

# مجلة بحوث الإعلام الرقمي



دورية علمية فصلية محكمة تصدر عن كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال - جامعة السويس

العدد الثامن : يوليو - سبتمبر ٢٠٢٥

اعتماد الصحفيين الكويتيين على المواقع الالكترونية لمؤسسات وجمعيات الصحافة الأجنبية والعربية وانعكاساتها على فعالية الأداء الصحفي والمهني لديهم. **أ.د. مناور بيان الراجحي**

أثر توظيف الذكاء الاصطناعي في السرد القصصي الرقمي للمحتوي الوثائقي وعلاقته بتحسين تجربة المستهلك UX. **أ.م.د. فاطمة فايز قطب**

توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية: دراسة مقارنة بين مصر والبحرين. **د. محمد ثروت عطية**

تعرض الجمهور المصري لأخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستويات الشعور بالأمان لديهم. **د. لمياء محمد عبدالعزيز**

أثر انعكاس شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية من وجهة نظر جامعة عبدالحميد بن باديس- مستغانم «دراسة ميدانية». **د. فارس سليمان أبو شيخة**

الاتصالات التسويقية المتكاملة للمؤسسات المجتمعية عبر الفيسبوك وانعكاسها على إدارة سمعتها لدى متابعيها. **د. أميرة عبدالعال**

مجلة بحوث الإعلام الرقمي

العدد الثامن يوليو - سبتمبر 2025



# مجلة بحوث الإعلام الرقمي

دورية علمية فصلية محكمة

تصدر عن كلية الإعلام

وتكنولوجيا الاتصال

جامعة السويس

## الهيئة الاستشارية

|                                                       |                        |
|-------------------------------------------------------|------------------------|
| الأستاذ بكلية الإعلام- جامعة الشارقة- الإمارات        | أ.د أحمد رضوان         |
| العميد السابق لكلية الإعلام- جامعة السويس             | أ.د أمين سعيد          |
| الأستاذ بكلية الإعلام- جامعة مصر الدولية              | أ.د حمدي حسن           |
| عميد كلية الإعلام- الجامعة الحديثة                    | أ.د سامي الشريف        |
| عميد المعهد الدولي العالي للإعلام- أكاديمية الشروق    | أ.د سهير صالح          |
| الأستاذ بكلية الإعلام جامعة عين شمس                   | أ.د السيد بهنسي        |
| رئيس الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام         | أ.د عادل عبد الغفار    |
| الأستاذ بكلية الإعلام- جامعة القاهرة                  | أ.د عادل فهمي          |
| الأستاذ بكلية الإعلام- جامعة قطر                      | أ.د عبد الرحمن الشامي  |
| الأستاذ بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية السعودية | أ.د عبد الرحمن المطيري |
| الأستاذ بكلية الخوارزمي الجامعة التقنية- الأردن       | أ.د عبد الرزاق الدليمي |
| عميد المعهد العالي للإعلام وفنون الاتصال              | أ.د محمد رضا           |
| عميد كلية الإعلام الجامعة البريطانية بمصر             | أ.د محمد شومان         |
| الأستاذ بقسم الإعلام كلية الآداب جامعة المنيا         | أ.د محمد سعد           |
| الأستاذ بكلية الإعلام جامعة القاهرة                   | أ.د منى الحديدي        |
| الأستاذ بكلية الإعلام- جامعة القاهرة                  | أ.د هويدا مصطفى        |

**مجلة بحوث الإعلام الرقمي**  
**دورية علمية فصلية محكمة تصدر عن**  
**كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال . جامعة السويس**

مدير التحرير

**أ.م.د. حسين ربيع**

رئيس مجلس الإدارة ورئيس التحرير

**أ.د. أشرف جلال**

مساعدو رئيس التحرير

**أ.د. حسن علي**

العميد السابق لكلية الإعلام- جامعة السويس

سكرتير التحرير

**د. رباب العجماوي**

مصمموا الغلاف

**د. رباب العجماوي**

**أ. جهاد عطية**

**أ.د. عبد الله الرفاعي**

عميد كلية الإعلام والاتصال الأسبق جامعة الإمام  
محمد بن سعود الإسلامية- السعودية

**أ.د. مناور الراجحي**

الأستاذ بقسم الإعلام- كلية الآداب- جامعة الكويت

**الآراء الواردة بالبحوث المنشورة في هذه المجلة تعبر عن أصحابها فقط**

**المراسلات:** ترسل باسم رئيس مجلس الإدارة ورئيس التحرير - كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال -

جامعة السويس - مدينة السلام (1)

**تليفون:** 0623523774

**البريد الإلكتروني:** dmrjournal@media.suezuni.edu.eg

**رقم الإيداع:** 2023 /24417

**الترقيم الدولي:** ISSN. 2812-5762



| م  | القطاع                | اسم المجلة               | اسم الجهة / الجامعة                              | ISSN-<br>P    | ISSN-<br>O | السنة | نقاط<br>المجلة |
|----|-----------------------|--------------------------|--------------------------------------------------|---------------|------------|-------|----------------|
| 19 | الدراسات<br>الإعلامية | مجلة بحوث الاعلام الرقمي | جامعة السويس، كلية الإعلام<br>وتكنولوجيا الاتصال | 2812-<br>5762 |            | 2025  | 7              |

## الكلمة الافتتاحية:

يسعد أسرة تحرير مجلة "بحوث الإعلام الرقمي" أن تقدّم للقارئ الكريم هذا العدد الجديد من مجلّتنا العلمية المحكمة، وهو العدد الثامن، الصادر في (يوليو/سبتمبر 2025)، والذي يضم باقة من الدراسات والبحوث التي تتقاطع عند محور واحد: فهم التحولات العميقة التي يشهدها الإعلام والاتصال في العصر الرقمي، وتداعياتها على الممارسة المهنية، والجمهور، والمجتمع.

تتوزع موضوعات هذا العدد بين قضايا الصحافة، والإعلام الرقمي، والذكاء الاصطناعي، والتواصل الاجتماعي، والتسويق الإعلامي، بما يفتح آفاقاً واسعة للنقاش العلمي وتبادل الرؤى. فنجد بحثاً تناول اعتماد الصحفيين الكويتيين على المواقع الإلكترونية الأجنبية والعربية وانعكاس ذلك على الأداء المهني، وأخرى تسبر آفاق توظيف الذكاء الاصطناعي في السرد القصصي الرقمي للمحتوى الوثائقي، إضافة إلى دراسة مقارنة حول استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية في مصر والبحرين.

كما يعرض العدد بحثاً تمس علاقة الإعلام بالجمهور والمجتمع، مثل: تعرض المصريين لأخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على شعورهم بالأمان، وانعكاس شبكات التواصل على العلاقات الأسرية من منظور طلاب جامعة عبد الحميد بن باديس، إلى جانب دراسة تطبيقية عن الاتصالات التسويقية عبر فيسبوك وأثرها في سمعة المؤسسات المجتمعية.



ولا يغيب عن هذا العدد النقاش حول مستقبل الصحافة، إذ يطرح أحد البحوث قضية تراجع دور الصحافة الورقية في تمثيل الرأي العام وتحولها إلى أداة للعلاقات العامة، بينما يتناول آخر تأثير الفيديو جراف في المواقع الإخبارية على العمليات الإدراكية للمستخدم، ونجد كذلك دراسة باللغة الإنجليزية تبحث في أثر تطبيقات المقامرة الإلكترونية على المراهقين المصريين.

ويمتد اهتمام البحوث إلى استراتيجيات التسويق العكسي في الصفحات الحكومية عبر فيسبوك، وتعرض المراهقين الكويتيين للأفلام عبر المنصات الرقمية وعلاقته بالرقابة الأسرية، والاتجاهات نحو تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الروابط الأسرية الأردنية، وكذلك اتجاهات العاملين بالفضائيات الأردنية نحو دور وسائل التواصل في تحقيق السبق الإعلامي.

ويُختتم العدد بعرض لكتاب أجنبي حديث بعنوان: طمس حدود الصحافة في الإعلام الرقمي، بما يعزز من ثراء محتوى العدد ويفتح المجال أمام القراء لمتابعة أحدث الإسهامات العالمية في مجال الإعلام الرقمي.

إن ما يجمع هذه البحوث هو أنها تعكس وعياً متنامياً بضرورة استيعاب التحولات الرقمية وتداعياتها على الإعلام والمجتمع، وتطرح رؤى علمية رصينة تسهم في تطوير الفكر الإعلامي والممارسة المهنية. نأمل أن يجد فيها الباحثون والمهتمون ما يغني معارفهم ويفتح أمامهم مسارات جديدة للبحث والتطبيق.

والله ولي التوفيق

أ.م.د. حسين ربيع

مدير تحرير المجلة

## محتويات العدد:

### كلمة العدد

- 1-42 اعتماد الصحفيين الكويتيين على المواقع الإلكترونية لمؤسسات وجمعيات الصحافة الأجنبية والعربية وانعكاساتها على فعالية الأداء الصحفي والمهني لديهم. **أ.د. مناور بيان الراجحي**
- 43-89 أثر توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في السرد القصصي الرقمي للمحتوى الوثائقي وعلاقته بتحسين تجربة المستخدم UX. **أ.م.د. فاطمة فايز عبده قطب**
- 91-121 توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية: دراسة مقارنة بين مصر والبحرين. **د.محمد ثروت محمد عطية**
- 123-215 تعرض الجمهور المصري لأخبار الجريمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستويات الشعور بالأمان لديهم. **د.لمياء محمد عبد العزيز**
- 217-237 أثر انعكاس شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية من وجهة نظر طلبة جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم "دراسة ميدانية". **د. فارس سلمان أبو شيحة**
- 239-329 الاتصالات التسويقية المتكاملة للمؤسسات المجتمعية عبر الفيسبوك وانعكاسها على إدارة سمعتها لدي متابعيها: دراسة تطبيقية علي مؤسستي مجدي يعقوب للقلب ومؤسسة بهية لعلاج سرطان الثدي بالمجان. **د.أميرة عبد العال البسيوني**



- 331-400  تراجع دور الصحافة الورقية في تمثيل الرأي العام من التعبير عن نبض الشارع إلى أدوات العلاقات العامة: دراسة ميدانية في السياق الكويتي. **تامر سليم**
- 401-447  تأثير التعرض للفيديو جراف في المواقع الإخبارية على العمليات الإدراكية للمستخدم: دراسة شبه تجريبية. **د.عيدة كمال رشيد ابو زيدان**
- 449-478  **The Impact of Online Gambling Applications on Egyptian Teenagers: An Exploration through Uses and Gratifications Theory and the Dualistic Model of Passion.**  
**Dr-Faida Abd Eldaym**
- 479-508  توظيف استراتيجيات التسويق العكسي في الصفحات الحكومية عبر موقع الفيسبوك وعلاقته بالمزاج العام للجمهور. **هند مرتضى صابر عبد المولى**
- 509-591  تعرض المراهقين الكويتيين للأفلام العربية والأجنبية على المنصات الرقمية وعلاقته بمستوى الرقابة الأسرية على المضمون المقدم بها. **عبد الله سرور جابر**
- 593-661  الاتجاهات نحو تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الروابط الأسرية الأردنية: دراسة ميدانية على الجمهور الأردني. **أفين قاسم الكردي**
- 663-691  اتجاهات العاملين بالفضائيات الأردنية نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق "السبق الإعلامي". **يوسف طالب الجراح**
- 693-706  عرض كتاب: طمس حدود الصحافة في الإعلام الرقمي. **ولاء محمد مبارك**

اعتماد الصحفيين الكويتيين على المواقع الإلكترونية لمؤسسات  
وجمعيات الصحافة الأجنبية والعربية وانعكاساتها على فعالية  
الأداء الصحفي والمهني لديهم<sup>(\*)</sup>

**Kuwaiti Journalists' Dependency on Websites of Foreign  
and Arab Press Institutions and Associations and Its  
Impact on Their Professional Performance Effectiveness**

أ.د. مناور بيان الراجحي

أستاذ الصحافة بقسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الكويت

<sup>\*</sup> هذا البحث تم تمويله ودعمه من قبل إدارة الأبحاث بجامعة الكويت تحت رقم (AM01/23)

**ملخص:**

سعت الدراسة لمعرفة مستوى اعتماد الصحفيين الكويتيين على المواقع الإلكترونية الرسمية لمنظمات وجمعيات الصحافة العربية والأجنبية كمصدر للمعلومات والمضامين والفعاليات وانعكاساتها على تطوير الأداء المهني والصحفي، ورصد تقييم الصحفيين لمعالجة المواقع الإلكترونية الرسمية لهذه المؤسسات للقضايا المعاصرة للصحافة الكويتية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح وطبقت الدراسة على عينة متاحة من الصحفيين الكويتيين قوامها (100) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أبرزها:

أن المواقع الرسمية للمؤسسات والجمعيات الصحفية العربية هي المصدر الأكثر تفضيلاً، تليها المدونات الخاصة بالصحافة ثم المواقع الشخصية لخبراء الصحافة. وتأتي الصفحات الرسمية لهذه المؤسسات على وسائل التواصل الاجتماعي في المرتبة الرابعة. في المقابل، يقل اعتماد الصحفيين على المواقع المتخصصة غير التابعة لمؤسسات. كما توضح الدراسة أن هناك عدة عوامل مؤثرة تدفع الصحفيين للاعتماد على هذه المواقع. من أهم هذه العوامل: التصميم الجذاب للأيقونات والإخراج الفني للموقع، بالإضافة إلى عمق معالجة الموضوعات ومستوى الخدمات التفاعلية المقدمة. كما تعتبر مصداقية المؤسسة نفسها والمحتوى العلمي للموقع من العوامل الحاسمة التي تجذب الصحفيين.

