

# مصادر المعلومات عن الأحداث الجارية بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد

- دراسة ميدانية مقارنة -

د. محمد شطاح

كلية الاتصال - جامعة الشارقة

## Abstract

**The sources of information among traditional media and new media**

**- A Practical and comparative study -**

The outstanding feature of the current third millennium is an unprecedented "boom" of new information technologies, and so is the speed and diversity of events. There has been a significant increase in the use of traditional media such as printed press, radio and television. Simultaneously, the new media such as the internet and social networks are more widespread and used at an intensive rate. This phenomenon has been accompanied by profound social and political changes that have affected the individuals' uses of these media as a source of information . Arab countries are the best example of these changes, and represent an interesting case study. The study aims at finding out the impact of the usage of information sources in this era of new technologies, through a practical and comparative study on a sample of university students in the United Arab Emirates.

In brief, The study generally aims at answering several important questions, including:

- What sources of information does the sample prefer to get information about current events?
- What are the effects of new communication technologies in terms of flexibility, speed, interactivity and privacy on the preferences of the sample regarding the sources of information?
- To what extent does the sample discuss topics broadcast by both traditional and new media?

شهدت بداية الألفية الثالثة تفجرا معرفيا وتكنولوجيا لا سابق له في التاريخ، كما تسارعت الأحداث وتنوعت، وباتت الجماهير تدين في الحصول على المعلومات حول ما يحدث في محيطها إلى العديد من المصادر والوسائل، تنوعت بين الوسائل التقليدية أو ما يطلق عليها بالإعلام التقليدي من صحف وقنوات راديو وتلفزيون، إلى وسائل جديدة يطلق عليها اسم الإعلام الجديد وهو ما تتضمنه الشبكة العنكبوتية من مواقع وشبكات لتواصل الاجتماعي من فيسبوك ويوتيوب وتويتر وغيرها.

وبإيجاز فإن مصادر المعلومات حول الأحداث الجارية باتت متنوعة ومتعددة. والدراسة تسعى الى البحث في طبيعة هذه المصادر وتفضيلات الجمهور لها من جهة. ومدى تأثير التكنولوجيا الجديدة في بناء هذه التفضيلات من جهة ثانية، وذلك من عينة من طلبة كليات وأقسام الاتصال والإعلام في عدد من الجامعات بدولة الامارات العربية المتحدة.

## مقدمة

يذهب الكثير من المختصين في دراسة التحولات السياسية والاجتماعية والثقافية التي شهدتها العالم خلال النصف الثاني من القرن العشرين ومطلع الألفية الثالثة، إلى تأكيد مواكبة وسائل الإعلام لهذه التحولات. وقد كان لوسائل الإعلام التقليدية من صحف وإذاعات ومحطات تلفزيونية دورا كبير في ملازمتها بل المشاركة في توجيهها وتحديد مساراتها.

إن الأحداث السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي ميزت تسعينيات القرن الماضي تؤكد ذلك، فانهيار الاتحاد السوفيتي وجدار برلين لاحقا، وأحداث أوروبا الشرقية، ثم أحداث الحادي عشر من سبتمبر، وحروب الخليج وأفغانستان واكبتها حملات إعلامية ودعائية وظفت فيها المصادر التقليدية للإعلام، وبخاصة التلفزيون للتبشير بالديمقراطية والعدالة الاجتماعية والرأسمالية الجديدة.

ثم جاءت الثورات العربية لاحقا ضمن وضع دولي تميز بانفجار معرفي هائل وثورة تكنولوجية لاسابق لها في التاريخ، فوظفت تكنولوجيات الاتصال الحديثة في مواكبة هذه الثورات، بل يرى الكثير أنه إذا كانت ثورات أوروبا الشرقية وحرب الخليج قد تفوقت فيها الأخبار والصور التلفزيونية كمصادر للمعلومات ومتابعة ما يجري من أحداث، فإن الثورات العربية الأخيرة تفوقت فيها مصادر مواقع التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد، ولم يعد "الناس على دين إداعاقم" كما ذهب أحد المختصين في وصفه لظاهرة، بل صاروا على دين مواقعهم الاجتماعية.

تسعى الدراسة إلى البحث في هذه المصادر وتفضيلات الجمهور لها من جهة، ومدى تأثير التكنولوجيات الجديدة في بناء هذه التفضيلات من جهة ثانية. وذلك من خلال دراسة ميدانية مقارنة على عينة من طلبة كليات وأقسام الاتصال والإعلام بدولة الامارات العربية المتحدة.

### الإشكالية :

شهدت بداية الألفية الثالثة تفجرا معرفيا وتكنولوجيا كبيرا ، كما تسارعت الأحداث وتنوعت، وباتت الجماهير تدين في الحصول على المعلومات حول ما يحدث في محيطها إلى العديد من المصادر والوسائل، تنوعت بين الوسائل التقليدية أو ما يطلق عليها بالإعلام التقليدي من صحف وقنوات راديو وتلفزيون، إلى وسائط جديدة يطلق عليها إسم "الإعلام الجديد" وهو ما تتضمنه الشبكة العنكبوتية من مواقع وشبكات للتواصل الاجتماعي من فيسبوك ويوتيوب وتويتر وغيرها.

وبإيجاز فإن مصادر المعلومات حول الأحداث الجارية باتت متنوعة ومتعددة، والدراسة تسعى الى البحث في طبيعة هذه المصادر وتفضيلات الجمهور لها من جهة، ومدى تأثير سمات

التكنولوجيات الجديدة في بناء هذه التفضيلات من جهة ثانية، وذلك من خلال عينة من طلبة كليات وأقسام الاتصال والإعلام في عدد من الجامعات بدولة الامارات العربية المتحدة. ومحاولة الإجابة على ثلاثة أسئلة محورية، هي :

أولا : ما هي المصادر المفضلة لدى العينة محل الدراسة في الحصول على المعلومات عن الأحداث الجارية؟ وما هي الوسائل الأكثر تفضيلا بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد؟

ثانيا : ما مدى تأثير سمات التكنولوجيات الجديدة للإتصال (المرونة، التفاعلية، السرعة... إلخ) على تفضيلات العينة، فيما يتعلق بمصادر متابعتها للأحداث الجارية؟

ثالثا: ما مدى مناقشة أفراد العينة محل الدراسة لموضوعات الأحداث الجارية المستقاة من مصادرها التقليدية أو الجديدة؟

أولا : أهمية الدراسة :

تميزت البحوث والدراسات في السنوات الأخيرة بوجود اتجاه يحاول رصد مختلف التحولات التي طرأت على عناصر العملية الاعلامية (القائم بالاعلام، الرسائل، الوسائل والجمهور)، ومدى تأثير التحولات الاجتماعية والثقافية والسياسية من جهة، والتكنولوجيات الجديدة للاتصال من جهة ثانية على تفضيلات الجمهور، فيما يتعلق بمصادر استقاء المعلومات عن الأحداث الجارية في البيئة الداخلية والخارجية لجمهور وسائل الإعلام.

وعليه فإن هذه الدراسة محاولة علمية لرصد التحولات التي طرأت على المصدر كأحد عناصر العملية الإعلامية من جهة، ومحاولة علمية من جهة أخرى لتحقيق الأهداف التالية:

1. رصد التحولات التي طرأت على مصادر المعلومات.

2. المقارنة بين بين المصادر التقليدية للمعلومات و المصادر الجديدة ،أي بين مصادر

وسائل الإعلام التقليدية ومصادر الإعلام الجديد، ومعرفة اتجاهات الجمهور وتفضيلا لها.

3. معرفة مدى تأثير "سمات التكنولوجيات الجديدة" على تفضيلات الجمهور للمصادر التقليدية والمصادر الجديدة.

4. معرفة أي المصادر الجديدة أكثر تفضيلا من الجمهور في ضوء سمات التكنولوجيات الجديدة للإتصال.

5. معرفة مدى ومجالات مناقشة موضوعات الأحداث الجارية المستقاة من المصادر التقليدية والجديدة.

ثانيا : أسئلة الدراسة :

تهدف هذه الدراسة الى الإجابة على ثلاثة أسئلة محورية، هي :

1- ما هي المصادر المفضلة لدى طلبة الجامعة في دولة الإمارات في الحصول على المعلومات عن الأحداث الجارية ؟

وتتفرع منه الأسئلة التالية :

- ما مدى متابعة أفراد العينة للأحداث الجارية ؟

- ما هي الوسائل التي يتابع عبرها أفراد العينة الأحداث الجارية ؟

- ما هي الأدوات المستخدمة في استقبال ومشاهدة الأحداث الجارية من قبل أفراد العينة ؟

- ما مدى استخدام أفراد العينة لخدمة استقبال ومتابعة الأحداث الجارية عبر الهواتف الجواله ؟

- ما هي مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة من قبل أفراد العينة في متابعة الأحداث الجارية ؟

2- ما مدى تأثير سمات التكنولوجيات الجديدة للإتصال على تفضيلات طلبة الإمارات فيما يتعلق بالمصادر المفضلة في متابعة الأحداث الجارية ؟  
وتتفرع منه الأسئلة التالية :

- أي المصادر " أكثر مرونة"، "More flexible " في متابعة الأحداث الجارية في رأي أفراد العينة ؟

- أي المصادر "أكثر تفاعلية"، "More interactive" في متابعة الأحداث الجارية في رأي افراد العينة ؟

- أي المصادر "أكثر مصداقية"، "More credible " في متابعة الأحداث الجارية في رأي افراد العينة ؟

- أي المصادر "أقل تكلفة"، "Less expensive" في متابعة الأحداث الجارية في رأي أفراد العينة؟

- أي المصادر "أكثر ملاءمة للخصوصية". "More convenient for privacy" في متابعة الأحداث الجارية في رأي أفراد العينة ؟

- أي المصادر "أكثر سرعة"، "More speed " في متابعة الأحداث الجارية في رأي أفراد العينة ؟

3- ما مدى مناقشة طلبة الجامعة في الإمارات لموضوعات الأحداث الجارية المستقاة من المصادر التقليدية والجديدة ؟

- ما هي أهم الأحداث الجارية التي يتابعها أفراد العينة ؟

- ما مدى مناقشة أفراد العينة لموضوعات الأحداث الجارية ؟
- مع من يناقش أفراد العينة موضوعات الأحداث الجارية ؟
- ما هي الوسائط التي يستخدمها أفراد العينة في مناقشة موضوعات الأحداث الجارية ؟
- ما هي مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها أفراد العينة في مناقشة موضوعات الأحداث الجارية ؟

### ثالثا : مفاهيم الدراسة :

هناك مجموعة من المفاهيم والمصطلحات تدور بشأنها الدراسة. ولذا رأينا من الضرورة تحديد أهمها، وهي:

- **المصادر:** المقصود بها في الدراسة " المصادر من وسائل الإعلام لتقنيّة وهي الصحف والمجلات وقنوات الرديو والتلفزيون ومواقع التواصل الاجتماعي. التي يستقي منها الفرد المعلومات والحقائق عما يدور في بيئته الداخلية والخارجية من أحداث".
- **الأحداث الجارية :** تعني في الدراسة "كل مايقع في البيئة الدخية و خارجية لفرد من أحداث سياسية أو اجتماعية أو ثقافية... الخ ، تنال إهتمامه، وتشبع حاجته لمعرفة".
- **تكنولوجيات الاتصال :**

هناك عدة تعريفات قدمت لمفهوم تكنولوجيات الاتصال، نورد منه تعريف لذي قدمه " نبيل علي" حيث يرى بهذا الخصوص مايلي :

### • تكنولوجيات الاتصال هي :

"مجموع التقنيات والأدوات أو الوسائل والنظم المختلفة التي يتم توضيف معالجة المضمون أو المحتوى، الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجمهيري أو شخصي أو التنظيمي أو الجمعي أو الوسطي والتي يتم من خلالها جمع المعلومات ولييات مسموعة أو المكتوبة أو المصورة أو المرسومة أو المسموعة المرئية أو المطبوعة أو رقمية (من خلال الحسابات الالكترونية). ثم تخزين هذه المعلومات، ثم استرجاعها في الوقت المناسب. ثم عملية نشر هذه المواد الاتصالية أو الرسائل والمضامين مسموعة أو مسموعة مرئية أو مضبوغة أو رقمية، ونقلها من مكان إلى آخر، وتبادلها، وقد تكون تلك التقنيات يدوية أو آلية أو كهربائية حسب مرحلة التطور التاريخي لوسائل الاتصال والمجالات التي يشملها هذا التطور"<sup>1</sup>.

### رابعا : الدراسات السابقة :

شهد العالم مع نهاية القرن الماضي ومطلع الألفية الحالية ثورة في تكنولوجيات الاتصال، مست مختلف جوانب عناصر العملية الإعلامية ،بدءا بالمرسل ومرورا بالرسالة ، وصولا إلى الجمهور وانتهاء بالمصدر. وقد اتجهت الدراسات الإعلامية إلى رصد هذه الظاهرة ضمن

مقاربات ونظريات متعددة. وعليه يمكننا تصنيف الدراسات ذات العلاقة بموضوع بحثنا، إلى دراسات تناولت عنصر المصدر في العملية الإعلامية، ودراسات تلتقي مع دراستنا من حيث المقاربة النظرية للموضوع ونستعرض فيما يلي الأهم منها :

## 1-دراسة نصر الدين لعياضي<sup>2</sup>:

تناولت الدراسة قننات واستخدامات الشباب في دولة الإمارات للأترنت، وهدفت إلى الاجابة عن أسئلة حول ثمل الشباب للأترنت، وما مدى تأثير المتغيرات المستقلة (الجنس، والجنسية، السن...إلخ) على الاستخدامات، وهل امتلاك ذات تجهيزات الاتصال بشبكة الانترنت يوحد الاستخدامات ؟ ولماذا شبكة تويتر أقل الشبكات استخداما في أوساط الشباب في دولة الامارات ؟ وهل تساهم الشبكات في تشكيل علاقات اجتماعية وسط الشباب ؟ وأخيرا هل غيرت الأترنت علاقة الشباب بوسائل الإعلام الكلاسيكية ؟ شملت الدراسة 120 مفردة من جنسيات عربية مختلفة، وتم توصل إلى عدة نتائج نوجز منها مايلي :

- انتشار التكنولوجيا في أوساط الشباب في دولة الإمارات يعود إلى ارتفاع مستوى الدخل، إلى جانب اعتبارها وسيلة للعمل والدراسة، وكذلك سدهي الاجتماعي.

