥٠	١٢٤	٣١,٠٠	٧٤	١٨,٥٠	٢,٣٢	دائما
احرص على المشاركة وعمل مداخلات هاتفيه للبرامج	الإعلام التقليدي	٦	١,٥٠	١٢	٣,٠٠	٣٨٢	٩٥,٥٠	١,٠٦	نادرا
احرص على المشاركة وكتابة تعليقات على صفحات وسائل التواصل الاجتماعى	الإعلام الجديد	١٤٦	٣٦,٥٠	١٧٤	٤٣,٥٠	٨٠	٢٠,٠٠	٢,١٧	أحيانا
احرص على التواصل مع البرامج من خلال الرسائل النصية	الإعلام التقليدي	٠	٠,٠٠	١٠	٢,٥٠	٣٩٠	٩٧,٥٠	١,٠٣	نادرا
احرص على التفاعل من خلال عمل اعجاب أو مشاركة	الإعلام الجديد	٢٦٠	٦٥,٠٠	٩٢	٢٣,٠٠	٤٨	١٢,٠٠	٢,٥٣	دائما
احرص على التواصل مع البرامج من خلال الايميل	الإعلام التقليدي	٠	٠,٠٠	٠	٠,٠٠	٤٠٠	١٠٠,٠٠	١,٠٠	نادرا
الكتابة على الهشتاج دائما توجهه الرأى العام	الإعلام الجديد	٢١٤	٥٣,٥٠	١٢٢	٣٠,٥٠	٦٤	١٦,٠٠	٢,٣٨	دائما
المداخلات الهاتفية فى البرامج يقوم بها مشاهدون حقيقيون	الإعلام التقليدي	٥٠	١٢,٥٠	١٥٠	٣٧,٥٠	٢٠٠	٥٠,٠٠	١,٦٣	نادرا
يستجيب العاملون فى البرامج بالرد على المداخلات والترحيب بها	الإعلام التقليدي	٩٠	٢٢,٥٠	٦٨	١٧,٠٠	٢٤٢	٦٠,٥٠	١,٦٢	نادرا
يستجيب العاملون فى صفحات التواصل بالرد والترحيب	الإعلام الجديد	٢٦٠	٦٥,٠٠	٩٦	٢٤,٠٠	٤٤	١١,٠٠	٢,٥٤	دائما
احرص على مناقشة ما اتابعه مع الأصدقاء والزملاء والاهل	الإعلام التقليدي	١٨٠	٤٥,٠٠	١٤٠	٣٥,٠٠	٨٠	٢٠,٠٠	٢,٢٥	أحيانا
	الإعلام الجديد	٢٤٦	٦١,٥٠	٩٠	٢٢,٥٠	٦٤	١٦,٠٠	٢,٤٦	دائما
جملة من سئلوا فى كل عبارة		٤٢٦	١٠٦,٥٠	٢٣٠	٥٧,٥٠	١٤٤	٣٦,٠٠		

تشير بيانات الجدول السابق إلى مدى تفاعل المبحوثين مع الاعلام التقليدى والجديد، حيث اتخذ اتجاه المبحوثين المتابعين للإعلام التقليدى اختيار (أحيانا) لعبارة "احرص على مناقشة ما اتابعه مع الأصدقاء والزملاء والاهل" التى جاءت فى الترتيب الأول بمتوسط حسابى ٢,٢٥ فى حين غلب على اتجاه المبحوثين المتابعين للإعلام التقليدى اختيار (نادرا) للعديد من العبارات حيث جاءت "المداخلات الهاتفية فى البرامج يقوم بها مشاهدون حقيقيون" فى الترتيب الثانى بمتوسط حسابى ٢,٦٣، ثم جاءت "يستجيب العاملون فى البرامج بالرد على المداخلات والترحيب بها" فى الترتيب الثالث بمتوسط حسابى ١,٦٣، فى حين جاءت عبارة "يستجيب العاملون فى البرامج بالرد على المداخلات والترحيب بها" فى الترتيب الرابع بمتوسط حسابى ١,٤٥، ثم جاء "احرص على توضيح رأى فيما يخص ما اتابعه" فى الترتيب الخامس بمتوسط حسابى ١,٢٤ من إجمالى المبحوثين المتابعين للإعلام التقليدي، فى حين جاءت عبارة "احرص على المشاركة وعمل مداخلات هاتفيه للبرامج" فى الترتيب السادس بمتوسط حسابي ١,٠٦، وجاءت عبارة "احرص على التواصل مع البرامج من خلال الرسائل النصية" فى الترتيب السابع بمتوسط حسابي١,٠٣، وأخيرا جاءت عبارة "احرص على التواصل مع البرامج من خلال الايميل" فى الترتيب الثامن بمتوسط حسابي ١,٠٠ من إجمالى المبحوثين المتابعين للإعلام التقليدي.

