

وسائل الاعلام الجديد والوعي السياسي لدى الشباب

أ.م.د سلام خطاب الناصري

قسم الإعلام - كلية الاداب - جامعة تكريت

المستخلص:

تسعى هذه الدراسة للإجابة عن اسئلة ملحة حول دور وسائل الاعلام الجديد التي برزت مؤخراً مثل شبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي والخدمات الاعلامية عبر المحمول وغيرها في زيادة الوعي لدى الشباب وبخاصة طلبة الجامعات من خلال دراسة ميدانية جرت على عينة من طلبة قسم الاعلام في جامعة البترا بالملكة الاردنية الهاشمية خلال الفصل الدراسي الثاني في عام ٢٠١٣، وقد توصلت الدراسة الى زيادة الاهتمام والمتابعة من الشباب للعديد من الاحداث العالمية والاقليمية والمحلية عن طريق التعرض الى عدد من وسائل الاعلام الجديد؛ في مقدمتها شبكة الانترنت وان زيادة مستوى الوعي والاهتمام افرز قيام الشباب بالعديد من الفعاليات على صعيد مواقع التواصل الاجتماعي او في تبادل المعلومات والحوار مع الآخرين في اطار تقني واتصالي جديد يفتح ابواباً جديدة على صعيد وسائل الاعلام والاتصال ودورها على صعيد الفرد والمجتمع واهميتها في التأثير على الرأي العام.

New Media and Political Awareness of the Youth

Ph.D. Salam Katab al-Nasiri

University of Tikrit/ College of Arts /Department of Media

Abstract

This study seeks to answer urgent questions about the role of new media that have emerged recently, such as the Internet and social networking sites and information services through mobile and others to increase awareness among young people, especially university students. during a field study that took place on a sample of students in the Department of Media at the University of Petra Kingdom of Jordan during the second semester in 2013 in the study the researcher finds increased attention and follow-up by young people for many of the world events and regional and local communities through exposure to a number of new media; in the forefront of the Internet and increase the level of awareness and interests young people do many of the events at the level of social networking sites or in the exchange of information and dialogue with others as part of a new technical and communicative opens new doors in terms of media and communication and its role at the level of the individual and society and its importance in influencing public opinion.

الاطار المنهجي للبحث

يستأثر الاعلام الجديد بوسائله المختلفة ومضامينه المتعددة بالكثير من الاهتمام من الباحثين والمهتمين بشؤون الاعلام والاتصال, باعتباره انعكاساً لحالة الاندماج التكنولوجي التي يشهدها مجتمع المعلوماتية الذي تمر به الانسانية حالياً, حيث ان هنالك جملة تطبيقات اتصالية وتكنولوجية جديدة افرزت حالة تفعيل للانتقال السريع من مرحلة الاعلام التقليدي الذي مثلته العديد من الوسائل الاعلامية والاتصالية منذ مطلع القرن العشرين الى حالة جديدة ومتطورة تشهد تطبيقاً لفكرة الحتمية التكنولوجية التي نادى بها (مارشال مكلوهان) منذ سنوات عديدة منصرمة, او لما يسمى بانهييار (الكلمة) مقابل صعود الصورة, وفي انتقال ادوات السيطرة على الاتصال وتطبيقاته من قبضة المؤسسات المالكة الى الجمهور او بظهور انماط جديدة من الاشكال الاعلامية, مثل البرامج الواقعية, والتفاعلية في الاذاعة والتلفزيون, او في نمط تقديم الاخبار الحية المباشرة, وفق قاعدة (ماذا يحدث الان, وليس ماذا حدث), او ربما يمثل الاعلام الجديد في انطلاقة تكنولوجيا الاتصال من خلال انتشار اطاق البث التلفزيوني الفضائي المباشر وشبكات الكمبيوتر والانترنت او وسائل معالجة والتقاط المعلومات عن طريق التكنولوجيا الرقمية وتنوع اجهزة الاتصال المحمولة .

ان الاعلام الجديد هو حالة حديثة متطورة, قد لا تجيب عنها كل التساؤلات التي طرحت انفا يتطلب التركيز على اهميتها في سيرة اجهزة الاعلام والاتصال وتأثيراتها الآنية والمستقبلية ودورها في نشر وتعزيز الوعي السياسي لدى الجمهور وبخاصة الشباب, حيث تتزايد اعداد المشتركين والمتعرضين لهذه الوسائل بشكل مطرد وبأعداد كبيرة, مما جعلها تنافس وسائل الاعلام التقليدية بشدة وتتغلب عليها في احيان كثيرة وبخاصة في مجال تشكيل الرأي العام حول العديد من القضايا السياسية, والاقتصادية, والاجتماعية في بقاع عديدة من العالم, وفي امداد الجمهور الكثير من المعلومات والمواقف والاتجاهات, مساهمة بذلك في تشكيل دعيه واعداده ليكون اكثر قدرة للمساهمة والتفاعل مع الآخرين في بيئة اتصالية جديدة ومتطورة لها شروطها واستحقاقها .

