

## اعتماد الصفوة الأكاديمية العربية على الاعلام الجديد فى تحقيق التفاعل مع وسائل الاعلام الدولى

د/ ولاء عبد الرحمن فودة\*

### مقدمة:

لقد فرضت وسائل الاعلام الجديد واقعا تفاعليا جديدا للوضع الراهن لوسائل الاعلام ، والذى القى بظلاله على استخدامات الجمهور واعتمادهم عليها خاصة فى أوقات الأزمات والأحداث الهامة.

وبرزت الى الساحة الاعلامية أبرز وسائل الاعلام الجديد وهى شبكات التواصل الاجتماعى والتي أصبحت أحد العلامات البارزة فى العصر الحديث وأحد أهم العوامل المؤثرة فى تشكيل الرأى العام وهى بمثابة ثورة شعبية ضد وسائل التواصل التقليدية ، حيث بدت آثار ممارسات هذه الشبكات تتبدى على قواعد حرية النشر والتعبير ، وعلى الفكر الديمقراطى وحقوق الانسان وغيرها من مفاهيم سياسية واجتماعية انتشرت وتكونت حولها الجماعات مستفيدة من سهولة استخدامها والمشاركة فيها دون خبرات تقنية أو تكاليف مادية يرى البعض أنها سوف تؤدى الى بزوغ فكر كوكبى يعمل على تغيير العالم.(1)

ولما كانت الصفوة الأكاديمية العربية من جمهور وسائل الاعلام الخاص اللذين يتمتعون بقدر عالى من الثقافة والوعى ، وخاصة الأكاديميون فى مجال الاعلام اللذين يتمتعون بنظرة ثاقبة وناقدة لوسائل الاعلام ويتابعون ما يطرأ عليها من جديد كل يوم ، فمع ظهور وسائل الاعلام الجديد زخرت المكتبة الاعلامية بالعديد من البحوث والدراسات التى اتخذت من هذه الوسائل مجالا جديداً ومنتسعا للبحث والدراسة ، كما اتخذت منها دراسات الصفوة نصيباً وافراً ، ولعل دراسة الصفوة الأكاديمية العربية وعلاقتها بوسائل الاعلام الدولى عبر الاعلام الجديد مجالا جديداً و ثريا للبحث والدراسة واستطلاع الآراء والتصورات حول اعتماد هذا الجمهور الخاص على هذه الوسائل الحديثة الجذابة لكل الفئات والقطاعات الجماهيرية فى تحقيق التفاعل مع وسائل الاعلام الدولى لما تتمتع به هذه الوسائل الحديثة للاتصال والاعلام من مميزات ومعايير لثراء الوسيلة.

### أولاً : مشكلة البحث:

لقد اهتمت العديد من الدراسات الاعلامية العربية بدراسة الاعلام الجديد وخاصة مواقع التواصل الاجتماعى وتأثيراتها على الافراد ومن ثم على المجتمع ، وأشارت تلك الدراسات الى الدور الذى أصبحت وسائل الاعلام الجديد تقوم به فى حياتنا خاصة فى أوقات الأزمات والأحداث الهامة.

\* استاذ مساعد بكلية الاعلام و الاتصال الجماهيرى- جامعة العلوم الحديثة - دبي

وقد مثلت وسائل الاعلام الدولية مكانة هامة وبارزة لدى الجمهور العربى منذ وقت بعيد وقد أثبتت ذلك الدراسات الاعلامية المختلفة التى اهتمت بهذ المجال ، ولأن كل وسلية تؤثر فيما قبلها من الوسائل وتتأثر بها وتضيف اليها ، ظهر اهتمام وسائل الاعلام الدولية بوسائل الاعلام الجديد كوسيلة جديدة سهلة الوصول الى جمهورها المستهدف دون تكلفة كبيرة فأنشأت المواقع والصفحات المختلفة التى حظيت بمتابعة واسعة من الجمهور المستهدف من تلك الوسائل.

ولأن دراسات الصفوة تعد من الدراسات الهامة التى تعطى مؤشرات عن قطاع هام ومؤثر من مستخدمى وسائل الاعلام لما يتمتع به هؤلاء من سمات تميزهم عن غيرهم من مستخدمى وسائل الاعلام سواء التقليدية أو الحديثة.

لذلك تتمثل مشكلة هذا البحث فى دراسة اعتماد الصفوة الأكاديمية العربية على وسائل الاعلام الجديد فى تحقيق التفاعل مع وسائل الاعلام الدولية.

#### ثانياً : أهمية البحث :

- 1- دراسة وسائل الاعلام الجديد والتى تعد مجالاً بحثياً ثرياً اتخذته الدراسات الاعلامية فى السنوات الاخيرة نظرا لتعاظم استخدامه وتأثيره من خلال ما يقدمه من مضمون و نسب التعرض والاعتماد عليه كوسيلة اتصال وتواصل اجتماعى وتفاعلى حديثة.
- 2- الربط بين وسائل الاعلام الدولية التى استفادت من التقنيات التكنولوجية الحديثة ووسائل الاتصال الدولية ومصادره لتستحدث نظاماً اعلامية تمكنها من الوصول الى الجمهور المستهدف ومن ثم تحقيق التأثير والتفاعل الذى تسعى اليه.
- 3- تعتبر دراسات الصفوة الأكاديمية العربية من أهم الدراسات العلمية التى تعتمد على الثراء الفكرى والمعلوماتى لهؤلاء المبحوثين اللذين يعتبرون أحد أهم أعمدة المجتمعات العربية، والتى تقود راية الاصلاح والتقدم فى هذه المنطقة العربية.
- 4- يسعى هذا البحث الى وضع نموذج جديد يربط بين نظريتى الاعتماد و ثراء وسائل الاعلام من خلال فرض نظرى جديد يجمع بين النظريتين يتم تطبيقه على الجمهور المستهدف من هذا البحث.

#### ثالثاً : أهداف البحث :

- 1- التعرف على مدى اعتماد الصفوة الأكاديمية العربية على وسائل الاعلام الجديد للتفاعل مع وسائل الاعلام الدولية مقارنة بوسائل الاعلام التقليدية.
- 2- وضع نموذج جديد لاستخدام و تأثير وسائل الاعلام الجديد من خلال الربط بين نظريتى ثراء وسائل الاعلام و الاعتماد على وسائل الاعلام .
- 3- اضافة مجال بحثى جديد لدراسات الصفوة وهو قياس التفاعل مع وسائل الاتصال الدولية عبر الاعلام الجديد وهو مجال جديد فى الدراسات الاعلامية.

4- دراسة مدى العلاقة بين درجة ثراء وسائل الاعلام الجديد كما يحددها المبحوثون واعتماد الصفوة الأكاديمية العربية وتفاعلهم مع وسائل الاتصال الدولية.

رابعاً : الاطار النظرى للبحث :

يتمثل الاطار النظرى لهذا البحث فى مدخلين هامين ارتبطا بدراسات الجمهور و بوسائل الاعلام الحديثة على السواء هما نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام ، ونظرية ثراء وسائل الاعلام.

أولاً : نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام:

تعد نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام امتداد لنظرية الاستخدامات والاشباع ، و الفارق الأساسى بينهما أن الأولى تركز على الأهداف بينما الثانية تركز على الجمهور.(2)

ومن الفروض الأساسية التى أشار اليها العلماء فى كتاباتهم عن نظرية الاعتماد أن احتمالية أن تمارس وسائل الاعلام تأثيراً معرفياً ووجدانياً وسلوكياً تزداد على أفراد الجمهور فى حالة تقديمها لخدمة متميزة أو فى حالات عدم الاستقرار وصدامات وتغييرات المجتمع(3).

كذلك يزداد اعتماد الأفراد على وسائل الاتصال كمصدر للمعلومات فى أوقات الأزمات و التغيير الاجتماعى(4).

ويؤكد النموذج الذى وضعه ساندر بول روكيتش و ديفلو عام 1976 أنه كلما زاد اعتماد الجمهور على وسائل الاعلام كلما زاد استخدامه لها كلما زادت أهميتها بالنسبة له وتأثيرها عليه(5).

ورصد النموذج ثلاث أنواع من المتغيرات المتعلقة بالتأثير المعتمد على وسائل الاعلام وتتمثل فى مجموعة التأثيرات المعرفية ، وتتحدد فى بناء الاتجاهات وازالة الغموض عن القضايا المختلفة ومجموعة التأثيرات الوجدانية وتتحدد فى تقليل حالة الاغتراب ومجموعة التأثيرات السلوكية(6).

