
استخدام الشباب الجامعي للفضائيات الإخبارية ووسائل الإعلام الجديد كمصدر للأخبار*

إعداد

د. / أمين سعيد عبد الغنى

أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد

ورئيس قسم الإعلام التربوي - جامعة المنصورة

أ.د. / نسمة أحمد البطريق

أستاذ الإذاعة بكلية الإعلام

جامعة القاهرة

أ. عبد المحسن حامد أحمد عقيله

مدرس مساعد بقسم الإعلام التربوي

بكلية التربية النوعية، جامعة المنيا

مجلة بحوث التربية النوعية - جامعة المنصورة

عدد (٣٣) - يناير ٢٠١٤

* بحث مستل من رسالة ماجستير

استخدام الشباب الجامعي للفضائيات الإخبارية ووسائل الإعلام الجديد

كمصدر للأخبار

إعداد

أ.د/ نسمة أحمد البطريق* د. / أمين سعيد عبد الغنى** أ. عبد الحسن حامد أحمد***

مقدمة:

يشهد العالم ثورة في تكنولوجيا الاتصال، والتي بدورها انعكست على وسائل الإعلام فيما بات يعرف بوسائل الإعلام الجديد New Media، والتي تمتلك إمكانات وقدرات وخصائص تكنولوجية تفتقدها الوسائل الاتصالية التقليدية Traditional Media، ولعل أهم هذه الخصائص التي تتميز بها هذه الوسائل الاتصالية الحديثة وفي مقدمتها شبكة الانترنت هي امتلاكها لأدوات تفاعل بين المرسل والمستقبل، وقدرتها على النقل الحي السريع للمعلومات، واستخدامها للوسائط المتعددة كالصوت والصورة الثابتة والمتحركة، وتبادل الرسائل بين أطراف العملية الاتصالية، والجمع بين خصائص وسائل الاتصال الشخصي ووسائل الاتصال الجماهيري والكونية واللاتزامنية.

لذلك أصبح الإعلام الجديد بكل ما يمتلك من مزايا منافساً قوياً للتلفزيون كأحد وسائل الإعلام التقليدية، حيث يعد الإعلام الجديد الأقدر في السبق الإخباري أيضاً، فأى شخص يمتلك كاميرا أو جهاز محمول بوسعه أن يغطي أحداثاً قد يصل إليها مصورو التلفزيون بعد ساعات ناهيك عن إمكانية وصولهم بالمرّة.

ومن الأمثلة التي تدعم قدرة هذا الإعلام الجديد على منافسة التلفزيون ما حدث في الانتخابات الإيرانية ٢٠٠٩/٦ والتي منعت وسائل الإعلام التقليدية من تغطيتها وتم طرد مراسلو القنوات الفضائية، ليصبح الانترنت المصدر الوحيد لأحداث الانتخابات عبر مواقع كتويتر(*) وtwitter والفيس بوك facebook واليوتيوب youtube وغيرها، والتي نقلت عنها القنوات الفضائية (*).

ولقد أصبح الانترنت نافذة مهمة من النوافذ التي توظفها القنوات الفضائية في نشر وتوزيع مادتها، فنسبة كبيرة من هذه القنوات تعرض مواقعها من خلال الانترنت محتوى البرامج المهمة التي قدمتها، بل ويقدم بعضها البث المباشر على الشبكة، وكثيراً ما تستخدم هذه الألية في تحقيق قدر أكبر من التفاعلية بين الجمهور المشاهد لها والمحتوى الذي تقدمه.

* أستاذ الإذاعة بكلية الإعلام جامعة القاهرة

** أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد ورئيس قسم الإعلام التربوي . جامعة المنصورة

*** مدرس مساعد بقسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية، جامعة المنيا

ومع انتشار الانترنت (*) والهواتف المحمولة في الأعوام العشرة الماضية انتشرت أيضا البرامج التلفزيونية التي تعتمد عليها لإعطاء المشاهد دوراً أكبر في تحديد مسار البرامج، فيستطيع المشاهد أن يتفاعل مع البرنامج التلفزيوني بواسطة موقع على الانترنت أو بواسطة SMS.

مشكلة الدراسة:

تتلخص مشكلة الدراسة:

في بحث استخدام الشباب الجامعي للقنوات الفضائية الإخبارية ووسائل الإعلام الجديد كمصدر للأخبار، وذلك من خلال دراسة تفاعل الجمهور مع الخدمة الإخبارية، وكذلك استخدام الشباب الجامعي للإعلام الجديد على كلاً من: (كثافة استخدام الإعلام التقليدي، مصداقية الإعلام التقليدي، استخدام الإعلام التقليدي كمصدر للأخبار).

الدراسات السابقة:

دراسة: سونمان هونغ Sounman Hong "الأخبار عبر الانترنت من خلال موقع تويتر: تبني الصحف للإعلام الاجتماعي ومجموع قرائها عبر الانترنت" (٢٠١٢)(١).

تهدف هذه الدراسة إلى تفهم نتائج تبني المنظمات الإخبارية لمواقع الإعلام الاجتماعي Social media sites من خلال اختبار العلاقة بين تبني المنظمات الإخبارية لمواقع الإعلام الاجتماعي ومجموع قرائها عبر الانترنت، والمقارنة بين المرور الناتج عن مواقع الإعلام الاجتماعي Online traffic generated by social media sites بذلك الناتج عن بقية المؤسسات الإعلامية عبر الانترنت Online media institutions حيث تبرهن الشواهد أن تبني الصحف لمواقع الإعلام الاجتماعي يرتبط إيجابياً بتزايد عدد القراء عبر الانترنت، وهذا الارتباط يتزايد بتزايد عدد الشبكات الاجتماعية التي تتبناها الصحف (ومثال على ذلك: أعداد متابعي تويتر).

وخلصت نتائج الدراسة إلى أن التحليل الوصفي A descriptive analysis أوضح أن المرور الذي تنتجه مواقع الإعلام الاجتماعي أقل تركيزاً Less concentrated من ذلك الناتج عن محركات البحث Search engines أو البوابات الإخبارية News aggregators وهذا ممكن أن يرجع إلى حقيقة أن مواقع الإعلام الاجتماعي ربما أقل عرضة للشلالات المعلوماتية Information cascades مقارنة بمحركات البحث وبوابات الأخبار.

دراسة: لويزا ها Louisa Ha ولينج فانج Ling Fang: "خبرة الانترنت Internet experience ووقت استبدال استخدام وسائل الإعلام التقليدية الإخبارية". (٢٠١٢)(٢).

تهدف الدراسة إلى فهم تأثير استخدام أخبار الانترنت على استخدام وسائل الإعلام التقليدية للأخبار Traditional news media عن طريق تحليل كيفية تأثير الانترنت على وقت استهلاك وسائل الإعلام التقليدية للأخبار، أشارت النتائج بأن الانترنت لها تأثير في استبدال أجهزة الإعلام التقليدية في مجال الأخبار اليومي والتأثير أكثر وضوحاً بعد خمس سنوات من خبرة

استخدام الانترنت، حيث يتناقص الوقت الذي يقضيه مستهلكي وسائل الإعلام التقليدية مع تزايد خبرات الانترنت بين مستخدمي الانترنت وأن الانترنت تفوق كمصدر للأخبار عن وسائل الإعلام التقليدية.

دراسة: ديفيد ويسترمان وآخرون David Westerman and Others. الشبكات الاجتماعية كنظام معلومات: تأثير نظام إنتاج التقارير على مصداقية تويتر" (٢٠١٢)(٣).

تزايد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بشكل سريع يرجع لأسباب مختلفة، وأحد أهم هذه الأسباب الحصول على الأخبار والمعلومات، وتختبر الدراسة تقييم جمهور المستخدمين لمصداقية الشبكات الاجتماعية (تويتر: موقع التدوين المصغر) حيث طلب من المبحوثين تقييم مصداقية صفحات وهمية على تويتر تختلف في عدد المتابعين Followers وعدد من تتابعهم الصفحة Following وقد كشفت النتائج عن أن وجود فجوة ضيقة A narrow gap بين متابعي الصفحة ومن تتابعهم الصفحة أدى إلى زيادة تقييم المبحوثين للصفحة بالكفاءة Competence.

دراسة: تيموثي إي باجكيوزا Timothy E. Bajkiewicz جيفري جيه كراسب Jeffrey J. Krausb وسو يان هونج Soo Yeon Hong. "تأثير تغيرات غرفة الأخبار Newsroom changes وظهور الإعلام الاجتماعي في الممارسة الإعلامية Media practice". (٢٠١١)(٤).

أكد العديد من المراسلين أنهم يتصلون بمراسلين محليين ودوليين باستخدام الإعلام الاجتماعي وأن هذه الشبكات أكثر تأثيراً وتعد خط أكثر وضوحاً في الاتصال وأن أدوات الإعلام الجديد جعلتهم يهجرون قنوات الإعلام التقليدية، وتحدث الكثير عن الفرص التي يقدمها الإعلام الجديد حيث أنه لا يعد مجرد مكان تستخدمه لكي تحكي قصتك لكن تستطيع من خلال الإعلام الجديد أيضاً أن تخلق مجتمعاً من الجمهور الخاص بك، والقليل منهم أكد أنه لا يزال يستخدم قنوات الاتصال التقليدية Traditional communication channels مثل البريد الإلكتروني والفاكس.

دراسة: أمين سعيد عبد الغني. بعنوان "اعتماد جمهور الصفوة المصرية على وسائل الإعلام التقليدية والوسائل الجديدة في متابعة الأخبار" (٢٠١٠)(٥).

تبحث الدراسة أبعاد العلاقة بين الوسائل التقليدية (الإذاعة - الصحافة - التلفزيون) والوسائل الجديدة (المواقع الإلكترونية، تدفقات المواد المسموعة والمرئية، وغرف الحوار، والبريد الإلكتروني، والمنتديات، والإعلان الإلكتروني، والأقراص المدمجة، وعوالم الواقع الافتراضي، وتليفزيون الانترنت، والكاميرات الرقمية، والوسائل المحمولة، والمدونات)، للتعرف على هذه الوسائل الجديدة و لتحديد قدر التكامل بينها وبين الوسائل التقليدية وقدر المنافسة الحادثة بينهما في الاستحواذ على الجمهور، وذلك من خلال دراسة اعتماد جمهور الصفوة المصرية على هذه الوسائل في الحصول على الأخبار.