- ارتفاع نسبة التعرض للأترنت، إذ بلغت لمن يستخدمونها أكثر من مرة في اليوم نسبة 70%.

- يستخدم الشباب الانترنت بالدرجة الأولى للاتصال بنسبة بلغت 99%، يليها الاستخدام للحصول على المعلومات بنسبة بلغت 88%. ثم الاستماع إلى الموسيقى وتحميلها 63%.

- كشفت النتائج على أن استخدام الشباب للأترنت قد قل عما كان عليه قبل الاستخدام، بينما لم يتغير حجم الاستماع إلى الراديو وقراءة لصحف.

- شبكة تويتر مازالت مجهولة لدى الشباب في دولة الإمارات، فهناك أقل من شابين من عشرة فقط يعرف الشبكة، وهناك 8.70 % من أفراد العينة من يملك حساب على الشبكة.

## 2-دراسة دينا أحمد عراي و بسنت عبد المحسن العقباوي<sup>3</sup>:

سعت الدراسة إلى قياس مدى مصداقية ما يعرض في مواقع التواصل الاجتماعي من أخبار أو من صور أو فيديوهات ،سواء من مصادر إعلامية أو من مصادر فردية، غير إخبارية لدى الشباب، من خلال رصد نمط المضمون الخبيري الذي يتعرض له الجمهور في المجتمع السعودي في المواقع الاجتماعية، ومدى اعتماده على ما يقدم فيها من أخبار في المجالات المختلفة (الاجتماعية والثقافية والاقتصادية ) مع المقارنة بينها.

كما اهتمت الدراسة بمحاولة معرفة مدى وعي الجمهور السعودي بمفهوم المصداقية لمضمون الخبري والعناصر المكونة له، وذلك من خلال دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع السعودي. وشملت الدراسة عينة بلغت 200 مفردة من الشباب من الجنسين، ممن تتراوح أعمارهم ما بين (18-35). واعتمدت منهج المسح في الجانب التطبيقي ونظرية الاعتماد على وسائل الاعلام في الجانب النظري. وقامت الدراسة على السؤال الرئيسي التالي :

"ما مدى مصداقية المضمون الخبري لمواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب السعودي ؟"

وتوصلت الى عدة نتائج. نوجز منها:

- أسباب اعتماد الشباب السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال العينة المبحوثة يعود الى سرعتها في نقل الأخبار، وحريتها في مناقشة القضايا، ثم التنوع في الطرح والمعالجة، وأخيرا التفرد في نشر الأخبار.
- احتلت مواقع التواصل الاجتماعي مرتبة متقدمة، مقارنة بمواقع الصحف الإلكترونية، من خلال إقبال الشباب السعودي على نشر الأخبار، ومن أهمها : الفيسبوك، ثم التويتر، ثم اليوتيوب، ثم في الأخير الصحافة الإلكترونية.
- كشفت الدراسة أن الصحف الإلكترونية أكثر مصداقية لدى عينة البحث، ثم التويتر فالیوتيوب، ثم الفيسبوك في المرتبة الأخيرة.
- كشفت الدراسة أن الصحف الإلكترونية هي أهم مصادر المعلومات بالنسبة لأفراد العينة المبحوثة، تلاها التويتر ثم اليوتيوب و أخيرا الفيسبوك.

### 3-دراسة أحمد فاروق<sup>4</sup>:

إهتمت الدراسة بالتعرف على مدى استخدام الجمهور لوسائل الاعلام التقليدية والحديثة، أثناء ثورة 25 يناير 2011، وكذلك التعرف على العوامل المؤثرة في اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام، وطبيعة التفاعل معها، ومحاولة التعرف على تأثيرت معرفية والوجدانية والسلوكية، من خلال التعرض للوسائل التقليدية والحديثة خلال ثورة. وقد أجريت الدراسة على عينة من الجمهور المصري بلغت 300 مفردة. في فترة شمت شهري أبريل ومايو من عام 2011.

توصلت الدراسة الى جملة من نتائج وهي :

- احتلت القنوات الإخبارية عربية مثل "جزيرة" و "العربية" مقدمة وسائل الاعلام التي تابع أفراد العينة من خلال حدث ثورة. ثم لصحف الخاصة المصرية مثل "اليوم السابع"

و"المصري اليوم"، فالقنوات الأجنبية الناطقة بالعربية مثل الـBBC و "الحرة"، واحتلت الصحف القومية المصرية المرتبة الأخيرة.

- تعدد العوامل التي جعلت أفراد العينة يعتمدون على وسائل الإعلام منها : السرعة والمتابعة المستمرة للأحداث، وتدعيم الأخبار بالصور وتحميل، إلى جانب الموضوعية وعدم التحيز.

- ساهمت الاتجاهات الإيجابية لمعالجة في رفع مستوى الاهتمام لدى أفراد العينة بأحداث الثورة.

- متابعة أفراد العينة لأحداث الثورة عبر موقع التواصل الاجتماعي حيث احتلت مواقع الفيس بوك والتويتر واليوتيوب موقعاً متقدماً. بسبب اتسامها بالتفاعلية والسرعة في نقل وتداول المعلومات.

- أخيراً توصلت الدراسة إلى أن وسائل إعلام تقليدية والحديثة حققت عدداً من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية على أفراد عينة محل الدراسة، تمثلت في تنمية روح المشاركة في النقاشات والحوارات خلال ثورة. وبإفساح على المشاركة في ما تم بعد الثورة، من تصويت على التعديلات الدستورية، والافتتاح ضرورية مشاركة في الانتخابات الرئاسية.

#### 4- دراسة الشيماء العزب حسين<sup>5</sup>

سعت الدراسة إلى التعرف على آليات تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا السياسية في مصر من خلال التعرض لموقع فيس بوك. باعتباره أكثر الشبكات الاجتماعية استخداماً في مصر، وذلك بالتطبيق على بعض قضايا أفرزتها ثورة 25 يناير وثار حولها نقاش وجدال على صفحات الفيس بوك. ومنهج الدراسة استقر على استخدام منهج وصفى، وشكل الدولة، ومحكمة الرئيس السابق، ومحدودية حرية رأي مدى يعتبر الفيس بوك فضاء عاماً لمناقشة هذه القضايا ؟ وهل يمتد تأثير استخدام فيس بوك إلى خارج فضاء الموقع ليؤثر في خيارات الأفراد على أرض الواقع ؟

توصلت الدراسة إلى مجموعة من نتائج أهمها :

أولاً : اتجاهات الباحثين نحو فيس بوك :

بشكل عام تأرجح اتجاه الباحثين بين لائحة تحيد والاتجاه الإيجابي ؛ وذلك فيما يتعلق بالاتجاه نحو فيس بوك بصفة عامة. وكذلك لائحة نحو دوره في تحريك الوضع السياسي، بينما غلب اتجاه الباحثين الإيجابي نحو فيس بوك كسجل عام، وأيضاً نحو دوره في تغطية أحداث الثورة. وأظهرت نتائج الدراسة ارتفاع مستوى كثافة استخدام فيس بوك بين أفراد العينة؛ حيث بلغت نسبة من يستخدمونه 62.9%.

ثانيًا : دور الفيسبوك في تشكيل وتكوين الآراء :

انقسم مستخدمو فيسبوك في عينة الدراسة حول دور الموقع في تكوين الآراء، فذكر ما يقرب من نصف أفراد عينة الدراسة أن الآراء التي طرحت على فيسبوك ساعدتهم في تحديد موقفهم من التعديلات الدستورية، بينما نفي النصف الآخر أن يكون لها أي تأثير في أصواتهم التي أدلوا بها في استفتاء 19 مارس 2011، واتضح أن نصف أفراد عينة الدراسة تعتقد بأن موقع فيسبوك يقوم بدور مساعد في تشكيل آراء الآخرين حول القضايا السياسية، وانقسم النصف الآخر بين أن فيسبوك له دورًا رئيسًا، و دورًا تكميليًا.

ثالثًا : آليات الفيسبوك وأدواته الأكثر تأثيرًا في تشكيل الآراء :

كشفت النتائج أن نشر ومشاركة الفيديو والصور من أهم آليات إبداء الرأي والتعبير عن الأفكار، وعندما يتطلب الأمر إقناع الآخرين، فإن المبحوثين يستخدمون النشر والمشاركة مقالات الصحف، كذلك الدخول في مناقشات كثيرة مع الآخرين حول القضايا.

أما المجموعات السياسية. فقد أوضحت نتائج الدراسة، ارتفاع نسبة الاشتراك في المجموعات التي تهتم بالشأن السياسي على موقع فيسبوك، كذلك أوضحت النتائج أن غالبية أفراد عينة الدراسة كانوا يتابعون المجموعات السياسية قبل ثورة 25 يناير، ولم يكن لقيام الثورة تأثيرًا ملحوظًا في إقبال أفراد العينة على الانضمام إلى هذه المجموعات السياسية، أما عن مدى تأثيرها فقد اتضح أن حوالي نصف العينة يرون إن الصفحات والمجموعات السياسية لم يكن لها أي دور في قرار نزولهم إلى "ميدان التحرير"<sup>6</sup> واشتركهم في المظاهرات، بينما يرى النصف الآخر إن هذه الصفحات والمجموعات كانت مؤثرة (ضمن أسباب أخرى) ولكن بدرجة متوسطة.

رابعًا : دور الفيسبوك في ثورة 25 يناير من واقع نتائج الدراسة :

أفاد (58%) من عينة الدراسة بأنهم شاركوا في مظاهرات ثورة يناير 2011 بالتزول إلى ميدان التحرير، وكشفت أن (67.8%) من هؤلاء المبحوثين الذين شاركوا في المظاهرات، لم يتعرضوا لأي مواد على موقع فيسبوك أثرت على قرار مشاركتهم في المظاهرات، بينما هناك (32.2%) من المبحوثين تأثروا ببعض المواد على موقع فيسبوك وكانت سببًا في مشاركتهم في المظاهرات.

5- دراسة : سماح محمد حمدي<sup>7</sup>

سعت الدراسة إلى رصد وتحليل العوامل المؤثرة في اعتماد الشباب الجامعي من خلال عينة الدراسة على موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك أثناء الجولة الأولى من الانتخابات الرئاسية المصرية (مايو/يونيو 2012)، من خلال تساؤل رئيسي، هو : ما العوامل المؤثرة في اعتماد الشباب عينة الدراسة - على موقع الفيسبوك أثناء انتخابات الرئاسة المصرية ؟

تمثل مجتمع الدراسة في الشباب الجامعي المستخدم لموقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، والمالك لحساب على الموقع من خلال عينة من الطلبة في "جامعة القاهرة" الحكومية، وجامعة "6 أكتوبر" الخاصة لعينة قوامها 200 مفردة موزعة بالتساوي 100 مفردة لكل جامعة. واعتمدت الدراسة منهج المسح قصد التعرف على مجموعة المتغيرات المؤثرة في القرار الانتخابي.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نوجز منها:

- ارتفاع كثافة اعتماد الشباب على الفيسبوك أثناء الانتخابات الرئاسية.

- جاء الفيسبوك في المرتبة الثانية من بين الوسائل التي اعتمد عليها الباحثون في الحصول على معلومات بخصوص الانتخابات الرئاسية، متقدما على الصحف ومتأخرا عن التلفزيون الذي احتل المرتبة الأولى.

- من أسباب إقبال الشباب على الفيسبوك حسب الدراسة هو اتسامه بسمات التالية وهي ( المشاركة، فورية المعلومات، التحديث المستمر للمحتوى، سهولة الوصول إلى المعلومة، حرية الوصول إلى المعلومة) وهي عوامل تتقاطع مع دراستنا في شق سمات تكنولوجيايات الاتصال و مصادر متابعة الأحداث الجارية).

كشفت الدراسة عن تدني الوثوق في الأخبار المعروضة على الفيسبوك رغم ارتفاع درجة الاستخدام.

- بينت النتائج تقارب نسبي مدى تأثير الفيسبوك على قرارهم الانتخابي، وهذا يختلف مع ماتم التوصل اليه في دراسة الشيماء العزب حسين<sup>7</sup> التي أكدت عدم تأثير الفيسبوك على مشاركة في مظاهرات الثورة بحيث ان هناك (67.8%) من هؤلاء الباحثين الذين شاركوا في المظاهرات، لم يتعرضوا لأي مواد على موقع فيسبوك تكون قد أثرت على قرار مشاركتهم في المظاهرات<sup>8</sup>.