من جانب آخر، توجد أسباب تسهم في عزوف الصحفيين عن بعض المواقع الإلكترونية. تشمل هذه الأسباب وجود أيقونات غير نشطة أو غير فعالة، والإفراط في النصوص المكتوبة على حساب المحتوى المرئي. كما أن غياب الصفحات الرسمية للمواقع على وسائل التواصل الاجتماعي، وصعوبة الوصول إلى المواقع عبر محركات البحث، والإخراج الفني السيئ، كلها عوامل تقلل من جاذبيتها. بالإضافة إلى ذلك، يشعر الصحفيون بالإحباط عندما لا توفر هذه المواقع معلومات حول المستجدات العالمية، أو تعتمد على المبالغات والأخبار المحلية التقليدية، أو تركز بشكل مفرط على أخبار المؤسسة الخاصة بها.

**الكلمات المفتاحية:** الصحفيون الكويتيون، الأداء المهني، جمعيات الصحافة العربية، جمعيات الصحافة الأجنبية، الاعتماد على وسائل الإعلام

## Kuwaiti Journalists' Dependency on Websites of Foreign and Arab Press Institutions and Associations and Its Impact on Their Professional Performance Effectiveness

### Abstract:

This study explored how Kuwaiti journalists use the official websites of Arab and foreign press organizations. The study tried to examine the impact on Kuwaiti journalists' professional development and their assessment of how these sites address contemporary journalistic issues. The study is descriptive and employed the survey method, utilizing a questionnaire tool to collect data from a sample of 100 Kuwaiti journalists; the findings provide key insights .

Arab press institutions' official websites are the preferred source in the first place, followed by journalism blogs, personal sites of experts in the third, and social media pages of these institutions rank fourth according to the responses of the journalists. Journalists show less reliance on independent specialized websites that are not under or related to institutions. Factors that attract journalists to depend on these websites include attractive design, in-depth content, and interactive services. Also, the credibility of the institution itself and the scientific content of the website are crucial factors that attract journalists.

On the other hand, there are reasons why journalists are reluctant to use some websites. These include inactive or ineffective icons, excessive text at the expense of visual content, the absence of official social media pages, difficulty accessing websites via search engines, and poor technical design, all of which reduce their appeal. Additionally, journalists become frustrated when these websites fail to provide information on global developments, rely on exaggerations and traditional local news, or focus excessively on their own organization's news.

**Keywords:** Kuwaiti Journalists, Professional Performance, Arab Press Associations, Foreign Press Associations, Media Dependency

## مقدمة:

أوجدت تكنولوجيا الاتصال المعاصرة نقلة متميزة وثورة فعالة في عالم التكنولوجيا عامة وفي مجال الصحافة خاصة، حيث ظهرت الشبكة العنكبوتية في ربوع العالم، وجعلت العالم قرية كونية ذات سهولة اتصالية، واستفاد كل مستخدمي الشبكة العنكبوتية من الوسائط المتعددة التي تقدمها، وأضحت أفضل وسيلة اتصالية لتحقيق التواصل والتفاعل بين الأفراد والمؤسسات، ثم تطورت وانتشرت المواقع الإلكترونية ومدونات الإنترنت وغيرها، التي غيرت في مضمون وطرق وأدوات الإعلام الحديث، وخلقت نوعاً من التواصل بين مستخدمي شبكة الإنترنت.

ويتفق الجميع الآن على مدي التطور الكبير الذي تم إحداثه في مجال الاتصال والصحافة، فالصحافة لم تعد قاصرة على تطوير كتابة الأخبار الصحفية بالشكل التقليدي كما كانت في العقود الماضية، وأضحت الصحافة الرقمية اليوم هي فن الدمج بين الصحافة التقليدي بالمحتوي التسويقي والإعلام الاجتماعي المعاصر، إضافة إلى عملية تطوير أداء محركات البحث إضافة إلى الأمانات المتوفرة عبر الصحافة الرقمية، وأصبح من الممكن تحويل المنتج الصحفي إلى حوارات والتي من خلالها نستطيع تجاوز وسائل الإعلام التقليدية والتحدث مباشرة مع الجمهور على شبكة الإنترنت، عكس ما كان في السابق حين كان هدف محترفو الصحافة نشر خبر واحد عن صفهم في صحيفة أو مطبوعة إعلامية ما، وأضحت الآن عملية نشر الأخبار عبر الصحافة التكنولوجية والرقمية أسرع وأبعد وأكثر تحدياً واستهدافاً من ذي قبل. فالصحافة الرقمية تمتاز ب إتاحة وانتشار أخبار الصحيفة ومشاركتها من خلال قنوات صحفية جديدة وعديدة كما لم يحدث من قبل، وتسهل من استخدامات وسائل الإعلام الاجتماعي ليس فقط لعرض الأخبار ولكن لعمل حوار وتحقيق الفعالية والتواصل.

ومن هنا يتبين أهمية الدور الذي يمكن أن تلعبه المواقع الإلكترونية لمؤسسات وجمعيات الصحافة العربية والأجنبية وصفحاتها الرسمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الصحفيين وعلي تطوير أدائهم المهني والاتصالي، وخاصة أن

الصحفيين الآن يقبلون على هذه الوسائل باعتبارها وسائل اليكترونية معاصرة لا يمكن الاستغناء عنها وأنها من واجبات الصحفي المعاصر - مما يحتم من الاعتماد على هذه المواقع كمصدر للحصول على المحتوي الصحفي الجديد في عالم الصحافة التي تعكس قدرتهم في التعامل مع صحفهم بشكل محترف ويطور من الأداء المهني والصحفي.

#### ■ مشكلة الدراسة:

سعت الدراسة لمعرفة مستويات اعتماد الصحفيين الكويتيين على المواقع الإلكترونية الرسمية لمنظمات وجمعيات الصحافة العربية والأجنبية كمصدر للمعلومات والمضامين والفعاليات وانعكاساتها على تطوير الأداء المهني والصحفي، ومعرفة أسباب ودوافع الاعتماد على هذه المواقع، وتأثير ذلك في الاعتماد على تطوير الأداء المهني والصحفي، ورصد تقييم الصحفيين مجتمع الدراسة لمعالجة المواقع الإلكترونية الرسمية لهذه المؤسسات للقضايا المعاصرة للصحافة الكويتية، والكشف عن مدي وجود اختلافات وفروق في تأثيرات اعتماد الصحفيين الكويتيين على المواقع الإلكترونية لمؤسسات وجمعيات الصحافة للحصول على المعلومات والمضامين التي ستثري أداء الصحفيين في عملهم المهني والصحفي باختلاف نوعية تلك المواقع سواء كانت عربية أم أجنبية وذلك بالتطبيق على عينة من الصحفيين الكويتيين في عدد من الصحف الكويتية.

#### ■ أهمية الدراسة:

ترتكز أهمية هذه الدراسة حول أهمية استخدام المواقع الإلكترونية المتخصصة كوسيلة هامة ومساعدة في الحصول على المعلومات والأخبار الصحفية للمبحوثين (الصحفيين الكويتيين عينة الدراسة) ودرجة انعكاساتها على أدائهم الصحفي والمهني، ومعرفة مستويات اعتماد الصحفيين الكويتيين مجتمع الدراسة على المواقع الإلكترونية لجمعيات ومؤسسات الصحافة العالمية والمحلية كمصدر لتطوير مهاراتهم الصحفية والمهنية تمشيا مع التطورات الصحفية المعاصرة، والكشف عن أهم التأثيرات (المعرفية - الوجدانية - السلوكية) إزاء اعتماد الصحفيين على المواقع الإلكترونية لمنظمات ومؤسسات الصحافة العالمية والعربية وانعكاساتها على أدائهم الصحفي والمهني، ودراسة

المواقع الإلكترونية المتخصصة وفنون معالجاتها في ممارسات العمل الصحفي كوسيلة اتصالية معاصرة.

#### • أهداف الدراسة:

تحدد الهدف الرئيسي للدراسة في معرفة معدل تعرض واعتماد الصحفيين الكويتيين على المواقع الإلكترونية الرسمية لمؤسسات وجمعيات الصحافة الأجنبية والعربية وانعكاساتها على فعاليات الأداء المهني والصحفي لهم، وتتفرع منه عدة أهداف فرعية على النحو التالي:

1. مدى اعتماد الصحفيين الكويتيين على المواقع الإلكترونية المتخصصة في مجال الصحافة الرقمية.
2. معرفة نوعية المواقع الإلكترونية العامة التي يتصفحها الصحفيون الكويتيون في الحصول على المعلومات والمضامين الإعلامية.
3. تحديد أسباب ودوافع اعتماد الصحفيين على المواقع الإلكترونية لمنظمات الصحافة العالمية للحصول على المضامين الصحفية الجديدة التي تعكس تطوّرهم المهني والصحفي.
4. تحديد العوامل المؤثرة والفعالة التي تجعل الصحفيون الكويتيون يتعرضون للمواقع الإلكترونية لجمعيات الصحافة العربية والأجنبية.
5. معرفة الأسباب التي لا تجذب الصحفيين للتعرض لبعض المواقع الإلكترونية لعدد من مؤسسات وجمعيات الصحافة العربية والأجنبية.
6. الكشف عن أسباب عدم استفادة المبحوثين من التصفح للمواقع الإلكترونية وعدم تطوير ادائهم المهني والصحفي.
7. تقديم رؤية المبحوثين لتغطية المواقع لجمعيات الصحافة العربية والأجنبية للمعلومات والمضامين الإعلامية التي تساعد على تطوير العمل الصحفي الرقمي.



## الإطار الفكري والنظري للدراسة:

**نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: Dependency Media Theory**

طبق الباحث نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، حيث إنه وفي إطار معرفة تعرض الصحفيين الكويتيين للمواقع الإلكترونية لجمعيات الصحافة العربية والأجنبية ومدى اعتماده عليها كمصدر للمعلومات والمضامين الإعلامية وعلاقتها بمستوى الأداء الصحفي لديهم، وقام الباحث بمعرفة تعرض الصحفيين -عينة الدراسة- للمواقع الإلكترونية المتخصصة وعلاقتها بمستوى الأداء الصحفي، من خلال معرفة طبيعة تعرضهم للمواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت كمصدر مهم للحصول على المعلومات والمضامين الإعلامية وانعكاساتها على الأداء الصحفي، واهتمت الدراسات التي تناولت مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام على علاقة الجمهور بوسائل الإعلام، وتأثير هذه العلاقة على العلاقات التفاعلية بين الأفراد من جهة، وكذلك على طبيعة قرارات الفرد التي يتخذها نتيجة اعتماده على وسائل الإعلام في الحصول على المعارف التي تؤهله لاتخاذ القرار<sup>1</sup>.

**آثار الاعتماد على وسائل الإعلام:**

حدد ديفلير وروكتش مجموعة من الآثار التي نتجت عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من خلال ثلاث فئات رئيسية وهي<sup>2</sup>:

**أولاً: الآثار المعرفية: Cognitive Effects:** وتتضمن تجاوز مشكلة الغموض الناتج عن نقص المعلومات في حدث معين يترتب عليه عدم معرفة التفسير الصحيح للحدث من قبل الجمهور، تكوين الاتجاهات، ترتيب أولويات الاهتمام من خلال تسليط الضوء على قضية دون أخرى، اتساع المعتقدات، القيم.

**ثانياً الآثار الوجدانية: Affective Effects:** وهي تتضح في الفتور العاطفي، والخوف والقلق، والدعم المعنوي حيث أن وسائل الإعلام عندما تقوم بأدوار اتصالية

فإنها ترفع الروح المعنوية لدى الجمهور نتيجة الإحساس بالتوحد والاندماج في المجتمع والعكس عندما لا تعبر وسائل الإعلام عن ثقافته وانتمائه فيحس بإحساس الغربة، والاغتراب.

**ثالثاً: الآثار السلوكية:** وهي تنحصر في عملية التنشيط وهي قيام الفرد بعمل ما نتيجة التعرض للوسيلة الاعلانية وهو المنتج النهائي لربط الآثار المعرفية والوجدانية، وعملية الخمول وهي تعنى عدم النشاط وتجنب القيام بالفعل.

**فروض النظرية:** تقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على عدة افتراضات منها:

**الفرض الأول:** لا يتم الاعتماد على وسائل الإعلام بشكل متساوي بين أعضاء مجتمع معين، لأن الوضع التركيبي للمجتمع يتم تحديده بمتغيرات الطبقة والحالة الاجتماعية والسلطة والوضع البنائي الذي يشمل متغيرات مثل الدخل والتعليم والسن.

**الفرض الثاني:** أن الأفراد الذين يعتمدون على وسيلة معينة، يكونون أكثر قدرة على استخلاص المعلومات من خلال تعرضهم لهذه الوسيلة.