وخلصت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها: أن التلفزيون أكثر الوسائل التقليدية مشاهدة حيث يتابع ٦٥٪ من جمهور الصفوة المصرية التلفزيون لمدة تتراوح بين ٣- ٦ ساعات يوميا بينما من يتابعونه لمدة تقل عن ساعتين تصل نسبتهم إلى ٣,٥٥ ويتابع ٥٪ من جمهور الصفوة المصرية الأخبار عبر الانترنت ويقوم ٤٦,٤٪ منهم بذلك لمدة تقل عن ساعتين يوميا بينما يقوم ٥,٣٪ منهم بذلك لمدة من ساعتين لثلاث ساعات يوميا ومن يتابع الأخبار منهم عبر الانترنت لمدة من ٣- ٦ ساعات تبلغ نسبتهم ٩٪.

دراسة: توماس جي جونسنون Thomas J. Johnson وشهيرة فهمي وبعنوان: "عندما يصبح الدم أرخص من شربة ماء، كيف يحكم مشاهدو موقع الجزيرة بالإنجليزية على صور الحروب؟" (٢٠١٠) (٦).

استهدفت الدراسة زوار موقع قناة الجزيرة بالإنجليزية مقارنة بزوار موقع قناة الجزيرة بالعربية فيما يخص تغطية النزاعات والحروب، استخدمت أداة الاستبيان لزوار موقع الجزيرة بالإنجليزية.

وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن صور الحرب التي تبرز مشاهد الموت والدمار تصبح ضرورية لتقديم طبيعة الحرب وصورتها كاملة حتى لو تطلب الأمر السعي وراء وسائل إعلام غير أمريكية وأكد المبحوثين أن موقع الجزيرة يمنحهم إحساسا بما يجري حقيقة بكل ما في ذلك من صور مؤلمة على الأرض، بينما لا تنقل وسائل الإعلام الأمريكية سوى قوة جنودها ولا تنشر أخبار خسائر الجيش الأمريكي إلا بالأرقام، فيما تقدم الجزيرة صور الطرف الآخر والضحايا المدنيين الذين يتلقون ضربات الحرب والكارثة الإنسانية التي تحدث.

دراسة: دارين جي ليليكير وكاسيلدا مالاجون Darren G. Lilleker and Casilda Malagón بعنوان "مستويات التفاعلية في مواقع الانترنت الخاصة بالمرشحين في انتخابات الرئاسة الفرنسية لعام ٢٠٠٧" (٢٠١٠) (٧).

اختبرت الدراسة عينة من صفحات مواقع الانترنت لكل من نيكولاس ساركوزي Nicolas Sarkozy وسيجولان رويال Ségolène Royal بوصفهما المنافسين الرئيسيين في الانتخابات الرئاسية الفرنسية، استخدمت الدراسة نموذج مستويات التفاعلية الستة a six-part interactivity model وتحليل الحديث واللغة من حيث تشجيع الناخبين على التفاعل مع الحملات الانتخابية.

وخلصت الدراسة إلى كون الانترنت أصبح حل قادر على بناء العلاقة بين الناخب والمنتخب، حيث برزت أدوات الاتصال الإلكترونيات E-communication tools أثناء الحملات الانتخابية الأخيرة والتي نجحت في جذب انتباه الناخبين من حيث تزويدهم بالمعلومات وفتح حوار معهم بدلاً من التعليقات المغلقة بين المرسل والمستقبل closed sender-receiver feedback loops فالتفاعلية تزيد من الإقبال على التصويت وتقوم بدور هام في اتخاذ القرارات.

أهمية الدراسة:

١. تبحث الدراسة في درجة استخدام الشباب الجامعي للقنوات الفضائية الإخبارية ووسائل الإعلام الجديد كمصدر للأخبار ودرجة تفاعله وكثافة الاستخدام، ومصداقية المحتوى لديه ودرجة الاعتماد عليها كمصدر للأخبار.
٢. قد تمثل نتائج هذه الدراسة تقييماً موضوعياً لاستخدام الجمهور لوسائل الإعلام الجديد والتعرف على ما يزيد من تفاعله مع الخدمة الإخبارية.

أهداف الدراسة:

١. رصد استخدام الشباب الجامعي للفضائيات الإخبارية ووسائل الإعلام الجديد كمصدر للأخبار.

تساؤلات وفروض الدراسة:

٢. ما درجة استخدام الشباب الجامعي للفضائيات الإخبارية ووسائل الإعلام الجديد على الأبعاد التالية: (درجة تفاعل الجمهور مع الأخبار، أشكال مشاركة وانتاج الجمهور للمحتوى الإخباري، المصدر الرئيسي الذي يثق فيه الجمهور ويستقى منه أخباره).

فروض الدراسة:

١. توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة استخدام الإعلام الجديد وتفاعل الجمهور مع الخدمة الإخبارية؟
٢. توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة استخدام كل من الانترنت والتلفزيون كمصدر للأخبار.
٣. توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة استخدام الانترنت وكثافة مشاهدة التلفزيون؟

عينة ومجتمع الدراسة:

عينة عشوائية غير منتظمة من طلاب جامعتي المنيا والقاهرة، وقوامها ٢٠٠ مفردة.

أدوات الدراسة*:

صحيفة الاستبيان الخاصة بالجمهور: وتتكون من تسعة عشر سؤالاً موزعة بين خمسة

محاور وهي:

- المحور الأول: تأثير الإعلام الجديد على استهلاك الأخبار في الإعلام التقليدي.
- المحور الثاني: تأثير الإعلام الجديد على كثافة مشاهدة التلفزيون.
- المحور الثالث: تأثير الإعلام الجديد على مصداقية الإعلام التقليدي.
- المحور الرابع: كثافة استخدام الإعلام الجديد.
- المحور الخامس: تأثير الإعلام الجديد على تفاعل الجمهور مع الخدمة الإخبارية.

الإطار النظري:

الإعلام الجديد: مدخل تاريخي:

يعتبر باحث الاتصال مارشال مكلوهان Marshall McLuhan أول من استخدم مصطلح الإعلام الجديد وذلك عام ١٩٥٣، وقد استخدم المصطلح عندما تحدث عن تكنولوجيا الاتصالات The Electronic technology of communication وقدرتها على جمع المعلومات إلكترونياً Electronic information gathering وتوصيلها عالمياً (٨).

وحتى عام ١٩٨٠ كانت لا تزال وسائل الإعلام أنظمة توصيل Delivery systems ذات طبيعة تناظرية كالصحافة المطبوعة والإذاعة، لكن المصطلح ظهر جلياً في أواخر ١٩٩٠ وقد استخدم كوصف شامل للتكنولوجيا الطارئة والرقمية ولهذا السبب نجد أن المفهوم ارتبط بنشر المعلومات رقمياً (٩)، لذلك جاء استخدام مصطلح الإعلام الجديد وذلك للتفريق بين وسائل الإعلام الرقمية Digital media ووسائل الإعلام القديمة Old media بإشاراتها التناظرية (١٠).

مفهوم الإعلام الجديد: تعريفات أولية:

يمكن أن نضع التعريفات الأولية تحت محورين رئيسيين للإعلام الجديد، وهما:

أولاً: الإعلام الجديد: اندماج وسائل الإعلام التقليدي بالكمبيوتر والانترنت:

وفي إطار هذا التعريف نجد المفاهيم التالية:

قاموس التكنولوجيا الرفيعة High-Tech Dictionary: الإعلام الجديد على أنه إندماج أو تكامل بين أجهزة الكمبيوتر The integration of computers والشبكات الكمبيوترية Computer networking والوسائط المتعددة Multimedia. (١١)

قاموس ويكيبيديا Wikipedia dictionary: الإعلام الجديد بأنه مصطلح واسع الانتشار في الدراسات الإعلامية والذي طرأ في الجزء الأخير من القرن العشرين ليشمل دمج وسائل الإعلام التقليدية مثل الأفلام والصور والموسيقى والكلمة المنطوقة والمكتوبة مع القدرة التفاعلية للتقنيات المرتبطة بالكمبيوتر وأكثرها أهمية الانترنت وهناك مزايا كثيرة توفرها وسائل الإعلام الجديد، على سبيل المثال: إمكانية الوصول للمحتوى عند الطلب في أي وقت وفي أي مكان، على أي جهاز رقمي، وكذلك التفاعل التغذية الراجعة للمستخدم Interactive user feedback (١٢).

ثانياً: الإعلام الجديد: تقنيات الاتصال الإلكتروني والرقمي وما نتج عنها من منتجات وأشكال جديدة للاتصال:

وفي إطار هذا التعريف نجد المفاهيم التالية:

• قاموس ماكميلان Macmillan dictionary: الإعلام الجديد بأنه التقنيات الحديثة وهي مثل الانترنت والتلفزيون الرقمي Digital television (١٣).

• قاموس كامبريدج Cambridge: الإعلام الجديد على أنه المنتجات والخدمات والتي تزودنا بالمعلومات أو الترفيه والتي تستخدم أجهزة الكمبيوتر أو وذلك من خلال طرق غير تقليدية مثل التلفزيون والصحف (١٤)

• (٢-١) مفهوم الإعلام الجديد في الدراسات الإعلامية:

ويمكن حصر مفهوم الإعلام الجديد في الدراسات الإعلامية في إطار المحاور الثلاثة التالية،

وهي:

أولاً: الإعلام الجديد: نموذج جديد للاتصال.

وفي إطار هذا المحور نجد المفاهيم التالية:

• مفهوم فين كروسبي Vin Crosbie:

يؤكد الخبير الإعلامي فين كروسبي أننا لكي نفهم ما المقصود بوسائل الإعلام الجديدة New media لابد من أن نطرح جانباً المعاني العامية Colloquial meanings لكل من كلمتي الوسيلة Medium والوسائل Media، وعلينا ألا نخلط بين الوسيلة Medium والآلات Vehicles وهذا ما يعتقد أنه أكثر الناس اليوم أن وسائل الإعلام Media هي تلك الآلات Vehicles، وعلى هذا فالصحيفة ليست وسيلة وكذلك الصحف Newspapers ليست وسائل إعلامية، والتلفزيون ليس وسيلة والراديو أيضاً ليس وسيلة وكلاً من محطات الراديو والتلفزيون ليست وسائل إعلام (١٥).

ولكي نفهم الفرق بين الآلة والوسيلة من أجل الاتصال نحتاج لفهم مصطلحات الوسيلة ووسائل الإعلام والآلات وكيف تستخدم بشكل صحيح وذلك عندما نقاش مفهومها في النقل Transportation فبالرغم من أن هناك أنواع عديدة من الآلات There are numerous types of vehicles إلا أنه يوجد فقط ثلاث وسائل للنقل Only three transportation media exist (*). وعندما نأخذ هذا القياس للوسائل من النقل إلى وسائل الاتصال والإعلام نجد أنه أيضاً توجد ثلاثة وسائل اتصال فقط، وكما هو الحال مع وسائل النقل فإن اثنتين من وسائل الاتصال قديمتين واستخدام الناس لهما ظهر مستقلاً عن التكنولوجيا، وأن الوسط الثالث جديد نسبياً ومعتمد كلياً على التكنولوجيا (١٧) والغريب أن الأول والأسبق من وسائل الاتصال الثلاثة هو الوحيد الذي لا يملك اسم مقبول للعموم، ويطلق عليه فين كروسبي الوسيلة الشخصية The interpersonal medium فالمحادثة الشخصية هي الشكل الأساسي والأكثر استخداماً لهذه الوسيلة، فالتكنولوجيا فقط مددت سرعتها وقدرتها على، فالآلات التي أنشأها الإنسان لاحقاً لها شملت الخطاب البريدي The postal letter والمكالمة التلفونية Telephone call والبريد الإلكتروني Electronic mail.