#### 6- دراسة : Lauren Sessions Goulet & Keith N. Hampton

نشرت الدراسة بعنوان " موقع الشبكات الاجتماعية وحياتنا" Social - Networking sites and Our lives - وحاولت البحث في مدى تأثير المواقع الاجتماعية وغيرها من التكنولوجيايات في حياة الأمريكيين من حيث العلاقات الشخصية والانخراط والمشاركة في الحياة السياسية والمدنية، وحاولت أيضا الاجابة عن مدى مساهمة هذه الأخيرة في عزل الأفراد عن المجتمع أو زيادت ترابط العلاقات الاجتماعية.

تناولت الدراسة مواقع التواصل الاجتماعي التالية : twitter, face book, LinkedIn, MySpace وتوصلت إلى عدة نتائج اهمها:

- 79% من البالغين يستخدمون الانترنت، وهناك 47% يستخدمون على الأقل موقعا من مواقع التواصل الاجتماعي.

- أكدت نتائج المسح أن الفيسبوك أكبر الشبكات استخداما ، تلاه MySpace ثم Linked وأخيرا twitter.

- خلصت الدراسة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي وبخاصة مواقع الفيسبوك ساعدت على تطوير العلاقات الاجتماعية.

#### 7- دراسة : مركز الـ CSA:10

أجريت هذه الدراسة من قبل مركز الاستشارة والاستطلاع والتحليل بفرنسا بعنوان: " من الثامنة إلى التويتر- مواقع التواصل الاجتماعي تزعزع الإعلام "

#### Twitter:Les réseaux sociaux bousculent l'info

تناولت الاستخدامات الفرنسيين للانترنت ووسائل الإعلام الجديدة ، وشملت الدراسة عينة قوامها 1005 مفردة تفوق أعمارها الـ 18 سنة، وتمت المقابلة عبر الشبكة في الفترة من 21 إلى 23 سبتمبر من عام 2011.

انطلقت الدراسة من الملاحظة التالية : هناك تطور حاصل في استخدامات المصادر الإعلامية على شبكات الانترنت، وهناك توجه نحو استخدام الوسائل الحديثة على حساب الوسائل التقليدية، وهذا التحول مس الفئات الشابة في حين بقيت الفئات المتقدمة في السن وكذلك الفئات الشعبية مرتبطة أكثر بالتلفزيون والصحف.

توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج نوجز منها :

- اللجوء إلى الانترنت كأداة للحصول على المعلومات بصفة دائمة بلغت لدى العينة 32% مقابل و 44% بصفة غير منتظمة.

- شبكة الانترنت وسيلة مضمونة للحصول على معلومة مكتملة.

- الوسائل الجديدة تتميز بالسرعة والتفاعلية، لكنها أحيانا تكون أقل مصداقية.

- الشبكة والوسائل الجديدة تمكن من تبادل المعلومات مع الآخرين.

#### ● تعليق عام على الدراسات السابقة :

بعد قراءات مستفيضة حول الموضوع، وبعد تطرقنا إلى عينة من هذه الدراسات،

أمكننا الخروج بالمؤشرات والاستنتاجات التالية:

1. توافر عدد كبير من الدراسات التي تناولت موضوع الإعلام التقليدي والإعلام الجديد من خلال المقارنة بين الاستخدامات والإشباع، والتأثيرات الناجمة عن التعرض لهذه الوسائل.<sup>11</sup>

2. تنامي عدد الدراسات التي اهتمت بمواقع التواصل الاجتماعي بشكل ملفت للإنتباه مقارنة مع الدراسات التي تناولت الوسائل التقليدية.
  3. أغلب الدراسات ركزت في جانبها الميداني على الفئات الشابة وبخاصة في البلدان النامية ومنها البلدان العربية، وبررت ذلك بالنسبة المرتفعة لهذه الفئة.<sup>12</sup> وبررت الدراسات الغربية هذا التركيز بعدم إقبال الفئات المتقدمة في السن على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتفضيلها الوسائل التقليدية، وفي مقدمتها التلفزيون والصحف.<sup>13</sup>
  4. أكدت الدراسات السابقة عودة "قادة الرأي" من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التعبئة والتجنيد لعدد من القضايا السياسية والاجتماعية.<sup>14</sup>
  5. أكدت الدراسات السابقة أن كثافة استخدام وسائل الإعلام الجديدة ومنها مواقع التواصل الاجتماعي، لا يعني بالضرورة ثقة المستخدمين فيما تقدمه الموقع من معلومات وأخبار.
  6. أشارت الدراسات السابقة الى أن كثافة التعرض لاتعني بالضرورة قدرة هذه الوسائل على التأثير في المواقف والاتجاهات نحو بعض الخيارات الاجتماعية والسياسية، كالمشاركة في الانتخابات والتصويت على برنامج أو مرشح معين.<sup>15</sup>
  7. اعتمدت الدراسات السابقة في غالبها على المنهج المسحي، في مقابل ذلك لاحظنا ندرة الدراسات التي اهتمت بتحليل محتوى، مواقع التواصل الاجتماعي.
  8. طغت على الدراسات السابقة في البلدان النامية، ومنها البلدان العربية المبادرة الفردية ( البحوث الفردية)، في حين احتضنت مراكز البحوث هذا النوع من الدراسات في البلدان الغربية لما يتطلبه من كبر حجم مفردات العينات التي تتجاوز الـ 1000 مفردة في الغالب.
  9. طغى البعد السياسي على الدراسات التي تناولت دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، خاصة في البلدان العربية، وذلك تزامنا مع الثورات والحركات السياسية والاجتماعية وما صاحبها من ممارسة ديمقراطية كالإستفتاءات والانتخابات وغيرها.<sup>16</sup>
  10. طغت على الدراسات السابقة مقاربات "نظرية الاعتماد على الوسائل" و"نظرية الاستخدامات والشباعات" وبدرجة أقل "نظرية الفجوة المعرفية" و"نظرية سمات تكنولوجيات الاتصال".
  11. ركزت أغلب الدراسات على الوسائل والجمهور أو المستخدمين، وأهملت في المقابل التحولات التي مست عناصر من العملية الاعلامية ومنها القائم بالاتصال والمصدر.
- خامسا : مجتمع الدراسة وعينته :**

يتمثل مجتمع البحث في فئة الطلاب بجامعة الإمارات العربية المتحدة، وتم اختيار عينة من طلاب جامعة الشارقة بإمارة الشارقة وعينة من طلاب جامعة الجزيرة بإمارة دبي بنسبة

بلغت 10 % من مجموع طلاب كليتي الاتصال بالجامعتين المذكورتين. وبلغ مجموع أفراد العينة - بعد إلغاء عدد قليل من الاستثمارات - مجموع 257 ، موزعة على 133 من جامعة الشارقة و 124 من جامعة الجزيرة، وبنسبتين مقاربتين على التوالي : 51.8% و 48.2%.

أجريت الدراسة في الفترة ما بين شهر سبتمبر 2013 إلى شهر مارس 2014، وقد استغرق إعداد الاستبيان (الاستمارة) وتحكيمة واختباره حوالى شهرين، وحوالي شهرين لتفريغ البيانات وتحليلها و الفترة المتبقية استغرقت في تحرير البحث ومراجعته بصفة نهائية.

#### سادسا : منهج الدراسة :

إعتمدت الدراسة على منهجي المسح و المقارنة. فقد تم استخدام منهج المسح الوصفي لدراسة مصادر المعلومات لدي عينة من طلاب جامعات الإمارات .من خلال جامعتي "الشارقة" و "الجزيرة" من خلال إستبانة تضمنت 27 سؤالاً منها :

أسئلة سوسيو ديمغرافية ( شخصية ) أو متغيرات مستقلة ( الجنس ، الجامعة ، الاختصاص، المستوى الجامعي، الإقامة)، وأسئلة حول مصادر معلومات أفراد العينة عن الأحداث الجارية تضمنت : مدى متابعة الأحداث الجارية، ووسائل متابعة الأحداث الجارية، وأدوات المتابعة، والإشتراك في استقبال الأحداث الجارية، والمواقع التي يتم عبرها متابعة الأحداث الجارية .

كما تم الإعتماد على منهج المقارنة في اأخوآ المتعلق بتفضيلات العينة لمصادر المعلومات عن الأحداث الجارية بين وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام الجديد من جهة. وبين مواقع التواصل الاجتماعي التي تتعرض لها عينة الدراسة من جهة ثانية، من خلال سمات تكنولوجيات الاتصال الحديثة مثل (المرونة والتفاعلية والمصادقية والتكلفة والخصوصية والسرعة).

وختمت الدراسة بأسئلة عن مدى مناقشة موضوعات الأحداث الجارية عبر المصادر، وعقد مقارنة بين وسائل المناقشة التقليدية ( الكلاسيكية) والجديدة من جانب وبين مواقع التواصل الاجتماعي فيما بينها من جانب آخر.

#### سابعا : الصدق والثبات :

تؤكد الدراسات العلمية والأكاديمية على ضرورة تطبيق إجراءات الصدق والثبات في البحوث والدراسات العلمية.<sup>17</sup> لذلك قمنا بعرض استمارة الدراسة على أساتذة محكمين ومختصين في علوم الإعلام والاتصال.<sup>18</sup> وبلغت نسبة الاتفاق بين المحكمية 89%، وبذلك تحقق شرط المصادقية. كما قمنا بمراجعة نتائج الاستمارة لعينة تجريبية بلغت 15% ، وكان معامل الثبات بطريقة كرونباخ الفا (0.83%) وهي نتيجة تبين تحقق الصدق و الثبات في الدراسة.

## ثامنا : الإطار النظري للدراسة :

قدمت أوصافا عديدة مجتمع نهاية القرن العشرين ومطلع الألفية الثالثة، وتراوحت هذه الأوصاف بين "مجتمع المعلومات" و "مجتمع تكنولوجيا الاتصال" و "مجتمع الطريق السريع للمعلومات"<sup>19</sup>، و "المجتمع الإعلامي"<sup>20</sup>. وكلها تشير إلى أن المجتمعات الحديثة سواء على مستوى الأنظمة أو الأفراد تدين في اشباع حاجتها إلى المعلومات وإلى وسائل الإعلام بشكليها التقليدي والجديد. ومن النظريات التي عالجت هذه الحالة "نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام". وتتداخل هذه النظرية مع نظريات أخرى حاولت هي أيضا تفسير هذا الاعتماد مثل نظرية "الإستخدامات والإشباعات" ونظرية "ترتيب الأولويات"، ونظرية "تكنولوجيات الاتصال" التي تفسر ارتباط الناس بوسائل الإعلام بدور التكنولوجيا في تسهيل الوصول إلى مصادر المعلومات بفعل الانتشار والسرعة والمرونة والبساطة والتفاعلية وحماية الخصوصية. فنحن في عصر الطريق السريع للمعلومات والتفاعلية وعصر المعلومات ميزته "المعلومات على أطراف أصابعك" أو « information at your finger tips » وهي عبارة مستعارة من "بيل قاتس" « Bill Gates » مؤسس شركة Microsoft والتي تعني المعادلة الآتية: "أجهزة استقبال أقل كلفة + شبكات قوية + بنوك معضيات غنية = إمكانية الاتصال والحصول على المعلومات في أوقات قياسية"<sup>21</sup>.

وعليه فالدراسة ترتبط بعدد من المداخل النظرية. ومن أهمها مدخل "الاعتماد على وسائل الإعلام" ومدخل "نظرية تكنولوجيات الاتصال" (مدخل السمات).  
1. مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام<sup>22</sup>:

يعود الفضل في تطوير نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إلى: Melvin De Fleur و Sandra Ball Rokeach من خلال مقال نشر عام 1976 بعنوان: Dependency Model Of Mass Media Effect. .

وقد عرض الباحثان النظرية في نموذج يقوم على علاقة بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور من خلال مايلي :

- 1- وسائل الإعلام : إختلاف تطور وسائل الإعلام من مجتمع إلى آخر، فكلما كانت وسائل الإعلام أكثر قدرة على إشباع الحاجات، كلما زاد اعتماد الجمهور عليها.
- 2- النظام الاجتماعي : تختلف المجتمعات عن بعضها، من حيث درجة الاستقرار، وكلما زادت حالة عدم الاستقرار كلما زادت حاجة إلى الإعلام.
- 3- الجمهور : يتنوع الجمهور من حيث درجة الاستجابة لماتقدمه وسائل الإعلام من مضامين ورسائل، وهذا حسب نوعيته، فجمهور الصفوة يتمتع بمصادر معلومات تختلف من

- حيث الغزارة والتنوع عن الجمهور العام، وهذا مايعبر عنه في ادبيات الاعلام بنظرية "الفروقات الفردية" و"نظرية الانتقاء" لما تعرضه وسائل الإعلام.
- وعموما فإن تعرض الجمهور لوسائل الإعلام في الغالب يحقق الأهداف التالية :
- 1- الفهم : المعرفة و التعلم لفهم مايدور في المجتمع من أحداث وموضوعات.
  - 2- التوجيه : بمعنى التعلم من وسائل الإعلام مجموعة من السلوكات في مجال الشراء و الاستهلاك، وأسلوب العيش بصفة عامة.
  - 3- التسلية والترفيه : من خلال الحصول على الراحة والاسترخاء عند التعرض إلى هذه الوسائل، مثل مشاهدة التلفزيون أو الاستماع إلى الموسيقى أو الذهاب إلى السينما أو قراءة صحيفة، وتطلق عليها نظريات أخرى مفهوم "سوسيولوجيا وقت الفراغ".
- وتقوم نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام على الفرضيات التالية :
- 1- وجود علاقة إعتماد متبادلة بين وسائل الإعلام والجمهور والنظام الاجتماعي.
  - 2- يزداد إعتماد الجمهور على وسائل الإعلام، كلما حدثت تغيرات أساسية في المجتمع، وتزداد الحاجة إلى المعلومات بهدف تحقيق الاستقرار الاجتماعي.
  - 3- الاختلاف بين لأفراد في الإعتماد على وسائل الإعلام.
  - 4- كلما تزايدت فرص حصول الفرد على المعلومات، قل إعتماده على وسيلة واحدة.
  - 5- التنوع والاختلاف بين قطاعات الجمهور، تؤثر على درجة الإعتماد على وسائل الإعلام.
- تشرح نظرية الاعتماد على الوسائل أيضا تأثيرات التعرض والاستخدام، والتي يمكن إيجازها فيما يلي :
- أولا : التأثيرات المعرفية : وتتلخص في :
  - 1- ازالة الغموض : ويحدث عند نقص أو تناقص المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام، الأمر الذي يؤدي إلى زيادة الإعتماد عليها.
  - 2- تشكيل الإتجاه : تلعب وسائل الإعلام دورا بارزا في تشكيل اتجاهات وأراء الجمهور نحو القضايا المطروحة في المجتمع.
  - 3- ترتيب الأولويات : أي وضع أجندة للجمهور أو ترتيب أولياتها نتيجة التعرض لرسائل ومحتويات وسائل الإعلام، وهنا تتقاطع نظرية "الأعتماد على الوسائل" مع نظرية "ترتيب الأولويات"، Agenda Setting.
  - 4- توسيع أنظمة المعتقدات لدى الأفراد أو الجماعات، من خلال مضامين وسائل الإعلام، والتي يتم تنظيمها في أطر إجتماعية مثل الأسرة أو الدين أو السياسة.