مشكلة الدراسة

تكمن مشكلة هذه الدراسة, في ان وسائل الاعلام الجديد تشكل رافداً اساسياً في تعزيز ثقافة الجمهور ووعيه وفي زيادة مستوى التفاعل والتبادل المعرفة والمعلومات بين افراده, وفي تشكيل الرأي العام تجاه قضايا ومواقف مختلفة, وقد غدت هذه الوسائل قوة قادرة متصاعدة في اوساط الشباب, لا سيما طلبة الجامعات اللذين ادركوا ان وسائل الاعلام التقليدية لم تعد بمفردها قادرة على اشباع رغباتهم وحاجاتهم او تلبية متطلباتهم المعرفية, مما يفتح المجال لضرورة دراسة دور هذه الوسائل الجديدة وتأثيرها في اوساط الشباب.

اهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة الى

١. آ- التركيز في اهمية وسائل الاعلام الجديد, وما تقوم به في مجال الاعلام والاتصال .
٢. ب- الدور الذي تقوم به هذه الوسائل في نشر الوعي السياسي لدى الشباب .
٣. ج- بيان الوظيفة السياسية الجديدة لهذه الوسائل في اوساط الشباب, بما يؤثر في مواقفهم واتجاهاتهم .
٤. د- الكشف عن قدرة هذه الوسائل في منافسة الوسائل التقليدية في مجال متابعة وتغطية الاحداث وتشكيل الرأي العام .

أهمية الدراسة

تأتي أهمية هذه الدراسة من أنها تسلط الضوء بشيء من التركيز والإحاطة على وسائل الاعلام الجديد, ودورها في الحياة المعاصرة, وفي تشكيل انماط تفكير الشباب ووعيهم وتسخيرها للتكنولوجيا وللمضامين المختلفة في تحقيق ذلك .

أسئلة الدراسة

تسعى الدراسة للإجابة عن الاسئلة التالية:

١. آ- ما مدى تعرض الشباب لوسائل الاعلام الجديد والشعبية التي تمتلكها لديهم؟ .
٢. ب- ما أسباب متابعة الشباب وبخاصة طلبة الجامعات لهذه الوسائل؟ .
٣. ج- ما مزايا هذه الوسائل في إطار المنافسة مع الوسائل التقليدية؟ .
٤. د- ما مدى اسهام هذه الوسائل في تشكيل وعي الشباب وتحديد اهتماماتهم؟ .
٥. هـ- ما هي المواضيع او القضايا التي تستأثر باهتمام الشباب من خلال هذه الوسائل؟ .

حدود البحث

١. آ- الحدود المكانية: اجريت الدراسة في جامعة البترا في المملكة الاردنية الهاشمية على عينة من طلبة الجامعة .
٢. ب- الحدود الزمانية: الفترة من ٢٠١٣/٣/١ - ٢٠١٣/٦/١ .
٣. ج- الحدود الموضوعية: وسائل الاعلام الجديد مثل الانترنت, والخدمات الاعلامية عبر

المحمول، ومواقع التواصل الاجتماعية وغيرها، وتأثيرها على الوعي السياسي لدى الشباب .

مصطلحات البحث الاجرائية

أ- الوعي: كلمة تعبر عن حالة عقلية، يكون فيها العقل بحالة ادراك وعلى تواصل مباشر مع محيطه الخارجي عن طريق منافذ الوعي التي تتمثل بجواس الانسان الخمس، كما يمثل الحالة العقلية التي يتميز بها الانسان ويصبح فيها قادراً على الاحساس بالذات والادراك والحكمة والعقلانية .

ب- الوعي السياسي: هو ادراك الفرد لواقع مجتمعه ومحيطه الوطني والاقليمي والدولي، ومعرفة طبيعة الظروف السياسية، والاجتماعية، والاقتصادية التي تحيط به، ومعرفة مشكلات العصر المختلفة والقوى الفاعلة والمؤثرة في صناعة القرار وطنياً وعالمياً .

ج- وسائل الاعلام الجديد: الوسائل الاعلامية والاتصالية الجديدة التي برزت وانتشرت وبخاصة في مطلع القرن الحادي والعشرين مثل (الانترنت، مواقع التواصل الاجتماعي، الخدمات الاعلامية عبر المحمول، البث الفضائي المباشر عبر الاقمار الصناعية) .

ثانياً: الإطار النظري للدراسة:

يرى بعض الباحثين⁽¹⁾، أن التحول والتغيير عبر التطور التكنولوجي، هو جوهر حياة الاعلام والاتصال، فالإعلام كان وسيظل جديداً في كل طور من اطواره كذلك وسائل الاتصال، ألم يكن الاعلام جديداً مع ظهور الطباعة وجديداً مع تطور الصحافة المكتوبة، وجديداً مع ظهور الفوتوغرافيا، وجديداً مع ظهور الاذاعة، وجديداً كذلك مع ظهور التلفزيون، ألم يتساءل الخبراء والباحثون في هذا الحقل عن مصير المكتوب امام الدور الاعلامي والاتصالي الذي بدأت تؤديه الاذاعة بداية القرن العشرين، وعن مصير الاذاعة امام الاستقطاب الاعلامي الذي حققه التلفزيون، كل ذلك لان طبيعة التحول الذي تقود اليه التقنية في بعدها العلمي والتكنولوجي يقتضي النظر في أمر ما يسميه (مارشال مكلوهان) بـ (الاحتمية التكنولوجية) لتطور المجتمعات والامم تاريخياً. فيما يؤكد البعض من الباحثين⁽²⁾، ان فكرة البحث عن اعلام جديد ليست فقط وليدة التغيير الذي نشهده حالياً في كل نواحي الحياة منذ انهيار المعسكر الاشتراكي عام 1991م، وبروز مصطلحات مثل (العولمة، ونهاية التاريخ، وصراه الحضارات، والحدود المفتوحة، وغيرها)، بل يمكن ان نقول ان الصحوة الاتصالية التي افرزها مجتمع المعلومات والمعرفة والانتقال التكنولوجي للمجتمع الحديث، قد افرزت حالة جديدة من نشر المعلومات والافكار والمعرفة وتبادلها بصورة حرة ليس فقط تنفيذاً لأماني

وتطلعات حملت بها الشعوب عبر منظمة اليونسكو منذ عام ١٩٤٥م، بل لواقع حال برز حقيقة ملموسة تجسيدا للتطور التاريخي الطبيعي والمتسارع للمجتمع الانساني^(٣).