**الفرض الثالث:** دوافع البحث عن المعلومات لدى الأفراد يأتي كنتيجة لحاجتهم للحصول على المعلومات، ومن ثم يزداد لديهم الدافع إلا الاعتماد على الوسيلة الاتصالية، بمعنى آخر كلما استطاعت الوسيلة الاتصالية أن توفر له قدراً من المعلومات، زاد اعتماد الفرد على هذه الوسيلة للحصول على المعلومات.

**الفرض الرابع:** توجد علاقة وثيقة بين خبرة الفرد مع الوسيلة الإعلامية ودرجة اعتماده عليها.

وطبق الباحث نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، كمدخل مناسب لاختبار فروض الدراسة وتسؤلاتها:

- استخدام النظرية لاختبار مدى اعتماد الصحفيين - عينة الدراسة - على المواقع الإلكترونية كمصدر للحصول على المعلومات والمضامين الإعلامية.
- تساعد هذه النظرية في اختبار الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن التعرض للمواقع الإلكترونية المتخصصة.
- الدراسات السابقة:

رجع الباحث لعدد من الدراسات السابقة حول اعتماد الصحفيين والجمهور حول المواقع الإلكترونية والإخبارية في الحصول على المعلومات والبيانات وانعكاسها على الأداء المهني والصحفي لديهم ومنها:

**دراسة Iban Al bizu - Rivas& Sonia Parratt & Montse Mera Fernández (2024) <sup>3</sup> حول اعتماد الصحفيين على أدوات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في تنفيذ عملهم وأدائهم الوظيفي من خلال نشر المحتويات الإعلامية السريعة والإبداعية، حيث أجرت الدراسة إحدى وعشرون مقابلة منتظمة مع ممارسي الصحافة التقليدية في إسبانيا لاستكشاف استخدامهم ومواقفهم وتصوراتهم للذكاء الاصطناعي في عملهم، وأشارت النتائج إلى أن المشاركين في المقابلات لا يستخدمون أدوات الذكاء الاصطناعي بشكل جيد، وأن مواقفهم تتراوح بين عدم اهتمام طفيف ورغبة في معرفة المزيد عنها، إلى جانب مخاوف بشأن الحدود الأخلاقية واحتمال فقدان وظائفهم، ويؤكدون أن لديهم مسؤولية أخلاقية وإنسانية عند إنتاج قصص لا يستطيع الذكاء الاصطناعي تحسينها من حيث الجودة والإبداع والعمق العاطفي، وتوصلت الدراسة إلى أن الذكاء الاصطناعي لا يقدم الكثير للصحفيين الذين يعملون في الصحافة الورقية نظراً للقيود الكبيرة في كتابة التقارير الصحفية المعقدة، وأن استخدامات أدوات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي ستسهل لهم الكثير من المهام الصحفية إذا ارتبطوا بالتفاعل مع الصحافة الرقمية وأدواتها مما يتيح لهم جودة العمل المطلوب في الصحافة الورقية، وينعكس على أدائهم المهني والوظيفي.**

بينما عرضت دراسة محمد عبد العباس حسن (2024)<sup>4</sup> اعتماد الجمهور العراقي على البرامج التليفزيونية الحوارية المقدمة على المواقع الإلكترونية الإخبارية التي تتناول نتائج الانتخابات العراقية، حيث هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد الجمهور العراقي على التغطية الإخبارية التي تقدمها البرامج الحوارية في المواقع الإلكترونية الإخبارية لأزمة الانتخابات العراقية، واعتمدت على عينة عمدية قوامها (400) مفردة ممن يشاهدون البرامج الحوارية التي يتم عرضها على المواقع الإخبارية، وكشفت النتائج عن وجود اختلاف في مستويات الاعتماد على المواقع الإخبارية الإلكترونية في الحصول على المعلومات عن الموضوعات والأحداث السياسية العراقية، وأظهرت النتائج درجة اعتماد المبحوثين عينة الدراسة على البرامج الحوارية بالمواقع الإلكترونية الإخبارية كمصدر للمعلومات عن الانتخابات العراقية حيث اعتبرت نسبة 33.5% من العينة هذه البرامج مصدرا رئيسا للمعلومات؛ بينما اعتبر نسبة 50.2% من العينة هذه البرامج مصدرا ثانويا للأخبار.

وركزت دراسة جواد راغب الدلو، هبة وليد أبو عبيد (2023)<sup>5</sup> حول اعتماد الشباب الفلسطيني على المواقع الإلكترونية العسكرية الفلسطينية في تعزيز ثقافة المقاومة لديهم، وهدفت الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد الشباب الفلسطيني على المواقع الإلكترونية العسكرية الفلسطينية في تعزيز ثقافة المقاومة لديهم من خلال معرفة المواقع والقضايا المفضلة لديهم، ودرجة ثقتهم بها، ومعرفة أهم الآثار السلوكية والمعرفية والوجدانية الناتجة إزاء ذلك، واستعان الباحث بمنهج المسح وفي إطاره أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام، والعلاقات المتبادلة وكذلك أسلوب الدراسات الارتباطية، بالتطبيق على أداتي صحيفة الاستقصاء والمقابلة غير المقننة، واستعانت الدراسة بنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وجاءت عينة الدراسة على 200 مفردة من الشباب الفلسطيني في مدن ومحافظات غزة، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها أن نسبة المتابعين للمواقع الإلكترونية العسكرية الفلسطينية جاءت 72.5%، ودرجة الاعتماد عليهما لتعزيز

ثقافة المقاومة 77.2%، وأكدت الدراسة على أنه يجب زيادة المساحة المخصصة لموضوعاتها، والابتعاد عن لغة وأساليب التخوين، ورتابة التصميم.

وبينت دراسة عادل حمدي عيد المطيري (2022) <sup>6</sup> درجة اعتماد الجمهور الكويتي على الصحافة الإلكترونية وعلاقته بتشكيل الوعي الصحي لديهم تجاه أزمة (كوفيد 19)، وهدفت الدراسة إلى رصد وتحليل وتفسير اعتماد الجمهور الكويتي على المواقع الإلكترونية للصحف نحو المتابعة الإعلامية لأزمة كوفيد 19، واستخدمت الدراسة منهج المسح مستخدمة الاستقصاء الإلكتروني، على عينة تبلغ 400 مبحوث تم انتقاؤهم باستخدام عينة كرة الثلج الشبكية، وكشفت الدراسة بأن موقع صحيفة الرأي جاء في المرتبة الأولى من إجابات المبحوثين ويحرصون على متابعتها، كما جاءت معرفة أسباب الوقاية في المراتب الأولى من أسباب دوافع اعتماد الجمهور الكويتي عينة الدراسة على الاهتمام والاطلاع على مواقع الصحف الإلكترونية.

بينما عرضت دراسة أميرة فتحي إبراهيم القاضي (2022) <sup>7</sup> اعتماد الشباب الجامعي على الأخبار الحكومية المتعلقة بقضايا الإصلاح عبر الإعلام الرقمي وعلاقته بمدرعاتهم لهذه القضايا، حيث تحددت مشكلة الدراسة في كيفية اعتماد الشباب الجامعي على منصات الإعلام الرقمي والتي تتنوع ما بين مواقع إلكترونية تابعة لهذه المؤسسات الحكومية وصفحاتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي ما بين فيس بوك ويوتيوب وتويتر وغيره في متابعة ومعرفة الأخبار الحكومية المرتبطة بقضايا الإصلاح أيا كان مجالها وتتضمنها الاستراتيجية التنموية للدولة "رؤية 2030"، وكشفت نتائج الدراسة الإقبال الشديد من الشباب الجامعي على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي إضافة إلى المواقع الإلكترونية لمتابعة الأخبار والأحداث والقضايا الحكومية.

وأشارت دراسة Claudia Mellado & Amaranta Alfaro (2020) <sup>8</sup>

إلى اعتماد الصحفيين على المنصات الرقمية وعلاقتها بأدائهم المهني، استناداً إلى مقابلات شخصية معمقة مع 34 صحفياً تشيلياً من وسائل الإعلام الوطنية التلفزيونية والإذاعية والمطبوعة والإلكترونية، واستكشفت الدراسة كيف يتفاوض الصحفيون حول

هوياتهم واستخدامهم للإعلام على تويتر وإنستغرام، وأشارت النتائج إلى أنهم، بشكل عام، يستخدمون تويتر وإنستغرام للاطلاع ونقل الأخبار، والمشاركة في أنشطة بناء الهوية الإعلامية، والتفاعل مع جمهورهم، مما يوسع نطاق عملهم ليشمل أدواراً مهنية جديدة ويسمح بظهور منصات رقمية مختلفة، وكشفت الدراسة عن وجود فروق ذات دلالات إحصائية بناءً على المنصة المستخدمة وتصورات الصحفيين حول الممارسات الصحيحة والمهمة، واستخدمت الدراسة ثلاثة مناهج تحليلية للمنصات الرقمية، وأظهرت النتائج أن عدداً من الصحفيين يستخدمون أنماطاً صحفية لإعادة تفسير الممارسات الصحفية من خلال الاعتماد تارة على أدوات الصحافة التقليدية والاستعانة ببعض برامج الصحافة الرقمية، وأن هناك شرائح صحفية لا تفضل التعامل مع الصحافة الرقمية ولا الاعتماد على المنصات الرقمية في تجويد أعمالهم ويشككون في هذه الاقتباسات والدمج الصحفي، وأوضحت الدراسة إلى أن هناك نهجاً قريباً من الأفراد الذين يقاومون فكرة دمج عملهم المهني مع ممارسات وسائل التواصل الاجتماعي، ويظنون "متشككين" تجاه التغييرات.

**ودراسة إسلام عبد الله أبوزهري (2018) 9 حيث ركزت على التعرف على مدى اعتماد الصحفيين الاستقصائيين العرب على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات،** واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي باستخدام الاستبانة لجمع البيانات، وتحدد مجتمع حول جميع الصحفيين الاستقصائيين العرب العاملين في مؤسسات صحفية عربية تشمل 12 دولة عربية وعددهم 200 صحفي، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الصحفي الاستقصائي العربي على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحفية والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية، وأظهرت أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الصحفي الاستقصائي العربي على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحفية والمصادر، وتوصلت إلى أن موقع "تويتر" جاء في المركز الأول من بين مواقع التواصل

الاجتماعي التي يستخدمها الصحفيون الاستقصائيون العرب كمصدر للمعلومات الصحفية.

وأوضحت دراسة عبد الرحمن الشامي(2018)<sup>10</sup> اعتماد الصحفيين اليمنيين على شبكات التواصل الاجتماعي مصدراً للأخبار أثناء الحروب والأزمات: دراسة تطبيقية على (عاصفة الحزم)، حيث هدفت الدراسة إلى تقصي مدى اعتماد الصحفيين اليمنيين على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء الحروب والأزمات، وذلك بالتطبيق على "عاصفة الحزم"، وأجريت الدراسة على 59 صحفياً من الصحفيين اليمنيين العاملين في الصحافة: المطبوعة والإذاعية والإلكترونية، وممن يشغلون مناصب صحفية قيادية مختلفة، وذلك خلال يناير 2017. وخلصت الدراسة إلى اعتماد الصحفيين على الإنترنت عامة، وشبكات التواصل الاجتماعي خاصة، للحصول على الأخبار والمعلومات المتصلة بالقضايا والشئون الداخلية خاصة، بما في ذلك أخبار الحرب الدائرة في اليمن أثناء إجراء الدراسة.

وعرضت دراسة عبد العزيز سامي الصمد (2018)<sup>11</sup> حول معرفة مدى اعتماد الجمهور الكويتي على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الأزمة الخليجية (٢٠١٧)، وتحديد أسباب هذا الاعتماد والتأثيرات المترتبة عليه، وبيان معايير اختيار الموضوعات المرتبطة بالأزمة على هذه المواقع واتجاهاتهم نحوها من خلال استخدام منهج المسح الميداني على عينة قوامها (٤٠٠) مفردة من الجمهور الكويتي، وأظهرت النتائج أن (84.2%) من عينة الدراسة يتابعون ما ينشر في مواقع التواصل الاجتماعي عن الأزمة الخليجية (٢٠١٧)، ومن أهم أسباب اعتمادهم على هذه المواقع "سهولة الوصول إليها والتعامل معها بسهولة"، وكذلك "لأنها تمد الأخبار بمختلف التكنولوجيات المعاصرة والوسائط المتعددة مثل الصور والصوت والفيديو".

وتناولت دراسة هشام رشدي خير الله (2017)<sup>12</sup> اعتماد الجمهور المصري على مواقع الصحف الإلكترونية للحصول على المعلومات أوقات الأزمات، واستخدمت منهج المسح بالعينة للجمهور، وجاءت أهم النتائج عدم وجود علاقة دالة إحصائية عند

مستوي أصغر من (0.05) بين الذكور والإناث ومستوي استخدام المبحوثين على الصحف الإلكترونية كمصدر للمعلومات وقت الأزمات مما يدل على أن عينة الدراسة يستخدمون الصحف الإلكترونية بشكل دائم، ولا توجد علاقة دالة إحصائية بين مستويات الاستخدام المختلفة من جانب عينة الدراسة للصحف الإلكترونية وبين مستويات التعرض المختلفة لأخبار الأزمات.