5- ترسيخ القيم باعتبارها مجموعة من المعتقدات يشترك فيها الأفراد والجماعات من خلال محتويات وسائل الإعلام وتوضيحها وتدعيمها، مثل الحرية والعدالة والديمقراطية والتسامح، وغيرها من القيم الاجتماعية والثقافية والدينية والسياسية.

#### ثانيا : التأثيرات العاطفية : وتتلخص في :

كافة الاستجابات العاطفية نتيجة لتعرض. وتتراوح بين الخوف والقلق والإكتئاب نتيجة مشاهدة العنف و الحروب، أو لاغتراب. نتيجة مشاهدة الآخر في صور ايجابية، أو التضامن والوحدة نتيجة الشعور بخطر يهدد مجتمع.

#### ثالثا : التأثيرات السلوكية : وتتمثل في :

1- التنشيط : ويكون ايجابيا، كفسر فرد الذي تعرض لمضمون وسائل الإعلام على الإقلاع عن التدخين او المشروبات الكحولية أو محذرت أو المأكولات السريعة، أو سلبيا كاتجاه الأفراد نحو العنف والجريمة، نتيجة مشاهدة أو متدعة مزيدا من العنف في محتويات وسائل الإعلام.

2- الخمول والكسل: بمعنى أن تؤدي كثرة متدعة وسائل الإعلام مثل التلفزيون، إلى اتجاه الأفراد نحو اللامبالاة والسلبية في التعامل مع مختلف قضايا والمشكلات التي قد تواجههم. ولهذا النظرية كما سبقت الإشارة قد صنعت مع حريات أخرى منها :

- نظرية ترتيب الأولويات. Agenda Setting Theory.<sup>23</sup>

- نظرية الفجوة المعرفية. Knowledge Gap Theory.<sup>24</sup>

- نظرية الإستخدامات والإشباع. Uses & Gratifications Theory.<sup>25</sup>

#### 2. مدخل تكنولوجيا الاتصال :

يقوم هذا المدخل على أهمية تكويحي وتأثيراتها على عمل وسائل الإعلام واستخدامات الجماهير لها. فإذا كانت هدية فرد تسع عشر قد تميزت بثورة في وسائل الإعلام من خلال سلسلة من إختراعات وكتشوفات تحت السينما والراديو ثم التلفزيون، فإن نهاية القرن العشرين تميزت بثورة تكنولوجياية لاتصل وهي عبارة عن اندماج بين :

- ثورة المعلومات أو ذلك الانفجار معرفي ضخم، والمتمثل في ذلك الكم الهائل من المعرفة في أشكال وتخصصات ولغات متعددة.

- ثورة وسائل الاتصال المتمثلة في تكنولوجيات الاتصال الحديثة، التي بدأت بالاتصالات السلكية واللاسلكية، مرور -تتبع- وتنصوص المتلفزة، وانتهت بالأقمار الصناعية والألياف البصرية.

- ثورة الحسابات الالكترونية التي توغلت في جميع أشكال الحياة الإنسانية وامتزجت بوسائل الاتصال واندجت معها.

ونجد لهذا المدخل جذورا في " نظرية الحتمية التكنولوجية" التي تنسب إلى " هارولد إينيس" <sup>26</sup> Harold Innis، وطورها من بعده "مارشال ماك لوهان" <sup>27</sup> Marshall McLuhan. وعموما فإن ثورة تكنولوجيا الاتصال أدت إلى اندماج وسائل الإعلام مع الوسائل الالكترونية الحديثة، الأمر الذي مكناها من إبراز قدرات عالية في التواصل مع الجماهير، ومن أهم مظاهر تكنولوجيات الاتصال، شبكة الانترنت وما تلاها من تطبيقات مثل محركات البحث والمواقع الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي.

### سمات تكنولوجيات الاتصال الحديثة :

تميزت التكنولوجيا الجديدة للاتصال في النصف الثاني من القرن العشرين بمجموعة من السمات، أهمها :

- **التفاعلية** : تبادل الادوار والاتصال ثنائي الاتجاه.
- **التفتيت** : تعدد الرسائل بتعدد المستقبلين، بدلا من الرسائل الموحدة التي تتلاءم والجماعات العريضة.
- **اللاتزامية** : امكانية ارسال واستقبال الرسائل في الوقت المناسب للمستقبل.
- **الحركة والمرونة** : تحريك الوسائل إلى أي مكان.
- **قابلية التحويل** : امكانية تحويل الاشارات من رسائل مسموعة إلى مطبوعة أو مصورة والعكس.
- **قابلية التوصيل** : امكانية الدمج بين أجهزة ذات نظم مختلفة، بغض النظر عن الجهة الصانعة.

- **الانتشار** : تحول الوسائل من مجرد ترف الى وسائل ضرورية.
  - **الكونية** : اصبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية، تجاوزت حواجز الزمان والمكان.
- وقد إعتدنا في الدراسة على مقارنة "الاعتماد على الوسائل"، فيما يتعلق بعادات وأنماط التعرض لوسائل الإعلام القديمة والجديدة. كما حاولنا عبر مقارنة "سمات تكنولوجيات الاتصال"، البحث في مدى تأثير سمات تكنولوجيا الاتصال على التفضيلات والاستخدامات من خلال مناقشة العينة لموضوعات الأحداث الجارية عبر مصادر الحصول على المعلومات.

تاسعا : عرض نتائج الدراسة والتعليق عليها

الخوّر الأول : البيانات السوسيو ديمغرافية :

جدول(1) : توزيع أفراد العينة من حيث الجنس

| الجنس    | ك   | %     |
|----------|-----|-------|
| ذكر      | 144 | 56.0  |
| أنثى     | 113 | 44.0  |
| الإجمالي | 257 | 100.0 |

يوضح الجدول(1) أعلاه نسبة المبحوثين من حيث النوع، حيث بلغت نسبة الذكور 56% وهي أكثر بقليل من نصف عدد المبحوثين، وتلتها في الترتيب نسبة الإناث حيث بلغت 44%، وهي نسبة متوازنة، ومثثلة بشكل منطقي لتغير النوع.

جدول(2): توزيع أفراد العينة حسب الجامعة

| الجامعة  | ك   | %     |
|----------|-----|-------|
| الشارقة  | 133 | 51.8  |
| الجزيرة  | 124 | 48.2  |
| الإجمالي | 257 | 100.0 |

يوضح الجدول(2) نسبة المبحوثين في كل جامعة، حيث بلغت نسبتهم في جامعة الشارقة 51.8%، وجامعة الجزيرة 48.2%، وهما نسبتان تمثلان مايزيد بقليل عن 15% من مجموع طلاب الكليتين.<sup>28</sup>

- ثورة الحسابات الالكترونية التي توغلت في جميع أشكال الحياة الإنسانية وامتزجت بوسائل الاتصال واندجت معها.

ونجد لهذا المدخل جذورا في " نظرية الحتمية التكنولوجية" التي تنسب إلى " هارولد إينيس"<sup>26</sup> Harold Innis، وطورها من بعده "مارشال ماك لوهان"<sup>27</sup> Marshall McLuhan. وعموما فإن ثورة تكنولوجيا الاتصال أدت إلى اندماج وسائل الإعلام مع الوسائل الالكترونية الحديثة، الأمر الذي مكناها من إبراز قدرات عالية في التواصل مع الجماهير، ومن أهم مظاهر تكنولوجيات الاتصال، شبكة الانترنت وما تلاها من تطبيقات مثل محركات البحث والمواقع الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي.

### سمات تكنولوجيات الاتصال الحديثة :

تميزت التكنولوجيا الجديدة للاتصال في النصف الثاني من القرن العشرين بمجموعة من السمات، أهمها :

- **التفاعلية** : تبادل الادوار والاتصال ثنائي الاتجاه.
- **التفتيت** : تعدد الرسائل بتعدد المستقبلين، بدلا من الرسائل الموحدة التي تتلاءم والجماعات العريضة.
- **اللاتزامية** : امكانية ارسال واستقبال الرسائل في الوقت المناسب للمستقبل.
- **الحركة والمرونة** : تحريك الوسائل إلى أي مكان.
- **قابلية التحويل** : امكانية تحويل الاشارات من رسائل مسموعة إلى مطبوعة أو مصورة والعكس.
- **قابلية التوصيل** : امكانية الدمج بين أجهزة ذات نظم مختلفة، بغض النظر عن الجهة الصانعة.

- **الانتشار** : تحول الوسائل من مجرد ترف الى وسائل ضرورية.
  - **الكونية** : اصبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية، تجاوزت حواجز الزمان والمكان.
- وقد إعتدنا في الدراسة على مقارنة "الاعتماد على الوسائل"، فيما يتعلق بعادات وأنماط التعرض لوسائل الإعلام القديمة والجديدة. كما حاولنا عبر مقارنة "سمات تكنولوجيات الاتصال"، البحث في مدى تأثير سمات تكنولوجيا الاتصال على التفضيلات والاستخدامات من خلال مناقشة العينة لموضوعات الأحداث الجارية عبر مصادر الحصول على المعلومات.

جدول (3) : توزيع افراد العينة حسب الاختصاص

| القسم/ الإختصاص/ المسار                 | ك   | %    |
|-----------------------------------------|-----|------|
| صحافة                                   | 6   | 2.3  |
| اذاعة وتلفزيون                          | 21  | 8.2  |
| تصميم جرافيكي                           | 20  | 7.8  |
| علاقات عامة وإعلام                      | 195 | 75.9 |
| تكنولوجيا الإتصال                       | 4   | 1.6  |
| الإعلام والإتصال<br>(باللغة الإنجليزية) | 8   | 3.1  |
| غير محدد                                | 3   | 1.2  |
| الإجمالي                                | 257 | 100  |

يكشف الجدول (3) على أن اختصاص العلاقات العامة هو الأول بالنسبة لأفراد العينة وبنسبة كبيرة بلغت 75.9% ، ويعود ذلك إلى الاقبال الكبير على هذا الإختصاص بكليات الاتصال بدولة الإمارات ودول الخليج بصفة عامة. ثم يأتي إختصاص الإذاعة والتلفزيون بنسبة 8.2% وهي نسبة ضعيفة مقارنة مع تخصص العلاقات العامة، وكذلك الحال مع تخصص الإعلام المرئي والتصميم الجرافيكي وبنسبة 7.8%، ثم الصحافة المكتوبة. وهذه التخصصات من غير شك ستعكس على تفضيلات الطلاب للمصادر التي يعتمدونها في الحصول على المعلومات حيث نجد التلفزيون المصدر الأول تليه مواقع التواصل الاجتماعي ( انظر الجدول رقم 7).

جدول (4) : توزيع افراد العينة حسب المستوى

| المستوي التعليمي | ك   | %    |
|------------------|-----|------|
| السنة الأولى     | 128 | 49.8 |
| السنة الثانية    | 65  | 25.3 |
| السنة الثالثة    | 42  | 16.3 |
| السنة الرابعة    | 21  | 8.2  |
| غير محدد         | 1   | 0.4  |
| الإجمالي         | 257 | 100  |

يبين الجدول (4) السابق أن نسبة 49.8% من افراد العينة من السنة الأولى، فالسنة الثانية بنسبة 25.3%، ثم الثالثة فالرابعة بنسب تنازلية، ومبرر ذلك حداثة هذه الجامعات، والنمو المتصاعد في عدد الطلاب الناجحين في الثانوية العامة بدولة الإمارات.