ثانياً: نظرية ثراء وسائل الاعلام **Media Richness Theory**:

قام بوضع النظرية كل من ريتشارد دافت Richard L.Daft و روبرت لينجل Robert H.Lengel وتم استخدامها لتصنيف وتقييم وسائل اتصالية معينة(7).

كما تستخدم هذه النظرية لدراسة معايير الاختيار بين الوسائل الاعلامية التكنولوجية وفقاً لدرجة ثرائها المعلوماتى، وتؤكد النظرية على أن فعالية الاتصال تعتمد على القدر الذى تستخدم به الوسيلة .

وتركز النظرية بشكل أكبر على الأشكال التفاعلية للاتصال فى اتجاهين بين القائم

بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة، وطبقاً لنظرية ثراء وسائل الاعلام فإن الوسائل الاعلامية التى توفر رجوع صدى تكون أكثر ثراءً<sup>(8)</sup>.  
وتفترض هذه النظرية فرضين أساسيين:-

الفرض الأول: أن الوسائل الاعلامية والتكنولوجية تمتلك قدراً كبيراً من البيانات والمعلومات بالاضافة الى تنوع المضمون المقدم من خلالها وبالتالي تستطيع هذه الوسائل التغلب على الغموض والشك الذى ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها.

الفرض الثانى : هناك أربعة معايير أساسية لترتيب ثراء الوسيلة الاعلامية مرتبة من الأعلى الى الأقل من حيث درجة الثراء الاعلامى وهى سرعة رد الفعل ، قدرتها على نقل الاشارات المختلفة باستخدام تقنيات تكنولوجية حديثة مثل الوسائط المتعددة، التركيز الشخصى على الوسيلة ، واستخدام اللغة الطبيعية.

ويساهم تطبيق نظرية ثراء وسائل الاعلام فى قياس التفاعلية التى يسعى هذا البحث الى قياسها على عينة الصفوة الأكاديمية العربية ، حيث تركز النظرية بشكل أكبر على الأشكال التفاعلية للاتصال فى اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة . وطبقاً لنظرية ثراء وسائل الاعلام فإن الوسائل الاعلامية التى توفر رجوع الصدى تكون أكثر ثراءً.

وقد أشار دافتلينجل و تريفيو الى ان الاهداف الرئيسية لأى منظم هى تقليل غموض الرسالة عن طريق اختيار الرسائل التى تحقق درجة من التفاعل مع الجمهور ، وهو ما تذهب اليه نظرية ثراء وسائل الاعلام والتى تفرق بين وسائل الاتصال على أساس درجة ثرائها فى تحقيق أكبر قدر من التفاعل بين الوسيلة والجمهور<sup>(9)</sup>.

وتفترض النظرية أن التسلسل الهرمى لمعلومات وسائل الاعلام تعتمد على ثراء المعلومات باستخدام أربعة عوامل مميزة هى :

قدرة رجوع الصدى بالوسيلة ، عدد القنوات المستخدمة كالصوت والصورة والفيديو، مصدر المعلومات سواء كان شخصى أو غير شخصى ، وتنوع اللغة مثل اللغة اللفظية وغير اللفظية<sup>(10)</sup>.

وتذهب نظرية ثراء وسائل الاعلام الى ان اكتساب المعلومات يتأثر بالتوافق بين قدرات الوسيلة والمحتوى المقدم بها ووسائل الاعلام الأكثر ثراءً ( مثل تلك التى لديها القدرة على نقل الصوت والصورة والفيديو، أو القدرة على الاتصال ثنائى الاتجاه) تكون أفضل مقارنة بوسائل الاعلام الأقل ثراءً<sup>(11)</sup>.

وتعتبر الشبكات الاجتماعية أيضاً وسائل اتصالية ثرية لأنها استناداً الى نظرية

ثراء وسائل الاعلام تمتلك قدراً كبيراً من المعلومات ، فضلاً عن تنوع المضمون المقدم من خلالها ، ومن ثم تستطيع هذه الوسائط التغلب على الغموض والشك الذى ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها.

كما أنها تتميز بسرعة رد الفعل ، وقدرتها على نقل الاشارات المختلفة باستخدام تقنيات تكنولوجية حديثة، والتركيز الشخصى على الوسيلة واستخدام اللغة الطبيعية<sup>(12)</sup>.

#### رابعاً : الدراسات السابقة :

يتم استعراض الدراسات ذات الصلة بموضوع الدراسة طبقاً لارتباطها بثلاث نقاط أساسية وما يرتبط بها من قضايا وموضوعات طرحتها الدراسات السابقة وهم دراسات النخبة أو الصفوة ، ودراسات وسائل الاتصال الدولى ، والدراسات التى تناولت الاعلام الجديد وهى كالتالى:

1) دراسة حنان يوسف (2001) بعنوان "المعالجة الاخبارية للقضايا العربية في شبكة CNN الامريكية و Euro news الاوربية"<sup>(13)</sup>.

حيث طبقت هذه الدراسة على عينة عمدية قوامها 200 مبحوث من الصفوة العربية السياسية والإعلامية بالقاهرة، واستهدفت رصد المعالجة الاخبارية للقضايا العربية وتحليلها في شبكة CNN الامريكية و Euro news الاوربية بالاضافة الى معرفة اتجاهات جمهور النخبة العربية نحو أداء هاتين الشبكتين في معالجتهم لقضايا العالم العربي ومدى الاعتماد على خدماتهما الاخبارية، وأشارت النتائج إلى عدم وجود علاقة ارتباطيه بين حجم اعتماد النخبة على الخدمة الاخبارية الأجنبية في شبكتي CNN الامريكية و Euro news الاوربية وحجم اعتمادهم على الخدمة الوطنية، ووجود فروق دالة إحصائية بين السمات السياسية والمعرفية والديموغرافية لجمهور النخبة العربية ومدى اعتمادهم على شبكتي CNN و Euro news كمصدر للمعلومات.

2) دراسة أحمد عثمان، سامي البخار (2002) بعنوان: "اتجاهات الصفوة المصرية نحوه صورة الانسان العربي في الصحف وقنوات التلفزيون الغربية"<sup>(14)</sup>.

وتستهدف الدراسة التعرف على اتجاهات النخبة المصرية نحوه الصورة الإعلامية للانسان الدراسة التعرف على اتجاهات النخبة المصرية نحوه الصورة الإعلامية للانسان العربي في الصحف وقنوات التلفزيون الأجنبية والعربية. وذلك على عينة من النخب المصرية فكونه من 150 مفردة موزعة على ثلاث أنواع من النخب هي (النخبة السياسية – النخبة الإعلامية – النخبة الاكاديمية) ومن أهم نتائج الدراسة الاتجاه القوى لدى النخبة بشأن رفضها لسلبيات الصورة الإعلامية للعرب في وسائل

الإعلام الأجنبية ، وكان الاكاديميون والسياسيون أكثر استياءً من الإعلامين بنمطية الصورة المتكونه عن العرب في الإعلام الغربي.

**3) دراسة هويدا مصطفى (2002) بعنوان: "اتجاهات الصفوة نحو تغطية الإعلام المصري لأحداث 11 سبتمبر وتداعياتها" (15).**

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الصفوة نحو تغطية الإعلام المصري لأحداث 11 سبتمبر وتداعياتها وطبقت الدراسة على عينة عمدية قوامها 100 مفردة من الصفوة الثقافية والإعلامية والأكاديمية وذوي المناصب القيادية في التخصصات المهنية المختلفة ومن أهم النتائج التي توصلت لها هذه الدراسة أن النظام الإعلامي لم يفي باحتياجات الصفوة من المعلومات بما يتوافق والمستوى المعرفي والنسق القيمي لهذه الفئة، وهو ما أدى إلى عدم تأثرها بتوجهات التغطية الإعلامية وما نتبته من أفكار، حيث أشارت الصفوة عينة الدراسة إلى وجود بعض السلبيات لهذه التغطية منها تأثر التغطية الإعلامية المصرية بوجهة النظر الأمريكية.

كذلك غياب التغطية الإعلامية المصرية عن واقع الأحداث وغياب مناخ الحرية الذي يمارس فيه الإعلاميون عملهم.

**4) دراسة إيمان الصياد (2003) بعنوان: "اعتماد الصفوة المصرية على وسائل الإعلام في وقت الأزمات" (16).**

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد الصفوة المصرية على وسائل الإعلام في وقت الأزمات لدى عينة من الصفوة المصرية في مجالات السياسة والاقتصاد والإعلام قوامها 120 مفردة تم اختيارها وفق المنصب القيادي ومن أهم نتائج هذه الدراسة أن هناك علاقة عكسية بين اعتماد أفراد الصفوة المصرية عينة الدراسة على وسائل الإعلام الدولية مقارنة بوسائل الإعلام المحلية.