ودراسة أحمد حمود مفضي الشمري (2017)<sup>13</sup> حول اعتماد الصحفيين الكويتيين على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد، وكان مجتمع الدراسة من الصحفيين الكويتيين المسجلين في جمعية الصحفيين الكويتية والبالغ عددهم (597) صحفياً وصحفية، وعينة الدراسة من (292) مفردة، وأظهرت نتائج الدراسة العديد من النتائج، أهمها: أن (تويتر) له دور في رفع مستوى معرفة الصحفيين الكويتيين بقضايا الفساد في الكويت، وأن أهم أسباب اعتماد الصحفيين الكويتيين على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد هو سهولة التعامل مع تويتر، وفهم الحقائق والمعطيات الخاصة بقضايا الفساد.

#### ■ التعليق على الدراسات السابقة:

- عرضت معظم الدراسات اعتماد الصحفيين والقائم بالاتصال على الصحف والمواقع الإلكترونية في الحصول على المعلومات والأخبار، ومدي الاعتماد على أدوات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في تقديم محتوى إعلامي سوي ومتطور بعيد عن تعقيدات الصحافة الورقية والتقليدية.
- استفاد الباحث من النظريات المستخدمة ونتائج الدراسات في ربط نتائج هذه الدراسات بنتائج دراسته.
- لم تتناول أي دراسة درجة اعتماد الصحفيين على المواقع الإلكترونية المتخصصة على طبيعة الأداء المهني للصحفيين اللهم إلا في دراسة & Amaranta Alfaro Claudia Mellado، ودراسة Iban Al bizu - Rivas & Sonia Parratt و Montse Mera Fernández & والتتين قاستا طبيعة عمل الصحفيين ومدي



انعكاس هذا الاعتماد على أدائهم في وظيفتهم الصحفية، مما حدا بالباحث أن يعرض في دراسته مدي اعتماد الصحفيين الكويتيين على المواقع الإلكترونية لمؤسسات وجمعيات الصحافة الأجنبية والعربية وانعكاساتها على فعالية الأداء الصحفي والمهني لديهم.

#### ■ تساؤلات الدراسة:

تحدد التساؤل الرئيسي في الدراسة حول ما معدل تعرض واعتماد الصحفيين الكويتيين على المواقع الإلكترونية الرسمية لمؤسسات وجمعيات الصداقة العربية والأجنبية وانعكاساتها على فعاليات الأداء المهني لهم؟ وتتفرع عدة أسئلة فرعية فرعية منها:

1. ما مدي اعتماد الصحفيين الكويتيين على المواقع الإلكترونية المتخصصة في مجال الصحافة الرقمية؟
2. ما نوعية المواقع الإلكترونية العامة التي يتصفحها الصحفيون الكويتيون في الحصول على المعلومات والمضامين الإعلامية؟
3. ما أسباب ودوافع اعتماد الصحفيين على المواقع الإلكترونية لمنظمات الصحافة العالمية للحصول على المضامين الصحفية الجديدة التي تعكس تطوّرهم المهني والصحفي؟
4. ما العوامل المؤثرة والفعالة التي تجعل الصحفيون الكويتيون يتعرضون للمواقع الإلكترونية لجمعيات الصحافة العربية والأجنبية؟
5. ما الأسباب التي لا تجذب الصحفيين للتعرض لبعض المواقع الإلكترونية لعدد من مؤسسات وجمعيات الصحافة العربية والأجنبية؟
6. ما أسباب عدم استفادة المبحوثين من التصفح للمواقع الإلكترونية وعدم تطوير أدائهم المهني والصحفي؟
7. ما تقييم المبحوثين لتغطية المواقع لجمعيات الصحافة العربية والأجنبية للمعلومات والمضامين الإعلامية التي تساعد على تطوير العمل الصحفي الرقمي؟

### ▪ نوع الدراسة:

تتنمى هذه الدراسة من حيث المنهج والقياس إلى الدراسات والبحوث الوصفية التي تسعى إلى دراسة ظاهرة معينة، وتصوير وتحليل وتقويم خصائص معينة يغلب عليه صفة التحديد، مما يساعد الباحث على رصد الحقائق المتعلقة بطبيعة القضية الصحفية الذي يتعامل معها، فضلاً عن توفير بيانات قابلة للقياس الكمي وتسمح بخضوعها للتحليل الرياضي، ومن ثم إمكانية التعميم والتنبؤ من جهة أخرى<sup>(14)</sup>.

### ▪ منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح مما يساعد في الحصول على المعلومات والبيانات الخاصة بالقضية التي يتم دراستها، حيث يعد منهج المسح واحداً من المناهج الأساسية في البحوث الوصفية، كما أنه يهدف إلى التوصل إلى بيانات يمكن تصنيفها وتفسيرها<sup>(15)</sup>، ويساعد على إمكانية استخدام الأرقام للتوصل إلى نتائج محددة ليس فقط فيما يتعلق بوجود متغير ما أو عدم وجوده، وإنما في درجة تأثيره على المتغيرات الأخرى، ولتحقيق أهداف الدراسة والتحقق من صحة فروضها واستخلاص نتائج تفسيرية ذات دلالة منها تم توظيف هذا المنهج من خلال مسطّ ميدانيّاً على عينة من الصحفيين الكويتيين.

### ▪ أدوات الدراسة:

تم الاستعانة في الدراسة باستمرار الاستبيان كأسلوب وأداة لجمع البيانات والحصول على الحقائق والآراء الخاصة بمفردات عينة الصحفيين بأسلوب المقابلة المباشرة المقننة لتوفير درجة عالية من الدقة بما يضمن تحقيق أهداف الدراسة، وذلك بعد عرضها على مجموعة من المحكمين لإقرار صلاحيتها للتطبيق.

### ▪ مجتمع وعينة الدراسة:

تم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة متاحة من الصحفيين الكويتيين قوامها (100) مفردة، ويوضح الجدول التالي خصائص هذه العينة:

## جدول رقم (1) يوضح العوامل الديموغرافية لعينة الدراسة

| الإجمالي |     | المتغيرات الديموغرافية  |         |
|----------|-----|-------------------------|---------|
| %        | ك   |                         |         |
| 69%      | 69  | ذكور                    | النوع   |
| 31%      | 31  | إناث                    |         |
| 100%     | 100 | الإجمالي                |         |
| 71%      | 71  | مؤهل عالي               | المؤهل  |
| 7%       | 7   | ماجستير                 |         |
| 22%      | 22  | مؤهل علاقات عامة وإعلام |         |
| 100%     | 100 | الإجمالي                |         |
| 62%      | 62  | من 20 إلى أقل من 30 سنة | السن    |
| 30%      | 30  | من 30 إلى أقل من 40 سنة |         |
| 8%       | 8   | أكثر من 40 سنة          |         |
| 100%     | 100 | الإجمالي                |         |
| 52%      | 52  | من 1 إلى أقل من 5 سنوات | الخبرة  |
| 28%      | 28  | من 5 إلى أقل من 10 سنة  |         |
| 17%      | 17  | من 10 إلى أقل من 15 سنة |         |
| 3%       | 3   | أكثر من 15 سنة          |         |
| 100%     | 100 | الإجمالي                |         |
| 92%      | 92  | صحفي                    | الوظيفة |
| 8%       | 8   | مدير تحرير              |         |
| 100%     | 100 | الإجمالي                |         |
| 3%       | 3   | ولا دورة                |         |
| 20%      | 20  | دورة واحدة              |         |

|         |                  |     |      |
|---------|------------------|-----|------|
| عدد     | دورتان           | 45  | 45%  |
| الدورات | ثلاث دورات فأكثر | 32  | 32%  |
|         | الإجمالي         | 100 | 100% |

يوضح الجدول السابق الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة، فجاءت كالتالي:

- أولاً: بالنسبة للنوع: بلغ عدد الذكور (69)، بينما بلغ عدد الإناث (31)، من إجمالي عينة الدراسة.
- ثانياً: بالنسبة للمؤهل الدراسي: جاء عدد الحاصلين على مؤهل عالي (71) مفردة أي بنسبة (71%) من عينة الدراسة، في حين جاء عدد الحاصلين على ماجستير (7%)، بينما جاء عدد الحاصلين على مؤهل صحافة وإعلام (22) مفردة أي بنسبة (22%) من عينة الدراسة.
- ثالثاً: بالنسبة للسن: جاء عدد من تتراوح أعمارهم من 20 عاماً إلى أقل من 30 عاماً 62 مفردة أي بنسبة 62%، في حين جاء عدد من تتراوح أعمارهم من 30 إلى أقل من 40 عاماً 30 مفردة، وجاء عدد من تتراوح أعمارهم على أكثر من 40 عاماً 8% من عينة الدراسة.
- رابعاً: عدد سنوات الخبرة: جاء عدد من لديهم سنوات خبرة من سنة إلى أقل من خمس سنوات 52% من عينة الدراسة سواء في القطاع العام أو الخاص، ومن لديهم سنوات خبرة تتراوح من خمس سنوات إلى أقل من عشر سنوات بنسبة 28% من عينة الدراسة، ونسبة (17%) من عينة الدراسة لديها سنوات خبرة من عشر سنوات إلى خمسة عشر سنة، في حين بلغت (3%) من لديهم عدد سنوات خبرة أكثر من خمسة عشر سنة.
- خامساً: المسمى الوظيفي: جاء عدد المبحوثين الذين يعملون صحفيون بنسبة (92%) في عينة الدراسة، والذين يعملون مدراء تحرير نسبة (8%) من عينة الدراسة.

- سادساً: بالنسبة لعدد الدورات التدريبية: جاء عدد من حصل على دورتين في مجال الصحافة نسبة (45%) من أفراد الدراسة، في حين بلغت نسبة (32%) من حصلوا على أكثر من ثلاث دورات، و(20%) من حصلوا على دورة واحدة، وأن من لا يحصل على أي دورة تدريبية بلغ عددهم (3%) من الإجمالي العام للمبحوثين.

#### • إجراءات الصدق والثبات:

• **اختبار الصدق:** تم قياس صدق التحليل في الدراسة الميدانية من خلال قياس الصدق الظاهري Face Validity للاستمارة عن طريق إعداد استمارة الاستقصاء بدقة، وإعادة صياغتها، وعرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين الذين أشادوا بصلاحية الاستمارة للتطبيق\*، وقدرتها على قياس تساؤلات البحث، والرد على فروضه، بعد أن تم إجراء بعض التعديلات، وإضافة بعض البدائل.

• **اختبار الثبات:** قام الباحث بتطبيق اختبار الثبات على أداة الدراسة عبر أسلوب إعادة التطبيق Test -Re- Test على (10) استمارات استبانة، ووزعت على نفس المبحوثين بعد فترة 15 يوماً، وقد أسفرت نتيجة الاختبار عن نسبة الاتفاق بين إجابات كلتا المقابلتين (الرئيس والبعدي) (0,687) وبلغ معامل الثبات الكلي (97%)، مما اعتبره الباحث مستوى مناسباً من الثبات.

• **أسلوب التحليل الإحصائي:** تم استخدام أسلوب التحليل الإحصائي الوصفي على حزم البرامج الإحصائية SPSS واستخدم الباحث في معالجة البيانات وتحليلها المعاملات الإحصائية الآتية:

- الجداول التكرارية البسيطة والمركبة.
- اختبار Chi-square test2 للاستقلال بين المتغيرات.
- تحليل التباين في اتجاه واحد One way Analysis of variance للتعرف على دلالة الفروق بين درجة قيام الصحفيين بأدوارهم الصحفية، وقد اعتبرت قيمة "مستوى الدلالة" إذا كانت أقل من 0,05 فإنها تعتبر دالة وتوجد فروق معنوية أو

درجة ارتباط، أما إذا كانت أكبر من 0,05 فإنها تعتبر غير دالة ولا توجد فروق معنوية أو درجة ارتباط.

- معامل التوافق Coefficient of contingency للتعرف على مدى التوافق والارتباط بين درجة قيام الصحفيين بأدوارهم المهنية ودرجة تخصصاتهم وعوامل السن والخبرة وكذلك مقياس الاختبار الإحصائي "Z" للنسب بين المتغيرات.

#### • نتائج الدراسة الميدانية:

0 أولاً: مدى اعتماد الصحفيين الكويتيين على المواقع الإلكترونية المتخصصة في مجال الصحافة الرقمية

#### جدول رقم (2)

يوضح مدى اعتماد الصحفيين الكويتيين على المواقع الإلكترونية المتخصصة في مجال الصحافة الرقمية

| م | استخدام المواقع الإلكترونية | نسبة المستخدمين (%)              |                                   |                    | نتائج اختبار مربع كاي $\chi^2$ |              |
|---|-----------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|--------------------|--------------------------------|--------------|
|   |                             | جميعيات الصحافة العربية<br>ن(50) | جميعيات الصحافة الأجنبية<br>ن(50) | الإجمالي<br>ن(100) | قيمة إحصاء الاختبار            | درجات الحرية |
| 1 | دائماً                      | 54%                              | 72%                               | 63%                | 47,54                          | 2            |
| 2 | أحياناً                     | 38%                              | 22%                               | 30%                |                                |              |
| 3 | نادراً                      | 8%                               | 6%                                | 7%                 |                                |              |
|   | الإجمالي                    | 100%                             | 100%                              | 100%               |                                |              |

يوضح الجدول رقم (2) معدل استخدام المبحوثين عينة الدراسة للمواقع الإلكترونية المتخصصة في مجال الصحافة كالتالي:

- جاءت نسبة من يستخدم المواقع الإلكترونية لجمعيات الصحافة العربية والأجنبية "بشكل دائم" بنسبة (63%) من إجابات المبحوثين، أي نسبة (54%) من استجابات المبحوثين في الاعتماد على جمعيات الصحافة العربية، ونسبة (72%) من إجابات

المبحوثين يعتمدون على جمعيات الصحافة الأجنبية، وهذا يدل على مدى اهتمام الصحفيين الكويتيين بشبكات ومواقع جمعيات الصحافة العربية والأجنبية ودرجة اعتمادهم عليها في الحصول على المعلومات والمضامين الإعلامية.