ووسائل الاعلام الاجتماعية الجديدة قد اسهمت في معالجة الفجوة الرقمية العالمية، ومكنت الافراد في الدول النامية من المشاركة في عملية التنمية وفي تعزيز الديمقراطية ورفع سقف الحريات فيها، واسهمت في مشاركة جماهيرية بإحداث التغيير في مجتمعاتها مثل ما حدث في مصر وتونس، وزادت من قدرات الناشطين والممارسة السياسية للأحزاب والتنظيمات السياسية التي برز دورها واضحا في الميدان السياسي اكثر من الميادين الاخرى^(٤).

ولكن ما يحدث اليوم من تبدل سريع في مشهد الاعلام والاتصال، يطرح قضايا معرفية جادة تدور كلها حول فهم الواقع الجديد الذي افرزته بيئة عالمية متطورة تتمتع بقوة تدفق فائقة للمعلومات حيث اصبح الحديث مناسباً مع ادراك الحضور المضاعف كتكنولوجيا الاتصال في حياة وانشطة المجتمع بالشكل الذي يعكس مدى اعتماد الافراد في نتائجهم ومبادلاتهم من الوسائط الجديدة للإعلام والاتصال، اذ لا يخلو نظام علائقي اجتماعي اليوم من وجود اثر يعكس ثقافة الاستخدام المرن لتكنولوجيا المعلومات. ومع إن الانساق الحديثة لمجتمع المعلومات التي اسهمت في تشكيلة هذه الوسائط الجديدة والذي يبرز تحديداً منذ بداية عقد التسعينيات من القرن الماضي عكس نجاحاً واسعاً النطاق للوظائف الاجتماعية الاولى لشبكة الانترنت على مستوى تبادل الرسائل الالكترونية وما رافقها من تأسيس علاقة جديدة بين الانسان والمعرفة والعالم، اعطت هذا الانسان خيارات متعددة ومتاحة في التواصل مع الآخرين وفي اعادة النظر في الوسط الثقافي الذي سيتعامل معه او نشأ فيه، وفي السلوك الانساني بشكل عام ليكون النظام الإتصالي الجديد السائد عالمياً هو عبارة عن نظام دمج الوسائط الجديدة في بعديها المعرفي والتكنولوجي لتمثل قوة انتاجية فائقة السرعة والتأثير، شكلت ملاح بداية عقد اجتماعي جديد للإنسانية^(٥)، ويحصر (فين كروسيبي)^(٦)، مميزات الاعلام الجديد بكونه عبارة عن عملية اتصال جديدة تختلف عن ما يميز نموذج الاتصال الشخصي او الاتصال الجمعي المعروفة سابقاً، وحتى اشكال الاتصال الجماهيري، حيث ان الرسائل الفردية يمكن ان تصل الى عدد غير محدد من البشر في وقت واحد، وان كل واحد من هؤلاء البشر له درجة السيطرة نفسها، ودرجة الاسهام المبادل نفسه في الرسالة. أما (ديفدوواين)^(٧)، فيصنفان الاعلام الجديد ضمن حالتين: جديد مقابل قديم، او بين التماثلية والرقمية، او مرحلة الانترنت ومرحلة ما قبل الانترنت وهكذا، بحيث يصنفان الاعلام الجديد وفق ثلاثة انواع هي:

- ١- الاعلام الجديد بتكنولوجيا قديمة ويشمل الاشكال الصحفية في الاذاعة والتلفزيون والصحف.
- ٢- الاعلام الجديد بتكنولوجيا جديدة وتمثله جميع الوسائل التي نعايشها الان والتي تعمل على منضدة الكمبيوتر وعلى رأسها شبكة الانترنت.
- ٣- الاعلام الجديد بتكنولوجيا مختلطة: وهنا تزول الفوارق بين القديم والجديد، فالعديد من الصحف الكبرى لديها مواقع ضخمة على شبكة الانترنت وتتواصل برامج التلفزيون مع الجمهور بأدوات الاعلام الجديد وهكذا .

فيما يرى (فيدلر)^(٨)، ان اساس التغير الجذري الذي تشهده حياتنا المعاصرة في ظل وسائل الاعلام الجديدة، تتحدد بالظواهر الآتية:

- ١- تعايش وتطور مشترك للأشكال الاعلامية القديمة والجديدة.
- ٢- تغير جذري متدرج للأشكال الاعلامية من القديمة الى الجديدة.
- ٣- انتشار السمات السائدة في الاشكال الاعلامية المختلفة بين بعضها بعضاً.
- ٤- بقاء اشكال اعلامية ومؤسسات في بيئات متغيرة.
- ٥- ظهور الاستحقاقات والحاجات الموضوعية لتبني اجهزة الاعلام الجديدة طبقاً (لفيدلر) فإن اهم ثلاث ادوات للتغير الجذري في مستحدثات الاعلام الجديد عبر مراحل تطور الاتصال الانساني هي اللغة المنطوقة، واللغة المكتوبة، ومن ثم اللغة الرقمية، التي مكنت من عملية الاتصال بين الآلة والانسان .