حيث تميزت الوسائل الدولية بسرعة متابعة الأحداث الجارية المحلية والدولية على العكس من الوسائل المحلية التي تميزت بمتابعة الأزمات المحلية فقط.

**5) دراسة حنان جنيد (2003) بعنوان "تكنولوجيا الاتصال التفاعلي وعلاقته بدرجة الوعي السياسي لدى طلاب الجامعات المصرية" (17).**

حيث طبقت الدراسة على عينة قوامها 210 مبحوث من طلاب الجامعات المصرية الخاصة وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها أن أهم أسباب الاعتماد على الإنترنت كمصدر للمعلومات هي إمكانية استدعاء المعلومات في أي وقت من خلال الشبكة، المتابع المستمرة للمعلومات، والتحليلات المتعمقة ، وتمثلت أهم القضايا التي تتعرض لها عينة الدراسة من خلال الإنترنت فى القضايا السياسية، القضايا الثقافية، الدينية ثم القضايا الاقتصادية.

(6) دراسة عادل عبد الغفار (2004) بعنوان "تقويم الاداء المهني للقنوات الفضائية الاخبارية العربية في ضوء آراء عينة من النخبة الإعلامية المصرية" (18). حيث طبقت هذه الدراسة على عينة قوامها 200 مبحوث من النخبة المصرية في مجالات العمل الإعلامي المختلفة، وهدفت إلى معرفة تقييم النخبة الإعلامية المصرية لمستوى الاداء المهني للقنوات الاخبارية لعربية (الجزيرة، العربية، والنيل الاخبارية) والوقوف على نقاط القوة والضعف في أدائها ووضع رؤية للآليات التي يمكن أن تسهم إيجابيات تطوير أدائها. وانتهت الدراسة إلى ارتفاع مشاهدة النخبة الإعلامية لقناة الجزيرة والاعتماد عليها كمصدر للمعلومات مقارنة بقناتي العربية والنيل الاخبارية.

(7) دراسة حنان سليم (2005) بعنوان: "اتجاهات النخبة المصرية نحو واقع ومستقبل القنوات الاخبارية العربية" (19).

حيث طبقت هذه الدراسة على عينة متاحة قوامها 150 مبحوث من النخبة المصرية الأكاديمية والإعلامية والسياسية، وسعت إلى معرفة اتجاهات النخبة المصرية نحو واقع القنوات الاخبارية العربية (النيل للاخبار والجزيرة والعربية) ومستقبلها وأشارت النخبة إلى أن قناة الجزيرة توافرت فيها خمسة مكونات للاداء الإعلامي تمثلت في الفورية في نقل الأحداث، الجرأة في طرح الموضوعات المصادقية والدقة في تناول المعلومات، والتوازن من خلال طرح مختلف الآراء، والحياد والموضوعية في التناول، في حين جاءت قناة الجزيرة في المرتبة الثانية في تقييمات النخبة لها من حيث مدى توافر مكونات الاداء الإعلامي، بينما ترى النخبة ان قناة النيل للاخبار ينقصها بعض مكونات الاداء الإعلامي مثل الفورية والموضوعية والجرأة.

(8) دراسة عثمان فكري عبد الباقي (2006) بعنوان: "استخدامات النخبة العلمية المصرية لوسائل الاتصال" (20).

استهدفت الدراسة التعرف على استخدام النخبة العلمية المصرية لوسائل الاتصال التقليدية والحديثة من أجل الوقوف على أبعاد وحدود العلاقة التي تربط النخبة العلمية بالوسائل الاتصالية في ضوء كل وسيلة وخصائصها، مع الأخذ في الاعتبار بعض المتغيرات التي تؤثر على حدود هذا الاستخدام وتأثيراته منها (نوع التخصص العلمي – العمر – النوع) وذلك على عينة قوامها 150 مفردة من النخبة العلمية المصرية ، ومن أهم نتائج هذه الدراسة أن الصحف المصرية بشكل عام والصحف القومية بشكل خاص هي الأكثر قدره على تلبية حاجات النخبة العلمية الخاصة بمتابعة آخر التطورات في القضايا المختلفة، وتكوين آراء ووجهات نظر خاصة حيالها ومراقبة الرأي العام العالمي ، كما أثبتت الدراسة أيضا أن أغلب أفراد العينة يفضلون اللجوء إلى شبكة الإنترنت للوصول إلى معلومات سريعة وعاجلة حول احدى القضايا.

**9) دراسة ربيكا هايس Rebecca A. Hayes Rebecca, A. Hayes بعنوان: "وسائل الإعلام الجديدة والسياسات الجديدة" (21).**

حيث تم إلقاء الضوء على آليات التعلم السياسي واختبار استخدامات مواقع الشبكات الاجتماعي في المشاركة السياسية على عينة قوامها 625 مبحوثا من الشباب الأمريكي وتوصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها ان استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية لأهداف سياسية يمكن أن يكون له تأثير ايجابي على التعلم والمشاركة السياسية، كما أن الوسائل الإعلامية التقليدية كانت أكثر تأثيراً في الحصول على المعلومات في انتخابات 2008 عن الوسائل الحديثة.

**10) دراسة دعاء فتحي سالم (2012) بعنوان: "اتجاهات الصفوة المصرية نحو معالجة المواقع الإلكترونية لأحداث ما بعد ثورة 25 يناير" (22).**

سعت الدراسة إلى معرفة مدى نشاط الصفوة المصرية عينة الدراسة في التماس المعلومات المتعلقة بأحداث ما بعد الثورة.

وأعتمدت الدراسة على نظريتي الائتماس والاعتماد على وسائل الإعلام واستخدمت الدراسة منهج المسح بالعينة لاختبار فروض الدراسة وكذلك العلاقات بين المتغيرات. وذلك على عينة من المواقع الإلكترونية التي أظهرت الدراسة الاستطلاعية أنها من أكثر المواقع التي يقبل عليها الجمهور وخاصة من الصفوه.

وأكدت الدراسة على أن المواقع الإلكترونية جاءت في الترتيب الاول من حيث مدى اعتماد الصفوة عليها في متابعة أحداث ثورة 25 يناير 2011، وجاء موضوع المرشحين للانتخابات الرئاسية في الترتيب الاول بالنسبة لموقع اليوم السابع بينما جاء موضوع التعديلات الدستورية في الترتيب الاول بالنسبة لموقع مصر اوي.

واثبتت كذلك نتائج الدراسة ارتفاع معدل الاتجاهات الايجابية نحو معالجة المواقع الإلكترونية الاخبارية لأحداث ما بعد الثورة وذلك على مستوى موقعى الدراسة.

**11) دراسة محمود منصور هيبه (2012) بعنوان: " اعتماد الصفوة المصرية على الصحف الإلكترونية وقت الأزمات: دراسة حالة للفترة الانتقالية من فبراير 2011 وحتى يوليو 2012" (23).**

وتهدف الدراسة إلى التعرف إلى أي مدى إعتمدت الصفوة المصرية عينة الدراسة على الصحف الإلكترونية للأزمات التي لحقت بالمجتمع المصري بعد سقوط النظام وحتى انتخاب رئيس جديد للبلاد وإلى أي مدى نجحت تلك الوسيلة في تغطية تلك الأزمات ومتابعتها لها أولاً بأول في ظل ثورة إعلامية هائلة.

وأكدت نتائج الدراسة أن الصفوة السياسية والأكاديمية أكثر تعرضاً للصحف الإلكترونية بصفة دائمة وهذا ما يؤكد الحرص الشديد لديهم لمتابعة الأزمات



وتطوراتها ليتحقق لهم تفعيل دورهم في حل الأزمات.

كما تعددت أسباب اعتماد الصفوة على الصحف الإلكترونية وقت الأزمات وتنوعت ما بين سرعة الحصول على المعلومات، ارتفاع مصداقيتها لدى عينة الدراسة ومعرفة التطورات الجديدة للأزمات وتميزها بتقديم تحليلات متعمقة للأزمات.

### 12) دراسة بشرى جميل الراوي (2013) بعنوان: " دور مواقع التواصل الإجتماعي في التغيير مدخل نظري" (24).

حيث هدفت الدراسة إلى تعريف شبكات التواصل الاجتماعي وتحديد الدور الذي لعبته وسائل التواصل الاجتماعي في انتفاضات الشعوب العربية وأشارت الدراسة إلى الخلفية العلمية للبحوث حول وسائل الاتصال الحديثة والتي ارتكزت على نموذجين تفسيريين الأول ويتمثل في الحتمية التكنولوجية والنموذج الثاني يتمثل في الحتمية الاجتماعية.