جدول (5) : توزيع أفراد العينة حسب الإقامة

| الإقامة  | ك   | %     |
|----------|-----|-------|
| مقيم     | 206 | 80.2  |
| مواطن    | 51  | 19.8  |
| الإجمالي | 257 | 100.0 |

يكشف الجدول (5) أعلاه أن نسبة المقيمين مرتفعة وبلغت 80.2% ، في مقابل 19.8 للمواطنين، ونعتقد أن العينة المختارة تعكس بجلاء توزيع التركيبة السكانية في دولة الإمارات .<sup>29</sup>

جدول (6) : درجة متابعة أفراد العينة للأحداث الجارية

| درجة متابعة الأحداث الجارية | ك   | %     |
|-----------------------------|-----|-------|
| دائماً                      | 79  | 30.7% |
| أحياناً                     | 164 | 63.8% |
| أبداً                       | 14  | 5.4%  |
| الإجمالي                    | 257 | % 100 |

الجدول(6) يوضح أن أفراد العينة يتابعون الأحداث الجارية أحياناً بنسبة بلغت 63.8%، ثم بصفة دائمة بنسبة 30.7%، وهما نسبتان تكشفان على وجود متابعة للأحداث بصفة عامة، وهذا يعبر عن استمرار حاجة الناس لمعرفة ما يحدث، رغم تنامي مصادر الترفيه والتسلية. أما نسبة الذين لا يتابعون الأحداث الجارية فبلغت 5.4%، وهي نسبة تدل على تنامي إهتمام الشباب، ومنهم الطلاب بما يحدث من حولهم من وقائع وأحداث.

جدول (7) : الوسائل التي تتابع عبرها أفراد العينة الأحداث الجارية

| الوسائل التي تتابع عبرها الأحداث الجارية | ك   | %     |
|------------------------------------------|-----|-------|
| التلفزيون                                | 209 | 36.5% |
| الصحف والمجلات                           | 108 | 18.9% |
| الراديو                                  | 58  | 10.1% |
| مواقع التواصل الاجتماعي                  | 197 | 34.4% |

في الجدول (7) يحتل التلفزيون طبقاً للأرقام والنسب أعلاه المرتبة الأولى بنسبة 36.5% في وسائل تتبع الأحداث الجارية، ثم مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 34.4%، وهي نسبة متقاربة مع التلفزيون وتكشف عن تنامي استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في تتبع الأحداث والحصول على المعلومات حول ما يجري، في حين نسجل نسبة أضعف بالنسبة للراديو الذي يتحول مع مرور الوقت الى وسيلة للترفيه والتسلية.<sup>30</sup>

جدول (8) : الأداة التي يتابع بها أفراد العينة الأحداث الجارية.

| الأداة (الواسطة) التي تتابع بها الأحداث الجارية | ك   | %     |
|-------------------------------------------------|-----|-------|
| القناة التلفزيونية                              | 211 | 41.5% |
| الموقع الإلكتروني للتلفزيون علي الشبكة          | 49  | 9.6%  |
| الصحف والمجلات الورقية                          | 94  | 18.5% |
| المواقع الإلكترونية للصحف والمجلات              | 86  | 16.9% |
| الراديو                                         | 50  | 9.8%  |
| الموقع الإلكتروني للراديو علي الشبكة            | 19  | 3.7%  |

يكشف الجدول (8) أعلاه عن تفوق التلفزيون كوسيلة أو واسطة لمتابعة الأحداث الجارية وذلك بنسبة 41.5% ويفضل أفراد العينة متابعة الأحداث على شاشة التلفزيون بدل الموقع الإلكتروني الذي بلغت نسبته 9.6%، أما في مجال الصحافة، فالنسبة متقاربة بين الصحيفة الورقية والصحيفة الإلكترونية. ويفضل أفراد العينة الراديو العادي عن الراديو عبر الموقع الإلكتروني. ونستنتج مما سبق تعلق الجمهور باستخدام وسائل الاعلام التقليدية العادية بدل وسائل الإعلام الإلكترونية.

جدول (9) : اشتراك أفراد العينة في استقبال خدمة الأحداث الجارية عبر الهاتف الجوال

| الإشتراك في استقبال خدمة الأحداث الجارية عبر الهاتف الجوال | ك   | %     |
|------------------------------------------------------------|-----|-------|
| نعم                                                        | 99  | 38.5  |
| لا                                                         | 158 | 61.5  |
| الإجمالي                                                   | 257 | 100 % |

يكشف لنا الجدول (9) عن تنامي استقبال الأحداث الجارية عبر الهاتف الجوال بنسبة بلغت حين إجراء الدراسة 38.5%، وهو ماثوكدته الإحصائيات التي نشرتها العديد من الاستطلاعات والدراسات في الفترة الأخيرة. فقد أكدت دراسة حديثة عن أن 74% من سكان دولة الامارات يمتلكون هواتف ذكية، يتم استخدام نسبة منها في الحصول على المعلومات.<sup>31</sup>

جدول(10) : مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة في متابعة الأحداث الجارية

| مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة في متابعة الأحداث الجارية | ك   | %     |
|-------------------------------------------------------------|-----|-------|
| FACE BOOK                                                   | 76  | 11.4% |
| TWITTER                                                     | 184 | 27.6% |
| YOU TUBE                                                    | 146 | 21.9% |
| INSTAGRAM                                                   | 134 | 20.1% |
| YAHOO                                                       | 11  | 1.6%  |
| HOTMAIL                                                     | 79  | 11.8% |
| MYSpace                                                     | 0   | 0%    |
| KICK                                                        | 25  | 3.7%  |
| LINKED IN                                                   | 4   | .6%   |
| FLICKER                                                     | 2   | .3%   |
| BLOGS                                                       | 6   | .9%   |

يوضح الجدول(10) مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة من قبل افراد العينة في متابعة الأحداث الجارية، لقد احتل التويتر المرتبة الأولى في الاستخدام كوسيلة في متابعة الأحداث بنسبة بلغت 27.6%، يليه اليوتيوب بنسبة 21.9% ، ثم انستغرام بنسبة 20.1% ، ثم الهوت مايل بنسبة 11.8% ، وبعده الفايسبوك في المرتبة السادسة بنسبة 11.4%.<sup>32</sup>

## المحور الثالث : التفضيلات للمصادر والمواقع حسب سمات التكنولوجيات الجديدة

جدول(11) : المصادر "الأكثر مرونة " في متابعة الأحداث الجارية

| المصادر الأكثر مرونة وسهولة من حيث الإستخدام لمتابعة الأحداث الجارية | ك   | %     |
|----------------------------------------------------------------------|-----|-------|
| التلفزيون                                                            | 74  | 28.8  |
| الصحف والمجلات                                                       | 14  | 5.4   |
| الراديو                                                              | 11  | 4.3   |
| مواقع التواصل الإجتماعي                                              | 153 | 59.5  |
| غير محدد                                                             | 5   | 1.9   |
| الإجمالي                                                             | 257 | 100.0 |

يبين الجدول(11) اعلاه أن مواقع التواصل الاجتماعي تأتي في المرتبة الأولى من حيث مرونتها وسهولتها بنسبة بلغت 59.5%، يليها التلفزيون بنسبة 28.8% ، ثم الصحف الراديو بنسب متقاربة على التوالي 5.4% و 4.3%. وتبين النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي كأحدى مظاهر التكنولوجيات الجديدة للإتصال تفوقت على الوسائل التقليدية منها التلفزيون والصحف والإذاعات، لما توفره من تسهيلات فيما يتعلق بالاستخدامات والإشباع، ومنها إشباع الحاجة في الوصول إلى المعلومة والأحداث الجارية بطريقة سهلة ومرونة.

جدول (12) : مواقع التواصل الاجتماعي "الأكثر مرونة" في متابعة الأحداث الجارية

| مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر مرونة وسهولة في الإستخدام لمتابعة الأحداث الجارية | ك   | %     |
|----------------------------------------------------------------------------------|-----|-------|
| FACE BOOK                                                                        | 52  | 13.7% |
| TWITTER                                                                          | 120 | 31.6% |
| YOU TUBE                                                                         | 75  | 19.7% |
| INSTAGRAM                                                                        | 72  | 18.9% |
| YAHOO                                                                            | 5   | 1.3%  |
| HOTMAIL                                                                          | 36  | 9.5%  |
| MYSPEACE                                                                         | 0   | 0 %   |
| KICK                                                                             | 13  | 3.4%  |
| LINKED IN                                                                        | 1   | .3%   |
| FLICKER                                                                          | 2   | .5%   |
| BLOGS                                                                            | 4   | 1.1%  |

تكشف النتائج في الجدول(12) فيما يتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي الأكثر مرونة وسهولة في الاستخدام في متابعة الأحداث الجارية عن تصدر التويتر المرتبة الأولى بنسبة 31.6%، يليها اليوتيوب بنسبة 19.7%، وفي المرتبة الثالثة نجد الانستيجرام بنسبة 18.9%، ثم الفيسبوك في المرتبة الرابعة بنسبة 13.7%، وفي المرتبة ما قبل الأخيرة نجد مواقع البلوجس بنسبة 1.1%، ويتبدل مايستيس الترتيب بنسبة 0.0%. والنتائج النهائية تؤيد ما يشير اليه الاحصائيات الدولية في كون دولة الإمارات العربية تحتل المرتبة الثالثة عالميا في استخدام التويتر ونسبة بلغت 34% من الساكنة.

جدول(13) : المصادر "الأكثر تفاعلية" في متابعة الأحداث الجارية

| المصادر (الوسائل) الأكثر تفاعلية<br>في متابعة الأحداث الجارية | ك   | %     |
|---------------------------------------------------------------|-----|-------|
| التلفزيون                                                     | 85  | 33.1  |
| الصحف والمجلات                                                | 13  | 5.1   |
| الراديو                                                       | 8   | 3.1   |
| مواقع التواصل الاجتماعي                                       | 144 | 56.0  |
| غير محدد                                                      | 7   | 2.7   |
| الإجمالي                                                      | 257 | 100.0 |

كشفت نتائج الدراسة كما هو موضح في الجدول(13) عن تفوق مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الجارية بنسبة بلغت 56%، يليها التلفزيون بنسبة 33.1%، بينما احتل الراديو المرتبة الأخيرة لدى أفراد العينة بنسبة 3.1%، وما يمكن استنتاجه من النتائج هو أن مواقع التواصل الاجتماعي تتفوق على باقي الوسائل من خلال اتسامها بالطبيعة التفاعلية القائمة على المشاركة والحوار وتبادل الأدوار والتغذية المرتدة الفورية، التي توفرها تكنولوجيات الاتصال الجديدة، وتستفيد منها مواقع التواصل الاجتماعي بشكل يفوق الوسائل التقليدية كالتلفزيون والصحف والمجلات والراديو.

جدول(14) : مواقع التواصل الأكثر "تفاعلية" في متابعة الأحداث الجارية.

| مواقع التواصل الإجتماعي الأكثر<br>تفاعلية في متابعة الأحداث الجارية | ك   | %     |
|---------------------------------------------------------------------|-----|-------|
| FACE BOOK                                                           | 49  | 15.3% |
| TWITTER                                                             | 124 | 38.8% |
| YOU TUBE                                                            | 51  | 15.9% |
| INSTAGRAM                                                           | 60  | 18.8% |
| YAHOO                                                               | 5   | 1.6%  |
| HOTMAIL                                                             | 18  | 5.6%  |
| MYSFACE                                                             | 0   | % 0   |
| KICK                                                                | 10  | 3.1%  |
| LINKED IN                                                           | 0   | % 0   |
| FLICKER                                                             | 0   | % 0   |
| BLOGS                                                               | 3   | .9%   |

يوضح الجدول (14) مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر تفاعلية، وتكشف النتائج على أن التويتر هو أكثر المواقع تفاعلية بنسبة بلغت 38.8%، يليها موقع انستغرام بنسبة 18.8%، ثم اليوتيوب بنسبة 15.9% فالفايسبوك بنسبة 15.3%، وتؤكد النتائج تنامي استخدام موقع الانستغرام مقارنة مع المواقع الاجتماعية المعروفة، كالتويتر واليوتيوب، وهذا ما تؤكد العديد من الإحصائيات والأرقام الجديدة.

جدول(15) : المصادر الأكثر "مصدقية" في متابعة الأحداث الجارية

| المصادر (الوسائل) الأكثر<br>مصدقية في متابعة الأحداث الجارية | ك   | %     |
|--------------------------------------------------------------|-----|-------|
| التلفزيون                                                    | 157 | 61.1  |
| الصحف والمجلات                                               | 44  | 17.1  |
| الراديو                                                      | 3   | 1.2   |
| مواقع التواصل الاجتماعي                                      | 44  | 17.1  |
| غير محدد                                                     | 9   | 3.5   |
| الإجمالي                                                     | 257 | 100.0 |

فيما يتعلق بأكثر المصادر مصداقية في متابعة الأحداث الجارية لدى العينة محل الدراسة (الجدول 15)، سجل التلفزيون أعلى نسبة بلغت 61.1%، بعيداً عن الصحف والمجلات ومواقع التواصل الاجتماعي بنفس النسبة 17.1%، ثم الراديو بأضعف نسبة وهي 1.2%. إن النتائج تكشف عن أن وسائل الإعلام التقليدية مازلت مصدر ثقة في الحصول على المعلومات عن الأحداث الجارية، وبخاصة التلفزيون الذي يستفيد من خصوصيته وهي الصوت + الصورة + الأداء، بالإضافة إلى الاحترافية في التعامل مع الأحداث مقارنة مع مواقع التواصل الاجتماعي، التي تحتاج معلوماتها الكثير من التدقيق والمراجعة. وتؤكد ذلك النتائج المتوصل إليها في آخر استطلاع نشرته شركة "أصداء بيرسون-مارستيلر" وأجرته شركة الاستطلاعات العالمية (بين شوين اند بيرلاند) لعينة من 3500 شاب وشابة ينتمون للفئة العمرية من 18-24 في 16 دولة عربية، حيث أشارت النتائج إلى أن التلفزيون مازال يتصدر مصادر الأخبار، وأكثر المصادر موثوقة من قبل أفراد العينة في الحصول على الأخبار.<sup>33</sup>

جدول (16) : موقع التواصل الاجتماعي الأكثر "مصدقية" في متابعة الأحداث الجارية

| مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر<br>مصدقية في متابعة الأحداث الجارية | ك  | %     |
|--------------------------------------------------------------------|----|-------|
| FACE BOOK                                                          | 13 | 14.6% |
| TWITTER                                                            | 32 | 36.0% |
| YOU TUBE                                                           | 21 | 23.6% |
| INSTAGRAM                                                          | 11 | 12.4% |
| YAHOO                                                              | 2  | 2.2%  |
| HOTMAIL                                                            | 9  | 10.1% |
| MYSPEACE                                                           | 0  | % 0   |
| KICK                                                               | 0  | % 0   |
| LINKED IN                                                          | 1  | 1.1%  |
| FLICKER                                                            | 0  | % 0   |
| BLOGS                                                              | 0  | % 0   |

فيما يتعلق بأكثر مواقع التواصل الاجتماعي مصداقية فنجد في الجدول (16) أن أفراد العينة اختاروا التويتر بنسبة 36.0%، ثم اليوتيوب بنسبة 23.6%، ثم الفيسبوك بنسبة 14.6%، في حين احتلت مواقع ماي سبيس، وكيك، وفليكر، والبلوجس المراتب الأخيرة بنسبة 0.0%.