إن فهم دراسة تأثير وسائل الاعلام الجديد، وما أحدثته من آثار بالغة الأهمية في مجمل العملية الاتصالية، يستدعي إلقاء الضوء على أربعة متغيرات رئيسية لها علاقة بهذه الظاهرة هي^(٩):

أولاً: المتغير السياسي-الايديولوجي

والمرتبط بالتغيرات التي شهدتها الواقع الدولي، منذ انتهاء ما يسمى بالحرب الباردة، وانهييار جدار برلين، ابتداء من عام ١٩٨٩م، وما يشهده العالم الآن من محاولات اعادة التوازن للنظام الاعلامي السائد، ويمكن لهذا المتغير ان يتجسد على ارض الواقع اتصالياً من خلال ملامح متعددة ابرزها، شيوع العولمة، شيوع ظاهرة الارهاب، الديمقراطية والاصلاح.. الخ.

ثانياً: المتغير التقني (التكنولوجي):

ان عصر ثورة الاتصالات التي شملت ميادين وسائل الاتصال الجماهيري جميعها تقريباً، قد

مكنت هذه الوسائل توافق اختزال الابعاد والمسافات, واختراق الافاق بسرعة غير مسبوقة, مما مكنها من زيادة فرص نشر الثقافات والافكار والعقائد, وكذلك زيادة فرص الحوار والتبادل الحضاري بين الامم والشعوب, في الوقت نفسه مكن القوى المهيمنة والمتحكمة في مسارات هذه الثورة الاتصالية في بسط نفوذها وسيطرتها.

ثالثاً: المتغير الاقتصادي:

إن تحول المؤسسات الاعلامية والاتصالية الى مشاريع اقتصادية ضخمة, بحاجة الى استثمارات مالية كبيرة, ادى الى حصر ملكية هذه المشاريع او المؤسسات بالدول اولاً, او بإصحاب رؤوس الأموال وبالجهات التي تقف وراءهم, مما أثر بشكل او بآخر على مساحة (حرية التعبير), واعطى لوسائل الاعلام والاتصال كذلك دوراً أكبر في تكوين الانساق المعرفية والفكرية للمواطن العادي على حساب دور المؤسسات التكوينية والتربوية التقليدية مثل البيت, والمدرسة, وغير ذلك, فإن راس المال الذي يبحث عن الربح, كان قد حول هذه المؤسسات الى مشاريع اقتصادية- ايدلوجية تخدم مصالح وغايات قوى سياسية واقتصادية وثقافية, تعمل بالتنسيق والتناغم والدعم مع القوى الاقتصادية المالكة.

رابعاً: المتغير الاعلامي:

ان نشوء المجتمع المعلوماتي, قد مكن وسائل الاعلام والاتصال من التحول من ظاهرة تقديم الخدمات الاعلامية لمتلقي (السلبى) الى مشاركة فاعلة ومباشرة (ايجابية) من قبل المتلقي في اطار عملية الاتصال الجماهيري, مما اعطى لعناصر التركيبية الاجتماعية الفرصة في المساهمة في عملية اختيار واعداد وتخزين ونشر وتوجيه المعلومات والافادة منها, والمشاركة الفاعلة والمؤثرة في اطار عملية التبادل والتفاعل والحوار داخل المجتمع الواحد او مع المجتمعات والجماعات الاخرى.

هذه المتغيرات التي عكست البيئة الجديدة للتغيير على صعيد وسائل الاعلام والاتصال, اسهمت في تكريس سمات محددة للتكنولوجيا الجديدة, كان لها دور بارز في صياغة مضمون ومحتوى هذه الوسائل, ومن ابرز هذه السمات^(١٠):

- ١- التفاعلية: حيث يتبادل القائم بالاتصال والمتلقي الأدوار.
- ٢- التفتيت: ويعني تعدد الوسائل التي يمكن الاختيار من بينها لتلائم الافراد والجماعات.
- ٣- اللاتزامنية: وتعني امكان ارسال واستقبال الرسائل الاتصالية في الوقت المناسب للمتلقي.
- ٤- الحركة والمرونة: حيث يمكن تحويل الرسائل الجديدة الى اي مكان يتواجد فيه الفرد او الحدث.
- ٥- قابلية التحويل: حيث اتاح الاتصال الرقمي امكانية تحويل الاشارات المسموعة الى رسائل

مطبوعة ومصورة او بالعكس.

٦- الانتشار: ويعني تحويل الرسائل الجديدة الى رسائل ضرورية ووظيفية للفرد.

٧- الكونية: حيث اصبحت بيئة الاتصال عالمية تتخطى حواجز الزمان والمكان والرقابة.