وأشارت الدراسة إلى آلية الإعلام البديل الفعلي والتي انقسمت إلى مستويات عديدة منها البحث عن التفاعلية الحقيقية ومشاركة الجمهور في فعل الاتصال.

كما أعطى نظرة مختلفة أو بديلة للحياة السياسية والثقافية والاجتماعية ويعد المتلقى للرسالة شريكاً جديراً بالاستقلالية وليس متلقياً سلبياً.

### 13) دراسة سمية عرفات (2013) بعنوان: "اتجاهات الجمهور المصري نحو مصداقية وسائل الإعلام التقليدية والجديدة عقب أحداث الثلاثين من يونيو دراسة ميدانية" (25).

وقد هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الجمهور المصري نحو مصداقية الفضائيات والإنترنت في إطار نظرية الاعتماد وأسباب ذلك والعلاقة بين مدى تعرض الجمهور لهذه الوسائل والاعتقاد في مصداقيتها.

ونتائج هذه الدراسة ارتفاع معدل الدخول على مواقع الإنترنت للحصول على معلومات متعلقة بأحداث 30 يونيو وما أعقبها، كما أثبتت ارتفاع درجة اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي لا سيما الفيسبوك واليوتيوب في الحصول على الأخبار مما يفسر ارتفاع مصداقية هذين الموقعين بالنسبة للجمهور كما اتضح أن سبب التغطية الفورية للأحداث هو السبب الأول في اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي.

كما أثبتت الدراسة ان هناك علاقة ارتباطية بين كثافة استخدام الفضائيات وبين الاتجاهات نحو مصداقية تلك الفضائيات ، كما ان هناك علاقة ارتباطية بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبين الاتجاهات نحو مصداقية تلك المواقع.

14) دراسة منى مجدي فرج عبد المقصود (2013) بعنوان: "الدراسات الإعلامية المصرية في مجال وسائل الإعلام الجديدة خلال العقد الأول من القرن الحادي والعشرين" (26).

اهتمت الدراسة برصد وتحليل واقع البحوث الإعلامية الخاصة بوسائل الإعلام الجديدة من مواقع الإنترنت وصحف إلكترونية وراديو انترنت وهاتف محمول التي انتجت خلال العقد الأول من القرن الواحد والعشرين (2001 – 2010) وذلك على 30 دراسة ماجستير و12 رسالة دكتوراه.

حيث أكدت الدراسة على اعتماد نصف الدراسات موضع التحليل على إطار نظري واحد يحكم توجهها الفكري بينما اعتمدت الدراسات الاخرى على مداخل نظرية تتصل بشكل مباشر بعلم الاجتماع أو النفس أو الدراسات الثقافية.

كما أكدت الدراسة اعتماد معظم الدراسات التجريبية على طلاب الجامعات والشباب بالإضافة إلى تعميم النتائج وعدم تحديد المدى الزمني للتطبيق.

15) دراسة منى جابر عبد الهادي هاشم (2014) بعنوان: " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الناخبين خلال الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 – دراسة ميدانية على عينة من الجمهور العام في مصر" (27).

تهدف الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على نتيجة الانتخابات الرئاسية والتصورات المستقبلية لهذا الدور مستخدم نظرية المشاركة الديمقراطية الإعلامية وذلك على عينة عمدية قوامها 200 مفردة من الجمهور العام المشارك في العملية الانتخابية في الفترة من 26 – 2014/5/28.

واتضح من نتائج الدراسة أن أعلى استفادة وتأثير لمواقع التواصل الاجتماعي كانت لدى المبحوثين من ذوى المستوى التعليمي المرتفع كما أكدت الدراسة أن لمواقع التواصل الاجتماعي أثر بالغ على المبحوثين باعتبارها ساحة ملائمة للنشاط السياسي.

16) دراسة نهى عاطف العبد (2014) بعنوان: "اتجاهات الرأي العام المصري نحو التغطية الإعلامية للانتخابات الرئاسية لسنة 2014" (28).

هدفت الدراسة إلى التعرف على معدلات الاعتماد على البرامج الحوارية وشبكات التواصل الاجتماعي ودوافعها وتأثيراتها حيث أجرت دراسة تحليلية للبرامج الحوارية ومواقع التواصل الاجتماعي وكذلك دراسة ميدانية على عينة من الجمهور العام وعينة من الصفوة المصرية من أساتذة الجامعة والإعلاميين والقضاة قوامها (140) مبحوث وأثبتت نتائج الدراسة اعتماد الصفوة والجمهور العام على شبكات التواصل الاجتماعي وتأثرهم بمضمون الشبكات في قرارهم الانتخابي، كما اثبتت

وجود علاقة ارتباطية بين الاعتماد على البرامج والشبكات والتأثيرات المختلفة لعينة الصفوة والجمهور العام.

**17) دراسة إيمان عرفات (2017) بعنوان "التعرف على آراء اساتذة الإعلام في استخدام القنوات التليفزيونية شبكات التواصل الاجتماعي للتعطية الشاملة للاحداث" (29).**

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير استخدام قنوات التليفزيون لآراء الجمهور المنشورة على وسائل التواصل الاجتماعي في تغطية الأحداث من وجه نظر أساتذة الإعلام واستخدمت الدراسة أداة المقابلات المتعمقة مع أساتذة الإعلام عينة الدراسة وبلغ عددهم 10 أساتذة من كبار اساتذة الإعلام.

وخلصت الدراسة إلى أن الإنترنت فتح مجالاً واسعاً بزيادة الاعتماد على التعددية والتنوع في المصادر، إلا أن البعض من اساتذة الإعلام يرى أنه يمكن أن يتم الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي في القنوات التليفزيونية ولكن بتوخى الحذر الشديد.

كما أكد أفراد العينة على أنه من المفيد التطرق للأفكار المطروحة على وسائل التواصل الاجتماعي لارتباطها بوقائع وأخبار تهم نسبة كبيرة من أفراد الجمهور.

#### التعليق على الدراسات السابقة:

استفادت الباحثة من مجمل الدراسات السابقة فى تحديد عينة البحث وأسلوب جمع البيانات وتصميم استمارة الاستقصاء وتحديد متغيرات البحث ، من تحليل الدراسات السابقة ونتائجها تم ملاحظة بعض النقاط الهامة :

- 1- تركزت معظم الدراسات السابقة التي اهتمت بدراسة النخبة العربية عامة على قياس اتجاهات هؤلاء النخبة أو الصفوة كما أطلقت عليها بعض الدراسات وكان قياس الاتجاهات سواء نحو صورة ذهنية معينة أو نحو مضامين اعلامية فى وسائل اعلام بعينها .
- 2- أثبتت نتائج الدراسات التي اختبرت اعتماد الصفوة على وسائل الاعلام الدولى التقليدية والحديثة أن الاعتماد كان أكبر على الوسائل التقليدية مع وسائل الاتصال الدولى كمصدر للمعلومات ، لذا تبرز أهمية هذه الدراسة التي اختبرت مدى الاعتماد على وسائل الاعلام الجديد.
- 3- تركزت بعض الدراسات التي اهتمت بدراسة الاعتماد على الانترنت بالثراء المعلوماتى للوسيلة ، وما يقدمه الانترنت من مصادر متنوعة للمعلومات والتحليلات المتعمقة ، وهو ما حاولت هذه الدراسة تطويره حيث ربطت بين الاعتماد وعناصر ثراء الوسيلة.
- 4- لم تقدم الدراسات السابقة نتائج متعمقة حول الاتصال التفاعلى و أنماطه وأشكاله ، وكذلك لم يتم تطبيقه على فئات متنوعة من الجمهور.

**خامساً : فروض البحث و تساؤلاته :**

**أ - فروض البحث :**

- **الفرض الاول:** توجد علاقة ارتباطية بين اعتماد الصفوة الأكاديمية العربية على وسائل الاعلام الجديد وكل من:-
- توفر معايير ثراء الوسيلة فى وسائل الاعلام الدولى عبر الاعلام الجديد.
- التفاعل مع وسائل الاعلام الدولى عبر الاعلام الجديد.
- اتجاه المبحوثين نحو التفاعل مع وسائل الاتصال الدولى عبر الاعلام الجديد.
- اتجاه المبحوثين نحو الآثار المترتبة على الاعتماد على وسائل الاعلام الدولى عبر الاعلام الجديد.

**الفرض الثانى:** توجد علاقة ارتباطية بين زيادة معدلات التفاعلية مع وسائل الاتصال الدولية عبر الاعلام الجديد وتوافر معايير ثراء هذه الوسائل.