جدول (17) : المصادر الأقل "تكلفة" في متابعة الأحداث الجارية

| المصادر (الوسائل) الأقل تكلفة في متابعة الأحداث الجارية | ك   | %     |
|---------------------------------------------------------|-----|-------|
| التلفزيون                                               | 80  | 31.1  |
| الصحف والمجلات                                          | 36  | 14.0  |
| الراديو                                                 | 49  | 19.1  |
| مواقع التواصل الاجتماعي                                 | 89  | 34.6  |
| غير محدد                                                | 3   | 1.2   |
| الإجمالي                                                | 257 | 100.0 |

بين الجدول (17) نتائج الدراسة فيما يتعلق بالمصادر الأقل تكلفة في متابعة الأحداث الجارية، حيث أن مواقع التواصل الاجتماعي هي الأقل بنسبة بلغت 34.6%، ثم التلفزيون بنسبة 31.1%، فالراديو بنسبة 19.1%، ثم الصحف بنسبة 14%.

جدول (18) : مواقع التواصل الاجتماعي "الأقل تكلفة" في متابعة الأحداث الجارية

| مواقع التواصل الاجتماعي تكلفة في متابعة الأحداث الجارية | ك  | %     |
|---------------------------------------------------------|----|-------|
| FACE BOOK                                               | 35 | 16.1% |
| TWITTER                                                 | 75 | 34.4% |
| YOU TUBE                                                | 44 | 20.2% |
| INSTAGRAM                                               | 34 | 15.6% |
| YAHOO                                                   | 5  | 2.3%  |
| HOTMAIL                                                 | 19 | 8.7%  |
| MYSFACE                                                 | 0  | 0%    |

|           |   |      |
|-----------|---|------|
| KICK      | 3 | 1.4% |
| LINKED IN | 0 | 0 %  |
| FLICKER   | 0 | 0 %  |
| BLOGS     | 3 | 1.4% |

فيما يتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي الأقل تكلفة لدى العينة نجد التويتر بنسبة بلغت 34.4%، يليه اليوتيوب بنسبة 20.2% ثم الفيسبوك بنسبة 16.1%. ولإشارة هناك ندرة في الدراسات التي عمدت إلى تحديد كمي لهذه التكاليف، واكتفى بعضها بقياس خيارات معينة مثل الإستماع إلى الموسيقى وتحميلها.

#### جدول (19): المصادر الأكثر "ملاءمة للخصوصية" في متابعة الأحداث الجارية

| المصادر (الوسائل) الأكثر ملاءمة للخصوصية في متابعة الأحداث الجارية | ك   | %    |
|--------------------------------------------------------------------|-----|------|
| التلفزيون                                                          | 61  | 23.7 |
| الصحف والمجلات                                                     | 27  | 10.5 |
| الراديو                                                            | 17  | 6.6  |
| مواقع التواصل الاجتماعي                                            | 148 | 57.6 |
| غير محدد                                                           | 4   | 1.6  |
| الإجمالي                                                           | 257 | 100  |

كشف الدراسة الميدانية من خلال الجدول (19) عن تفوق مواقع التواصل الاجتماعي مقارنة مع الوسائل التقليدية فيما يتعلق بمدى ملاءمتها وحفاظها على الخصوصية، وتقدمت مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 57.6%، مقابل 23.7 بالنسبة للتلفزيون و 10.5% بالنسبة للصحف و 6.6 للراديو، والواقع يؤكد هذه النتائج كون مواقع التواصل الاجتماعي جاءت تلبية لواحدة من حاجات الأفراد وهي حماية الخصوصية عند الاتصال بالآخرين، في حين أن وسائل الإعلام الجماهيرية جاءت لنشر المعلومات وتعميمها بين الجماهير من قراء ومستمعين ومشاهدين.<sup>34</sup>

جدول (20) : مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر "ملاءمة للخصوصية" في متابعة الأحداث الجارية

| مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر ملاءمة في متابعة الأحداث الجارية | ك   | %     |
|-----------------------------------------------------------------|-----|-------|
| FACE BOOK                                                       | 48  | 14.8% |
| TWITTER                                                         | 103 | 31.8% |
| YOU TUBE                                                        | 35  | 10.8% |
| INSTAGRAM                                                       | 61  | 18.8% |
| YAHOO                                                           | 12  | 3.7%  |
| HOTMAIL                                                         | 51  | 15.7% |
| MYSPEACE                                                        | 0   | %0    |
| KICK                                                            | 6   | 1.9%  |
| LINKED IN                                                       | 2   | .6%   |
| FLICKER                                                         | 2   | .6%   |
| BLOGS                                                           | 2   | .6%   |

يبين الجدول (20) إجابات افراد العينة بخصوص المواقع الأكثر " ملاءمة للخصوصية" حيث تقدم التويتر بنسبة 31.8%، ثم الانستغرام بنسبة 18.8%، ثم الهوت مايل بنسبة 15.7%، يليه الفيسبوك بنسبة 14.8%.

جدول (21) : المصادر "الأكثر سرعة" في متابعة الأحداث الجارية

| المصادر (الوسائل) الأكثر سرعة في متابعة الأحداث الجارية | ك   | %     |
|---------------------------------------------------------|-----|-------|
| التلفزيون                                               | 85  | 33.1  |
| الصحف والمجلات                                          | 5   | 1.9   |
| الراديو                                                 | 6   | 2.3   |
| مواقع التواصل الاجتماعي                                 | 155 | 60.3  |
| غير محدد                                                | 6   | 2.3   |
| الإجمالي                                                | 257 | 100.0 |

احتلت مواقع التواصل الاجتماعي (الجدول 21) الصدارة فيما يتعلق بالمصادر الأكثر سرعة في متابعة الأحداث الجارية بنسبة بلغت 60.3%، في حين تم اختيار التلفزيون بنسبة 33.1%، وسجلت الدراسة نسب ضعيفة جدا بالنسبة للراديو والصحف، بلغت على التوالي 2.3% و 1.9%. وهذه النتائج تؤكد فكرة أن مواقع التواصل الاجتماعي هي أدوات سريعة لنقل المعلومات باعتبارها تعمل خارج الرقابة وبعيدا عن سيطرة حارس البوابة- الذي يسمح أو يمنع بث ونشر المعلومة- وهي استجابة في الأخير لمطامح الجماهير في تحرير المعلومة من كل أشكال السيطرة والرقابة.

جدول (22) : مواقع التواصل الاجتماعي "الأكثر سرعة" في متابعة الأحداث الجارية

| مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر سرعة في متابعة الأحداث الجارية | ك   | %     |
|---------------------------------------------------------------|-----|-------|
| FACE BOOK                                                     | 59  | 17.8% |
| TWITTER                                                       | 137 | 41.3% |
| YOU TUBE                                                      | 46  | 13.9% |
| INSTAGRAM                                                     | 50  | 15.1% |
| YAHOO                                                         | 10  | 3.0%  |
| HOTMAIL                                                       | 19  | 5.7%  |
| MYSPEACE                                                      | 0   | % 0   |
| KICK                                                          | 8   | 2.4%  |
| LINKED IN                                                     | 0   | % 0   |
| FLICKER                                                       | 2   | .6%   |
| BLOGS                                                         | 1   | .3%   |

كشفت النتائج فيما يتعلق بالمواقع الاجتماعية الأكثر سرعة (الجدول 22) في متابعة الأحداث الجارية تفوق التويتر على باقي المواقع، وذلك بنسبة بلغت 41.3%، ثم الفيسبوك بنسبة 17.8% فالانستغرام بنسبة 15.1%، ثم اليوتيوب بنسبة 13.9%.

جدول (22) : مواقع التواصل الاجتماعي "الأكثر سرعة" في متابعة الأحداث الجارية

| مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر سرعة في متابعة الأحداث الجارية | ك   | %     |
|---------------------------------------------------------------|-----|-------|
| FACE BOOK                                                     | 59  | 17.8% |
| TWITTER                                                       | 137 | 41.3% |
| YOU TUBE                                                      | 46  | 13.9% |
| INSTAGRAM                                                     | 50  | 15.1% |
| YAHOO                                                         | 10  | 3.0%  |
| HOTMAIL                                                       | 19  | 5.7%  |
| MYSPEACE                                                      | 0   | % 0   |
| KICK                                                          | 8   | 2.4%  |
| LINKED IN                                                     | 0   | % 0   |
| FLICKER                                                       | 2   | .6%   |
| BLOGS                                                         | 1   | .3%   |

كشفت النتائج فيما يتعلق بالمواقع الاجتماعية الأكثر سرعة (الجدول 22) في متابعة الأحداث الجارية تفوق التويتر على باقي المواقع، وذلك بنسبة بلغت 41.3%، ثم الفيسبوك بنسبة 17.8% فالانستغرام بنسبة 15.1%، ثم اليوتيوب بنسبة 13.9%.

جدول (23) : أهم الأحداث الجارية التي يتابعها أفراد العينة عبر الوسائط التقليدية والجديدة

| أهم الأحداث الجارية التي يتم متابعتها عبر الوسائط التقليدية والجديدة | ك   | %     |
|----------------------------------------------------------------------|-----|-------|
| السياسية                                                             | 161 | 22.5% |
| الثقافية                                                             | 121 | 16.9% |
| الرياضية                                                             | 134 | 18.7% |
| الاجتماعية                                                           | 170 | 23.7% |
| العلمية                                                              | 83  | 11.6% |
| الاقتصادية                                                           | 48  | 6.7%  |

يبين الجدول (23) ان الأحداث الجارية المتعلقة بالموضوعات الاجتماعية تأتي في مقدمة الاختيارات بنسبة بلغت 23.5%، تليها الموضوعات السياسية بنسبة 22.5%، فالموضوعات الرياضية بنسبة 18.7%، واحتلت الموضوعات الاقتصادية الاهتمام الأخير بنسبة 6.7%. وعندما نتأمل في هذه الاختيار نجد أن هناك ما يبررها على الصعيد السياسي والاقتصادي والاجتماعي، حيث تتمتع دولة الإمارات بالاستقرار والأمن والرفاه الاقتصادي، وبالتالي فإن أولويات المواطنين والمقيمين في هذه الدولة، تتوجه نحو الموضوعات ذات الطابع الاجتماعي والثقافي (16.9%) والترفيهي (الرياضة بنسبة 18.7%).

جدول (24) : مدى مناقشة أفراد العينة لموضوعات الأحداث الجارية

| مناقشة موضوعات الأحداث الجارية | ك   | %    |
|--------------------------------|-----|------|
| نعم                            | 172 | 66.9 |
| لا                             | 85  | 33.1 |
| الإجمالي                       | 257 | 100  |

يبين الجدول (24) مدى مناقشة أفراد العينة لموضوعات الأحداث الجارية، أن نسبة 66.9% يناقشون موضوعات الأحداث الجارية، مقابل 33.1% لا يناقشون. هذه النسبة توضح أن انتشار مواقع التواصل الاجتماعي وانتشار وسائل الاعلام التقليدية، يساهم اليوم في اتساع دائرة المناقشة لموضوعات الأحداث الجارية، وبدأت حالة الفردانية والانعزال في التراجع، ونلمس ذلك من خلال انتشار مجموعات الدردشة والمناقشة على مواقع التواصل الاجتماعي، ومن خلال الرسائل والتغريدات التي تصل الى مواقع الصحف ومحطات الراديو والتلفزيون.

#### جدول (25) : مع من يناقش أفراد العينة موضوعات الأحداث الجارية ؟

| مع من تناقش موضوعات الأحداث الجارية | ك   | %     |
|-------------------------------------|-----|-------|
| مع القائم بالإعلام                  | 18  | 5.6%  |
| مع الأصدقاء                         | 161 | 49.8% |
| مع الأساتذة                         | 29  | 9.0%  |
| مع أفراد العائلة                    | 115 | 35.6% |

فيما يتعلق بسؤال : مع من يناقش أفراد العينة الموضوعات المتعلقة بالأحداث الجارية؟ يوضح (الجدول 25) أجابت نسبة 49.8% أنها تناقش ذلك مع الأصدقاء، مقابل 35.6% مع أفراد العائلة، في حين يناقش 9.0% الموضوعات مع الأساتذة، وجاءت المناقشة مع القائم بالاتصال بنسبة 5.6%. وعليه نستنتج محدودية دوائر المناقشة وانحسارها في الأصدقاء والأسرة للأسباب مرتبطة بالتركيبة الاجتماعية والبنية الثقافية لمجتمع الامارات القائم على الجاليات وتنوع الثقافات، في حين تبقى المناقشة مع القائم بالاتصال ومنه وسائل الاعلام بمفهومها التقليدي محدودة، وهذا مرتبط بطبيعة وسائل الاتصال الجماهيري التي ظلت لمدة طويلة تفتقر لهذه الخاصية (الخصوصية) ولم تتطور إلا مع انتشار المواقع الالكترونية لهذه الوسائل وانفتاحها على منابر الإعلام الجديد التي تحفظ الخصوصية وتشجع على تبادل الآراء والنقاشات بعيدا عن كل أشكال الرقابة.