من خلال ما تم ذكره من تأصيل نظري لظاهرة وسائل الاعلام الجديد وتأثيراتها، فأن الباحث يرى أن هنالك عدداً من النظريات الاتصالية المتعلقة بتأثير الوسيلة الاتصالية على زيادة تأثير المضمون او في استجابة المتلقي لها، هي مناسبة لتعزيز وتكوين الاطار النظري لهذه الدراسة

ولعل من ابرز هذه النظريات واهمها ما جاء به (مارشال مكلوهان) في نظريته التي طرحها منذ عام ١٩٦٧م^(١١)، والتي تحدث فيها عن اساليب النظر الى وسائل الاتصال باعتبارها:

أ- انها وسائل لنشر المعلومات والترفيه والتعليم.

ب- انها جزء من سلسلة التطور التكنولوجي للبشرية.

ج- انها امتداد للحواس الانسانية.

د- ان الوسيلة هي الرسالة الاتصالية بحد ذاتها.

هـ- ان هنالك وسائل اتصالية ساخنة ووسائل اتصالية باردة طبقاً لتفاعل المتلقي.

من هنا فقد خرج مكلوهان باستنتاجات عديدة في نظريته، ركزت بان الناس يتكيفون مع ظروف البيئة المحيطة بهم في كل عصر من خلال استخدام حواس معينة ذات صلة بنوع الوسيلة الاتصالية الشائعة او المستخدمة، وان وسائل الاتصال الالكترونية غيرت من توزيع الادراك الحسي او نسب استخدام الحواس طبقاً لطريقة التفكير والتصرف والادراك للعالم من حولنا من خلال التعامل مع هذه الوسائل كلاً حسب سماته وخصائصه، كذلك قدرة هذه الوسائل على اثاره التخيل بمستوى معين لدى المتلقي، ومدى قدرتها على خلق تفاعل مباشر معه، وذلك يمكن ان تقسم الى وسائل باردة ووسائل ساخنة، فالوسيلة الباردة درجة وضوحها منخفضة من حيث المعنى وتنقل معلومات قليلة وتحتاج الى جهد من جانب الجمهور لاستكمال التجربة (التخيل) او التفاعل، اما الوسيلة الساخنة فدرجة وضوحها مرتفعة وعلى درجة عالية من الفردية وتحتوي على قدر كبير من المعلومات المطلوبة^(١٢)، ويمكننا اليوم على ضوء هذه النظرة التي انطلقت منذ عام ١٩٦٧م، ان نقيم وسائل الاعلام الجديد، وان نبحت في آثارها وفعاليتها لدى المتلقي وعن دورها الذي تحدث عنه مكلوهان في زيادة الترابط والتفاعل بين الافراد، مما يجعلهم يشعرون بالانسجام بالتجارب الثقافية الشفهية المشتركة، وان الانسحاب او العزلة او الاقتصار على التفكير الفردي الانعزالي سوف لن يكون له وجود مع توفر الوسائل الجديدة للاتصال.

الا ان نظرة جديدة من (ريتشارد بلاك)^(١٣), احد علماء الاتصال الذي يرى ان مقولة مكلوهان وافكاره ونجاحه عن القرية الكونية لم تعد تناسب العصر وخاصة مع التطور المتسارع في وسائل الاتصال والمعلومات الذي حول هذه القرية التي كانت سائدة منذ مطلع الستينيات الى عقد التسعينيات الى مجرد (شظايا), وان العالم الان اقرب ويكون الى شكل البناية الضخمة التي تضم عشرات الشقق السكنية, ولكن كل ساكن يعيش في عزلة ولا يدري شيئاً عن جيرانه الذين يعيشون معه في نفس البناية, وبدلاً من ان يحدث الاندماج الثقافي بين الشعوب نجد انفسنا الان مستقطبين الى الاف المقاطعات المنزلة, حيث يستخدم كل فرد فيها وسيلته الخاصة ويطور اللغة التي تناسبه, وبالتالي تزداد الفروقات والتميز بين الافراد بدلاً من ترسيخ التماسك والدمج في أمة واحدة, كما ان الباحث يجد ان نظرية الحاجات والاشباع يمكن ان تخدم الاطار النظري لهذه الدراسة من كونها تركز على صياغة العلاقة بين حاجات الفرد واتجاهاته السلوكية وبين اشباع هذه الحاجات عن طريق بدائل مختلفة منها وسائل الاعلام, وطبقاً لفرضيات هذه الدراسة^(١٤), فإن المتلقي او جمهور وسائل الاعلام يسعى الى تحقيق هدف معين من خلال تعرضه للوسيلة الاعلامية, يتحدد بمدى حاجاته لاشباع حاجاته الفردية على صعيد تلقي المعلومات والافكار والابخار وغيرها, وان جمهور الوسيلة الاعلامية هو المسؤول عن اختيار ما يناسبه من وسائل طبقاً لحاجاته ورغباته وان وسائل الاعلام تدخل في منافسة مع مصادر الاشباع الاخرى للحصول على فرص اكبر في تغطية وتلبية هذه الحاجات, وبالتالي تأثير مضمون المادة الاعلامية المقدمة يعود الى السياق الاتصالي برمته ومن ذلك طبيعة الوسيلة الاعلامية او الاتصالية المستخدمة وقدراتها التأثيرية على الجمهور, ويؤثر على هذا الاختيار ومن ثم التأثير على احساس الفرد وبالانساق بين اهتماماته واتجاهاته, ومحتوى الوسيلة ذاتها واهتماماتها, لذلك فإن الاختيار الانتقائي^(١٥), بالنسبة للجمهور لهذه الوسيلة او تلك يتفق مع هذا الانسان او الرغبة بالحصول على الاشباع الكامل للحاجات المتحققة لديه, وهذا يعطينا بدون شكل اسباب اختيار وسيلة دون اخرى من قبل الجمهور.