- بينما جاءت نسبة (30%) من إجابات المبحوثين لجمعيات الصحافة العربية والأجنبية بأنهم "أحيانا" يستخدمون المواقع الإلكترونية المتخصصة في أعمالهم، ونسبة (7%) من استجابات المبحوثين ذكرت بأنهم "نادرا" ما يستخدمون المواقع الإلكترونية المتخصصة أي نسبة (8%) من جمعيات الصحافة العربية، ونسبة (6%) من استجابات المبحوثين في جمعيات الصحافة الأجنبية.

### جدول رقم (3)

يوضح نوعية المواقع الإلكترونية العامة التي يتصفحها الصحفيون الكويتيون عينة الدراسة في الحصول على المعلومات والمضامين الإعلامية

| وزن<br>مئوي | م    | جمعيات الصحافة<br>الأجنبية (ن50) |        |       | جمعيات الصحافة<br>العربية (ن50) |        |       | نوعية المواقع                                       |
|-------------|------|----------------------------------|--------|-------|---------------------------------|--------|-------|-----------------------------------------------------|
|             |      | لا                               | أحيانا | دائما | لا                              | أحيانا | دائما |                                                     |
| 96          | 5.76 | -                                | 8%     | 92%   | 3%                              | 10%    | 87%   | الموقع الرسمي                                       |
| 87.83       | 5.27 | 9%                               | 10%    | 81%   | 15%                             | 15%    | 70%   | الصفحات الرسمية على<br>مواقع التواصل                |
| 89.33       | 5.36 | 2%                               | 20%    | 78%   | 15%                             | 10%    | 75%   | المواقع الشخصية لكبار<br>الصحفيين العرب             |
| 89.83       | 5.39 | 7%                               | 6%     | 87%   | 14%                             | 13%    | 73%   | المدونات الخاصة<br>بالصحافة العربية                 |
| 64.33       | 3.86 | 10%                              | 75%    | 15%   | 36%                             | 47%    | 17%   | المواقع المتخصصة في<br>الصحافة العربية<br>والخليجية |

|                                                 |     |     |     |     |     |     |      |    |
|-------------------------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|----|
| صفحات التواصل الاجتماعي القريبة من العمل الصحفي | 29% | 42% | 29% | 45% | 18% | 37% | 4.08 | 68 |
|-------------------------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|----|

يوضح الجدول رقم (3) يوضح نوعية المواقع الإلكترونية العامة التي يتصفحها الصحفيون الكويتيون في الحصول على المعلومات والمضامين الإعلامية على النحو التالي:

- أوضحت النتائج العامة أن الصحفيين الكويتيين يتصفحون عدد من المواقع الإلكترونية العامة والمتخصصة في مجال الصحافة في الحصول على المعلومات والمضامين، وجاءت المواقع الرسمية لمؤسسات وجمعيات الصحافة العربية والأجنبية في المرتبة الأولى من حيث اعتماد الصحفيين عليها بوزن مؤوي (96) يتعرض لها الصحفيون بشكل دائم، وجاءت في المرتبة الثانية المدونات الخاصة بالصحافة العربية بوزن مؤوي (89.83) من استجابات الباحثين، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (16) Ki Deuk Hyun والتي أظهرت بأن المدونات السياسية والمدونات المهنية لها تأثير متعدد الانتشار وخاصة في الولايات المتحدة الأمريكية والتي أظهرت الدراسة تفوقها في التأثير على اتجاهات الجمهور الأمريكي في عدد من القضايا المجتمعية، وكذلك تتفق مع دراسة زاهر راضي (2003) (17) التي تحدد طبيعة مواقع التواصل الاجتماعي بأنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشاركة فيها بإنشاء موقع خاص به أو مدونة -، من ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها، وجاءت المواقع الشخصية لكبار الصحفيين العرب في المرتبة الثالثة بوزن مؤوي (89.33) في اعتماد الصحفيين الكويتيين عليها للحصول على المعلومات الخاصة بالمضامين الصحفية.

- وفي المرتبة الرابعة جاء اعتماد الباحثين على "الصفحات الرسمية لمؤسسات وجمعيات الصحافة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي كالفيس بوك وتويتر



وغيرها" بوزن مؤوي (87.83) من استجابات المبحوثين -عينة الدراسة- وتتفق هذه الدراسة مع ما ذكره عباس مصطفى صادق<sup>18</sup> بأن مواقع التواصل الاجتماعي تشير إلى حالة من التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة غير التقليدية، لاسيما فيما يتعلق بإعلاء حالات الفردية Individuality والتخصيص Customization، وتأتيان نتيجة لميزة رئيسة هي التفاعلية في حين ذكرت نسبة (13%) من استجابات المبحوثين بأنهم يتعرضون لها أحيانا، ونسبة (12%) من استجابات المبحوثين ذكروا "أنهم لا يتعرضون لها على الإطلاق"، بينما جاءت في المرتبة الخامسة الاعتماد على صفحات التواصل الاجتماعي القريبة من العمل الصحفي بوزن مؤوي (68)، وجاء الاعتماد على المواقع المتخصصة في مجال الصحافة وليس تابع لأي مؤسسة أو جمعية بوزن مؤوي (64.33) في المرتبة السادسة.

• ومن خلال النتائج السابقة نستنتج ما يلي:

1- تصدرت المواقع الرسمية لمؤسسات وجمعيات الصحافة العربية المكانة الأولى في حجم تعرض الصحفيين الكويتيين في الحصول على المعلومات والمضامين المقدمة، تلتها في المرتبة الثانية المدونات الخاصة بالصحافة، وفي المرتبة الثالثة: المواقع الشخصية لخبراء الصحافة، وفي المرتبة الرابعة الاعتماد على الصفحات الرسمية لمؤسسات وجمعيات الصحافة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي كالفيس بوك وتويتر وغيرها، وجاء في المرتبة الخامسة الاعتماد على صفحات التواصل الاجتماعي ذات الشأن بالصحافة وهذا يعطينا عدداً من المؤشرات:

0 معظم الصحفيين عينة الدراسة اعتمدوا على المواقع الإلكترونية العربية سواء الرسمية أو عبر صفحاتها الرسمية على صفحات التواصل الاجتماعي أو الاعتماد على المواقع الشخصية لخبراء الصحافة وهذا يدل على مدى تفاعل الصحفيين مع المواقع الإلكترونية العربية واعتمادهم عليها في الحصول على المعلومات وتداولها بشكل سريع، وتتفق هذه الدراسة مع دراسة انتصار إبراهيم عبد الرازق، وصفد

حسام الساموك<sup>(19)</sup> بأن الإعلام الجديد سيتحول إلى أداة اجتماعية وبتقيفية تصل إلى الجمهور بسهولة ويحدث من خلالها وفاق اجتماعي ومردود ثقافي متنوع.

0 سهولة التعامل مع الصفحات الرسمية للمواقع الإلكترونية لمؤسسات وجمعيات الصحافة العربية وانتشارها على الشبكة بشكل جيد وأصبحت شبكات التواصل الاجتماعي واحدة من أكثر الوسائل الفعالة والمؤثرة على الجمهور<sup>(20)</sup>.

0 سهولة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وخاصة بالعربية، فهي تحتاج إلى القليل من المعرفة في أسس التكنولوجيا من أجل النشر وتحقيق التواصل والمعرفة عبر الانترنت، مما يسهل على الصحفيين من خلال التدريب البسيط أن يتعامل مع هذه الصفحات ويسهل عليه الحصول على المضامين والمعلومات التي تفيد في مجال تخصصه.<sup>(21)</sup>

2- تراجع وانخفاض حجم تعرض المبحوثين لعدد من المواقع منها: الاعتماد على المواقع المتخصصة في مجال الصحافة وليس تابعة لأي مؤسسة أو جمعية جاء في الترتيب السادس من حيث تعرض المبحوثين، والاعتماد على المواقع الرسمية لمؤسسات وجمعيات الصحافة الأجنبية جاءت في المرتبة السابعة، والاعتماد على الصفحات الرسمية لمؤسسات وجمعيات الصحافة الأجنبية على مواقع التواصل الاجتماعي كالفيس بوك وتويتر وغيرها جاءت في المرتبة الأخيرة من تعرض المبحوثين، وهذا يقودنا إلى عدد من الاستنتاجات أيضا:

0 تراجع الاعتماد على المواقع المتخصصة في مجال الصحافة والتي لم تتبع أي جهة رسمية ربما يرجع الأمر إلى حرص الصحفيين التعامل الرسمي فقط في الحصول على المعلومات والمضامين من الجهات المعتمدة والمعروفة بالمنظمات والجمعيات المتخصصة.

0 تراجع الاعتماد على المواقع الرسمية لمنظمات وجمعيات الصحافة الأجنبية وصفحاتها الرسمية على شبكة الانترنت ربما لضعف التعامل مع اللغة من خلال

الصحفيين عينة الدراسة، أو لأسباب خاصة بمحتوى المواقع الإلكترونية الأجنبية في عدم اهتمامها بالصحفيين في العالم العربي وتحديداً الكويت.

جدول رقم (4) يوضح أسباب ودوافع اعتماد الصحفيين

على المواقع الإلكترونية لمنظمات الصحافة العالمية والعربية

| وزن<br>مئوي | م    | جمعيات الصحافة<br>الأجنبية (ن50) |       |       | جمعيات الصحافة العربية<br>(ن50) |       |       | الاتجاه<br>الأسباب                                                    |
|-------------|------|----------------------------------|-------|-------|---------------------------------|-------|-------|-----------------------------------------------------------------------|
|             |      | معارض                            | محايد | موافق | معارض                           | محايد | موافق |                                                                       |
| 68.83       | 4.13 | %20                              | %45   | %35   | %31                             | %40   | %29   | لأنها تمثل لي بديلاً سهلاً عن مصادر المعلومات الأخرى                  |
| 89.67       | 5.38 | %5                               | %10   | %85   | %12                             | %18   | %70   | لأنها تمدني بالمعلومات عن مختلف الأحداث والفعاليات بشكل سريع          |
| 38.33       | 2.3  | %89                              | %11   | %0    | %81                             | %19   | %0    | للتسلية وتمضية وقت الفراغ                                             |
| 88          | 5.28 | %10                              | %12   | %78   | %10                             | %20   | %70   | التعرف على أحدث النظريات في مجال الصحافة                              |
| 92          | 5.52 | %7                               | %12   | %81   | %2                              | %18   | %80   | تساعدني في معرفة الخبراء والممارسين في مجال الصحافة الرقمية           |
| 95.83       | 5.75 | %2                               | %7    | %91   | %1                              | %12   | %87   | تقدم لي معلومات ومهارات جديدة                                         |
| 86.83       | 5.21 | %13                              | %12   | %75   | %12                             | %17   | %71   | سهولة تواصلها معها من خلال صفحاتها الرسمية على الفيس وتويتر ومتابعتها |
| 86.83       | 5.21 | %6                               | %23   | %71   | %8                              | %28   | %64   | تطلعني على أحدث المؤتمرات والفعاليات في مجال الصحافة                  |
| 68.83       | 4.13 | %20                              | %45   | %35   | %31                             | %40   | %29   | لأنني لا بد أن أساير تكنولوجيا الاتصال                                |
| 89.67       | 5.38 | %5                               | %10   | %85   | %12                             | %18   | %70   | عمق معالجتها للموضوعات التي تقدمها                                    |

يوضح الجدول رقم (4) أسباب ودوافع اعتماد الصحفيين على المواقع الإلكترونية لمنظمات الصحافة العالمية والعربية للحصول على المضامين الصحفية الجديدة التي تعكس تطورهم المهني والصحفي فجاءت النتائج التفصيلية كالتالي:

جاء في المرتبة الأولى كسبب من أسباب اعتماد الصحفيين على المواقع الإلكترونية لمنظمات الصحافة العالمية والعربية للحصول على المضامين الصحفية الجديدة أنها تقدم لهم معلومات ومهارات جديدة بوزن مؤوي (95.83)، وفي المرتبة الثانية جاءت عبارة "تساعدني في معرفة الخبراء والممارسين في مجال الصحافة الرقمية" بوزن مؤوي (92)، بينما في المرتبة الثالثة جاءت عبارتي "لأنها تمدني بالمعلومات عن مختلف الأحداث والفعاليات بشكل سريع" و"عمق معالجتها للموضوعات التي تقدمها" بوزن مؤوي (89.67)، وفي المرتبة الرابعة عبارة "التعرف على أحدث النظريات في مجال الصحافة" بوزن مؤوي (88)، وفي المرتبة الخامسة عبارتي "سهولة تواصلها معها من خلال صفحاتها الرسمية على الفيس وتويتر ومتابعتها" و"تطلعني على أحدث المؤتمرات والفعاليات في مجال الصحافة" بوزن مؤوي (86.83)، أما في المرتبة السادسة فجاءت عبارتي "لأنها تمثل لي بديلاً سهلاً عن مصادر المعلومات الأخرى" و"لأنني لابد أن أساير تكنولوجيا الاتصال" بوزن مؤوي (68.83)، وفي المرتبة الأخيرة والمتدنية للغاية جاءت عبارة "للتسلية وتمضية وقت الفراغ" بوزن مؤوي (38.33).