**الفرض الثالث:** توجد فروق دالة إحصائياً بين الصفوة الأكاديمية العربية عينة البحث من حيث اعتمادهم وتفاعلهم و شعورهم بالمصداقية مع وسائل الاعلام الدولى عبر الاعلام الجديد وفقاً للفترة العمرية.

**ب- تساؤلات البحث :**

**التساؤل الأول :** ما معدل اعتماد المبحوثين على وسائل الاعلام الدولى عبر الاعلام الجديد ؟ وما ترتيب وسائل الاعلام الجديد طبقاً لمعدل الاعتماد عليها ؟ ما مدى اعتماد المبحوثين على وسائل الاعلام الجديد فى التفاعل مع وسائل الاعلام الدولى ؟

**التساؤل الثانى :** ما مدى تفاعل المبحوثين مع وسائل الاعلام الدولى عبر الاعلام الجديد ؟

**التساؤل الثالث :** ما قدر المصداقية التى يوليها المبحوثون لوسائل الاعلام الدولى عبر الاعلام الجديد ؟

**التساؤل الرابع :** ما دوافع اعتماد المبحوثين على وسائل الاعلام الدولى عبر الاعلام الجديد ؟

**التساؤل الخامس :** ما مصادر المعلومات و الاخبار الاخرى التى يفضلها المبحوثون ؟

**التساؤل السادس :** الى أى مدى يعتمد المبحوثون على وسائل الاعلام التقليدية مقارنة بالاعلام الجديد فى التعرض والتفاعل مع وسائل الاعلام الدولية؟

#### سادساً : الاجراءات المنهجية للبحث :

يعد هذا البحث من الدراسات الوصفية الكمية التى تهتم برصد خصائص ظاهرة ما للتعرف على سماتها وخصائصها للوصول الى استخلاص نتائج البيانات التى تساعد على التعميم والتنبؤ.

كما يستخدم هذا البحث منهج المسح الذى يعد جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات و معلومات وأوصاف عن الظاهرة الاعلامية فى وضعها الحالى بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات والمعلومات المطلوبة فى مجال التخصص.(30)

ويستهدف هذا البحث الربط بين نظريتي الاعتماد و ثراء وسائل الاعلام ووضع نموذج جديد يرتبط بالاعلام الجديد و يربط بين النظريتين ليصبح نموذج جديد من النماذج التطبيقية فى مجال دراسات التأثير الاعلامية.

#### أ – عينة البحث :

تم اختيار عينة البحث بطريقة العينة المتاحة فى اطار العينات الاحتمالية وبلغ قوامها (100) مفردة من الصفوة الأكاديمية العربية بالجامعات افى دولة الامارات العربية المتحدة ، وتشكلت سمات العينة على النحو التالى:

المتغير	الفئات	التوزيع	
		ك	%
النوع	ذكر	60	60%
	أنثى	40	40%
العمر	من 30 الى أقل من 40	19	19%
	من 40 الى أقل من 50	39	39%
	من 50 فأكثر	42	42%
الدرجة العلمية	أستاذ دكتور	35	35%
	أستاذ مشارك	30	30%
	أستاذ مساعد	20	20%
	محاضر	15	15%

#### ب- أدوات جمع البيانات :

تتمثل طريقة جمع البيانات فى استمارة استقصاء تم تطبيقها بأسلوب المقابلة الميدانية المباشرة مع أفراد العينة ، وتتضمن المتغيرات المختلفة التى تجيب عنها تساؤلات البحث وفروضة.

#### ج- اختبار الصدق و الثبات :

للتأكد من صدق استمارة الاستقصاء وثباتها قامت الباحثة ببعض الاجراءات التى تضمن الصدق و الثبات فى الاستمارة كما يلى :

1- عرض الاستمارة على عدد من أساتذة الاعلام لتحكيمها والتأكد من قابليتها للتطبيق والقياس لمتغيرات الدراسة المختلفة ، وقد تم اجراء بعض التعديلات على الاستمارة طبقاً لما أوصى به السادة الاساتذة.

2- تضمنت استمارة الاستقصاء بعض الاسئلة التي تقيس الصدق الداخلي في الاستمارة و التي تتضمن بعض العبارات التي تقيس صدق المبحوثين فيما أدلوا به من اجابات على الاسئلة المختلفة.

3- تم اعادة تطبيق الاستمارة على 10% من المبحوثين بعد جمع البيانات بعشرة ايام، وكانت قيمة معامل الثبات 93% وهو ما يشير قابليتها وصلاحيتها لقياس متغيرات الدراسة.

#### د- المعالجة الإحصائية للبيانات :

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلي الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج " الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS " Statistical Package for the Social Science

وتم استخدام المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- الوزن المرجح .
- معامل ارتباط بيرسون ( Person Correlation Coefficient )
- تحليل التباين ذي البعد الواحد ( One Analysis of Variance ) المعروف باختصارا باسم ANOVA
- الاختبارات البعدية ( Post Hoc Tests ) بطريقة اقل فرق معنوي ( Least Significance Difference ) و المعروف اختصارا باسم ( LSD )

#### النتائج العامة والاجابة على فروض وتساؤلات البحث:

##### أولاً: نتائج فروض البحث:

الفرض الاول: توجد علاقة ارتباطية بين اعتماد الصفوة الأكاديمية العربية على وسائل الاعلام الجديد وكل من:-

- توفر معايير ثراء الوسيلة في وسائل الاعلام الدولي عبر الاعلام الجديد.
- التفاعل مع وسائل الاعلام الدولي عبر الاعلام الجديد.
- اتجاه المبحوثين نحو التفاعل مع وسائل الاتصال الدولي عبر الاعلام الجديد.
- اتجاه المبحوثين نحو الآثار المترتبة على الاعتماد على وسائل الاعلام الدولي عبر الاعلام الجديد.

جدول رقم (1)

اختبار بيرسون لتحديد مدى العلاقة بين الاعتماد و عدد من متغيرات البحث

الاتجاه المبحوثين نحو الآثار المترتبة على الاعتماد على وسائل الاعلام الجديد.		الاتجاه المبحوثين نحو التفاعل مع وسائل الاعلام الدولى عبر الاعلام الجديد		التفاعل مع وسائل الاعلام الدولى عبر الاعلام الجديد		توفر معايير ثراء الوسيلة		الاعتماد على وسائل الاعلام الجديد
P	r	P	r	P	r	P	r	
.282	.005	.413	.000	.614	.000	.303	.002	

تم تطبيق اختبار بيرسون لقياس العلاقة الارتباطية بين اعتماد الصفوة الأكاديمية العربية عينة البحث على وسائل الاعلام الجديد وعدد من متغيرات البحث ، حيث ثبت صحة الفرض بأن هناك علاقة ارتباطية متوسطة دالة إحصائياً بين اعتماد المبحوثين على وسائل الاعلام الجديد وتوفر معايير الثراء فى هذه الوسائل.

وثبت أيضاً صحة الفرض بأن هناك علاقة ارتباطية متوسطة دالة إحصائياً بين الاعتماد على وسائل الاعلام الجديد والتفاعل مع وسائل الاعلام الدولى.

كما ثبت صحة الفرض بأن هناك علاقة ارتباطية متوسطة دالة إحصائياً بين الاعتماد على وسائل الاعلام الجديد واتجاه المبحوثين نحو التفاعل مع وسائل الاعلام الدولى عبر الاعلام الجديد.

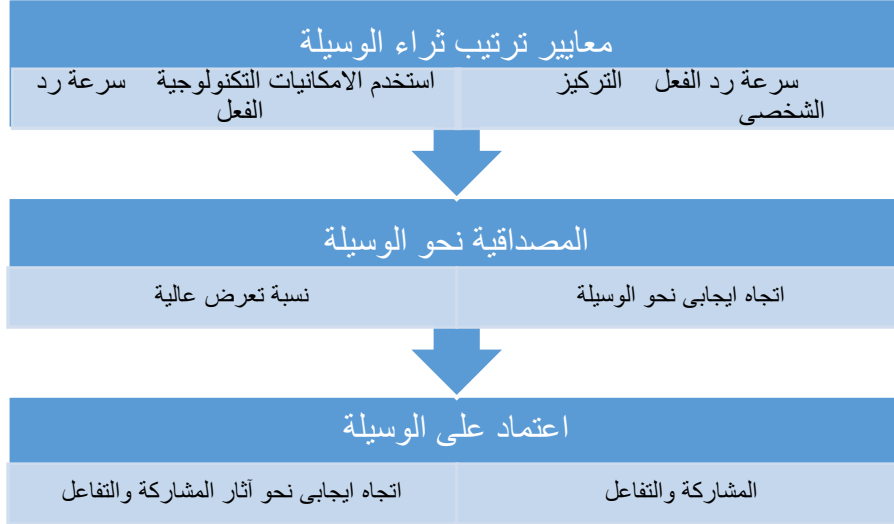
و ثبت أيضاً وجود علاقة ارتباطية ضعيفة دالة إحصائياً بين الاعتماد على وسائل الاعلام الجديد فى التفاعل مع وسائل الاعلام الدولى واتجاه المبحوثين نحوها.