ومن خلال هذه النتائج يتضح قلة التفاعلية مع وسائل الإعلام التقليدية بالمقارنة بوسائل الإعلام الجديد جاءت استجابات المبحوثين باختيار (نادرا) للعديد من العبارات.

التحقق من نتائج الفروض:

- الفرض الأول:

جدول (٥)

المتغير المستقل	المتغير التابع	دوافع التعرض	مستوى ثراء الوسيلة	تقييم المبحوثين للمعالجة	مستوى الثقة بالوسيلة	مستوى التفاعلية
معدل المتابعة لوسائل الإعلام التقليدي	العدد	٤٠٠	٤٠٠	٤٠٠	٤٠٠	٤٠٠
	معامل الارتباط (R)	**٠,١٦٣	٠,٠٩٢	**٠,١٧٨	*٠,١٢٩	**٠,١٣٥
	اتجاه العلاقة	موجبة	موجبة	موجبة	موجبة	موجبة
	درجة المعنوية	٠,٠٠١	٠,٠٦٧	٠,٠٠٠	٠,٠٤٣	٠,٠٠٥
	مستوى الدلالة	٠,٠١	غير دالة	٠,٠١	٠,٠٥	٠,٠١
معدل المتابعة لوسائل الإعلام الجديد	العدد	٤٠٠	٤٠٠	٤٠٠	٤٠٠	٤٠٠
	معامل الارتباط (R)	**٠,١٧١	**٠,٢٠٧	**٠,١٨٢	*٠,١٢٣	**٠,١٩٤
	اتجاه العلاقة	موجبة	موجبة	موجبة	موجبة	موجبة
	درجة المعنوية	٠,٠٠١	٠,٠٠٠	٠,٠٠١	٠,٠٤٩	٠,٠٠٠
	مستوى الدلالة	٠,٠١	٠,٠١	٠,٠١	٠,٠٥	٠,٠١

كما تظهر نتائج اختبار بيرسون (R) فى الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين معدل متابعة المراهقين عينة الدراسة لوسائل الإعلام الجديد، وبين كل من (دوافع التعرض، مستوى الثراء، تقييم المبحوثين للمعالجة، مستوى الثقة بالوسيلة، مستوى التفاعلية مع الوسيلة)، وعلى ذلك يمكن القبول بصحة الفرض السابق بصيغته كالآتي: "يرتبط معدل متابعة المراهقين لكل من الإعلام التقليدى والجديد ارتباطا إيجابيا ذا دلالة إحصائية بكل من (دوافع التعرض، مستوى ثراء الوسيلة، تقييم المبحوثين للمعالجة، مستوى الثقة بالوسيلة، مستوى التفاعلية مع الوسيلة)".