ويحدد فين كروسبي لوسيلة الاتصال الشخصي خاصيتين: أن كل مشارك في هذا الاتصال يملك تحكم متساوي ومتبادل للمحتوى المنقول، كما يمكن أن يتم تخصيص المحتوى لحاجات

المشارك واهتماماته الفريدة، وبالرغم من أهمية هذه الفوائد فهناك عيوب تقابلها، حيث يتحول التحكم المتساوي والتخصيص إلى تشويش مع تزايد عدد المشاركين، فمشاركة جمهور أكثر في المحادثة يعنى تحكم أقل لكل فرد في المحتوى وتقل جودة المحتوى ومجاراته لحاجات الفرد واهتماماته، ولذلك يستخدم هذا الوسط عموماً في الاتصالات بين شخصين فقط، ويشير بعض الأكاديميين ودارسي الاتصالات إلى هذه الوسيلة بمفهوم "فرد مقابل فرد" One-to-one medium.

وتعد الوسيلة الجماهيرية الوسيلة الثانية، وبعض الناس يخطئون ويعتبرون الوسيلة الجماهيرية أحد نواتج التكنولوجيا ولا يدركون كم هي قديمة حقاً، فهي مثل الاتصال الشخصي، تسبق التكنولوجيا، إنها نشأت مع كلمات وخطابات زعماء العشائر والملوك والكهنة والتكنولوجيا عملت فقط على تمديد سرعتها ووصولها إلى الأبعاد العالمية، فبعض آلات الوسيلة الجماهيرية الخطابية والمراسم والخطابات الرسمية والكتب المقدسة والمسرحيات والكتب والصحف واللوحات الإعلانية والمجلات والسينما والراديو والتلفزيون وال بث عبر الانترنت Web casting (١٨).

فالاتصالات في الوسيلة الجماهيرية تذهب من شخص واحد (على سبيل المثال قائد، ملك، كاهن، ناشر Publisher أو مذيع Broadcaster) إلى العديد من الناس (القبيلة The tripe، الجمهور Mass، مجموعة القراء والمستمعين) لهذا يطلق عليها الأكاديميون وسيلة فرد إلى العديد One-to-many medium لكن المسمى الشائع لدى الغالبية وسائل الإعلام الجماهيرية Mass media على الرغم من كونها وسيلة واحدة للاتصال.

ويحدد فين كروسبي Vin Crosbie خاصيتين للاتصال من فرد لمجموعة: حيث يصل نفس المحتوى بالضبط لكل المستلمون، وان الشخص الوحيد (المرسل) يملك السيطرة المطلقة على ذلك المحتوى، ومثل الاتصال الشخصي نجد أن الوسيلة الجماهيرية لا تعتمد بالضرورة على التكنولوجيا، على سبيل المثال: يمكن للممثل أو المتحدث أن يؤدي أمام الجمهور بدون أية تقنية، ويقابل هذه المزايا عيوب للوسيلة الجماهيرية حيث لا يمكن أن يخصص محتواها وفقاً لحاجات واهتمامات كل فرد، وأن المستلمون لا يملكون أية سيطرة على هذا المحتوى The recipients have no control over that content.

والآن نتعرف على وسيلة الاتصال الثالثة أو الوسيلة الجديدة New medium أو الاتصال من مجموعة لأخرى Many-to-many communication: (١٩)

وكما سبق أن علمنا أن التقنيات الجديدة استخدمت منذ قرن لتجعل من السماء وسط جديد وعملي للنقل، والآن تستخدم التقنيات الجديدة لخلق وسيلة جديدة، فهو وسط اتصال جديد، مثل السماء لأجهزة النقل السابقة، يربط الخصائص الغير متوافقة لأجهزة الاتصالات السابقة، ومن بين التقنيات التي ساعدت على خلق الوسيلة الجديدة اختراع الاتصالات الرقمية في أواخر الأربعينات، والتحكم في النقل/ بروتوكول الانترنت في أواخر الستينات، والحاسب الشخصي أثناء السبعينات، وإتاحة الانترنت للجمهور (٢٠) عام ١٩٩٢ وبرامج المتصفح بالرسوم في وقت لاحق من تلك السنة،

تلاقت تلك التقنيات وغيرها لتنشأ وسط اتصالات جديد بخصائص وصفات لم تكن لتصدق منذ عقد مضى.

ويري فين كروسبي أن لهذه الوسيلة خصائص فريدة (٢١) مثل إمكانية تخصيص المعلومات استثنائياً حيث يمكن أن تسلم وتعرض بشكل آني لعدد لا نهائي من الجمهور، كما أنها تكفل قدر متساو ومتبادل من التحكم في المحتوى، فباختصار فإن الوسط الجديد يملك مزايا كلاً من وسائل الإعلام الجماهيرية والشخصية بدون عيوبهما المتضاده، فلم يعد من اللازم لمن يريد أن يتصل بشكل فردي بأن يصيغ رسالة فريدة لكل مستلم وأن يكون مقيداً بشخص واحد كل مرة. ولن يكون لزاماً على من يريد أن يتصل أنياً بكتلة من المستلمين أن يكون غير قادر على تخصيص المحتوى لكل مستلم، لكن لاحظ أن الوسيلة الجديدة للاتصالات وكما هو الحال في استخدام وسط السماء للنقل، نجدها تعتمد وبشكل كلى على التكنولوجيا على خلاف وسائل الإعلام السابقة، فهي ليست وسيلة اتصالات طبيعية للبشر حيث تقدم شيئاً لا يمكن للإنسان عمله بدون التكنولوجيا (٢٢).

لذلك يعرف فين كروسبي الإعلام الجديد بأنه تقارب الابتكارات التكنولوجية التي نشأت في الاتصال الرقمي منذ بدايات الأربعينات، حيث أن نشأة وسيلة اتصال جديدة بهذه الخصائص لم يكن ليصدق قبل عقد من الزمن. فالخصائص الرئيسة للإعلام الجديد هي تخصيص المعلومات بشكل فردي ويمكنه إرسالها بشكل آني أو عرضها لعدد لا نهائي من الجمهور، كما أن هذه الوسائل تقدم لكل من الجمهور الذي يرتبط بها سواء كان الناشر أو المذيع أو مشاركات المستهلك تحكم متساو ومتبادل على المحتوى (٢٣).

ثانياً: الإعلام الجديد كوسائل وأدوات طرأت مع الثورة والتكنولوجيا الرقمية.

وفي إطار هذا المحور نجد المفاهيم التالية:

• مفهوم جون بافليك John V. Pavlik:

الإعلام الجديد كما يعرفه جون بافليك هو التقارب الذي حدث بين وسائل المعلومات الرقمية ببيئة الشبكات (٢٤).

ويقدم جون بافليك إطار من خمسة أجزاء لفهم وسائل الإعلام الجديد، وهي:

(١) أجهزة اكتساب المعلومات Acquisition devices: وهي تلك المستخدمة في جمع المعلومات والصور والصوت، ويمكن أن نطلق عليها أجهزة استشعار Sensors، وتعد الكاميرات والميكروفونات Microphones أكثرها انتشاراً، وتتميز أجهزة الاكتساب بأنها رقمية Digital أي يمكن توصيلها أو تتصل بعضها البعض بواسطة عالم الانترنت، كما تتميز بأنها أصغر حجماً Smaller وأخف وزناً Lighter وأرخص ثمناً Cheaper ومحمولة Portable ولا تسبب ازعاج أو ضيق Less obtrusive، وهناك كاميرات متطورة متناهية الصغر Insect-sized cameras وأجهزة استشعار الصوت التي يمكنها الطيران وتحويل الصوت

والفيديو لاسلكياً إلى مناطق نائية Remote locations وبصورة عالية الدقة High resolution.

(٢) تقنيات التخزين Storage technologies: هو المجال الثاني من تحول وسائل الإعلام الجديدة New media transformation وهي أجهزة جميعها رقمية وتتزايد قوتها وسرعة أداؤها التخزيني وتنخفض تكلفتها.

(٣) تكنولوجيا معالجة المعلومات Processing technology: تكنولوجيا المعالجة Processing technology تتزايد قوتها وسرعتها ١٠٠٪ كل ١٨ شهر، وهذا يعني أن المعالج اليوم الذي بحجم رأس الدبوس وربما أصغر معالجته للمعلومات أسرع من أقوى جهاز كمبيوتر ضخم Mainframe computer منذ خمسون عاماً.

(٤) تكنولوجيا التوزيع Distribution technology: تشير إلى الربط الشبكي Networking أو الاتصالات عن بعد Telecommunications وتقنيات النشر Technologies for publishing ونقل المحتوى Moving content من موقع لآخر أو عدة مواقع أخرى، وعلى نحو متزايد، جميع الأجهزة الرقمية ترتبط بشبكة Linked to a network سواء كانت محلية أو واسعة النطاق، وأكثر الشبكات شيوعاً الأنترنت والشبكة العنكبوتية، وهذه الشبكات تفاعلية وذات نطاق واسع Broadband ولاسلكية Wireless، والتقنيات اللاسلكية Wireless technologies مثل واي فاي Wi-Fi (نظام لربط الأجهزة الرقمية باستخدام اشارات الراديو Radio signals) أو تقنية البلوتوث Bluetooth والتي تربط أجهزة الكمبيوتر عن بعد بشكل لاسلكي، والجمع بين التوزيع الرقمي Digital distribution بالبحث وتقنيات التخزين Storage technologies سنحصل على نظام لربط أجهزة الكمبيوتر Peer-to-peer computer لمشاركة التطبيقات Sharing applications والمحتوى مثل مواقع مشاركة الموسيقى مثل: نابستر Napster وكازا KaZaa التي لها تأثيرات قوية على توزيع الموسيقى وربما تحول الفيلم وأشكال أخرى للتسلية وتوزيع المحتوى.