ومن نتيجة الفرض السابق يمكن أن يطرح هذا البحث نموذجاً جديداً يربط بين نظريتي الاعتماد و ثراء وسائل الاعلام وعدد من المتغيرات الأخرى التى ترتبط بالتفاعل مع وسائل الاعلام الجديد و اتجاه المبحوثين نحو التفاعل ونحو الآثار المترتبة على هذا الاعتماد والتفاعل.

حيث ربط العلماء والباحثين بين نظرية الاعتماد وعدد من النظريات المرتبطة بالجمهور المستهدف وتأثير الرسالة الاعلامية عليه، كمنظية ترتيب الاولويات والاستخدامات والاشباعات ونظرية فجوة المعرفة، وهو ما لفت الانتباه الى كيفية الربط بين الاعتماد وما يتعلق بالوسيلة الاعلامية وموصفاتها والمادة الاعلامية المقدمة بها وهو ما تفسره نظرية ثراء وسائل الاعلام التى تعد أنسب المداخل النظرية لدراسة الاعلام الجديد.

و يمكن أن يتضح هذا النموذج من خلال الرسم التوضيحي التالى:

اعتماد الصفوة الأكاديمية العربية على الاعلام الجديد فى تحقيق التفاعل مع وسائل الاعلام الدولى



حيث يوضح الشكل السابق الارتباط بين نظريتي الاعتماد و ثراء الوسيلة فكلما زادت المعايير المتوفرة لثراء الوسيلة كلما زاد اعتماد الجمهور عليها ، ويتخلل تلك العملية قدر المصدقية التي يوليها المبحوثون تجاه الوسيلة ، والتي تتمثل فى الاتجاه الايجابى نحو ما تقدمه الوسيلة ونسبة التعرض المرتفعة للوسيلة، كما يترتب على الاعتماد نسبة مرتفعة من المشاركة والتفاعل طبقا لما توفره الوسيلة من معايير للثراء وكذلك الاتجاه الايجابى من المبحوثين نحو آثار تلك المشاركة والتفاعل.

الفرض الثانى : توجد علاقة ارتباطية بين زيادة معدلات التفاعلية مع وسائل الاتصال الدولية عبر الاعلام الجديد وتوافر معايير ثراء هذه الوسائل.

بتطبيق اختبار بيرسون لبيان العلاقة ثبت صحة الفرض الثانى حيث توجد علاقة ارتباطية ضعيفة بين معدل التفاعل مع وسائل الاتصال الدولى عبر الاعلام الجديدة توافر معايير ثراء تلك الوسائل كما هو موضح فى الجدول رقم (2).

جدول رقم (2)

اختبار بيرسون لتحديد مدى العلاقة بين معدل التفاعلية ودرجة ثراء الوسيلة

التفاعل مع وسائل الاعلام الدولى عبر الاعلام الجديد		توافر معايير ثراء الوسيلة
P	r	
.237	.017	



**الفرض الثالث: توجد فروق دالة إحصائياً بين الصفوة الأكاديمية العربية عينة البحث من حيث اعتمادهم وتفاعلهم و شعورهم بالمصداقية مع وسائل الاعلام الدولى عبر الاعلام الجديد وفقاً للفئة العمرية.**

حيث تم تقسيم المبحوثين الى ثلاث فئات عمرية من 30 الى اقل من 40 ومن 40 الى اقل من 50 ومن 50 فأكثر، وقد تم إستخدام إختبار One Way Anova لتحليل التباين ذو البعد الواحد , وقد ثبت عدم صحة الفرض الثالث، حيث ثبت عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين من حيث اعتمادهم وتفاعلهم مع وسائل الاعلام الدولى عبر الاعلام الجديد وفقاً لعنصر السن ،بينما ثبت صحة الفرض بوجود فروق دالة احصائياً بين المبحوثين من حيث شعورهم بالمصداقية تجاه وسائل الاعلام الدولى عبر الاعلام الجديد، حيث بلغت قيمة ف 6.078 عند مستوى معنوية .003 ودرجتا حرية 2،97.

و لمعرفة مصدر التباين الحقيقى فى الفروق بين المبحوثين تم اللجوء إلى إستخدام الإختبار البعدى بطريقة أقل فرق معنوى (Least Significant Differences)، ويتضح من الجدول رقم (4) وجود فروق بين المبحوثين فى الفئة العمرية من 30 الى اقل من 40 فى المتوسطات و التى بلغت 0.582 عند مستوى معنوية 0.000 لصالح الفئة العمرية من 50 فأكثر حيث بلغ المتوسط الحسابى 32.524 مقابل 29.948 للمبحوثين فى الفئة العمرية من 40 الى 50 و بذلك كان المبحوثين فى الفئة العمرية أكثر من 50 سنة لديهم قدر عالى من المصداقية تجاه وسائل الاعلام الدولى عبر الاعلام الجديد .

### جدول (3)

**إختبار ONE WAY ANOVA لتحديد الفروق بين المبحوثين فى اعتماده وتفاعلهم مع وسائل الاعلام الدولى عبر الاعلام الجديد**

المتغير	الفئة العمرية	العدد	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	قيمة ف	درجتا الحرية	مستوى المعنوية
الاعتماد على وسائل الاعلام الجديد	من 30 الى اقل من 40	19	6.6316	2.733	.029	2 97	.971
	من 40 الى اقل من 50	39	6.7692	1.708			
	من 50 فأكثر	42	6.7857	2.763			
التفاعل مع وسائل الاتصال الدولى عبر الاعلام الجديد	من 30 الى اقل من 40	19	38.315	7.211	.832	2 97	.438
	من 40 الى اقل من 50	39	35.8462	7.652			
	من 50 فأكثر	42	35.357	9.596			
المصداقية نحو الاعلام الدولى عبر الاعلام الجديد	من 30 الى اقل من 40	19	33.632	3.467	6.078	2 97	.003
	من 40 الى اقل من 50	39	29.948	3.879			
	من 50 فأكثر	42	32.524	4.835			

جدول رقم (4)

اختبار LSD لتحليل مصدر التباين الحقيقى فى الفروق بين المبحوثين

المتغير	الفئة العمرية	الفئة العمرية	الفروق بين المتوسطات	مستوى المعنويه
شعور المبحوثين بالمصداقية تجاه وسائل الاعلام الدولى عبر الاعلام الجديد	من 30 الى اقل من 40	من 40 الى اقل من 50	.582	.000
		من 50 فأكثر	.0414	.750
	من 40 الى اقل من 50	من 30 الى اقل من 40	-.582	.000
		من 50 فأكثر	-.540	.000
	من 50 فأكثر	من 30 الى اقل من 40	-.0414	.750
		من 40 الى اقل من 50	.5403	.000

ثانياً: الاجابة على تساؤلات البحث:

التساؤل الأول : ما معدل اعتماد المبحوثين على وسائل الاعلام الدولى عبر الاعلام الجديد ؟ وما ترتيب وسائل الاعلام الجديد طبقاً لمعدل الاعتماد عليها ؟

بتحليل البيانات الواردة فى استمارة الاستقصاء واستخراج المقاييس الاحصائية وكما هو موضح فى الجدول رقم (5) أن الصفوة الأكاديمية العربية عينة البحث يعتمدون على وسائل الاعلام الدولى عبر الاعلام الجديد بمستوى اعتماد متوسط يبلغ 49% من اجمالى المبحوثين عينة البحث.

جدول رقم (5)

معدل اعتماد المبحوثين على وسائل الاعلام الدولى عبر وسائل الاعلام الجديد

معدل الاعتماد	ك	%
1. مستوى اعتماد منخفض.	35	35
2. مستوى اعتماد متوسط.	49	49
3. مستوى اعتماد مرتفع.	16	16
المجموع	100	100

ويوضح الجدول رقم (6) ترتيب وسائل الاعلام الجديد طبقاً لمدى الاعتماد عليها فى التفاعل مع وسائل الاعلام الدولى ، حيث يأتى Facebook فى الترتيب الأول يليه YouTube ثم Twitter.