جدول رقم (5) يوضح العوامل المؤثرة والفعالة التي تجعل الصحفيين الكويتيين يتعرضون للمواقع الإلكترونية لجمعيات الصحافة العربية والأجنبية

| وزن مؤوي | م    | جمعيات الصحافة الأجنبية (ن50) |      |          | جمعيات الصحافة العربية (ن50) |      |          | الاتجاه | العوامل                              |
|----------|------|-------------------------------|------|----------|------------------------------|------|----------|---------|--------------------------------------|
|          |      | غير مؤثر                      | مؤثر | مؤثر جدا | غير مؤثر                     | مؤثر | مؤثر جدا |         |                                      |
| 65.67    | 3.94 | %20                           | %58  | %22      | %23                          | %62  | %15      |         | المحتوى العلمي للموقع الإلكتروني     |
| 62       | 3.72 | %32                           | %55  | %13      | %17                          | %75  | %8       |         | تصميم الأيقونات وإخراج الموقع الفني. |
| 66.67    | 4    | %25                           | %62  | %13      | %18                          | %52  | %30      |         | مصادقية الموقع الإلكتروني.           |

|       |      |     |     |     |     |     |     |                                                           |
|-------|------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----------------------------------------------------------|
| 63.17 | 3.79 | %22 | %71 | %7  | %26 | %54 | %20 | مصادقية المؤسسة نفسها تجعلني أتعرض للموقع الإلكتروني لها. |
| 66.17 | 3.97 | %14 | %72 | %14 | %24 | %55 | %21 | مستوى الخدمات التفاعلية.                                  |
| 66.83 | 4.01 | %10 | %65 | %25 | %31 | %52 | %17 | الصور المرفقة بالأخبار والفعاليات                         |
| 66.33 | 3.98 | %22 | %62 | %16 | %23 | %50 | %27 | تغطية الأحداث بالصور والإحصائيات والفيديو                 |
| 65.33 | 3.92 | %22 | %58 | %20 | %24 | %58 | %18 | عرض الموضوعات والقضايا بشكل موضوعي ومحايد                 |
| 63.17 | 3.79 | %22 | %58 | %20 | %24 | %71 | %5  | عمق معالجتها للموضوعات التي تقدمها.                       |
| 67.33 | 4.04 | %18 | %58 | %24 | %22 | %58 | %20 | الحدث وتغطية كل ما هو جديد في مجال الصحافة.               |
| 38.17 | 2.29 | %88 | %5  | %7  | %92 | %6  | %2  | الإمكانات الإقناعية المختلفة.                             |
| 38    | 2.28 | %91 | %4  | %5  | %86 | %14 | %0  | الموسيقى المصاحبة .                                       |
| 82.67 | 4.96 | %22 | %6  | %72 | %16 | %22 | %62 | روابط التواصل الاجتماعي التابعة لها.                      |

### يوضح الجدول رقم (5) العوامل المؤثرة والفعالة التي تجعل الصحفيون

يتعرضون للمواقع الإلكترونية لمؤسسات الصحافة العربية والأجنبية، وتتصدر روابط التواصل الاجتماعي التابعة للموقع قائمة العوامل المؤثرة بوزن مؤوي بلغ 82.67%. يشير هذا إلى أن سهولة الوصول إلى محتوى الموقع ومشاركته عبر منصات التواصل الاجتماعي هي المحرك الأكبر للصحفيين. هذا يعكس الدور المتزايد لوسائل التواصل الاجتماعي كبوابة رئيسية للمعلومات والأخبار، وحتى كمصدر لجمع المعلومات الأولية. تليها مجموعة من العوامل التي تتجاوز نسبة 65%، والتي تؤكد على قيمة المحتوى الحديث، الموثوق به، والمدعوم بالوسائط المتعددة. هذه العوامل تشمل:

- الحدث وتغطية كل ما هو جديد في مجال الصحافة (67.33%) يؤكد هذا على حاجة الصحفيين المستمرة لمواكبة آخر التطورات والأخبار في مجالهم.

- الصور المرفقة بالأخبار والفعاليات (66.83%) تظهر أهمية المحتوى البصري في جذب الانتباه وتوصيل المعلومة بفعالية.
- مصداقية الموقع الإلكتروني (66.67%) يبرز هذا كعامل حاسم في تحديد مدى اعتماد الصحفيين على الموقع كمصدر للمعلومات. الثقة في المصدر هي حجر الزاوية في العمل الصحفي.
- تغطية الأحداث بالصور والإحصائيات والفيديو (66.33%) تؤكد هذه النقطة على قيمة المحتوى الشامل والمتعدد الوسائط الذي يقدم رؤية متكاملة للأحداث.
- مستوى الخدمات التفاعلية (66.17%) يشير إلى رغبة الصحفيين في التفاعل مع المحتوى أو حتى مع محرري الموقع، مما يعزز تجربتهم ويجعلها أكثر جاذبية.
- المحتوى العلمي للموقع الإلكتروني (65.67%) يدل على اهتمام الصحفيين بالمحتوى المتعمق والموثوق الذي يستند إلى أسس علمية أو بحثية.
- عرض الموضوعات والقضايا بشكل موضوعي ومحايدين (65.33%) يعكس هذا السعي الدائم للصحفيين للحصول على معلومات غير متحيزة، وهو أساس العمل الصحفي المهني.

#### العوامل ذات الأهمية المتوسطة:

- تتضمن هذه الفئة عوامل تراوحت نسبتها بين 62% و 63%، والتي لا تزال مهمة ولكنها تأتي في مرتبة ثانية بعد العوامل المتعلقة بجودة المحتوى وموثوقيته:
- مصداقية المؤسسة نفسها (63.17%) بينما المصداقية الكلية للموقع مهمة، فإن مصداقية المؤسسة التي تديره لا تقل أهمية، وتساهم في بناء الثقة العامة.
  - عمق معالجتها للموضوعات التي تقدمها (63.17%) يدل على أن الصحفيين يبحثون عن تحليل متعمق للمواضيع، وليس فقط الأخبار العاجلة.

- تصميم الأيقونات وإخراج الموقع الفني (62%) يشير إلى أن الجانب الجمالي والوظيفي لتصميم الموقع مهم لسهولة التصفح وجاذبية التجربة بشكل عام، ولكنه ليس بالضرورة العامل الأول الجاذب.

#### العوامل الأقل تأثيراً:

- تأتي في ذيل القائمة عوامل بنسبة أقل من 40%، مما يدل على تأثيرها المحدود على قرار الصحفيين بالتعرض للمواقع:
- الإمكانيات الإقناعية المختلفة (38.17%) قد يشير هذا إلى أن الصحفيين لا يبحثون بشكل أساسي عن محتوى يهدف إلى الإقناع، بل عن معلومات وحقائق.
- الموسيقى المصاحبة (38%) من الواضح أن الموسيقى الخلفية في المواقع الإلكترونية ليست عاملاً مهماً على الإطلاق، وقد تكون في بعض الأحيان مشتتة.

ويمكن من هذه النتائج الخروج بعدة مؤشرات رئيسية كالتالي:

1. هيمنة التواصل الاجتماعي كبوابة رئيسية: يُعد وجود روابط قوية للتواصل الاجتماعي عامل الجذب الأبرز للصحفيين الكويتيين نحو مواقع جمعيات الصحافة. هذا يشير إلى ضرورة دمج استراتيجيات قوية للتواصل الاجتماعي لزيادة الوصول إلى المحتوى.
2. أولوية المحتوى على الشكل: بينما تصميم الموقع مهم، فإن جودة المحتوى (حداثة، مصداقية، شمولية، موضوعية، وعمق) هي العوامل الأساسية التي تدفع الصحفيين للتعرض للموقع. هذا يؤكد على أن الأولوية يجب أن تكون دائماً للمحتوى القيم والدقيق.
3. أهمية المحتوى المرئي والمتعدد الوسائط: تبرز الصور والفيديوهات والإحصائيات كعناصر حاسمة في جذب الصحفيين، مما يؤكد على ضرورة الاستثمار في إنتاج محتوى غني بالوسائط المتعددة.

4. بناء الثقة هو مفتاح النجاح تلعب مصداقية الموقع والمؤسسة دوراً محورياً في قرار الصحفيين بالتعرض للمحتوى. يجب على المؤسسات الصحفية التركيز على بناء سمعة موثوقة لضمان استقطاب الصحفيين والاحتفاظ بهم.
5. المحتوى الإقناعي والمؤثرات الصوتية ليست أولوية: يوضح الجدول أن الصحفيين لا يهتمون بشكل كبير بالمحتوى الذي يهدف إلى الإقناع أو بالمؤثرات الصوتية كالموسيقى. هذا يشير إلى أن هدفهم الأساسي هو جمع المعلومات والحقائق وليس التأثير بالمحتوى الترويجي أو المشتت.

جدول رقم (6) يوضح الأسباب التي لا تجذب الصحفيين عينة الدراسة للتعرض لبعض المواقع الإلكترونية لعدد من مؤسسات وجمعيات الصحافة العربية والأجنبية

| وزن<br>مئوي | م    | جمعيات الصحافة<br>الأجنبية (ن50) |      |             | جمعيات الصحافة العربية<br>(ن50) |      |             | الاتجاه<br>الأسباب                                             |
|-------------|------|----------------------------------|------|-------------|---------------------------------|------|-------------|----------------------------------------------------------------|
|             |      | غير<br>مؤثر                      | مؤثر | مؤثر<br>جدا | غير<br>مؤثر                     | مؤثر | مؤثر<br>جدا |                                                                |
| 49.67       | 2.98 | %70                              | %17  | %13         | %60                             | %25  | %15         | المعلومات القديمة والغير متجددة بالموقع.                       |
| 65.5        | 3.93 | %32                              | %51  | %17         | %17                             | %58  | %25         | صعوبة الوصول إلى الأيقونات المطلوبة للحصول على المعلومة.       |
| 67.17       | 4.03 | %25                              | %57  | %18         | %18                             | %54  | %28         | الإخراج الفني للموقع ردي وغير جذاب                             |
| 63.83       | 3.83 | %22                              | %67  | %11         | %24                             | %58  | %18         | الكلمات المكتوبة أكثر من المرئية والمصورة.                     |
| 63.67       | 3.82 | %36                              | %44  | %20         | %24                             | %54  | %22         | قلة الوسائل المرئية في الموقع                                  |
| 62.83       | 3.77 | %29                              | %57  | %14         | %19                             | %70  | %11         | بعض الأيقونات غير نشطة وغير فعالة.                             |
| 65.67       | 3.94 | %33                              | %54  | %13         | %14                             | %58  | %28         | صعوبة الوصول إلى الموقع الإلكتروني للمؤسسات في محركات البحث.   |
| 66          | 3.96 | %22                              | %54  | %24         | %24                             | %58  | %18         | ليس لها صفحات رسمية على مواقع التواصل الاجتماعي كالفيس وغيرها. |



يوضح الجدول رقم (6) الأسباب الرئيسية التي تؤدي إلى عدم انجذاب الصحفيين عينة الدراسة للتعرض لبعض المواقع الإلكترونية لجمعيات الصحافة العربية والأجنبية، مرتبة حسب الوزن المئوي. تتوزع هذه الأسباب بين عوامل تتعلق بالتصميم الفني والتفاعلية، وسهولة الوصول، ومحتوى الموقع، ووجوده على منصات التواصل الاجتماعي. وجاءت تلك الأسباب على النحو التالي:

### 1. ضعف التصميم الفني والتفاعلية (الأسباب الأكثر تأثيراً):

- o يأتي "الإخراج الفني للموقع رديء وغير جذاب" في المرتبة الأولى بوزن مئوي 67.17 هذا يشير إلى أن المظهر البصري للموقع يلعب دوراً حاسماً في جذب الصحفيين. إذا كان الموقع غير جذاب بصرياً، فمن المرجح أن يتجاهلوه.
- o تليها مشكلة "صعوبة الوصول إلى الأيقونات المطلوبة للحصول على المعلومة" بوزن مئوي 65.5 و"بعض الأيقونات غير نشطة وغير فعالة" بوزن مئوي 62.83 هذه النقاط تسلط الضوء على أهمية تجربة المستخدم (UX) وسهولة التنقل. الصحفيون يحتاجون إلى الوصول السريع والفعال للمعلومات، وأي عقبة في هذا الصدد تؤدي إلى النفور.