جدول (26) : الوسائط المعتمدة من قبل أفراد العينة في مناقشة موضوعات الأحداث الجارية

| الوسائط المعتمدة في المناقشة | ك  | %     |
|------------------------------|----|-------|
| التلفزيون                    | 30 | 15.4% |
| الصحف والمجلات               | 4  | 2.1%  |
| الراديو                      | 3  | 1.5%  |
| الهاتف الجوال                | 62 | 31.8% |
| مواقع التواصل الاجتماعي      | 96 | 49.2% |

فيما يتعلق بالوسائل والوسائط المستخدمة في المناقشة يبين الجدول (26) تقدم مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 49.2% ، يليها الهاتف الجوال بنسبة 31.8%، وهذه النتيجة تؤيد ما تشير له الاحصاءات والأرقام الجديدة بخصوص استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي والهواتف الجواله.<sup>35</sup> ونلاحظ من خلال الجدول تراجع وسائط الاتصال التقليدية وبخاصة الصحافة والراديو حيث سجلنا على التوالي نسبتي 2.1% و 1.5%، وهي ضعيفة جدا مقارنة بما توفره مواقع التواصل الاجتماعي والهواتف الجواله المستفيدة من سمات التكنولوجيات الحديثة كالفاعلية والسرعة والمرونة وحماية الخصوصية.

جدول (27) : مواقع التواصل الاجتماعي المعتمدة من قبل أفراد العينة في مناقشة موضوعات الأحداث الجارية

| مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها في المناقشة | ك  | %     |
|------------------------------------------------------|----|-------|
| FACE BOOK                                            | 40 | 16.5% |
| TWITTER                                              | 87 | 36.0% |
| YOU TUBE                                             | 25 | 10.3% |
| INSTAGRAM                                            | 43 | 17.8% |

|       |    |           |
|-------|----|-----------|
| 1.7%  | 4  | YAHOO     |
| 12.0% | 29 | HOTMAIL   |
| 0 %   | 0  | MYSFACE   |
| 3.7%  | 9  | KICK      |
| .4%   | 1  | LINKED IN |
| .4%   | 1  | FLICKER   |
| 1.2%  | 3  | BLOGS     |

يوضح الجدول (27) أن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما في مناقشة موضوعات الأحداث الجارية هي التويتر بنسبة بلغت 36.0%، ثم الانستغرام بنسبة 17.8%، فالفيسوك بنسبة 16.5%، وهي نتائج أكدت استطلاعات سابقة، كما أنها أشارت إلى تنامي استخدام التويتر والانستغرام في دولة الامارات العربية في مقابل تراجع مواقع "ماي سبيس" و"فيلكر" و"لينكد ان" التي تراوحت في هذه الدراسة بين 4% و 0%.

#### التحليل الاحصائي

قام الباحث بتطبيق اختبار كا2 للتعرف على وجود علاقة بين سمات تكنولوجيات الاتصال الجديدة (المرونة، التفاعلية، المصادقية، انخفاض التكلفة، حماية الخصوصية، السرعة) وكل من المتغيرات السوسيو ديمغرافية أو الشخصية التالية (الجنس، الجامعة، الاختصاص، المستوى، الإقامة). (انظر الجداول في الملحق من 1 الى 6).

#### عاشرا : نتائج الدراسة :

من خلال الاطار النظري ونتائج الدراسة الميدانية أمكننا استخلاص النتائج التالية :

##### • النتائج العامة للدراسة الميدانية :

##### أولا : نتائج متعلقة بمصادر المعلومات عن الأحداث الجارية.

1. كشفت الدراسة أن متابعة أفراد العينة للأحداث الجارية، تراوحت بين 36.5 للمتابعة الدائمة و 63.8% بصفة متقطعة، مقابل 5.4% لم تحدد إجاباتها.
2. احتل التلفزيون مكانة متقدمة فيما يتعلق بالوسائل التي تتابع عبرها عينة البحث الأحداث الجارية، تلتها مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 34.4%، وهذه النتائج تختلف مع

ماتوصلت اليه دراسة "نصر الدين العياضي" التي خلصت الى تراجع المشاهدة للتلفزيون بسبب الإقبال على الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي.<sup>36</sup>

3. بينت الدراسة تفوق موقع تويتر في متابعة الأحداث الجارية بنسبة بلغت 27.6%، يليه موقع اليوتيوب بـ 21.9%، فموقع انستغرام بنسبة 20.1%، ثم الهوت ميل بنسبة 11.8%، ثم الفيسبوك بـ 11.4%. وهي نتائج تؤكد تراجع الفيسبوك مقابل مواقع مافتئت انتطور وتنتشر خلال العامين الأخيرين الذين تنتمي اليهم الدراسة.<sup>37</sup>

ثانيا: تفضيلات العينة لمصادر المعلومات عن الأحداث الجارية حسب سمات تكنولوجيايات الاتصال.

1. كشفت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي احتلت الصدارة من حيث اعتبارها وسائل "أكثر مرونة وسهولة" في الحصول على المعلومات بنسبة بلغت 59.5%، جاء بعدها التلفزيون بنسبة 28.8%، ولكن بفارق كبير يؤكد تعاظم موقع مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الأحداث الجارية.

2. فيما يتعلق بأكثر مواقع التواصل الاجتماعي مرونة احتل موقع تويتر المرتبة الأولى لدى العينة بنسبة 31.6%، وجاء بعده اليوتيوب بـ 19.7%، ثم انستغرام بنسبة 18.9%.

3. فيما يتعلق بالمصادر الأكثر تفاعلية لدى العينة تبين أن مواقع التواصل الاجتماعي جاءت في المقدمة بنسبة 56%، ثم التلفزيون بنسبة 33.1%.

4. أما بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي "الأكثر تفاعلية" فقد جاء تويتر في المقدمة بنسبة 38.8% متبوعا بموقع انستغرام بنسبة 18.8% ثم اليوتيوب بنسبة 15.9% ف ثم الفيسبوك بـ 15.3%.

5. فيما يتعلق بمصادقية المصادر، تقدم التلفزيون لدى أفراد العينة بنسبة بلغت 61.1%، ثم الصحف والمجلات مناصفة مع مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 17.1%، وهذا يؤكد لما للتلفزيون من قدرات في مجال تقديم الأخبار والمعلومات لخصوصيته وهي صوت +صورة+أداء.<sup>38</sup>

6. بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي "الأكثر مصداقية"، جاء موقع تويتر في المقدمة بنسبة 36% تلاه موقع اليوتيوب بنسبة 23.6% فموقع الفيسبوك بـ 14.6%.

7. أكدت نتائج الدراسة تقدم مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر "أقل تكلفة" بنسبة 34.6%، تلاها التلفزيون بنسبة 31.1%، ثم الراديو بـ 19.1%، فالصحف بنسبة 14%. وهي نتائج تؤكد طريقة الحصول على هذه المصادر وعدم علم أفراد العينة بطريقة دفع تكاليف التعرض الى هذه الوسائل ماعدا الصحافة الورقية التي تباع مقابل مبالغ معينة.

8. بالنسبة للمواقع الأقل تكلفة فقد احتل التويتر الصدارة بنسبة 34.4%، يليه موقع اليوتيوب بنسبة 20.2%، ثم الفايسوك بنسبة 16.1%.
9. بخصوص المصادر "الأكثر ملاءمة للخصوصية" تقدمت مواقع التواصل الاجتماعي عن باقي المصادر بفارق كبير بلغ 57.6%، وهي نتيجة أكدتها العديد من الدراسات.
10. احتل التويتر حسب الدراسة الصدارة في "حفظ الخصوصية" بنسبة بلغت 31.8% ثم انستغرام بنسبة 18.8%، في حين احتل الفايسوك الرتبة الرابعة بنسبة 14.8%، وهي نسبة تؤكد تراجع موقع الفيسبوك من حيث سمات التكنولوجيات الجديدة مقارنة بالمواقع الأخرى.
11. وفيما يتعلق بالمصادر "الأكثر سرعة" تقدمت مواقع التواصل الاجتماعي بـ 60.3% مقابل التلفزيون بنسبة 33.1%.
12. أما بالنسبة للمواقع الاجتماعية "الأكثر سرعة" فقد تقدم تويتر بنسبة 41.3% يليه الفايسوك بنسبة 17.8%، وهي المرات القليلة التي احتل فيها هذه المرتبة المتقدمة المتعلقة بسمات التكنولوجيات الجديدة للإتصال.
- ثالثاً: مناقشة المعلومات عن الأحداث الجارية عبر المصادر.**
1. كشفت الدراسة أن أهم الأحداث التي يتم متابعتها عبر المصادر التقليدية والجديدة من قبل افراد العينة هي الموضوعات الاجتماعية بالدرجة الأولى، بنسبة بلغت 23.7%، ثم الموضوعات السياسية بنسبة 22.5%، فالموضوعات الرياضية بنسبة 18.7%، واحتلت الموضوعات الاقتصادية المرتبة الأخيرة بنسبة 6.7%، وهذه النتائج تعبر عن حالة الاستقرار والأمن والرفاه الذي تعيشه دولة الإمارات، والتي ساهمت بشكل كبير في هذه التفضيلات.
2. كشفت الدراسة ان نسبة كبيرة من من أفراد العينة تناقش موضوعات الأحداث الجارية بنسبة بلغت 66.9% مقابل 33.1% التي اجابت بأنها لاتناقش هذه الموضوعات، ويعزى ارتفاع نسبة المشاركة إلى ارتفاع نسبة التعليم والوعي لدى الشباب ومنهم الطلبة إلى جانب انتشار تكنولوجيات الاتصال في هذا البلد، وارتفاع مستويات التعرض والاستخدام.
3. فيما يتعلق بسؤال : مع من تناقش موضوعات الأحداث الجارية ؟ كانت الإجابات على الشكل التالي: 49.8% مع الاصدقاء و 35% مع أفراد العائلة، واحتل القائم بالاتصال (القائم بالإعلام) المرتبة الأخيرة بنسبة 5.6%. ويرتبط ذلك بطبيعة العلاقات الاجتماعية في هذا البلد القائمة على المحافظة على القيم والتقاليد والنسيج الاجتماعي للبلد.

4. بينت النتائج اعتماد أفراد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي في مناقشة الأحداث الجارية بلغت نسبتها 49.2%، يأتي بعدها الهاتف الجوال بنسبة 31.8% ثم التلفزيون بدرجة أقل بنسبة 15.4%.

5. فيما يتعلق بأهم مواقع التواصل الاجتماعي استخداما في المناقشة، فقد احتل تويتر الصدارة بـ 36% ويفارق كبير عن موقع انستغرام الذي حل ثانيا وبلغت نسبته من الإجابات 17.8%، وهي نتائج تؤكد لها الاحصائيات المتعلقة باستخدامات مواقع التواصل الاجتماعي بدولة الامارات.

#### • نتائج متعلقة بالأسئلة الرئيسية للدراسة :

فيما يتعلق بالأسئلة الرئيسية للدراسة، فقد تم التوصل إلى النتائج التالية :

##### السؤال الأول :

كشفت الدراسة عن تحولات جديدة في المصدر، فقد تصدر التلفزيون المصادر إلى جانب مواقع التواصل الاجتماعي، مقابل تراجع للصحف والمجلات والراديو.

##### السؤال الثاني :

كشفت الدراسة عن تأثير سمات تكنولوجيات الاتصال (المرونة والتفاعلية والمصدقية والتكلفة والخصوصية والسرعة) في تفضيلات أفراد العينة لمصادر المعلومات عن الأحداث الجارية، حيث احتلت مواقع التواصل الاجتماعي الصدارة مقابل تراجع وسائل الإعلام التقليدية، وتقدم التلفزيون الإجابات فيما يتعلق بالوسائل الأكثر مصداقية.

##### السؤال الثالث :

تفوقت المصادر الجديدة (مواقع التواصل الاجتماعي) على المصادر التقليدية كفضاء لمناقشة الأحداث الجارية.

#### • نتائج عامة :

1. أكدت الدراسة عدم صحة فرضية نظرية الاعتماد على الوسائل في كون الجماهير تلجأ إلى وسائل الاعلام ويزداد إعتماها عليها في الحصول على المعلومات كلما تعرضت إلى الاهتزاز وعدم الاستقرار، وبينت النتائج أن التطور التكنولوجي والاجتماعي يساهم بدوره في رفع درجة إعتما الجماهير على وسائل الاعلام.

2. كشفت الدراسة أن كثافة التعرض لوسائل الاعلام الجديدة (مواقع التواصل الاجتماعي) لا يعني بالضرورة كثافة الثقة في هذه المصادر.

3. بينت الدراسة تراجع الصحافة والراديو كمصادر للمعلومات لصالح مواقع التواصل الاجتماعي.