- الفرض الثاني:

جدول (٦)

المتغير المستقل	المتغير التابع	أجندة الوسيلة	مستوى ثراء الوسيلة	تقييم المبحوثين للمعالجة	مستوى الثقة بالوسيلة	مستوى التفاعلية
ترتيب أجندة قضايا الإعلام التقليدى لدى المراهقين	العدد	٤٠٠	٤٠٠	٤٠٠	٤٠٠	٤٠٠
	معامل الارتباط (R)	*٠,١٢٦	٠,٠٣٣	**٠,١٤٩	**٠,١٤٦	٠,٠٥٩
	اتجاه العلاقة	موجبة	موجبة	موجبة	موجبة	موجبة
	درجة المعنوية	٠,٠٤٨	٠,٥١٢	٠,٠٠٢	٠,٠٠٢	٠,٢٧٨
	مستوى الدلالة	٠,٠٥	غير دالة	٠,٠١	٠,٠٥	غير دالة
ترتيب أجندة قضايا الإعلام الجديد لدى المراهقين	العدد	٤٠٠	٤٠٠	٤٠٠	٤٠٠	٤٠٠
	معامل الارتباط (R)	**٠,٢١٢	**٠,٢١٩	**٠,١٦٤	**٠,١٣١	**٠,٢٧٠
	اتجاه العلاقة	موجبة	موجبة	موجبة	موجبة	موجبة
	درجة المعنوية	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠١	٠,٠٠٥	٠,٠٠٠
	مستوى الدلالة	٠,٠١	٠,٠١	٠,٠١	٠,٠١	٠,٠١

تظهر نتائج اختبار بيرسون (R) فى الجدول السابق إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين ترتيب أجندة القضايا لدى المبحوثين بكل من وسائل الإعلام التقليدى والجديد، وبين كل من (أجندة القضايا بالوسيلة، مستوى ثراء الوسيلة، تقييم المبحوثين للمعالجة، مستوى الثقة بالوسيلة، مستوى التفاعلية مع الوسيلة)، وعلى ذلك يمكن القبول بصحة الفرض السابق بعد تعديل صيغته كالآتي: "يرتبط ترتيب أجندة القضايا لدى المراهقين عينة الدراسة ارتباطا إيجابيا ذا دلالة إحصائية بكل من (أجندة القضايا بالوسيلة، تقييم المبحوثين للمعالجة، مستوى الثقة بالوسيلة) فى الإعلام التقليدي، بينما يرتبط ترتيب أجندة القضايا لدى المراهقين عينة الدراسة ارتباطا إيجابيا ذا دلالة إحصائية بكل من (أجندة القضايا بالوسيلة، مستوى ثراء الوسيلة، تقييم المبحوثين للمعالجة، مستوى الثقة بالوسيلة، مستوى التفاعلية مع الوسيلة) فى الإعلام الجديد".

مناقشة نتائج الدراسة الميدانية:

١. جاءت متابعة المبحوثين من المراهقين للإعلام التقليدى حيث جاء "دائما" فى الترتيب الأول، يليه المتابعة "أحيانا" فى الترتيب الثانى جاءت المتابعة "نادرا" فى الترتيب الثالث، كما جاءت متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام الجديد، حيث جاء "دائما" فى الترتيب الأول يليه المتابعة "أحيانا" وأخيرا جاءت المتابعة "نادرا" فى الترتيب الثالث.

٢. اتخذ اتجاه المبحوثين المتابعين للإعلام الجديد اختيار (موافق) لأهم العناصر حيث تساوى التسلية والترفيه" و"الانتشار على نطاق واسع" فى الترتيب يليه عنصر "الاستخدام بسهولة أكبر" فى الترتيب الثانى ثم تساوى "حرية الرأى والتعبير" و"أمكانية التفاعل والتعليق" فى الترتيب الثالث، ثم عنصر "السرعة والفورية" فى الترتيب الرابع من إجمالى المبحوثين المتابعين للإعلام الجديد.