### جدول رقم (6)

#### ترتيب وسائل الاعلام الجديد طبقا لمدى التفاعل مع وسائل الاعلام الدولى

الترتيب وسائل الاعلام الجديد	الأول	الثانى	الثالث	الرابع	الخامس	موع	الترتيب المرجح
Facebook	360	64	15	14	0	453	الأول
Twitter	20	92	126	46	8	292	الثالث
YouTube	60	168	96	28	0	352	الثانى
Instagram	40	60	39	80	24	243	الرابع
Linked in	20	16	24	32	68	160	الخامس

التساؤل الثانى : ما مدى تفاعل المبحوثين مع وسائل الاعلام الدولى عبر الاعلام الجديد؟

بسؤال المبحوثين عن مدى مشاركتهم فى استطلاعات الرأى وعدد من العبارات التى أبدوا مدى موافقتهم أو معارضتهم لها يتضح من بيانات الجدول رقم (7) الذى يمثل المقياس التجميعى لمستوى التفاعل مع وسائل الاعلام الدولى عبر وسائل الاعلام الجديد أن الصفوة الأكاديمية العربية عينة الدراسة يتفاعلون مع تلك الوسائل بمستوى متوسط يبلغ 76% من إجمالى المبحوثين عينة البحث.

### جدول رقم (7)

#### مستويات تفاعل المبحوثين مع وسائل الاعلام الدولى عبر الاعلام الجديد

مستوى التفاعل	ك	%
مستوى تفاعل منخفض.	8	8
مستوى تفاعل متوسط.	76	76
مستوى تفاعل مرتفع.	16	16
المجموع	100	100

التساؤل الثالث : ما قدر المصدقية التى يوليها المبحوثون لوسائل الاعلام الدولى عبر الاعلام الجديد؟

يتضح من بيانات الجدول رقم (8) أنه رغم أن 69% من أفراد العينة قد اشاروا الى أنهم لا يصدقون كل ما يقال فى مواقع التواصل أو فى وسائل الاعلام الجديد ، الا أن 91% منهم اشاروا الى اهتمامهم بمصدر الخبر ومتابعة تطوراتها عبر وسائل الاعلام الجديد، وأن وسائل الاعلام الجديد تستخدم قوالب فنية مختلفة للوصول الى شرائح متعددة من الجمهور بنسبة 81%، و اختار 66% من المبحوثين عينة البحث أن

## اعتماد الصفوة الأكاديمية العربية على الاعلام الجديد فى تحقيق التفاعل مع وسائل الاعلام الدولى

وسائل الاعلام الدولى تعيش عصر جديد من الحرية فى ظل انتشار وسائل الاعلام الجديد، كما يرى 51% من المبحوثين أنه من الافضل التعرض لوسائل الاعلام الدولى عبر وسائل الاعلام الجديد وليس عن طريق الوسائل التقليدية.

### جدول رقم (8)

#### مصادقية وسائل الاعلام الدولى عبر الاعلام الجديد لدى المبحوثين

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	العبارات
4%	21%	6%	43%	26%	1- لا أصدق كل ما يقال فى مواقع التواصل أو فى وسائل الاعلام الجديد
11%	20%	39%	26%	4%	2- تتمتع وسائل الاعلام الدولى التى تستخدم وسائل الاعلام الجديد بالموضوعية فى نقل الأخبار و تحليلها.
0%	18%	45%	33%	4%	3- لا يوجد شعور بالمسئولية لدى القائمين بالاتصال فى وسائل الاعلام الجديد.
0%	3%	6%	60%	31%	4- أهتم بمصدر الخبر ومتابعة تطوراته عبر وسائل الاعلام الجديد.
9%	31%	11%	39%	10%	5- أرى أن مواقع التواصل الاجتماعى هى أكثر المصادر التى أستطيع أن اعتمد عليها فى الحصول على المعلومات
0%	6%	17%	35%	42%	6- هناك خلط بين الرأى والخبر فى وسائل الاعلام الجديد.
0%	9%	43%	36%	12%	7- تستجيب وسائل الاعلام الدولى للأراء الناتجة عن التفاعل بينها وبين الجمهور عبر وسائل الاعلام الجديد.
4%	12%	18%	49%	17%	8- تعيش وسائل الاعلام الدولى عصر جديد من الحرية فى ظل انتشار وسائل الاعلام الجديد.
0%	2%	17%	55%	26%	9- تستخدم وسائل الاعلام الجديد قوالب فنية مختلفة للوصول الى شرائح متعددة من الجمهور.
9%	14%	26%	35%	16%	10- من الافضل التعرض لوسائل الاعلام الدولى عبر وسائل الاعلام الجديد وليس عن طريق الوسائل التقليدية.

#### التساؤل الرابع : ما دوافع اعتماد المبحوثين على وسائل الاعلام الدولى عبر الاعلام الجديد ؟

لقياس دوافع اعتماد المبحوثين على وسائل الاعلام الدولى عبر الاعلام الجديد تم طرح بعض العبارات عليهم وقاموا بترتيبها حسب أولويات دوافعهم ،ويوضح من بيانات الجدول رقم (9) أن الحصول على الأخبار ومتابعتها جاءت فى الترتيب الأول ،وفهم وتفسير الأحداث فى الترتيب الثانى ،يلبها سهولة البحث عن المعلومات ،وجاء فى الترتيب قبل الأخير التعرف على المزيد من الأصدقاء وفى الترتيب السابع قضاء أوقات الفراغ.

جدول رقم (9)

دوافع اعتماد المبحوثين على وسائل الاعلام الدولى عبر الاعلام الجديد

الترتيب المرجح	المجموع	السابع	السادس	الخامس	الرابع	الثالث	الثانى	الأول	الترتيب العبارة
الأول	615	5	0	0	12	85	126	387	1- الحصول على الأخبار ومتابعتها
الثانى	556	1	0	12	48	90	300	105	2- فهم وتفسير الأحداث المختلفة
الرابع	419	3	32	36	124	85	48	91	3- النقاش والتواصل مع الآخرين
الخامس	295	6	64	102	68	55	0	0	4- التسلية والترفيه
السادس	269	16	78	84	16	25	36	14	5- التعرف على المزيد من الأصدقاء
السابع	208	59	16	36	64	5	0	28	6- قضاء أوقات الفراغ
الثالث	447	10	10	30	68	155	90	84	7- سهولة البحث والحصول على المعلومات

التساؤل الخامس: ما مصادر المعلومات و الاخبار الأخرى التى يفضلها المبحوثون؟ يتضح من بيانات الجدول رقم (10) أن المبحوثين يفضلون التلفزيون بنسبة 100% من اجمالى اجاباتهم، و تأتي فى المرتبة الثانية الصحف بنسبة 45% أما الاذاعة فتأتى فى المرتبة الأخيرة بنسبة 21% مناجملى اجابات المبحوثين، و أشارت 12% من اجمالى اجابات المبحوثين الى الانترنت كوسيلة أخرى حيث يتابعون الوسائل التقليدية من خلال الانترنت كالصحف وقنوات التلفزيون .

جدول رقم (10)

مصادر المعلومات والأخبار الأخرى التى يفضلها المبحوثون

المصدر	ك	%
التلفزيون		%
الصحف		%
الاذاعة		%
أخرى		%

التساؤل السادس: الى أى مدى يعتمد المبحوثون على وسائل الاعلام التقليدية مقارنة بالاعلام الجديد فى التعرض والتفاعل مع وسائل الاعلام الدولية؟ يتضح من الجدول رقم (11) أن وسائل الاعلام التقليدية لاتزال تحظى باعتماد دائم من الصفوة الأكاديمية العربية عينة البحث مقارنة بوسائل الاعلام الجديد ، ولكن اختار المبحوثون "أحياناً" بنسبة 57% بالنسبة الى وسائل الاعلام الجديد مقارنة

بوسائل الاعلام التقليدية التى بلغت 52% من اجمالى المبحوثين عينة البحث.