(٥) أجهزة الوصول أو العرض Display or access devices: وتشمل جميع التقنيات التي تستخدم في عرض وتقديم المعلومات وهي ليست فقط أجهزة التلفزيون عالية الدقة HDTV sets والشاشات المسطحة Flat-screens وشاشات الكمبيوتر وتلفزيون الويب، فالיום هناك مجموعة واسعة من الأجهزة الأخرى والتي تشمل المساعدات الشخصية الرقمية Personal (PDAs) Digital Assistants كالهواتف النقالة، والقدرة على الاتصال بالانترنت والاتصال في اتجاهين Two-way communication وعرض الوسائط المتعددة، لذلك بدأت القنوات مثل: قناة سي إن إن الإخبارية CNN.com اليوم تصمم فيديو للعرض على أجهزة الهواتف المحمولة.

ويضيف جون بافليك أن هذه الأجزاء الخمس مترابطة Interconnected أو متقاربة عن طريق عملية الرقمنة The process of digitization، وتقدم فرص هائلة وتحديات للإعلام التقليدي (٢٥).

ثالثاً: الإعلام الجديد كتطورات وتغيرات طرأت على وسائل الإعلام التقليدية نتيجة استخدام جهاز الكمبيوتر والتكنولوجيا الرقمية.

• مفهوم روبرت كيه لوجان Robert K. Logan:

يلخص روبرت كيه لوجان Robert K. Logan العلاقة بين وسائل الإعلام القديمة والجديدة في مصطلحي: إعادة التوظيف والرقمنة، ويستدل على إعادة توظيف وسائل الإعلام القديمة وذلك من خلال استخدامها في طرق جديدة، وعلى الجانب الآخر فإن رقمنة وسائل الإعلام القديمة هي عملية التحول إلى الرقمية مع أدائها لنفس الوظيفة كما في حالة الكاميرا الرقمية Digital camera وكنتيجة لكلتا العمليتين . إعادة توظيف، والرقمنة . أصبحنا أمام شيء جديد كما في حالة الموسيقى المسجلة بصيغة رقمية وتستخدم على أقراص مضغوطة CDs أو يتم تحميلها على جهاز أيبود iPod، وبهاتين العمليتين تحولت وسائل الإعلام القديمة إلى وسائل إعلام جديدة، وفي حالات قليلة اختفت بعض وسائل الإعلام القديمة بكامل وظيفتها، على سبيل: الآلة الكاتبة Typewriter تكاد لا تستخدم، فقد تم استبدالها ببرامج معالجة الكلمات Words processing للكمبيوتر بلوحة مفاتيحه التي تقدم وظيفتي الإدخال Input والعرض Display من خلال الشاشة Monitor والطابعة Printer.

لذلك فإن مصطلح الإعلام الجديد يشير إلى تلك الوسائل الرقمية Digital media والتي تتميز بأنها تفاعلية Interactive وتتضمن اتصال ثنائي الاتجاه وتستخدم أحد أشكال الحوسبة في مقابل وسائل الإعلام القديمة مثل التلفزيون Telephone والراديو والتلفزيون هذه الوسائل القديمة والتي لم تتطلب وظيفتها الأولية Original incarnation تقنية الكمبيوتر Computer technology، فالعديد من وسائل الإعلام الجديدة نشأت عن طريق الجمع بين وسيلة أقدم An older medium برقاقات الكمبيوتر Computer chips وقرص صلب Hard drive، فالتلفزيون على سبيل المثال عندما نشأ عام ١٩٤٨ يمكن تصنيفه كأحد وسائل الإعلام الجديد يومها، لكنه بشكله الذي نشأ عليه لا يعد إعلاماً جديداً، لكن تكامل التلفزيون مع الكمبيوتر TV integrated with a computer من خلال تسجيل الفيديو الرقمي A digital video recorder مثل نظام تيفو TiVo يمكن أن يصنف ضمن الإعلام الجديد.

والجديد اليوم في وسائل الإعلام الجديدة أنها رقمية Digital ومتصلة ببعضها البعض Cross-linked والمعلومات التي تقدمها سهلة المعالجة والتخزين والتحويل والاسترجاع وذات روابط متفاعلة وسهلة البحث والوصول (٢٦)

نتائج الدراسة:

يوضح الجدول التالي مصادر الحصول على أخبار القضايا.

جدول (١) مصادر الحصول على أخبار القضايا

قيمة كا	الإجمالي		العينة				مصادر الحصول على أخبار القضايا
			المنيا		القاهرة		
	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
٢,٣٨	%٣٥,٥٠	٧١	%٤٢,٠٠	٤٢	%٢٩,٠٠	٢٩	الصحف
٠,١١	%٧٤,٠٠	١٤٨	%٧٤,٠٠	٧٦	%٧٢,٠٠	٧٢	التلفزيون
٠,٠٢	%٥٩,٠٠	١١٨	%٦٠,٠٠	٦٠	%٥٨,٠٠	٥٨	الإنترنت
١,٠٠	%٤,٥٠	٩	%٦,٠٠	٦	%٣,٠٠	٣	انترنت الموبيل
-	-	-	-	-	-	-	أخرى تذكر
	%١٠٠	٢٠٠	%١٠٠	١٠٠	%١٠٠	١٠٠	الإجمالي

قيمة كا الجدولية عند مستوي دلالة (٠,٠٥) = ٣,٨٤

يتضح من جدول (١) ما يلي:

- جاء في الترتيب الاول من حيث مصادر الحصول على أخبار القضايا وفقاً لآراء طلاب جامعة القاهرة (التلفزيون) بنسبة مئوية بلغت (%٧٢,٠٠)، بينما جاءت في الترتيب الاخير (انترنت الموبيل) بنسبة مئوية بلغت (%٣,٠٠).
- جاء في الترتيب الاول من حيث مصادر الحصول على أخبار القضايا وفقاً لآراء طلاب جامعة المنيا (التلفزيون) بنسبة مئوية بلغت (%٧٤,٠٠)، بينما جاءت في الترتيب الاخير (انترنت الموبيل) بنسبة مئوية بلغت (%٦,٠٠).
- جاء في الترتيب الاول من حيث مصادر الحصول على أخبار القضايا وفقاً لآراء الطلاب (التلفزيون) بنسبة مئوية بلغت (%٧٤,٠٠)، بينما جاءت في الترتيب الاخير (انترنت الموبيل) بنسبة مئوية بلغت (%٤,٥٠).
- توجد فروق غير دالة إحصائياً بين طلاب جامعة القاهرة وطلاب جامعة المنيا في مصادر الحصول على أخبار القضايا.

من بيانات الجدول السابق يتضح ما يلي:

أن التلفزيون يأتي في المركز الأول للحصول على الأخبار لدى أفراد عينة الدراسة من الشباب الجامعي ويأتي أنترنت الموبيل في الترتيب الأخير، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة مركز بيو (Pew 2012) ((٢٧)) حيث لا يزال التلفزيون المصدر الأكثر شعبية للأخبار لدى (٥٥%) من كبار السن، في حين أن الموبيل يأتي في المرتبة الأولى كمصدر للحصول على الأخبار لدى (٧٨%) الشباب (أقل من ٣٠ عاماً)، وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة في انحدار الصحف المطبوعة كمصدر للحصول على الأخبار وتقدم الانترنت والشبكات الاجتماعية، ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء الامكانيات المتاحة لدى الشباب الجامعي المصري المادية والتقنية حيث لا تزال الأجهزة الذكية

Smartphones والتي يمكنها الاتصال بالانترنت لدى فئة قليلة في المجتمع، كما أن أسعار انترنت الموبيل لا تزال مرتفعة والاتصال غير متاح في كل الأماكن تبعاً للتغطية وقدرة الشبكة على الوصول، لذا يعد التليفزيون المصدر الأيسر في الحصول على الأخبار.

يوضح الجدول التالي مصادر الحصول على الاخبار أمس.

جدول (٢) مصادر الحصول على الاخبار أمس

قيمة كا	الاجمالي		العينة				مصادر الحصول على الاخبار أمس
			المنيا		القاهرة		
	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
٠,٠٣	%١٧,٥٠	٣٥	%١٧,٠٠	١٧	%١٨,٠٠	١٨	الصحف
٠,٢٧	%٤٦,٥٠	٩٣	%٤٤,٠٠	٤٤	%٤٩,٠٠	٤٩	التليفزيون
٠,٧٨	%٢٢,٠٠	٤٦	%٢٦,٠٠	٢٦	%٢٠,٠٠	٢٠	الانترنت
٠,٠٠	%٢,٠٠	٤	%٢,٠٠	٢	%٢,٠٠	٢	انترنت الموبيل
٢,٠٠	%٢٥,٠٠	٥٠	%٣٠,٠٠	٣٠	%٢٠,٠٠	٢٠	لم أتابع الاخبار أمس
	%١٠٠,٠٠	٢٠٠	%١٠٠,٠٠	١٠٠	%١٠٠,٠٠	١٠٠	الاجمالي

قيمة كا الجدولية عند مستوي دلالة (٠,٠٥) = ٣,٨٤

يتضح من جدول (٢) ما يلي:

- جاء في الترتيب الاول من حيث مصادر الحصول على الاخبار أمس وفقاً لآراء طلاب جامعة القاهرة (التليفزيون) بنسبة مئوية بلغت (٤٩%)، بينما جاءت في الترتيب الاخير (انترنت الموبيل) بنسبة مئوية بلغت (٢,٠٠%).
- جاء في الترتيب الاول من حيث مصادر الحصول على الاخبار أمس وفقاً لآراء طلاب جامعة المنيا (التليفزيون) بنسبة مئوية بلغت (٤٤%)، بينما جاءت في الترتيب الاخير (انترنت الموبيل) بنسبة مئوية بلغت (٢,٠٠%).
- جاء في الترتيب الاول من حيث مصادر الحصول على الاخبار أمس وفقاً لآراء الطلاب (التليفزيون) بنسبة مئوية بلغت (٤٦,٥%)، بينما جاء في الترتيب الاخير (انترنت الموبيل) بنسبة مئوية بلغت (٢,٠٠%).
- توجد فروق غير دالة إحصائياً بين طلاب جامعة القاهرة وطلاب جامعة المنيا في الحصول على الاخبار أمس.

من بيانات الجدول السابق يتضح ما يلي:

جاء التليفزيون المصدر الأول من حيث الحصول على الأخبار اليوم السابق "أمس" وبنسبة عالية (٧٤%) تلاه الانترنت بنسبة (٢٠%) ثم الصحف بنسبة (١٨%) ثم في المرتبة الأخيرة الانترنت الموبيل بنسبة (٢%)، ومن الملاحظ أيضاً أن (٢٠%) من أفراد العينة أي ١ من كل ٥ أفراد من لم يتابع الأخبار

أمس، وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة معهد بيو الأمريكي (Pew 2012) حيث يأتي المصدر الأول من حيث الحصول على الأخبار لدى أفرا العينة "أمس" التلفزيون بنسبة (٤٩٪) في حين أن هناك (١٧٪) من أفراد العينة قالوا أنهم حصلوا على الأخبار بالأمس عن طريق الموبيل أي ما يقابل (١) من كل (٥) من المبحوثين، ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن انترنت الموبيل لا يزال يحتاج إلى بنية تقنية لم توفرها بعد بشكل جيد شركات الاتصال بمصر من حيث التغطية وتقديم الانترنت بسعر متاح للجمهور.