كما يجد الباحث كذلك بأن نظرية (ترتيب الاوليات) قد تكون مناسبة لتعزيز الاطار النظري للدراسة من خلال كونها تتحدث عن مضمون وسائل الاعلام ودرجة زيادة وعي الجمهور بالقضايا التي يتناولها المضمون, وان ذلك يساعد الجماهير على التعرف على القضايا المهمة من بين عدة قضايا يقدمها ذلك المضمون, وبالتالي فإن آثار ذلك تنعكس على ترتيب اولويات الاهتمام بالقضايا التي يعرضها المضمون^(١٦).

وانطلاقاً مما تقدم فإن المتغيرات المؤثرة في عملية ترتيب الاولويات وزيادة وعي الجمهور بقضايا معينة تتحدد ب^(١٧):-

- ١- طبيعة القضايا المثارة.
- ٢- اهمية القضايا المطروحة.
- ٣- توقيت اثاره هذه القضايا.
- ٤- نوع الوسيلة الاتصالية المستخدمة وامكانياتها.
- ٥- المعدل الزمني او المدى الزمني لوضع الاولويات.
- ٦- تأثير الاتصال الشخصي في تحديد ذلك.

ثالثاً: الدراسة التجريبية:

١- تصميم استمارة البحث: تم تصميم استمارة الاستبيان على ضوء ما اسفر عنه الاطار النظري لهذا البحث, حيث عرضت فقرات الاستمارة في شكلها الاولي على الخبراء المختصين^(١٨), وتم تعديل الفقرات على ضوء ملاحظات لجنة الخبراء .

٢- اختيار العينة: جرى اختيار العينة بصورة عمدية او قصدية, من طلبة قسم الصحافة والاعلام في جامعة (البترا) في المملكة الاردنية الهاشمية, باعتبار ان طلبة هذا القسم من الشباب وهم معنيون اكثر من غيرهم بمتابعة والاهتمام بوسائل الاعلام الجديد ما يفرضه عليهم طبيعة دراستهم الجامعية واختصاصهم الاعلامي, ومن مجموع (٤٦٠) طالب وطالبة في مرحلتي البكالوريوس والماجستير يشكلون مجموع الطلبة في القسم, خلال اجراء الدراسة تم اختيار عينة مكونة من ١٢٠ طالب وطالبة, وتوزيع استمارات الاستبيان عليهم, وقد وردت (١٠٠) استمارة مطابقة للمعايير العلمية اخضعت للتحليل باعتبارها مستوفية للشروط وبما يشكل نسبة ٧٣,٢١% من العينة الكلية .

٣- تفسير النتائج: (التوزيع التكراري لإجابات عينة الدراسة) حسب البيانات الشخصية التي طلبت من العينة, كان مجموع الذكور (٥٥) طالب وبنسبة (٥٥%) من المجموع والاثان (٤٥) طالبة وبنسبة (٤٥%), اما الاعمار التي خضعت للدراسة فقد كانت على الشكل التالي:

جدول (١) توصيف العينة حسب العمر

المرتبة	النسب المئوية	التكرارات	الفقرات
1	43%	43	18-22 سنة
2	31%	31	22-26 سنة
4	11%	11	26-30 سنة
3	15%	15	30 سنة فأكثر
	100%	100	المجموع

وكان مجموع طلبة البكالوريوس ٨٠ طالب وطالبة, اما الماجستير فكان مجموعهم ٢٠ طالب وطالبة.

جدول (٢) ما هي وسائل الاعلام الجديد التي تتابعها؟ (يمكن اختيار اكثر من وسيلة واحدة)

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفقرات
1	21,48%	54	الانترنت
3	85,17%	20	القنوات الفضائية
2	78,26%	30	شبكات التواصل الاجتماعي
4	16,7%	8	الخدمات الاعلامية عبر المحمول
-	-	لا يوجد	اخرى تذكر
	100%	112	المجموع

اذ احتلت شبكة الانترنت المرتبة الاولى من وسائل الاعلام الجديد التي يتابعها طلبة الجامعة وبنسبة ٢١,٤٨% من العينة, فيما كانت شبكات التواصل الاجتماعي بالمرتبة الثانية وبواقع ٨٧,٢٦% من العينة, فيما كانت الخدمات الاعلامية المقدمة عبر الهاتف المحمول بالمرتبة الاخيرة وبنسبة ١٦,٧% وهذا يمكن ان يرجع الى التكلفة العالية لهذه الخدمات .

جدول (٣) ماهي المدة التي تقضيها يوميا في متابعة هذه الوسائل

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفقرات
1	42%	42	نصف ساعة-ساعة واحدة
2	35%	35	ساعتان-ثلاث ساعات
3	23%	23	ثلاث ساعات فأكثر
		100	المجموع

كانت النسبة الاكبر وبواقع ٤٢% هي التي تتابع هذه الوسائل يوميا من نصف ساعة - ساعة واحدة, فيما كانت ٣٥% تتابع الوسائل من ساعتان الى ثلاث ساعات يوميا .