### 2. غياب التواجد على وسائل التواصل الاجتماعي:

- o "ليس لها صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي كالفيس وغيرها" تأتي في المرتبة الثانية بوزن مئوي 66 هذا يؤكد على الدور الحيوي الذي تلعبه منصات التواصل الاجتماعي في نشر المحتوى والتفاعل في العصر الحالي. عدم وجود الجمعيات على هذه المنصات يفقدها قناة مهمة للوصول إلى الصحفيين والتفاعل معهم.

### 3. مشاكل في سهولة الوصول والبحث:

- o "صعوبة الوصول إلى الموقع الإلكتروني للمؤسسات في محركات البحث" بوزن مئوي 65.67 تشير إلى ضعف تحسين محركات البحث (SEO) لهذه المواقع. إذا كان الموقع غير مرئي بسهولة في نتائج البحث، فسيصعب على الصحفيين اكتشافه والوصول إليه.

## 4. قلة المحتوى المرئي وتحديثه:

o "الكلمات المكتوبة أكثر من المرئية والمصورة" بوزن مؤوي 63.83 و"قلة الوسائل المرئية في الموقع" بوزن مؤوي 63.67 توضح أن الصحفيين يفضلون المحتوى المتنوع الذي يتضمن عناصر بصرية. المواقع التي تعتمد بشكل كبير على النصوص فقط قد تكون أقل جاذبية.

o تأتي "المعلومات القديمة وغير المتجددة بالموقع" بوزن مؤوي 49.67 كأقل الأسباب تأثيراً نسبياً، ولكنها لا تزال تشكل مشكلة. يشير هذا إلى أن تحديث المحتوى بانتظام أمر ضروري للحفاظ على اهتمام الصحفيين وتقديم معلومات ذات صلة وحديثة.

## جدول رقم (7) يوضح أسباب عدم استفادة المبحوثين من التصفح للمواقع

## الإلكترونية وعدم تطوير آدائهم المهني والاتصالي

| وزن مؤوي | م    | جمعيات الصحافة الأجنبية (ن50) |       |       | جمعيات الصحافة العربية (ن50) |       |       | الاتجاه                                                                                | الأسباب |
|----------|------|-------------------------------|-------|-------|------------------------------|-------|-------|----------------------------------------------------------------------------------------|---------|
|          |      | معارض                         | محايد | موافق | معارض                        | محايد | موافق |                                                                                        |         |
| 63       | 3.78 | %31                           | %51   | %18   | %26                          | %57   | %17   | لا أكتسب من خلالها مهارات جديدة.                                                       |         |
| 50.33    | 3.02 | %56                           | %30   | %14   | %66                          | %24   | %10   | لا تطلعي على المستجدات العالمية في مجال الصحافة                                        |         |
| 52.67    | 3.16 | %53                           | %30   | %17   | %62                          | %24   | %14   | تعتمد على المبالغاة والأخبار الخاصة بها فقط .                                          |         |
| 45.83    | 2.75 | %78                           | %8    | %14   | %71                          | %19   | %10   | تعتمد على أخبار محلية وتقليدية                                                         |         |
| 60.83    | 3.65 | %45                           | %35   | %20   | %28                          | %54   | %18   | لا تعالج المشكلات والقضايا العصرية وبعيدة كل البعد عن واقع الممارسة                    |         |
| 50.17    | 3.01 | %57                           | %26   | %17   | %73                          | %13   | %14   | لا تملك التطوير ولا جذب الممارسين وتفتقد الرؤية في طرح الحلول والمشكلات الخاصة بالمهنة |         |

يكشف الجدول رقم (7) عن الأسباب التي تمنع المبحوثين (الصحفيين) من الاستفادة من تصفح المواقع الإلكترونية، مما يؤثر على تطوير أدائهم المهني والاتصالي. تتركز هذه الأسباب بشكل أساسي حول جودة المحتوى، مدى ارتباطه بالتطورات المهنية، وقدرته على معالجة القضايا الراهنة. وفيما يلي هذه الأسباب بالتفصيل:

o يُمعد السبب الأبرز لعدم الاستفادة هو "لا أكتسب من خلالها مهارات جديدة"، بوزن مئوي 63، هذا يشير إلى أن الصحفيين يبحثون عن محتوى عملي يُمكّنهم من تطوير قدراتهم المهنية، وهذه المواقع لا تلبي هذا الاحتياج الأساسي.

o يأتي في المرتبة الثانية السبب "لا تعالج المشكلات والقضايا العصرية وبعيدة كل البعد عن واقع الممارسة" بوزن مئوي 60.83. ظهر هذا أن الصحفيين يرغبون في محتوى يعكس التحديات والمستجدات التي يواجهونها في عملهم اليومي، وأن هذه المواقع لا تقدم لهم حلولاً أو رؤى عملية.

o "تعتمد على المبالغات والأخبار الخاصة بها فقط" بوزن مئوي 52.67، وعبرة "لا تطلعي على المستجدات العالمية في مجال الصحافة" بوزن مئوي 50.33 وعبرة "لا تملك التطوير ولا جذب الممارسين وتفتقر الرؤية في طرح الحلول والمشكلات الخاصة بالمهنة" بوزن مئوي 50.17 تُشير هذه النسب إلى أن المحتوى المقدم غالباً ما يكون ذاتياً، لا يواكب التطورات العالمية، ويفتقر إلى الرؤية الاستشرافية في معالجة القضايا المهنية.

o أقل الأسباب تأثيراً هو "تعتمد على أخبار محلية وتقليدية" بوزن مئوي 45.83 رغم أنه الأقل، إلا أنه يُمسك بالضوء على أن التركيز المبالغ فيه على الأخبار المحلية التقليدية قد لا يكون كافياً لتلبية تطلعات الصحفيين الذين يبحثون عن منظور أوسع وأكثر حداثة.

وهكذا، تُظهر هذه البيانات بوضوح أن الصحفيين يبحثون عن محتوى ذي قيمة مضافة يُمكّنهم من تطوير مهاراتهم، والبقاء على اطلاع بالمستجدات العالمية، ومعالجة

القضايا العملية التي تواجههم. المواقع الإلكترونية المعنية تفشل في تحقيق ذلك بتركيزها على محتوى قديم، تقليدي، أو شديد المحلية، بالإضافة إلى افتقارها للرؤية المستقبلية والقدرة على طرح حلول لمشكلات المهنة

جدول رقم (8) يوضح تقييم المبحوثين لتغطية المواقع لجمعيات الصحافة العربية والأجنبية للمعلومات والمضامين الإعلامية التي تساعد على تطوير العمل الصحفي الرقمي

| الأسباب                                                                                | الاتجاه | جمعيات الصحافة العربية (ن50) |       |              | جمعيات الصحافة الأجنبية (ن50) |       |              | م    | وزن<br>مئوي |
|----------------------------------------------------------------------------------------|---------|------------------------------|-------|--------------|-------------------------------|-------|--------------|------|-------------|
|                                                                                        |         | موافق<br>جدا                 | موافق | غير<br>موافق | موافق<br>جدا                  | موافق | غير<br>موافق |      |             |
| اعتمدت على التنوع في عرض المعلومات والمضامين ما بين خبر وصورة وصوت.                    |         | 47%                          | 40%   | 13%          | 49%                           | 45%   | 6%           | 4.77 | 79.5        |
| استطاعت ان تخاطب الصحفيين وتحدد المعوقات والمشكلات التي تواجههم وسعت الى وضع حلول لها. |         | 70%                          | 20%   | 10%          | 85%                           | 12%   | 3%           | 5.42 | 90.33       |
| قدمت للمهنيين نماذج حديثة ومعاصرة في مهنة الصحافة                                      |         | 64%                          | 20%   | 16%          | 78%                           | 12%   | 10%          | 5.16 | 86          |
| أحدثت فجوة اتصالية بينها وبين الصحفيين بسبب ضعف المضمون الإعلامي المقدم.               |         | 35%                          | 20%   | 45%          | 21%                           | 35%   | 44%          | 3.67 | 61.17       |
| لا تعتمد على الدقة والموضوعية في نتائج استبياناتها.                                    |         | 14%                          | 22%   | 64%          | 11%                           | 20%   | 69%          | 2.92 | 48.67       |
| دفعتي للمشاركة مع زملائي في تقديم الافضل في الممارسات الصحفية.                         |         | 72%                          | 14%   | 14%          | 74%                           | 17%   | 7%           | 5.21 | 86.83       |
| تقتقد المهنية في طرح القضايا التي تهم الصحفيين.                                        |         | 17%                          | 17%   | 66%          | 32%                           | 22%   | 46%          | 3.37 | 56.17       |

|      |      |    |     |     |     |     |     |                                                                      |
|------|------|----|-----|-----|-----|-----|-----|----------------------------------------------------------------------|
| 88   | 5.28 | %6 | %16 | %78 | %8  | %28 | %64 | دفعتي وجعلتي أشارك في مؤتمرات وندوات وورش العمل الخاصة بمجال الصحافة |
| 79.5 | 4.77 | %6 | %45 | %49 | %13 | %40 | %47 | جعلتي أكتسب مهارات اتصالية وصحفية جديدة.                             |

يوضح الجدول رقم (8) تقييم الصحفيين (المبحوثين) لمدى مساهمة تغطية مواقع جمعيات الصحافة العربية والأجنبية في تزويدهم بالمعلومات والمضامين الإعلامية التي تساعد على تطوير العمل الصحفي الرقمي، وتعكس البيانات مزيًا من النقاط الإيجابية والسلبية في أداء هذه المواقع التي يمكن توضيحها على النحو التالي:

1. القدرة على تقديم حلول ومخاطبة الصحفيين: حيث إن السبب الذي حظي بأعلى تقييم إيجابي هو كونها "استطاعت أن تخاطب الصحفيين وتحدد المعوقات والمشكلات التي تواجههم وسعت إلى وضع حلول لها" بوزن مؤوي 90.33 وهذا مؤشر على أن المواقع التي تنجح في فهم تحديات الصحفيين وتقديم حلول لها، تحظى بتقدير كبير وتعتبر ذات قيمة مضافة.

2. تحفيز المشاركة والتفاعل المهني: حيث يظهر من الجدول أن تلك المواقع عملت على "دفعتي للمشاركة مع زملائي في تقديم الأفضل في الممارسات الصحفية" بوزن مؤوي 86.83، وكذلك "دفعتي وجعلتي أشارك في مؤتمرات وندوات وورش العمل الخاصة بمجال الصحافة" بوزن مؤوي 88

3. تقديم نماذج حديثة واكتساب مهارات: حيث يرى الصحفيون أن تلك المواقع "قدمت للمهنيين نماذج حديثة ومعاصرة في مهنة الصحافة" بوزن مؤوي 86 مما يعكس أهمية المحتوى وتقديم أمثلة تطبيقية تواكب التطورات المعاصرة. كما أنها "جعلتهم يكتسبون مهارات اتصالية وصحفية جديدة" بوزن مؤوي 79.5 وهذه النتيجة تؤكد على أن الصحفيين يبحثون عن فرص التعلم المستمر من خلال هذه المواقع. كما جاءت عبارة "اعتمدت على التنوع في عرض المعلومات والمضامين ما بين خبر وصورة وصوت" بوزن مؤوي 79.5 لتشير إلى أن

الصحفيين يقدرّون التنوع في أشكال المحتوى (وسائط متعددة) لأنه يساعد على تقديم المعلومة بشكل فعال.

4. تحديات رئيسية: بينما كانت هناك إيجابيات في اتجاهات الصحفيين نحو مواقع الجمعيات العربية والأجنبية كمصدر للمعلومات حول المستجدات المختلفة إلا أن تلك المواقع لم تخل من سلبيات تمثل تحديات رئيسية من وجهة نظر المبحوثين، والتي عبرت عنها اتجاهاتهم نحو عدد من العبارات السلبية مما جاء في الجدول والتي يمكن ترتيبها على النحو التالي:

- عبارة "أحدثت فجوة اتصالية بينها وبين الصحفيين بسبب ضعف المضمون الإعلامي المقدم" جاءت بوزن مؤوي 61.17 مما يشير إلى أن بعض المواقع تعاني من ضعف في جودة المحتوى بشكل يؤدي إلى عدم استفادة الصحفيين منها وإحداث فجوة بينهم وبين هذه المواقع.

- عبارة "تقتقد المهنية في طرح القضايا التي تهم الصحفيين" التي حصلت على وزن مؤوي 56.17، وهذا يوضح أن جزءاً من المحتوى قد لا يكون على المستوى المهني المطلوب أو لا يتناول القضايا الجوهرية التي تهم الفئة المستهدفة.

- عبارة "لا تعتمد على الدقة والموضوعية في نتائج استبياناتها" بوزن مؤوي 48.67 هذه النقطة كانت الأقل تأثيراً، لكنها لا تزال تشير إلى مشكلة في مصداقية بعض البيانات أو الدراسات التي تنشرها هذه المواقع، مما قد يؤثر على ثقة الصحفيين بها.