تقريباً كم استغرقت مدة استخدامك لهذه الوسيلة أو للوسائل للحصول على الأخبار؟
يوضح الجدول التالي مدة استغرق استخدام الوسيلة أو وسائل الحصول على الأخبار.

جدول (٣) مدة استغرق استخدام الوسيلة أو وسائل الحصول على الأخبار

قيمة كا	الاجمالي		العينة				مدة استخدام الوسيلة أو وسائل الحصول على الأخبار
			المنيا		القاهرة		
	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
٠,٦٤	٣٨,٥٠٪	٧٧	٢٥,٠٠٪	٣٥	٤٢,٠٠٪	٤٢	أقل من ساعة
١,١٠	٢٩,٠٠٪	٥٨	٢٥,٠٠٪	٢٥	٣٣,٠٠٪	٣٣	ساعة وأقل من ساعتين
٤,٥٧*	١٨,٥٠٪	٣٧	١٢,٠٠٪	١٢	٢٥,٠٠٪	٢٥	أكثر من ساعتين
	١٠٠,٠٠٪	٢٠٠	١٠٠,٠٠٪	١٠٠	١٠٠,٠٠٪	١٠٠	الاجمالي

قيمة كا الجدولية عند مستوي دلالة (٠,٠٥) = ٣,٨٤

يتضح من جدول (٣) ما يلي:

- جاء في الترتيب الاول من حيث مدة استخدام الوسيلة أو وسائل الحصول على الأخبار وفقاً لآراء طلاب جامعة القاهرة (أقل من ساعة) بنسبة مئوية بلغت (٤٢,٠٠٪)، بينما جاءت في الترتيب الاخير (أكثر من ساعتين) بنسبة مئوية بلغت (٢٥,٠٠٪).
- جاء في الترتيب الاول من حيث مدة استخدام الوسيلة أو وسائل الحصول على الأخبار وفقاً لآراء طلاب جامعة المنيا (أقل من ساعة) بنسبة مئوية بلغت (٣٥,٠٠٪)، بينما جاءت في الترتيب الاخير (أكثر من ساعتين) بنسبة مئوية بلغت (١٢,٠٠٪).
- جاء في الترتيب الاول من حيث مدة استغرق استخدام الوسيلة أو وسائل الحصول على الأخبار وفقاً لآراء الطلاب (أقل من ساعة) بنسبة مئوية بلغت (٣٨,٥٠٪)، بينما جاءت في الترتيب الاخير (أكثر من ساعتين) بنسبة مئوية بلغت (١٨,٥٠٪).
- توجد فروق دالة إحصائياً بين طلاب جامعة القاهرة وطلاب جامعة المنيا في مدة استغرق استخدام الوسيلة أو وسائل الحصول على الأخبار أكثر من ساعتين وفي اتجاه طلاب جامعة القاهرة، بينما توجد فروق غير دالة إحصائياً في باقي العبارات.

من بيانات الجدول السابق يتضح ما يلي:

أن نسبة (٧٥٪) من أفراد العينة شاهدت الأخبار أمس ولمدة لا تزيد عن الساعتين، ونسبة (٤٢٪) شاهدت الأخبار أمس لمدة تقل عن الساعة، وهذه النسب تتناسب مع نسب "أي الوسائل التي حصل على الأخبار منها أمس؟" في جدول رقم (٢) حيث يأتي التلفزيون في المركز الأول) حيث تتناسب مدة المشاهدة تقريباً مع مدد عرض نشرات الأخبار التي لا تتجاوز الساعة تقريباً في التلفزيون.

منذ حوالي كم سنة تقريباً تستخدم الانترنت؟

يوضح الجدول التالي عدد سنوات استخدام الانترنت.

جدول (٤) عدد سنوات استخدام الانترنت

قيمة كا	الاجمالي		العينة				عدد سنوات استخدام الانترنت
			المنيا		القاهرة		
	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
٠,٦٥	٪٤٩,٠٠	٩٨	٪٥٣,٠٠	٥٢	٪٤٥,٠٠	٤٥	أقل من سنتين
٠,٦٢	٪٢٩,٥٠	٧٩	٪٣٦,٠٠	٣٦	٪٤٣,٠٠	٤٣	أكثر من سنتين
٠,٠٤	١١,٥٠	٢٣	٪١١,٠٠	١١	٪١٢,٠٠	١٢	أكثر من ٥ سنوات
	٪١٠٠	٢٠٠	٪١٠٠	١٠٠	٪١٠٠	١٠٠	الاجمالي

قيمة كا الجدولية عند مستوي دلالة (٠,٠٥) = ٣,٨٤

يتضح من جدول (٤) ما يلي:

- جاء في الترتيب الاول من حيث عدد سنوات استخدام الانترنت وفقاً لآراء طلاب جامعة القاهرة (أقل من سنتين) بنسبة مئوية بلغت (٤٥٪)، بينما جاءت في الترتيب الاخير (أكثر من ٥ سنوات) بنسبة مئوية بلغت (١٢٪).
- جاء في الترتيب الاول من حيث عدد سنوات استخدام الانترنت وفقاً لآراء طلاب جامعة المنيا (أقل من سنتين) بنسبة مئوية بلغت (٥٣٪)، بينما جاءت في الترتيب الاخير (أكثر من ٥ سنوات) بنسبة مئوية بلغت (١١٪).
- جاء في الترتيب الاول من حيث عدد سنوات استخدام الانترنت وفقاً لآراء الطلاب (أقل من سنتين) بنسبة مئوية بلغت (٤٩٪)، بينما جاءت في الترتيب الاخير (أكثر من ٥ سنوات) بنسبة مئوية بلغت (١١,٥٠٪).
- توجد فروق غير دالة إحصائياً بين طلاب جامعة القاهرة وطلاب جامعة المنيا في عدد سنوات استخدام الانترنت.

من بيانات الجدول السابق يتضح ما يلي:

أن نسبة من تقل سنوات استخدامهم للانترنت عن خمس سنوات (٨٨٪) أكثر من نصفها (٤٥٪) تقل سنوات استخدامه للانترنت عن عامين، وهذه نسبة كبيرة إذا ما قورنت بعمر شبكة

الانترنت الذي يتجاوز العقدين من الزمن، ويرجع الباحث هذا إلى أن خدمات الانترنت لا تزال تحتاج مزيداً من الدعم الفني والتقني لكي تصل إلى كل المناطق (ريف وحضر) كما تحتاج إلى خفض أسعار الانترنت لتكون في متناول أيدي الجميع على اختلاف مستوياتهم الاقتصادية.

كم مرة تقريباً تبحث عن الأخبار عبر الانترنت؟

يوضح الجدول التالي عدد مرات البحث عن الاخبار عبر الانترنت.

جدول (٥) عدد مرات البحث عن الاخبار عبر الانترنت

قيمة كا	الاجمالي		العينة				عدد مرات البحث عن الاخبار عبر الانترنت
			المنيا		القاهرة		
	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
٣,٧٥	٪٣٨,٥٠	٧٧	٪٣٠	٣٠	٪٤٧	٤٧	مرة في اليوم
٠,١٧	٪٢٦,٥٠	٥٢	٪٢٨	٢٨	٪٢٥	٢٥	من ٢ إلى ٥ مرات في الأسبوع
٢,٤٥	٪٣٤,٥٠	٦٩	٪٤١	٤١	٪٢٨	٢٨	مرة في الأسبوع
٠,٣٣	٪١,٥٠	٣	٪١	١	٪٢	٢	بشكل غير منتظم
	٪١٠٠	٢٠٠	٪١٠٠	١٠٠	٪١٠٠	١٠٠	الاجمالي

قيمة كا الجدولية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) = ٣,٨٤

يتضح من جدول (٥) ما يلي:

- جاء في الترتيب الاول من حيث عدد مرات البحث عن الاخبار عبر الانترنت وفقاً لآراء طلاب جامعة القاهرة (مرة في اليوم) بنسبة مئوية بلغت (٪٤٧)، بينما جاءت في الترتيب الاخير (بشكل غير منتظم) بنسبة مئوية بلغت (٪٢).
- جاء في الترتيب الاول من حيث عدد مرات البحث عن الاخبار عبر الانترنت وفقاً لآراء طلاب جامعة المنيا (مرة في الأسبوع) بنسبة مئوية بلغت (٪٤١)، بينما جاءت في الترتيب الاخير (بشكل غير منتظم) بنسبة مئوية بلغت (٪١).
- جاء في الترتيب الاول من حيث عدد مرات البحث عن الاخبار عبر الانترنت وفقاً لآراء الطلاب (مرة في اليوم) بنسبة مئوية بلغت (٪٣٨,٥٠)، بينما جاءت في الترتيب الاخير (بشكل غير منتظم) بنسبة مئوية بلغت (٪١,٥٠).
- توجد فروق غير دالة إحصائياً بين طلاب جامعة القاهرة وطلاب جامعة المنيا في عدد مرات البحث عن الاخبار عبر الانترنت.

من بيانات الجدول السابق يتضح ما يلي:

تصل نسبة مستخدمي الانترنت بشكل منتظم للبحث عن الأخبار (٩٨٪) من أفراد العينة وحوالي ما يزيد عن نصف هذه النسبة أي ما يعادل (٤٧٪) من أفراد العينة يستخدم الانترنت مرة في

اليوم، حيث يعد الانترنت الوسيلة الصاعدة والتي باتت تحتل مكانة الصحف في الحصول على الأخبار خاصة بين جيل الشباب.

منذ أن بدأت تستقى الأخبار عبر الانترنت، هل تستخدم مصادر أخرى للحصول على

الأخبار؟

يوضح الجدول التالي مدى استخدام مصادر أخرى للحصول على الاخبار.