4. كشفت الدراسة تصدر التويتر التفضيلات للمصادر والمواقع حسب سمات التكنولوجيات الجديدة.
5. كشفت الدراسة عن تراجع الفيسبوك، مقابل صعود التويتر والانستغرام كمواقع تواصل اجتماعي مفضلة لدى العينة سواء كمصادر أو كمواقع، كونها أكثر مواءمة لسمات تكنولوجيات الاتصال الجديدة.
6. بعض مواقع التواصل الاجتماعي سجلت حضورا ضعيفا في جميع إجابات العينة.<sup>39</sup>

## قائمة المراجع

- <sup>1</sup> - د. نبيل علي: العرب وثورة المعلومات، سلسلة عالم المعرفة، الكويت 1994 ص: 71.72.
- <sup>2</sup> - د. نصر الدين لعياضي: الشباب في دولة الإمارات و الإنترنت-مقاربة للتمثيلات والاستخدامات، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد 8 مايو 2012، الرياض، ص ص: 11-80.
- <sup>3</sup> - دينا أحمد عرابي وبسنت عبد المحسن العقباوي: مصداقية المضمون الخيري لمواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب - دراسة ميدانية على عينة من الشباب السعودي - ورقة مقدمة في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال "الإعلام الجديد والتحديات النظرية والتطبيق"، جامعة الملك سعود، الرياض، 15-16 /ابريل/2012.
- <sup>4</sup> - أحمد فاروق : اعتماد الجمهور المصري على وسائل الاعلام التقليدية و الحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة 25/يناير/2011، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 39/يناير/ مارس، 2012، القاهرة، ص ص: 127/186.
- <sup>5</sup> - الشيماء العزب حسين : مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا السياسية، راجع الموقع الإلكتروني <http://www.egyptict.org/Article> . مسترجع بتاريخ: 18/3/2014
- <sup>6</sup> - ميدان كبير بوسط القاهرة، شهدا معظم المظاهرات و الاعتصامات إلى يوم انتصار الثورة، واشتهر بعدها في العديد من بلدان العالم وحملت العديد من الميادين في عدد من عوصم العلم هذه التسمية تيما بثورة 25 يناير.
- <sup>7</sup> - سماح محمد حمدي : اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" أثناء انتخابات الرئاسة المصرية- دراسة ميدانية بالتطبيق على الجولة الأولى من الانتخابات-، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 40، أبريل/يونيو 2012، القاهرة، ص ص: 119-196.
- <sup>8</sup> - راجع : الشيماء العزب حسين : مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا السياسية، المرجع السابق.
- <sup>9</sup> - Keith N. Hampton and al.(2011),social networking sites and our lives, Pew Research Center's Internet & American Life Project, [online],retrivied ,march,15/2014 from <http://pewinternet.org/Reports/2011/Technology-and-social-networks.aspx>
- <sup>10</sup> - CSA: Du 20h a twitter, les réseaux sociaux bousculent l'info. retrivied ,march,10/2014 from:img.terrafemina.net/images/docs/csatwitter
- <sup>11</sup> - من الدراسات الحديثة، النظرية و الميدانية يمكن مراجعة:  
- مريم نريمان نوماز : استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية -دراسة عينة من مستخدمي موقع الفاييسبوك في الجزائر، جامعة الحاج لخضر - باتنة- الجزائر، 2011/2012.

- د. رحيمة عيساني: الصراع والتكامل بين الإعلام الجديد و الإعلام التقليدي، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 20-2013، بغداد، ص ص : 50-67.

-Usage des réseaux sociaux : les 5 enseignements de l'étude Pew Internet , retrivied ,March, /15/2014,from: <http://lab.iutlan.univrennes1.fr/?p=3012>.

- أنظر تقرير التنمية البشرية لعام 2013. مسترجع من الموقع الالكتروني بتاريخ 17-مارس-2014. <http://www.undp.org/content/rbas/ar/home/regioninfo/><sup>12</sup>  
في نوفمبر 2013 أن وسائل Light Speed Research - كشف استطلاع حديث أجرته مؤسسة<sup>13</sup> الإعلام الجديد (الشابة) تحظى باهتمام الفئات العمرية الشابة من 18 الى 34 بنسبة بلغت 30%، مقابل 3% لدى الفئات العمرية من 55 إلى 64 ، والحال نفسه مع التويتر (12% مقابل 2%)، في حين يستخدم التلفزيون بنسبة 89% للفئة العمرية من 55-64 مقابل 69% لدى الفئة العمرية 18-34. مسترجع بتاريخ [http://www.lexpress.fr/actualite/media-people/media/facebook-et-twitter-font-ils-partie-de-vos-sources-d-informations\\_1054726.html](http://www.lexpress.fr/actualite/media-people/media/facebook-et-twitter-font-ils-partie-de-vos-sources-d-informations_1054726.html) 5-مارس-2014 من الموقع :

<sup>14</sup> - Lise Forestier Servane Marion: Les réseaux sociaux, nouveaux médias d'information ? retrivied ,March, /18/2014,from: <http://www.ina-expert.com/e-dossier-de-l-audiovisuel-journalisme-internet-libertes/la-place-des-reseaux-sociaux-dans-l-information-journalistique.html>

- Manrique Manuel, « Réseaux sociaux et médias d'information », Confluences Méditerranée, 2011/4 N° 79, p. 81-92. DOI : 10.3917/come.079.0081

<sup>15</sup> - راجع دراسة : الشيماء العزب حسين : مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا السياسية، المرحع السابق.

<sup>16</sup> - هناك كم هائل من الدراسات التي تناولت دور مواقع التواصل الاجتماعي وبخاصة في البلدان التي كانت مسرحا "للربيع العربي" ومنها تونس، مصر، ليبيا، اليمن وسوريا.

<sup>17</sup> - Benjamin Matalon, Rodolphe Ghiglione, Les enqu tes sociologiques Théories et pratiques, (6e édition), Paris, 1998.

<sup>18</sup> - تم عرض الاستمارة على محكمين في علوم الإعلام والاتصال منهم:

د. نصر الدين لعباض : أستاذ مشارك بكلية الاتصال بجامعة الشارقة.

د. رحيمة عيساني أستاذة مساعدة بكلية الاتصال بجامعة الشارقة.

<sup>19</sup> - ايثيل دوسو لابلول : التكنولوجيا و السياسة في عصر المعلومات، ترجمة ماري عوض، الأليسكو، تونس، 1983، ص 6.

<sup>20</sup> - وهو تعبير لنائب رئيس الولايات المتحدة ، الغور Al Gore في بداية التسعينيات. مسترجع من الموقع:

[http://en.wikipedia.org/wiki/Information\\_superhighway](http://en.wikipedia.org/wiki/Information_superhighway) بتاريخ 2014/2/12

ويعني المصطلح: "مجموعة من شبكات الاتصال، تشمل الحاسوب، و برامج وبنوك المعلومات والأجهزة الالكترونية ذات الجمهور الواسع، والتي تبت كما هائلا من المعلومات، لتضعها تحت تصرف المستعملين (الجمهور) في إطار نظام مزدوج يسمح بانتقال المعلومات وتدفقها في الاتجاهين".

<sup>21</sup> - هي موضوع محاضرة القاها بيل غايتس - Bill Gates - مدير شركة ميكروسوفت في نوفمبر 1990، وضح فيها رؤيته للحوسبة الشخصية في نهاية القرن العشرين، ومطلع الألفية الحالية. مسترجع بتاريخ 2014/3/15 من الموقع الالكتروني:

[http://www.proudlyserving.com/archives/2005/05/information\\_at.html](http://www.proudlyserving.com/archives/2005/05/information_at.html)

<sup>22</sup> - تم الاعتماد بخصوص هذه النظرية في هذا الجزء على المراجع التالية:

- د. حسن عماد مكاوي وليلى السيد : الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، ط9، القاهرة، 2009.

- د. محمد عبد الحميد: نظريات الاتصال واتجاهات التأثير، ط1، علم الكتب، القاهرة، 1998.

- Malvin L.Defleur& Sandra j.Ball

Rokeach, Theories Of masscommunication. 4<sup>th</sup>.ed., New York. Longman, 1982, pp.241-42.

- Stanly j. Baran& Denis K. Davis, Mass communication.

theory: Foundation, Ferment&Future, California, Wads worth publishing company. 1995, p.227.

- Louis Porcher : vers la dictature des média Hatier , Paris 1983.

<sup>23</sup> - لمزيد من التفاصيل، أنظر : محمد عبد الحميد، المرجع السابق.

د. محمد شطاح : دراسات عربية وأجنبية في الاعلام التليفزيوني، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2007، ص 76-78.

- Burns, joseph.E : the future of agenda setting research – new audience and new gate keepsrs. Paper presented at the annual meeting of the central states communication association, Indiana polis, april 1995 p : 19-23.

<sup>24</sup> - Mc Quail Denis. Mc Quail`s: Mass Communication Theory. 6<sup>th</sup>ed, Sage Publication ltd, London, 2010 , p:48.

Katz, Elihu, Jay G. Blumler, and Michael Gurevitch. "Uses and Gratifications" <sup>25</sup> - Research. "The Public Opinion Quarterly 4<sup>th</sup> ser. 37 (1973-1974) 509-23. retrivied , 10march2014, from: [http://en.wikipedia.org/wiki/Uses\\_and\\_gratifications\\_theory](http://en.wikipedia.org/wiki/Uses_and_gratifications_theory).

<sup>26</sup> - Innis, Harold. Empire and Communications. Oxford: Oxford University Press, 1950.

- Innis, Harold. The Bias of Communication. Toronto: University of Toronto Press, 1951.

- Innis, Harold. Changing Concepts of Time. Toronto: University of Toronto Press, 1952.

- Retrivied , 10 /02/2014, from :

- [http://en.wikipedia.org/wiki/Harold\\_Innis's\\_communications\\_theories](http://en.wikipedia.org/wiki/Harold_Innis's_communications_theories)

- 27- من أهم مؤلفاته والتي أعيد طبعها مرات متعددة نذكر:
- 1962 The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man; 1st Ed.: University of Toronto Press; reissued by Routledge & Kegan Paul
  - 1964 Understanding Media: The Extensions of Man; 1st Ed. McGraw Hill, NY; reissued by MIT Press, 1994, with introduction by Lewis H. Lapham; reissued by Gingko Press, 2003 .
  - 1967 The Medium is the Massage: An Inventory of Effects with Quentin Fiore, produced by Jerome Agel; 1st Ed.: Random House; reissued by Gingko Press, 2001. Retrivied ,10 /02/2014,from : [http://en.wikipedia.org/wiki/Marshall\\_McLuhan](http://en.wikipedia.org/wiki/Marshall_McLuhan)
- 28- يبلغ عدد طلاب كلية الاتصال في جامعة الجزيرة حوالي 1000 طالب ،و يزيد عليهم بقليل عدد الطلاب في جامعة الشارقة، وهم حوالي 1200.
- المصدر:
- مصلحة القبول والتسجيل بجامعة الشارقة.
  - مقابلة مع عميد كلية الاعلام والاتصال بجامعة الجزيرة بدي، ديسمبر 2013
- 29- يمثل المواطنون في دولة الإمارات نسبة 16.6% من مجموع السكان . مسترجع من الموقع الالكتروني:
- <http://ar.wikipedia.org/wiki/> ، بتاريخ 20 فبراير 2014.
- 30- د.محمد شطاح : " الإذاعة صوت المجتمعات وإعلام المستقبل " مجلة الإعلام والعصر، ابريل 2012، العدد 11، أبوظبي ، الإمارات العربية المتحدة.
- 31- انظر جريدة : الإمارات اليوم بتاريخ 11 يناير 2014.
- 32- الدراسة استبعدت جوجل بلاس+ Google للأسباب الآتية :
- حداته موقع "جوجل بلاس" كما أنه ظل لفترة طويلة محرك بحث أكثر منه موقعا للتواصل الاجتماعي، كما كشفت الدراسات عن قصر مدة تصفح هذا الموقع إذ لا تزيد عن سبعة دقائق بالنسبة للمتصفح، في حين تمتد فترات التصفح للمواقع الأخرى لساعات كما هو الحال مع فيسبوك وتويتر وغيرهما مع المواقع المعروفة. بعض من م التبريرات مسترجع من الموقع الالكتروني : <http://ar.wikipedia.org/wiki/> بتاريخ 12/فبراير 2014.
- 33- نشر الاستطلاع بتاريخ 2014/4/7، وتم استرجاعه من الموقع بتاريخ 2014/4/8
- <http://www.asdaabm.com/>
- 34- مصطلح الخصوصية، في الأصل هو مفهوم يشير إلى مجال الحياة الخاصة، وتطور في السنوات الأخيرة وأصبح معناه حق الفرد في الحماية للمعلومات والبيانات، وكل مايتعلق بالحياة الشخصية للأفراد.
- 35- Lise Forestier Servane Marion:op cit.
- 36- راجع الدراسة السابقة لنصر الدين لعياضي: الشباب في دولة الامارات والإنترنت-مقاربة للتمثلات والاستخدامات.
- 37- الدراسة غطت خلال إعدادها وتوزيع الاستمارة وتفرغ البيانات وتحرير المادة العلمية الشهرين الأخيرين من 2013 والثلاثة شهور الأولى من 2014.
- 38- د.محمد شطاح: الإعلام التليفزيوني، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2007، ص: 19-80.
- 39- (أنظر جداول الدراسة الميدانية). من هذه المواقع نحد:
- HOTMAIL KICK, MYSPACE, LINKED IN, FLICKER, BLOGS