### جدول رقم (11)

مدى اعتماد المبحوثين على وسائل الاعلام التقليدية مقارنة بالاعلام الجديد فى التفاعل مع وسائل الاعلام الدولى

وسائل الاعلام الجديد	مدى الاعتماد	وسائل الاعلام التقليدية
%		%
32%	دائماً	46%
57%	أحياناً	52%
11%	نادراً	2%

### الخاتمة:

اهتم هذا البحث بدراسة اعتماد الصفوة الأكاديمية العربية على الاعلام الجديد فى التفاعل مع وسائل الاعلام الدولى مستخدمة نظرية الاعتماد ونظرية ثراء وسائل الاعلام ، وقد تم تطبيق استمارة استقصاء على عينة من الصفوة الأكاديمية العربية بلغت 100 مفردة ، وقد تم عمل العديد من المقاييس الاحصائية لقياس مدى التعرض والاعتماد و الاتجاه نحو الوسيلة ، وقد أضاف البحث نموذجاً جديداً يربط بين نظريتي الاعتماد و ثراء الوسيلة فكلما زادت المعايير المتوفرة لثراء الوسيلة كلما زاد اعتماد الجمهور عليها ، ويتخلل تلك العملية قدر المصادقية التى يوليها المبحوثون تجاه الوسيلة ، والتى تتمثل فى الاتجاه الايجابى نحو ما تقدمه الوسيلة ونسبة التعرض المرتفعة للوسيلة، كما يترتب على الاعتماد نسبة مرتفعة من المشاركة والتفاعل طبقاً لما توفره الوسيلة من معايير للثراء وكذلك الاتجاه الايجابى من المبحوثين نحو آثار تلك المشاركة والتفاعل.

## المراجع :

- (1) اسماعيل محمود على . الاعلام الجديد و التحديات النظرية و التطبيقية . الاسكندرية : مكتبة الوفاء القانونية . الطبعة الاولى . 2015.
- (2) Joy C. Gordon. **a lot of two hurricanes: Crisis Communication and Media Dependency as a Predictor of Evacuation Behavior in Southeast Louisiana Hurricanes.**Katerina and Gustave Kansas State univ. Nat, ON <http://allacademic.com>, oct.2011.
- (3) Tcyrone H.Gold (2004) .**September 11<sup>th</sup> 2001: An Individual Media Dependency Perspective**, MA. (3)Fac.Brigham Young Univ. Dept. of Comm., PP.12-14.
- (4) Jack Rosen berry & Lauren A.Vicker (2009).**Applied Mass Communication theory. A guide for Media Practitioners**. USA: Pearson edu.Inc.pp.127-129.
- (5) Stanely J.Baran& Dennis, K.Davis .**Mass Communication Theory**. (USA: McGraw,2011)P.324.
- (6) Denis. Mcquail. **Mcquail's .Mass Communication Theory**. 6th edition. USA: sage publishers, 2009. pp. 255-257.
- (7) حاتم سليم العلوانه . (2012) "دور مواقع التواصل الاجتماعى فى تحفيز المواطنين الأردنيين على المشاركة فى الحراك الجماهيرى . دراسة ميدانية على النقابيين فى إربد. " ورقة عمل مقدمة الى المؤتمر العلمى السابع عشر بعنوان (ثقافة التغيير). كلية الآداب ، جامعة فلادلفيا ، عمان/الأردن 2012.
- (8) أولجا جوديس بيلى وآخرون . **فهم الاعلام البديل**. ترجمة علا أحمد صلاح . القاهرة . مجموعة النيل العربية. 2009. ص:71.
- (9) مرفت الطرابيشى. عبد العزيز السيد . **نظريات الاتصال** . القاهرة . دار النهضة العربية. 2006 . ص219.
- (10) Debashish Mandal & Robert J.MC Queen. **Extending Media Richness Theory to explain. Social Media Adoption by Microbusinesses**. International Technology. Vol.4, Issue 4, 2013 Available at <http://www.Mendeley.com>.
- (11) Jessica M.Badger. **Media Richness and Information Acquisition in internet**. **Journal of Managerial Phycology**. Vol.7, No.29.
- (12) معتمد بابكر مصطفى. **ايدولوجيا شبكات التواصل الاجتماعى وتشكيل الرأى العام** ، مركز التنوير المعرفى ، 2014.

- (13) حنان يوسف. (2001) "المعالجة الاخبارية للقضايا العربية فى شبكتى CNN الأمريكية و EURO NEWS الأوروبية " رسالة دكتوراه ، غير منشورة ،كلية الاعلام، جامعة القاهرة.
- (14) أحمد عثمان، سامي البخار. (2002) "اتجاهات الصفوة المصرية نحو صورة الانسان العربي في الصحف وقنوات التلفزيون الغربية". المؤتمر السنوي الثامن بعنوان "الإعلام وصورة العرب والمسلمين". جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مايو 2002.
- (15) هويدا مصطفى. (2002) "اتجاهات الصفوة نحة تغطية الإعلام المصري لأحداث 11 سبتمبر وتداعياتها"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (جامعة القاهرة كلية الإعلام العدد الرابع أكتوبر / ديسمبر 2002.
- (16) إيمان الصياد. (2003) "اعتماد الصفوة المصرية على وسائل الإعلام في وقت الأزمات" دراسة مقارنة بين وسائل الإعلام المصرية والدولية" رسالة ماجستير، جامعة عين شمس، كلية الآداب.
- (17) حنان جنيد. (2003) "تكنولوجيا الاتصال التفاعلي وعلاقته بدرجة الوعي السياسي لدى طلاب الجامعات المصرية" المجلة المصرية لبحوث الإعلام العدد 18، يناير / مارس 2003، ص 1 – 40.
- (18) عادل عبد الغفار. (2004) "تقويم الأداء المهني للقنوات الفضائية الاخبارية العربية فى ضوء آراء عينة منالخبذة الاعلامية المصرية" ورقة بحثية ضمن أعمال المؤتمر العلمى الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الاعلام: الفضائيات العربية ومتغيرات العصر القاهرة :الدار المصرية اللبنانية.
- (19) حنان سليم. (2005) " اتجاهات النخبة المصرية نحو واقع ومستقبل القنوات الاخبارية العربية"، المؤتمر العلمى السنوى الحادى عشر : مستقبل وسائل الاعلام العربية القاهرة : كلية الاعلام ، جامعة القاهرة .
- (20) عثمان فكري عبد الباقي. (2006) "استخدامات النخبة العلمية المصرية لوسائل الاتصال" رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.
- (21) **Rebecca A. Hayes** **Rebecca, A. Hayes**. *New media, New Politics: Political learning Efficacy and the Examination of uses of social Network sits for Political Engagement*, **PH.D.** (Michigan: States University 2009).
- (22) دعاء فتحي سالم. (2012) "اتجاهات الصفوة المصرية نحو معالجة المواقع الإلكترونية لإحداث ما بعد ثورة 25 يناير": دراسة فى اطار نظرية التماس المعلومات المؤتمر الثامن عشر لكلية الإعلام. جامعة القاهرة. من 1- 2 يوليو 2012.
- (23) محمود منصور هيبه. (2014) " إعتماذ الصفوة المصرية على الصحف الإلكترونية وقت الأزمات: دراسة حالة للفترة الانتقالية من فبراير 2011 وحتى يوليو 2012"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثالث عشر. العدد الأول (مزدوج) يناير / يونيه 2014 ص: 257 – 309.



- (24) بشرى جميل الراوي. "دور مواقع التواصل الإجتماعي في التغيير مدخل نظري". **مجلة الباحث الإعلامي**. العدد 18 2013. ص 94 – 112.
- (25) سميح عرفات . "اتجاهات الجمهور المصرى نحو مصداقية وسائل الاعلام التقليدية والجديدة عقب أحداث الثلاثين من يونيو ، دراسة ميدانية". **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**. المجلد الثانى عشر . العدد الرابع أكتوبر – ديسمبر 2013 ص: 199-265.
- (26) منى مجدي فرج عبد المقصود. " الدراسات الإعلامية المصرية في مجال وسائل الإعلام الجديدة خلال العقد الأول من القرن الحادي والعشرين". **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**. المجلد الثاني عشر – العدد الرابع – أكتوبر / ديسمبر 2013 ص: 199 – 265.
- (27) منى جابر عبد الهادي هاشم. " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الناخبين خلال الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 – دراسة ميدانية على عينة من الجمهور العام في مصر". **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**. المجلد الثالث عشر – العدد الثاني (مزدوج) – يولييه / ديسمبر 2014.
- (28) نهى عاطف العبد. " اتجاهات الرأي العام المصري نحو التغطية الإعلامية للانتخابات الرئاسية لسنة 2014 " **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**. المجلد الثاني عشر – العدد الرابع – أكتوبر / ديسمبر 2013 ص: 82 - 120.
- (29) ايمان عرفات . "التعرف على آراء اساتذة الإعلام في استخدام القنوات التليفزيونية شبكات التواصل الاجتماعي للتغطية الشاملة للأحداث". **Arab Media and Society**, AUC, Issue 23, Winter/spring 2017
- (30) محمد عبد الحميد. **البحث العلمى فى الدراسات الاعلامية**. ط1. القاهرة . عالم الكتب . 2000. ص194.