جدول (٤) هل تتابع البرامج والاحداث السياسية المقدمة عبر هذه الوسائل

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفقرات
2	38%	38	دائماً
1	59%	59	احياناً
3	3%	3	كلا
	100%	100	المجموع

اوضحت النتائج ان ٥٩% من العينة تتابع احيانا البرامج والاحداث السياسية المقدمة عبر هذه الوسائل , فيما كان هنالك ٣٨% يتابع بشكل دائم هذه البرامج وهي نسبة تعد جيدة بالمقارنة مع اهتمامات الشباب الحالية .

جدول (5) اذا كان الجواب دائماً او احياناً, ما هي اسباب متابعتك لها (يمكن اختيار اكثر من خيار واحد)

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفقرات
1	54,48%	50	معرفة ما يدور في البيئة المحيطة
2	14,29%	30	زيادة المعلومات وحب الاطلاع
3	67,10%	11	قضاء وقت الفراغ بشيء مفيد
5	85,4%	5	المساعدة في اتخاذ قرار حول الموضوع المطروح
4	83,5%	6	التواصل مع الآخرين
6	97,0%	1	اخرى تذكر
	100%	103	المجموع

كان سبب معرفة ما يدور في البيئة المحيطة من احداث هو السبب الرئيسي لمتابعة هذه الوسائل من قبل العينة واحتل المرتبة الاولى وبنسبة 54,48%, اما زيادة المعلومات وحب الاطلاع فقد كان بالمرتبة الثانية وبنسبة 14,29%, فيما كانت الاسباب الاخرى مثل السرعة والانسية في متابعة الاخبار بالمرتبة الاخيرة وبنسبة 97,0% .

جدول (6) هل تعتقد ان وسائل الاعلام الجديد تؤدي وظائفها بشكل جيد في مجال الاعلام (يمكن اختيار اكثر من خيار واحد)

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفقرات
1	62,31%	37	توفير مساحة اكبر لحرية التعبير عن الآراء
3	64,25%	30	رفع المستوى الثقافي للمتلقين
4	96,11%	14	تعلم مهارات جديدة في التواصل مع الآخرين
2	22,28%	33	زيادة الوعي بالأحداث الجارية
5	56,2%	3	اخرى تذكر
	100%	117	المجموع

تعتقد نسبة 62,31% من العينة ان هذه الوسائل الجديدة قد زادت من مساحة حرية التعبير عن الآراء بالمقارنة مع الوسائل التقليدية او القديمة, فيما يعتقد 22,28% بأن هذه الوسائل زادت من مستوى الوعي بالأحداث الجارية, فيما اعطى 56,2% من العينة لتعزيز ثقافة الشباب العربي وظيفة جيدة لهذه الوسائل وقد كان ذلك بالمرتبة الاخيرة .

جدول (7) هل تعتقد ان هذه الوسائل زادت في مستوى وعيك السياسي بالأحداث الجارية؟

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفقرات
1	50%	50	نعم
2	48%	48	الى حد ما
3	2%	2	كلا
	100%	100	المجموع

اعطى ٥٠٪ من العينة بأن هذه الوسائل زادت من مستوى الوعي السياسي لديهم، فيما كان ٤٨٪ منهم يعتقد انها الى حد ما قد زادت من مستوى ذلك، فيما رفض ٢٪ ان يكون لهذه الوسائل دوراً في زيادة مستوى الوعي السياسي لديهم.

جدول رقم (٨) في اي الأحداث الجارية حصل هذا (يمكن اختيار اكثر من فقرة)

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفقرات
3	17,27%	53	الأحداث المحلية
2	38,35%	69	الأحداث الإقليمية
1	45,37%	73	الأحداث العالمية
	100%	195	المجموع

كانت الأحداث العالمية هي اكثر الأحداث الجارية التي زادت الوعي السياسي للعينة وبنسبة ٤٥,٣٧٪، اما الأحداث الإقليمية فقد كانت بالمرتبة الثانية وبنسبة ٣٨,٣٥٪، اما الأحداث المحلية فقد احتلت المرتبة الاخيرة وبنسبة ١٧,٢٧٪ .

جدول رقم (٩) فيما يتعلق بالحدث المحلي، هل زاد وعيك السياسي في موضوع؟

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفقرات
1	89,33%	20	رفع الاسعار
2	53,30%	18	مكافحة الفساد
1	89,33%	20	الانتخابات البرلمانية
3	69,1%	1	اخرى تذكر
	100%	53	المجموع

كان الموضوع رفع الاسعار والانتخابات البرلمانية في الأردن نفس الترتيب حيث احتلت هذه الاحداث المرتبة الاولى وبنسبة ٨٩,٣٣٪ مكرراً، اما مكافحة الفساد فقد كان في المرتبة الثانية وبنسبة ٣٥,٣٠٪، فقد كان لمشاكل الشباب بالمرتبة الاخيرة وبنسبة ٦٩,١٪ من العينة التي اختارت الاحداث المحلية الاردنية وكان لها اختيار اكثر من فقرة .

جدول رقم (١٠) فيما يتعلق بالحدث الاقليمي، هل زاد وعيك السياسي في موضوع؟

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفقرات
1	61,47%	40	الربيع العربي
2	76,29%	25	الاحداث الراهنة في سوريا
3	11,13%	11	الأحداث الجارية في مصر
4	95,5%	5	الأحداث الجارية في العراق
5	57,3%	3	اخرى تذكر
	100%	84	المجموع

احتل ما يسمى بالربيع العربي المرتبة الاولى بالأحداث الاقليمية التي تعتقد العينة ان مستوى وعيها السياسي قد زاد فيها بنسبة ٦١,٤٧%, اما الاحداث الراهنة في سوريا احتلت المرتبة الثانية بنسبة ٧٦,٢٩%, فيما كان لأحداث ليبيا المرتبة الاخيرة وبواقع ٥٧,٣% من العينة .