جدول (٦) استخدام مصادر أخرى للحصول على الاخبار منذ بداية استخدام الانترنت

قيمة كا	الاجمالي		العينة				مدى استخدام مصادر أخرى للحصول على الاخبار
			المنيا		القاهرة		
	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
٠,٩٤	%٥٣	١٠٦	%٥٨	٥٨	%٤٨	٤٨	نعم لكن بمعدل أقل من قبل
٠,٠٣	%١٨,٥٠	٣٧	%١٨	١٨	%١٩	١٩	نعم وبمعدل أكثر من قبل
٣,٤٥	%٢٤,٥٠	٤٩	%١٨	١٨	%٣١	٣١	نعم وينفس المعدل
٢	%٤	٨	%٦	٦	%٢	٢	لا أستخدم مصادر أخرى
	%١٠٠	٢٠٠	%١٠٠	١٠٠	%١٠٠	١٠٠	الاجمالي

قيمة كا الجدولية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) = ٣,٨٤

يتضح من جدول (٦) ما يلي:

- جاء في الترتيب الاول من حيث مدى استخدام مصادر أخرى للحصول على الاخبار وفقاً لآراء طلاب جامعة القاهرة (نعم لكن بمعدل أقل من قبل) بنسبة مئوية بلغت (٤٨%)، بينما جاءت في الترتيب الاخير (لا أستخدم مصادر أخرى) بنسبة مئوية بلغت (٢%).
- جاء في الترتيب الاول من حيث مدى استخدام مصادر أخرى للحصول على الاخبار وفقاً لآراء طلاب جامعة المنيا (نعم لكن بمعدل أقل من قبل) بنسبة مئوية بلغت (٥٨%)، بينما جاءت في الترتيب الاخير (لا أستخدم مصادر أخرى) بنسبة مئوية بلغت (٦%).
- جاء في الترتيب الاول من حيث مدى استخدام مصادر أخرى للحصول على الاخبار وفقاً لآراء الطلاب (نعم لكن بمعدل أقل من قبل) بنسبة مئوية بلغت (٥٣%)، بينما جاءت في الترتيب الاخير (لا أستخدم مصادر أخرى) بنسبة مئوية بلغت (٤%).
- توجد فروق غير دالة إحصائياً بين طلاب جامعة القاهرة وطلاب جامعة المنيا في مدى استخدام مصادر أخرى للحصول على الاخبار.

من بيانات الجدول السابق يتضح ما يلي:

نسبة (٩٦%) من أفراد العينة تستخدم مصادر أخرى إلى جانب الانترنت، حيث يأتي في المرتبة الأولى استخدام مصادر أخرى بمعدل أقل من قبل بنسبة (٥٣%) واستخدام مصادر أخرى بنفس المعدل بنسبة (٢٤,٥%) وفي المرتبة الثالثة استخدام مصادر أخرى بمعدل أكثر من قبل بنسبة (١٨,٥%)، في حين

يأتي في المرتبة الأخيرة عدم استخدام مصادر أخرى إلى جانب الانترنت في الحصول على الأخبار بنسبة (٤٪)، وهذا يتفق مع نتائج العديد من الدراسات بأن الانترنت مصدر مكمل للأخبار لدى غالبية جمهور المشاهدين كما في دراسة (ديكيانج كيم 2006 (٢٨) Daekyung Kim).

تقريباً كم استغرقت مدة آخر متابعة لك للأخبار عبر التلفزيون؟
يوضح الجدول التالي مدة استغراق متابعة الأخبار عبر التلفزيون.

جدول (٧) مدة استغراق متابعة الأخبار عبر التلفزيون

قيمة كا	الاجمالي		العينة				مدة استغراق متابعة الأخبار عبر التلفزيون
			المنيا		القاهرة		
	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
٠,١٠	٤٦,٥٠٪	٩٣	٤٨٪	٤٨	٤٥٪	٤٥	أقل من ساعة
٢,٠٦	٣٥٪	٧٠	٤١٪	٤١	٢٩٪	٢٩	ساعة وأقل من ساعتين
٥,٧٦*	١٧٪	٣٤	١٠٪	١٠	٢٤٪	٢٤	أكثر من ساعتين
٠,٣٣	١,٥٠٪	٣	١٪	١	٢٪	٢	لا أهتم بمتابعة الأخبار بالمرّة
	١٠٠٪	٢٠٠	١٠٠٪	١٠٠	١٠٠٪	١٠٠	الاجمالي

قيمة كا الجدولية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) = ٣,٨٤

يتضح من جدول (٧) ما يلي:

- جاء في الترتيب الاول من حيث مدة استغراق متابعة الأخبار عبر التلفزيون وفقاً لآراء طلاب جامعة القاهرة (أقل من ساعة) بنسبة مئوية بلغت (٤٥٪)، بينما جاءت في الترتيب الاخير (لا أهتم بمتابعة الأخبار بالمرّة) بنسبة مئوية بلغت (٢٪).
 - جاء في الترتيب الاول من حيث مدة استغراق متابعة الأخبار عبر التلفزيون وفقاً لآراء طلاب جامعة المنيا (أقل من ساعة) بنسبة مئوية بلغت (٤٨٪)، بينما جاءت في الترتيب الاخير (لا أهتم بمتابعة الأخبار بالمرّة) بنسبة مئوية بلغت (١٪).
 - جاء في الترتيب الاول من حيث مدة استغراق متابعة الأخبار عبر التلفزيون وفقاً لآراء الطلاب (أقل من ساعة) بنسبة مئوية بلغت (٤٦,٥٠٪)، بينما جاءت في الترتيب الاخير (لا أهتم بمتابعة الأخبار بالمرّة) بنسبة مئوية بلغت (١,٥٠٪).
 - توجد فروق دالة إحصائياً بين طلاب جامعة القاهرة وطلاب جامعة المنيا في مدة استغراق متابعة الأخبار عبر التلفزيون أكثر من ساعتين وفي اتجاه طلاب جامعة القاهرة، بينما توجد فروق غير دالة إحصائياً في باقي العبارات.
- من بيانات الجدول السابق يتضح ما يلي:

أن نسبة (٩٨.٥%) من أفراد العينة تهتم بمتابعة الأخبار عبر التلفزيون، وأن ما يعادل (٤٦.٥%) كانت مدة آخر متابعة له للأخبار عبر التلفزيون أقل من ساعة، حيث يكتفى البعض بمطالعة عناوين الأخبار ومتابعة ما يهتم به من أخبار فقط.

في حالة سماعك عن اغتيال أحد الشخصيات السياسية، أي المصادر التالية التي ستذهب إليها أولاً للحصول على المعلومات؟

يوضح الجدول التالي المصادر التي يتم الذهاب إليها أولاً في حالة سماع اغتيال أحد الشخصيات السياسية.

جدول (٨) المصادر التي يتم الذهاب إليها أولاً في حالة سماع اغتيال أحد الشخصيات السياسية

قيمة كا	الاجمالي		العينة				المصادر الإخبارية
			المنيا		القاهرة		
	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
١,١٤	٢٨	٥٦	٣٢	٣٢	٢٤	٢٤	التلفزيون المصري
١,١٧	٣٤,٥٠	٦٩	٣٠	٣٠	٣٩	٣٩	الفضائيات العربية الإخبارية
٠,٨٢	٥,٥٠	١١	٤	٤	٧	٧	الصحف
٠,٠٩	٢٢	٤٤	٢٣	٢٣	٢١	٢١	المواقع الإخبارية عبر الانترنت
٠,٠٨	٦,٥٠	١٣	٧	٧	٦	٦	الفيديو عبر الانترنت (اليوتيوب مثلاً)
٠,١٤	٣,٥٠	٧	٤	٤	٢	٢	مواقع التواصل الإجتماعى (كالفيس بوك وتويتر)
-	-	-	-	-	-	-	الموبيل
	%١٠٠	٢٠٠	%١٠٠	١٠٠	%١٠٠	١٠٠	الاجمالي

قيمة كا الجدولية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) = ٣,٨٤

يتضح من جدول (٨) ما يلي:

- جاء في الترتيب الاول من حيث المصادر التي يتم الذهاب إليها أولاً في حالة سماع اغتيال أحد الشخصيات السياسية وفقاً لآراء طلاب جامعة القاهرة (الفضائيات العربية الإخبارية) بنسبة مئوية بلغت (٣٩%)، بينما جاء في الترتيب الاخير (الموبيل) بنسبة مئوية بلغت (٠,٠٠%).
- جاء في الترتيب الاول من حيث المصادر التي يتم الذهاب إليها أولاً في حالة سماع اغتيال أحد الشخصيات السياسية وفقاً لآراء طلاب جامعة المنيا (التلفزيون المصري) بنسبة مئوية بلغت (٣٢%)، بينما جاءت في الترتيب الاخير (الموبيل) بنسبة مئوية بلغت (٠,٠٠%).
- جاء في الترتيب الاول من حيث المصادر التي يتم الذهاب إليها أولاً في حالة سماع اغتيال أحد الشخصيات السياسية وفقاً لآراء الطلاب (الفضائيات العربية الإخبارية) بنسبة مئوية بلغت (٣٤,٥٠%)، بينما جاءت في الترتيب الاخير (الموبيل) بنسبة مئوية بلغت (٠,٠٠%).

• توجد فروق غير دالة إحصائياً بين طلاب جامعة القاهرة وطلاب جامعة المنيا فى المصادر التى يتم الذهاب إليها أولاً فى حالة سماع اغتيال أحد الشخصيات السياسية.

من بيانات الجدول السابق يتضح ما يلى:

أن أفراد العينة وفى حالة وقوع حدث طارئ (اغتيال أحد الشخصيات السياسية) تلجأ إلى القنوات الفضائية العربية الإخبارية حيث تأتي هذه الفضائيات فى المرتبة الأولى بنسبة (٣٤,٥٪)، يليها التليفزيون المصري بنسبة (٢٨٪) وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة عبدالمحسن عقيله (٢٩) والتي اهتمت بقياس درجة اعتماد الجمهور المصري على المصادر الإخبارية فى حالة حدوث خبر هام حيث أوضحت الدراسة أن الفضائيات العربية الإخبارية (قناة الجزيرة) تأتي فى المرتبة الأولى بنسبة (٧١,٥١٪)، تلاها التليفزيون المصري (القناة الأولى) بنسبة (٢٩,٥٧٪).

حدد درجة قيامك بالأنشطة التالية والتي تقيس درجة تفاعلك مع الخدمة الإخبارية؟

يوضح الجدول التالي درجة القيام بالانشطة التى تقيس درجة التفاعل مع الخدمة

الإخبارية.