٣. جاء ترتيب المبحوثين للقضايا التى تقدمها وسائل الإعلام التقليدى وفقا لأهميتها لديهم، حيث جاءت "أهم إنجازات الدولة" فى الترتيب الأول، ثم جاءت "أزمة كورونا" فى الترتيب الثاني، تلاهما "الحرب الروسية الأوكرانية" فى الترتيب الثالث، كما جاء ترتيب المبحوثين للقضايا التى تقدمها وسائل الإعلام الجديد وفقا لأهميتها لديهم، حيث جاءت "أنقذوا الطفل ريان" فى الترتيب الأول، ثم جاءت "الحرب الروسية الأوكرانية" فى الترتيب تلاهما "أزمة كورونا" فى الترتيب الثالث.

٤. يتضح قلة التفاعلية مع وسائل الإعلام التقليدية بالمقارنة بوسائل الإعلام الجديد فقد جاءت استجابات المبحوثين باختيار (نادرا) للعديد من العبارات بالنسبة لوسائل الإعلام التقليدية، أما عن مدى تفاعل المبحوثين مع الإعلام الجديد فقد جاءت مرتفعة.

٥. ثبت صحة الفرض الأول القائل بأنه يرتبط معدل متابعة المراهقين لكل من الإعلام التقليدى والجديد ارتباطا إيجابيا ذا دلالة إحصائية بكل من (دوافع التعرض، مستوى ثراء الوسيلة، تقييم المبحوثين للمعالجة، مستوى الثقة بالوسيلة، مستوى التفاعلية مع الوسيلة)".

٦. ثبت صحة الفرض الثانى القائل بأنه يرتبط ترتيب أجندة القضايا لدى المراهقين عينة الدراسة ارتباطا إيجابيا ذا دلالة إحصائية بكل من (أجندة القضايا بالوسيلة، تقييم المبحوثين للمعالجة، مستوى الثقة بالوسيلة) فى الإعلام التقليدي، بينما يرتبط ترتيب أجندة القضايا لدى المراهقين عينة الدراسة ارتباطا إيجابيا ذا دلالة إحصائية بكل من (أجندة القضايا بالوسيلة، مستوى ثراء الوسيلة، تقييم المبحوثين للمعالجة، مستوى الثقة بالوسيلة، مستوى التفاعلية مع الوسيلة) فى الإعلام الجديد.

المراجع:

١. **بيان الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء** بتاريخ ١١ /٨/ ٢٠٢١. موقع الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء، https://www.capmas.gov.eg.

٢. عبدالكريم، لمياء سليمان. (٢٠٢٢). تأثير استخدامات وسائل التواصل الاجتماعى على علاقة الجمهور بالإذاعة والتلفزيون فى ضوء نظريتى التفاعلية وثراء الوسيلة، **رسالة دكتوراه** غير منشورة. جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون.

٣. محمود، هبه قرنى محمد، وبركات، طه محمد طه، محمد معوض إبراهيم. (٢٠٢٠). تعرض المراهقين لبعض برامج المناقشات بالفضائيات المصرية وعلاقته بإكسابهم ثقافة الحوار. **مجلة دراسات الطفولة**، مج ٢٣، ع ٨٩، ٩٥- ٩٧.

٤. اليماني، طارق عبدالباسط. (٢٠٢١). تأثير وسائل الإعلام الحديثة على تشكيل أجندة وسائل الإعلام التقليدية. **رسالة دكتوراة** غير منشورة. جامعة القاهرة، كلية الاعلام.

٥. العساف، عبدالله بن عبدالمحسن. (٢٠٢١). دور التعرض لمواقع التواصل الاجتماعى فى ترتيب اولويات القضايا السياسية لدى الشباب السعودي. **المجلة العربية للإعلام والاتصال**، ع٢٨،١- ١٢٥.

6. Langer, A.& Gruber, J. (2020). Political Agenda Setting in the Hybrid Media System: Why Legacy Media Still Matter a Great Deal. **The International Journal of Press/ Politics**, 1940161220.

7. Ziani, Abdul Karim& Others. (2017). Social impact of digital media growth pattern of Facebook in the Arab world. **Media Watch**,, PP. 177- 191.