وإجمالاً، يوضح الجدول أن مواقع جمعيات الصحافة العربية والأجنبية لديها إمكانيات كبيرة في دعم تطوير العمل الصحفي الرقمي، خاصة عندما تنجح في مخاطبة الصحفيين بشكل مباشر، وتقديم حلول لمشكلاتهم، وتحفيزهم على المشاركة، وعرض نماذج حديثة، والمساهمة في اكتساب المهارات.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة كل من Donald K. Wright, Michelle & Drifka Hinson<sup>(22)</sup> والتي أكدت على أن الصحفيين وممارسي العلاقات العامة يستخدمون الوسائط الإعلامية المتطورة والحديثة في أدوارهم الاتصالية والمهنية مثل مواقع التدوين المصغر مثل تويتر، محرك البحث والتسويق الإلكتروني، مواقع مشاركة الفيديو مثل يوتيوب، والمدونات والمنتديات، والمدونات الصوتية الإلكترونية. سواء في التواصل مع الجمهور أو عبر المواقع الإلكترونية لمؤسساتهم.

• ومن خلال النتائج العامة للجدول السابق يتبين ما يلي:

- أظهرت إجابات الباحثين مدى فعاليات المواقع الإلكترونية ومحتوياتها الإعلامية وانعكاساتها على تطوير الأداء المهني والصحفي لديهم، وأظهرت الإجابات بأن المواقع الإلكترونية استطاعت أن تخاطب الصحفيين وتحدد المعوقات والمشكلات التي تواجههم وسعت إلى وضع حلول لها، وتقديم الأفضل في الممارسات المهنية، كما قدمت للصحفيين نماذج حديثة ومعاصرة في المجال الصحفي، كما اعتمدت على التنوع في عرض المعلومات والمضامين ما بين خبر وصورة وصوت، و"جعلته يكتسب مهارات اتصالية وصحفية جديدة مما حدا بالباحثين أن يعطوا لهذا المواقع درجة ثقة كبيرة ومدى اعتمادهم عليها كمصدر مهم من مصادر الحصول على المعلومات والمضامين الإعلامية، وتتفق هذه النتيجة مع عدد من الدراسات<sup>(23)</sup> بأن التنوع الإعلامي ومدى استخدام التقنيات الإعلامية في المواقع الإلكترونية سهل على القائم بالاتصال وممارسي العلاقات العامة سهولة التعامل مع الصحفيين والجمهور على حد سواء وثرء العلاقات الإعلامية بين جميع الأطراف.
- أكدت إجابات الباحثين بأنهم غير موافقون على أن المواقع الإلكترونية تحدث فجوة اتصالية بينها وبين الصحفيين بسبب ضعف المضمون الإعلامي المقدم، أو أنها تفتقد المهنية في طرح القضايا التي تهم الصحفيين ولا تعتمد على الدقة والموضوعية في نتائج استبياناتها، وهذا ما نفاه الباحثين في عينة الدراسة مما

يعطى مؤشر فعال للمواقع الإلكترونية ومضامينها الإعلامية التي تخاطب الصحفيين والتي تؤثر إيجاباً على أدائهم المهني والصحفي.

#### ■ مناقشة النتائج العامة للدراسة:

- تصدرت المواقع الرسمية لمؤسسات وجمعيات الصحافة العربية المكانة الأولى في حجم تعرض الصحفيين في الحصول على المعلومات والمضامين المقدمة في المجال الصحفي، تلتها في المرتبة الثانية المدونات الخاصة بالصحافة، وفي المرتبة الثالثة: المواقع الشخصية لخبراء الصحافة، وفي المرتبة الرابعة الاعتماد على الصفحات الرسمية لمؤسسات وجمعيات الصحافة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي كالفيس بوك وتويتر وغيرها.
- تراجع وانخفاض حجم تعرض المبحوثين لعدد من نوعية المواقع مثل: المواقع المتخصصة في مجال الصحافة وليس تابعة لأي مؤسسة أو جمعية، والمواقع الرسمية لمؤسسات وجمعيات الصحافة الأجنبية، والصفحات الرسمية لمؤسسات وجمعيات الصحافة الأجنبية على مواقع التواصل الاجتماعي كالفيس بوك وتويتر وغيرها ربما يرجع الأمر إلى حرص الصحفيين التعامل الرسمي فقط في الحصول على المعلومات والمضامين من الجهات المعتمدة والمعروفة كالمنظمات والجمعيات المتخصصة.
- أهم العوامل المؤثرة والفعالة التي تجعل الصحفيون يتعرضون للمواقع الإلكترونية لمؤسسات الصحافة العربية والأجنبية هي تصميم الأيقونات وإخراج الموقع الفني " وكذلك "عمق معالجتها للموضوعات التي تقدمها، و"مستوى الخدمات التفاعلية "و"مصادقية المؤسسة نفسها والمحتوى العلمي للموقع الإلكتروني هي العوامل المؤثرة والفعالة التي تجعل الصحفيون يتعرضون للمواقع الإلكترونية لمؤسسات الصحافة العربية والأجنبية.
- أن من أهم الأسباب التي لا تجذب الصحفيين للتعرض لبعض المواقع الإلكترونية لعدد من مؤسسات وجمعيات الصحافة العربية والأجنبية هي "بعض



الأيقونات غير نشطة وغير فعالة" و"الكلمات المكتوبة أكثر من المرئية والمصورة" وكذلك المواقع التي ليس لها صفحات رسمية على مواقع التواصل الاجتماعي كالفايس وغيرها"، "صعوبة الوصول إلى الموقع الإلكتروني للمؤسسات في محركات البحث" و"الإخراج الفني للموقع ردى وغير جذاب".

- أظهرت النتائج قياس عدم الصحفيين - عينة الدراسة - من تصفح المواقع الإلكترونية لعدة أسباب منها: أنها لا تطلعه على المستجدات العالمية في المجال الصحفي و"اعتمادها على المبالغات وأخبار المؤسسة الخاصة بها، وأنها تعتمد على أخبار محلية وتقليدية.

#### ■ التوصيات: توصى الدراسة بالآتي:

- يجب تفعيل المضامين الإعلامية لمواقع منظمات وجمعيات الصحافة العالمية لمدى حاجة الصحفيين لمثل هذه المضامين وانعكاساتها على أدائهم المهني والصحفي وهذا يتطلب عدد من العوامل:

0 مدى إدراك مسؤولي وقيادي هذه المنظمات وجمعيات الصحافة في التأثير المعرفي للمواقع الرسمية لجمعياتهم.

0 إعداد المسؤول الفني لتلك المواقع بشكل يتناسب مع طبيعة المهنة ويواكب التطورات التكنولوجية العالمية في مجال التفاعل الإلكتروني.

- إعداد الصحفيين بشكل جيد ومواكبة تطور تكنولوجيا الاتصال بما يوائم مع طبيعة الصحافة الرقمية التي ستحدث طفرة في مجال الصحافة بشكل عام.

- تكثيف الدراسات المتعمقة حول الصحافة الرقمية والنظريات المستخدمة بها، حتى ندرك حجم التداعيات والأثر المقدم من استخدام هذه النظريات والتعرف على طبيعة الوسائل التكنولوجية المستحدثة وأثرها على البناء المعرفي والسلوكي للصحفيين.

## الهوامش والمراجع

- 1- Miller, Katherine: "*Communication Theories: perspective, processes, and contents*", USA, Mc Grow Hill publishing, 2000, pp 249.
- 2- اعتمد الباحث في هذه النقطة على :  
**Communication Theory, available a :**  
<http://communicationtheory.org/media-dependency-theory>.
- عبد الصادق، عبد الصادق حسن: اعتماد الشباب الجامعي على الاعلان الإلكتروني كمصدر لاتجاهاته الشرائية : دراسة ميدانية على عينة من طلبة الجامعات الخاصة في مصر والبحرين، **حولية الآداب والعلوم الاجتماعية**، الرسالة 396، حولية 34، 2014، ص 34.
- عبد الظاهر، وجدى حلمي: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، Available At: <https://uqu.edu.sa/page/ar/181765>
- 3-Iban Al bizu – Rivas & Sonia Parratt & Montse Mera Fernández, Artificial Intelligence in Slow Journalism: Journalists' Uses, Perceptions, and Attitudes, **journalism & Media**, December 5(4), 2024, pp,1836-1850.
- 4- حسن، محمد عبد العباس: اعتماد الجمهور العراقي علي البرامج التليفزيونية الحوارية المقدمة علي المواقع الإلكترونية الإخبارية التي تتناول نتائج الانتخابات العراقية، **مجلة البحوث والدراسات الإعلامية**، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق، العدد 29، سبتمبر 2024، ص ص 597-643.
- 5- الدلو، جواد راغب وأبو عبيد، هبة وليد: اعتماد الشباب الفلسطيني على المواقع الإلكترونية العسكرية الفلسطينية في تعزيز ثقافة المقاومة لديهم دراسة ميدانية، **مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية**، الجامعة الإسلامية، غزة، المجلد 11، العدد 4، 2023، ص ص 8-60 .
- 6- المطيري، عادل حمدي عيد: درجة اعتماد الجمهور الكويتي علي الصحافة الإلكترونية وعلاقته بتشكيل الوعي الصحي لديهم تجاه أزمة (كوفيد 19)، **مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال**، الجزء الثاني، العدد 8، يناير، 2022، ص ص 176-143.
- 7- القاضي، أميرة فتحي إبراهيم: اعتماد الشباب الجامعي علي الأخبار الحكومية المتعلقة بقضايا الإصلاح عبر الإعلام الرقمي وعلاقته بمدركتهم لهذه القضايا، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 80، المجلد الأول، الجزء الثاني، يوليو 2022، ص ص 403-440 .
- 8- Amaranta Alfaro & Claudia Mellado, Platforms, Journalists and Their Digital Selves, **Digital journalism**, Volume 8, 2020 - Issue 10,
- 9- أبوز هري، إسلام عبد الله: اعتماد الصحفيين الاستقصائيين العرب على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة اليرموك، الأردن، 2018.
- 10- الشامي، عبد الرحمن: اعتماد الصحفيين اليمنيين على شبكات التواصل الاجتماعي مصدراً للأخبار أثناء الحروب والأزمات: دراسة تطبيقية على (عاصفة الحزم)، **المجلة العربية للعلوم الإنسانية**، جامعة الكويت، المجلد 36، 2018 .
- 11- الصمد، عبد العزيز سامي: اعتماد الجمهور الكويتي على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول الأزمة الخليجية 2017: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة اليرموك، الأردن، 2018 .

- 12- خير الله، هشام رشدي: اعتماد الجمهور المصري على مواقع الصحف الإلكترونية للحصول على المعلومات أوقات الأزمات: دراسة ميدانية، المجلة المصرية لبحوث الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 10، يونيو 2027، ص ص 287-360 .
- 13- الشمري، أحمد حمود مفضي: اعتماد الصحفيين الكويتيين على تويتر كمصدر للمعلومات حول قضايا الفساد : دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة اليرموك، الأردن، 2017 .
- 14- عبد الحميد، محمد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، دار عالم الكتب، 2000، ص 153 .
- 15- زغيب، شيماء ذو الفقار: مناهج الدراسة والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2009، ص 110 .
- \* تم عرض الاستمارة على السادة المحكمين التالي أسماؤهم والمرتبون ترتيباً أبجدياً:  
 - أ.د. أحمد فاروق رضوان أستاذ العلاقات العامة بجامعة الشارقة .  
 - أ.د. حلمي محسب أستاذ ووكيل كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال - جامعة جنوب الوادي .  
 - د. محمود يوسف السماسيري أستاذ الإعلام المساعد ورئيس قسم العلاقات العامة والإعلان، جامعة اليرموك، الأردن.
- 16- Hyun, Ki Deuk: Americanization of Web-Based Political Communication? A Comparative Analysis of Political Blogospheres in the United States, the United Kingdom, and Germany, *journalism & Mass Communication Quarterly*, No.4., September 2012, PP 89- 397.
- 17- راضي، زاهر: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، ع15 ، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003، ص. 23 .
- 18- صادق، عباس مصطفى: الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، عمان، دار الشروق، 2008، ص 33.
- 19- عبد الرزاق، انتصار ابراهيم والساموك، صفد حسام: الإعلام الجديد، تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، جامعة بغداد، المبادرة العلمية لتطوير أداء الإعلام الجامعي، سلسلة مكتبة الإعلام والمجتمع، الدار الجامعية للطباعة والنشر، 2011، ص 538.
- 20- Farrish, Kate: "Public Relations Pros Using Social Media to Spread Message," *Hartford Business Journal*, July 2009, available at: <http://www.hartfordbusiness.com/>
- 21- Ali, H.A: (2011), **The Power of Social Media in Developing Nations**, New tools for closing the global digital divide and beyond.(*Harvard Human Right Journal*.Vol.24) p 213.
- 22- Wright, Donald K. & Hinson, Michelle Drifka: "Examining How Social and Emerging Media Have Been Used in Public Relations Between 2006 and 2012: A Longitudinal Analysis", *op. cit.*
- 23- See:  
 - Supa, Dustin W.: The Academic Inquiry of Media Relations as both a Tactical and Strategic Function of Public Relations, *Research Journal of the Institute for Public Relations* Vol. 1, No.1, 2014.

- 
- Supa, D.W., Zoch, L.M., & Scanlon, J.: Does social media use affect journalists' perceptions of source credibility? *Paper presented at Association for Education in Journalism & Mass Communication Conference*, Montreal, August 2014.