يتضح من جدول (٩) ما يلي:

- تراوحت النسبة المئوية لدرجة القيام بالأنشطة التي تقيس درجة التفاعل مع الخدمة الإخبارية بالنسبة لطلاب جامعة القاهرة ما بين (٦٠,٣٣ : ٧٧,٣٣)٪، حيث جاء في الترتيب الأول (مناقشة بعض الأخبار مع أصدقاء لك في مواقع التواصل الإجتماعي)، بينما جاء في الترتيب الأخير (المشاركة في إستطلاعات الرأي عبر موقع القناة عبر الإنترنت).
 - تراوحت النسبة المئوية لدرجة القيام بالأنشطة التي تقيس درجة التفاعل مع الخدمة الإخبارية بالنسبة لطلاب جامعة المنيا ما بين (٥١,٦٧ : ٧٨)٪، حيث جاء في الترتيب الأول (مناقشة بعض الأخبار مع أصدقاء لك في مواقع التواصل الإجتماعي)، بينما جاء في الترتيب الأخير (التعليق على بعض الأخبار والمقالات في المواقع الإخبارية).
 - تراوحت النسبة المئوية لدرجة القيام بالأنشطة التي تقيس درجة التفاعل مع الخدمة الإخبارية بالنسبة للطلاب ما بين (٥٦,٣٣ : ٧٧,٦٧)٪، حيث جاء في الترتيب الأول (مناقشة بعض الأخبار مع أصدقاء لك في مواقع التواصل الإجتماعي)، بينما جاء في الترتيب الأخير (التعليق على بعض الأخبار والمقالات في المواقع الإخبارية).
- من بيانات الجدول السابق يتضح ما يلي:

وبسؤال أفراد عينة الدراسة عن الأنشطة التي تمارسها عبر الانترنت، تأتي (مناقشة الأخبار مع الأصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي) في المرتبة الأولى بنسبة (٧٧,٦٧)٪ وفي المرتبة الثانية (التعليق على مقاطع الفيديو والصور التي يقوم الأصدقاء بنشرها) بنسبة (٧٣)٪ وهو نشاط يعتبر أحد أنشطة شبكات التواصل الاجتماعي أيضا، وفي المرتبة الثالثة (الاشتراك في الخدمة الإخبارية عبر الموبيل) بنسبة (٦٦,٨٣)٪، وفي المرتبة الرابعة (مشاهدة مقاطع القنوات التلفزيونية عبر موقع يوتيوب) بنسبة (٣٠) (٦٤,٦٧)٪، ويلاحظ أن الشبكات الاجتماعية لها النصيب الأكبر لدى أفراد عينة الدراسة من حيث مناقشة الأخبار والتعليق علي الصور ومقاطع الفيديو التي ينشرها الأصدقاء ثم مشاهدة مقاطع الفيديو عبر موقع اليوتيوب حيث يبلغ عدد مستخدمي موقع الفيسبوك في مصر وفي مصر يبلغ عدد مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك ١١,٣٥٢,٧٤٠ مستخدم، بنسبة ٦٦,٤٩٪ من مستخدمي الانترنت وبنسبة ١٤,١٠٪ من مجموع سكان مصر (٣١).

نتائج اختبار الفروض:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة استخدام الإعلام الجديد وتفاعل الجمهور مع الخدمة الإخبارية؟

جدول (١٠) معاملات الارتباط بين كثافة استخدام الإعلام الجديد وتفاعل الجمهور مع الخدمة الإخبارية (ن = ٢٠٠)

تفاعل الجمهور مع الخدمة الإخبارية		المتغيرات
مستوي الدلالة	قيمة ر	
٠,٠١	٠,٣٦	كثافة استخدام الإعلام الجديد

قيمة (ر) الجدولية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) = ٠,١٣٨ = (٠,٠١) = ٠,١٨١

يتضح من جدول (١٠) ما يلي:

- توجد علاقة ارتباطيه طردية دالة إحصائياً بين كثافة استخدام الإعلام الجديد وتفاعل الجمهور مع الخدمة الإخبارية.

وهذا يعني أنه كلما زادت كثافة استخدام الجمهور لوسائل الاعلام الجديد كلما زادت درجة تفاعلهم مع الخدمة الإخبارية من مشاركة وخلق أخبار والتعليق عليها وتتفق هذه النتيجة مع دراسة كرسطين بيرسيل وآخرون (Kristen Purcell ٢٠١٠) من أن نسبة (٣٧%) من مستخدمي الانترنت شارك في انشاء أو التفاعل مع الأخبار Creating or reacting news.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطيه دالة إحصائياً بين كثافة استخدام الانترنت كمصدر للأخبار واستخدام التلفزيون كمصدر للأخبار؟

جدول (١١)

معاملات الارتباط بين كثافة استخدام الانترنت كمصدر للأخبار واستخدام التلفزيون كمصدر للأخبار

(ن = ٢٠٠)

استخدام التلفزيون كمصدر للأخبار		المتغيرات
مستوي الدلالة	قيمة ر	
٠,٠١	٠,٢١	كثافة استخدام الانترنت كمصدر للأخبار

قيمة (ر) الجدولية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) = ٠,١٣٨ = (٠,٠١) = ٠,١٨١

يتضح من جدول (١١) ما يلي:

- توجد علاقة ارتباطيه طردية دالة إحصائياً بين كثافة استخدام الانترنت كمصدر للأخبار واستخدام التلفزيون كمصدر للأخبار.

وهذا يعني أنه كلما زاد استخدام الجمهور للانترنت كمصدر للأخبار فإن هذا لا يعني الاستغناء التام عن مصادر الأخبار التقليدية (كالتلفزيون) حيث لا يزال التلفزيون الوسيلة الأسهل في الحصول على الأخبار حيث يمكن للمتلقي الحصول على معلومات سريعة أثناء تجوله بين القنوات بالريموت، وتتفق هذه النتيجة مع العديد من الدراسات التي تؤكد أن الانترنت مصدر مكمل للمصادر الإخبارية لدى نسبة عالية من أفراد الجمهور، كما تتفق مع دراسة كرسطين بيرسيل وآخرون (Kristen Purcell ٢٠١٠) من أن نسبة (٩٢%) تحصل على الأخبار باستخدام وسائل متعددة ولا تقتصر على وسيلة واحدة، ستة أفراد من كل عشرة أي ما يعادل (٥٩%) تحصل على الأخبار من الانترنت ومصادر أخرى Online and offline sources.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة استخدام الانترنت وكثافة مشاهدة التلفزيون؟

جدول (١٢)

معاملات الارتباط بين كثافة استخدام الانترنت وكثافة مشاهدة التلفزيون (ن = ٢٠٠)

كثافة استخدام التلفزيون		المتغيرات
مستوى الدلالة	قيمة ر	
غير دال	٠,٠٢	كثافة استخدام الانترنت

قيمة (ر) الجدولية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) = ٠,١٣٨ = (٠,٠١) = ٠,١٨١

يتضح من جدول (١٢) ما يلي:

- توجد علاقة ارتباطيه غير دالة إحصائياً بين كثافة استخدام الانترنت وكثافة مشاهدة التلفزيون.

وهذا يعني أن كثافة استخدام الانترنت (لأغراض أخرى غير الأخبار) ليست مؤشر على كثافة استخدام ومشاهدة التلفزيون، لأن مستخدم الانترنت يجد العديد من الأنشطة التي تشغله عن استخدام الوسائل الأخرى بشكل منتظم حيث يزيد استخدام الشباب خاصة للشبكات الاجتماعية والألعاب عبر الانترنت والتي تمثل عامل جذب للشباب وصغار السن أكثر من مجرد مشاهدة التلفزيون.

ملخص النتائج:

- جاء الانترنت في الترتيب الثاني من حيث الحصول على الأخبار بنسبة (٥٨%) بعد التلفزيون مباشرة، حيث تستخدم نسبة (٣٨,٥%) من أفراد العينة الانترنت للبحث عن الأخبار مرة في اليوم، بالرغم من من كون نصف أفراد العينة تقريباً حديثي العهد بالانترنت حيث بلغت نسبة من يستخدم الانترنت منذ أقل من عامين (٤٩%).
- نسبة (٥٣%) من أفراد العينة تستخدم بقية المصادر بمعدل أقل من قبل منذ أن بدأت تستقى الأخبار عن طريق الانترنت، كما أن الانترنت تعد الوسيلة التي زاد معدل استخدامها في السنوات القليلة الماضية لدى نسبة (٨٩,٣٣%) من أفراد العينة، وتقوم نسبة (٧٧,٦٧%) من أفراد العينة بمناقشة الأخبار مع أصدقاء لهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي (تويتر، فيسبوك).
- نسبة (٤٦,٥%) من أفراد العينة لم تتجاوز آخر مشاهدة لهم للتلفزيون الساعة الواحدة في حين بلغت نسبة أفراد العينة التي تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي (تويتر، فيسبوك) أكثر من مرة في اليوم (٦٦,٤%).
- نسبة (٥٣,٥%) من أفراد العينة أكدت أن التلفزيون المصري كان مصدرهم الأول لمتابعة إعلان نتائج انتخابات رئاسة جمهورية مصر العربية ٢٠١٢، وأن نسبة (٣١,٥%) من أفراد العينة تعتمد على التلفزيون المصري في الحصول على مزيد من الأخبار التي تهمهم، كما بلغت نسبة من يشاهدون التلفزيون أكثر من ٦ مرات في الاسبوع (٦٦,٥%) من أفراد العينة.

المراجع :

(*) نشرت وكالة أنباء رويتر Reuters أن الخارجية الأمريكية تدخلت لدى إدارة موقع تويتر Twitter لتأجيل أعمال صيانة الموقع لكون موقع تويتر هو المصدر الوحيد للحصول على الأخبار والمعلومات حول الانتخابات الإيرانية ٢٠٠٩/٦ وكان الموقع يستقبل آنذاك ما يزيد عن مليون رسالة في الساعة عن الانتخابات الإيرانية. آخر تحديث يوم الأحد الموافق ٢٠١٣/١/١٣ عبر الرابط:

<http://www.reuters.com/article/2009/06/16/us-iran-election-twitter-usa-idUSWB01137420090616>

(*) شاهد العالم أجمع مشهد احتضار ندا سلطان الإيرانية إثر تعذيب الأمن لها وضربها رصاصا بالعنق عبر موقع اليوتيوب ثم عبر الفضائيات الإخبارية، ومنذ عدة شهور بثت الفضائيات هبوط اضطراري لطائرة ركاب أمريكية في نهر هدسون في مدينة نيويورك وبثت الفضائيات داخل الولايات المتحدة وخارجها لقطات لعمليات الهبوط والإغاثة والتي كان مصدرها مواطن عادي تصادف وجوده جانب الواقعة وهو يحمل كاميرا فيديو وعلق على الحدث عبر موقع تويتر وحصل على جائزة أفضل تويت لعام ٢٠٠٩م.

(*) أعلنت جوجل Google أنها بصدد إطلاق تليفزيون جوجل قريبا، والذي يتماشى مع متطلبات الإنترنت، ويمكن للمستخدم من خلاله البحث عن المحتوى من التليفزيون، وشبكة الإنترنت، ورغم تنامي استخدام مواقع تبث العديد من المحتوى المصور، كيووتيوب مثلا، التي تملكها جوجل، ظلت هناك حاجة كبيرة للتليفزيون كمرجع أساسي للمشاهدة. فالإحصاءات تشير إلى وجود أكثر من أربعة مليارات مشاهد للتليفزيون حول العالم، وهو رقم أعلى بكثير من عدد زوار موقع يوتيوب. موقع الـ CNN على الرابط:

<http://arabic.cnn.com/2010/scitech/5/25/google.TV/index.html>

1. Sounman Hong. Online news on Twitter: Newspapers' social media adoption and their online readership. Information Economics and Policy 24 (2012)
2. Louisa Ha and Ling Fang. Internet experience and time displacement of traditional news media use: An application of the theory of the niche. Telematics and Informatics. 177-186. 2012
3. David Westerman, Patric R. Spence and Brandon Van Der Heide. A social network as information: The effect of system generated reports of connectedness on credibility on Twitter. Computers in Human Behavior. 199-206. 2012
4. Timothy E. Bajkiewicz, Jeffrey J. Krausb and Soo Yeon Hong. The impact of newsroom changes and the rise of social media on the practice of media relations. Contents lists available at Science Direct. 2011

٥. أمين سعيد عبد الغني. اعتماد جمهور الصفوة المصرية على وسائل الإعلام التقليدية والوسائل الجديدة في متابعة الأخبار. جامعة المنيا. مجلة كلية الآداب. العدد

6. Thomas J. Johnson and Shahira Fahmy: When blood becomes cheaper than a bottle of water': how viewers of Al-Jazeera's English-language website judge graphic images of conflict. Media, War & Conflict, Vol. 3, No. 1, 2010.p 43-66.

7. Darren G. Lilleker and Casilda Malagón. Levels of Interactivity in the 2007 French Presidential Candidates' Websites. European Journal of Communication Reprints and permission: <http://www.sagepub.co.uk/journals> .<http://ejc.sagepub.com>. 2010

(*) تم عرض الاستمارة للتحكيم على كل من:

- أ.د/ محمد معوض أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس، وعميد معهد الجزيرة العالي للإعلام وعلوم الاتصال.
أ.د/ على بن شويل القرني أستاذ الإعلام المساعد بجامعة الملك سعود، بالمملكة العربية السعودية.
د/ على مبارك نائب رئيس قناة النيل للأخبار.
د/ أمل خطاب مدرس الإعلام بمعهد الجزيرة العالي للإعلام وعلوم الاتصال
د/ إيناس عبد الحميد مدرس الإعلام بجامعة الأهرام الكندية.
د/ ولاء العقاد مدرس الإذاعة والتلفزيون بكلية الدراسات الإسلامية، فرع البنات، جامعة الأزهر.

8. Benjamin Peters, "And Lead Us Not into Thinking the New Is New: A Bibliographic Case for New Media History." New Media & Society, (2009), <http://www.columbia.edu/~bjp2108/blog/Peters%20NMS%202009.pdf> (February 2011). P16.
9. Benjamin Peters. New Media History. New Media & Society. op. cit.
10. Benjamin Peters. New Media History. New Media & Society. . op. cit.
11. High-Tech Dictionary available at <http://computeruser.com/dictionary/> last access on Sunday Dec 25, 2011
12. Wikipedia dictionary last access on 7/12/2010 at 11:53. Available at: http://en.wikipedia.org/wiki/New_media
13. Macmillan dictionary. Last access on 8/12/2010 at 8:23. available at: <http://www.macmillandictionary.com/dictionary/american/new-media>
14. Cambridge dictionary. Last access on 8/12/2010 at 8:31. available at: <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/british/new-media>
15. Vin Crosbie. What is "new media." 2002. Retrieved 29 January 2012, from <http://www.sociology.org.uk/as4mm3a.pdf>

(*) يري فين كروسبي أنه يوجد ثلاث وسائط للنقل لابد من الإشارة إليها أولاً حتى يمكننا فهم المقصود بالإعلام الجديد، وهي:

١) الأرض Land: وهي وسيلة النقل الأصلية The aboriginal transportation medium، لقد كانت وسيلة النقل الأولى، فالبشر مشوا عليها منذ وقت سحيق ونحن ما زلنا نفضل، لكن أيضاً أنشأنا آلات تساعد على نقلنا عبر هذا الوسيط أو الوسيلة مثل العربات والدراجات والقطارات والسيارات والشاحنات Trucks وغيرها.

٢) الماء وسيط النقل الثاني Water is the second transportation medium: فاستخدام البشر لهذا الوسيط قديم قدم استخدامه لوسيط الأرض، ويصعب تأريخ أول محاولة ركوب أو سباحة للإنسان عبر مجرى أو نهر أو بحيرة ونحن منذ ذلك الوقت أنشأنا الآلات للنقل عبر هذا الوسيط مثل الطوافات Rafts، والزوارق Canoes والمراكب Barges and sailboats والسفن والغواصات Submarines وغيرها.

ويحدد فين كروسبي Vin Crosbie خصائص مشتركة لهذين الوسيطين: قبل أن نتناول وسيط النقل الثالث علينا أن نلاحظ بعض خصائص وسيط النقل التقليديين السابقين لأنك ستجد أن هذه الخصائص لها نظائرها في الوسائل الاتصالية والمعلوماتية:

١. أن استخدام البشر لوسائل النقل القديمة سابق للتكنولوجيا، فقط وسعت التكنولوجيا من سرعتنا وقدرات حملنا في هذه الوسائل.

٢. أن استخدامات البشرية Humanity's uses لهذه الوسائل ليس بالضروري معتمداً على التكنولوجيا، معظمنا يمكن أن يمشى ويسبح بدون استعمال أية تكنولوجيا.

٣. أن كل من هذه الآلات المستخدمة في هذه الوسائل محدودة القدرات بالوسط الخاص بها، فالقطارات لا يمكن أن تستخدم في الماء والبواخر Steamships لاتعمل على الأرض، فلكلا الوسيطين مزايا وعيوب خاصة ومتعارضة Mutually exclusive advantages and disadvantages، وهذه ستصبح نقطة هامة حينما سنتخطى هذه التناظرية When we bridge this analogy وسائل الإعلام والاتصال.

٤. منذ ألياف عديدة أي أحد يحتاج النقل يواجه الاختيار من أي من وسائل النقل هذه، واختياره سيكون مستند إلى قدرات الوسيلة في كلاً من الحمل والوصول، على سبيل المثال: الآلات المائية ذات وصول عالمي لكن ليس لأماكن محاطة باليابسة، ومعظم هذه الآلات أيضاً لها قدرات حمل Carrying capacities أكثر من الآلات الأرضية، لكن معظم الآلات الأرضية يمكن أن تصل بأي أحد من منطقة لأخرى Deliver anyone door-to-door وقدرات حمل لاتستطعها معظم الآلات المائية.

٣) السماء وسيط للنقل: قد استخدم البشر عبر التاريخ وسيط الماء وآلاتها لأغلب حاجات النقل لمسافات طويلة، لكنهم استخدموا وسط الأرض وآلاته لمعظم حاجات نقلهم اليومية Daily transportation needs، وأي وسط نقل ثالث لم يكن ليصدق. ذلك كان حتى عام ١٩٠٣، أو بشكل أكثر دقة ١٧٨٣ عندما استخدم أخوان فرنسيان يدعيان مونتجولفيير Montgolfier تقنيات عصرهم لصنع آلة فتحت وسط نقل ثالث، لقد تمكنا من صنع منطاد من القماش وبفضل الهواء الساخن تمكنا من التحليق فوق السماء، ولد الطيران Aviation was born وأصبحت السماء وسيط للنقل The Sky became a transportation medium، منذ ذلك التاريخ وبعد اختراع أول محرك للطيران على يد الأخوين رايت Wright brothers، أصبح الطيران بشكل يومي، ومن بين آلات هذا الوسيط المظلات Balloons and parachutes والطائرات الخفيفة بدون محركات (الزواقي) Gliders والطائرات والمركبة الفضائية Spacecraft وغيرها.

ويحدد فين كروسبي Vin Crosbie خصائص فريدة للوسط الجديد New medium:

1. يعتمد وسط النقل الجديد كلياً على التكنولوجيا This new transportation medium is entirely dependent upon technology
فالسماء ليست وسيطاً طبيعياً للبشر The Sky isn't a natural medium for humans
فالناس تستطيع أن تمشي وتسبح بدون التكنولوجيا، لكنهم لا يستطيعون الطيران.
2. يمكن لألات وسط النقل الجديد أن تعمل في أي مكان على الأرض وفي وجود أي من الماء أو الأرض، وبالرغم من وجود معطيات متعارضة لكل من وسيط الأرض والماء لكن وسط النقل الجديد . السماء . يشمل خصائص كلا الوسيطين الأرض والماء، فهو يتفوق عليهما في المزاج ويتغلب على عيوب الوسائل التقليدية Traditional media.

17. Vin Crosbie. What is "new media." op. cit.

18. Vin Crosbie. What is "new media." op. cit.

19. Vin Crosbie. What is "new media." op. cit.

20. David Shedden. Why New Media Isn't: A Personal Journey. Mar. 3, 2011. Retrieved 29 January 2012, from:

<http://www.poynter.org/latest-news/top-stories/83122/why-new-media-isnt-a-personal-journey/>

21. Crosbie, V. (2006, 27 April). Rebuilding media. Corante.com. Retrieved 1 February 2012 from:

http://rebuildingmedia.corante.com/archives/2006/04/27/what_is_new_media.php#vin

22. Vin Crosbie. (2006, 27 April). Rebuilding media. Corante.com. Retrieved 1 February 2012 from:

http://rebuildingmedia.corante.com/archives/2006/04/27/what_is_new_media.php

23. John Pascarella. Blogging as critical praxis: becoming a critical teacher educator in the age of participatory culture. Submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of. Doctor of Philosophy in the Faculty of Education. McGill University. 1 June 2009. p 32

24. John V. Pavlik. Journalism and new media. Edited by Hugo de Burgh, H. (Ed), Making journalists: Diverse models, global issues. New York: Routledge. 2005. p 245

25. John V. Pavlik. Journalism and new media. Edited by Hugo de Burgh, H. (Ed), Making journalists: Diverse models, global issues. New York: Routledge. 2005. p 245

26. Robert K. Logan. Understanding New Media: Extending Marshall McLuhan. Library of Congress New York. 2010.p 1-9

27. Pew research center. Trends in News Consumption: 1991-2012, In Changing News Landscape, Even Television is Vulnerable, September 27, 2012, p2-6
28. Daekyung Kim. Abandoning Traditional News? Examining Factors Influencing the Displacement Effects of Online News on Traditional News Media. Ph.D. Southern Illinois University Carbondale. December 2006. p 2
٢٩. عبدالمحسن حامد عقيله. اعتماد الجمهور المصري على الفضائيات العربية الإخبارية وعلاقته بمصداقية التلفزيون المصري. دراسة ماجستير، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة، ٢٠١٠، ص ١٧٨
30. Socialbakers website. Available at:
<http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/egypt> last access on 8/7/2012