جدول رقم (١١) فيما يتعلق بالحدق العالمي, هل زاد وعيك السياسي في موضوع:

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفقرات
4	261,15%	14	دور الامم المتحدة في حل النزاعات الدولية
2	17,27%	25	الأزمة الاقتصادية العالمية
3	47,18%	17	الهيمنة المتزايدة للأمم المتحدة الامريكية على السياسة الدولية
5	55,6%	6	بروز قوى سياسية دولية جديدة
1	60,32%	30	مناطق التوتر والنزاع في العالم
/	/	/	اخرى تذكر
	100%	92	المجموع

احتلت مناطق التوتر والنزاع في العالم المرتبة الاولى من بين المواضيع التي تعتقد العينة بان مستوى وعيها السياسي قد زاد حولها وبنسبة ٦٠,٣٢%, اما الازمة الاقتصادية العالمية فقد كانت بالمرتبة الثانية وبنسبة ١٧,٢٧% من العينة, اما موضوع بروز قوى سياسية دولية جديدة ومؤثرة في السياسة الدولية فقد احتل المرتبة الاخيرة وبنسبة ٥٥,٦% من العينة المختارة .

جدول (١٢) هل ان تأثرك بما تقدمه هذه الوسائل تحت ترجمته الى:

المرتبة	%	التكرار	الفقرات
2	92,25%	28	محاولة فهم القوى التي تقف وراء هذه الأحداث
3	88,13%	15	اتخاذ موقف ايجابي بالمساهمة بايجاد حلول لها (كتابة مقالات على شبكة التواصل مثلاً)
1	74,40%	44	الرغبة في الحصول على معلومات اكثر
4	59,17%	19	تنمية المسؤولية لديك في توعية الآخرين
5	87,1%	32	اخرى تذكر
	100%	108	المجموع

يعتقد ٧٤,٤٠% من العينة بأن تأثرهم بهذه الاحداث قد تمت ترجمته الى الرغبة في الحصول على معلومات اكثر منها, اما ٩٢,٢٥% فهم قد أكدوا على محاولة فهم القوى التي تقف وراء هذه الأحداث, فيما لو يوضح ٨٧,١% من العينة ما هي الوسائل التي يقترحونها لترجمة تأثرهم بهذه الوسائل التي اثرت على مستوى وعيهم السياسي .

نتائج البحث:

- ١- ان وسائل الاعلام الجديد تحظى بمتابعة دائمة ومستمرة من قبل الشباب وبخاصة البرامج السياسية فيها في ظل اهتمامات مختلفة ومتباينة لفئة الشباب في الوقت الراهن .
- ٢- كانت شبكة الانترنت بما تتضمنه من أنشطة اعلامية واتصالية بالمرتبة الاولى من حيث اهتمام ومتابعة الشباب .
- ٣- كانت من الاسباب الرئيسية لمتابعة هذه الوسائل من الشباب معرفة ما يدور في البيئة او العالم المحيط وزيادة المعلومات وحب الاطلاع .
- ٤- ان هذه الوسائل توفر للشباب مساحة اوسع للتعبير عن الآراء وحرية اكبر في تناول المعلومات وتبادلها مع الآخرين .
- ٥- ان ٥٠% من العينة المختارة اجمعت على ان هذه الوسائل زادت من مستوى الوعي السياسي بالأحداث الجارية لديهم .
- ٦- كانت الاحداث العالمية الراهنة بالمرتبة الاولى من حيث الاهتمام تلتها الاحداث الاقليمية ومن ثم المحلية .
- ٧- فيما يتعلق بالأحداث العالمية كان التركيز على مناطق التوتر والنزاع في العالم وعلى الأزمة الاقتصادية العالمية .
- ٨- فيما يتعلق بالأحداث الاقليمية كان الاهتمام بما يسمى بأحداث الربيع العربي ومن ثم الأحداث الجارية في سوريا .
- ٩- اما الأحداث المحلية فقط كان اهتمام الشباب الاردني منصباً على رفع اسعار المواد الاساسية والانتخابات البرلمانية ومن ثم مكافحة الفساد ومشاكل الشباب وعلى اولوياتهم موضوع البطالة .

هوامش البحث

- ١- عبدالله الزين الحيدري، الاعلام الجديد: النظام والفوضى، مجلة الاعلام، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ٣٣ع، يناير-يونين، ٢٠٩، ص ٢٤٣ .
- ٢- بشير البرغوثي، النظام الاعلامي الجديد، دار رؤى للنشر، عمان، ٢٠٠٤، ص ١٢ .
- ٣- د. عبد الكريم الديبسي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام، دراسات، مجلة العلوم الانسانية، الاجتماعية، الجامعة الاردنية، عمان، ١٤، شباط، ٢٠١٣، ص ٦٩ .
- ٤- محمد بن هلال، الاعلام الجديد ورهان تطوير الممارسة السياسية، مجلة المستقبل العربي، بيروت، ٣٩٦٤، ٢٠١٢، ص ١٩٨ .
- ٥- د. عبدالله الزين، مصدر سابق، ص ٢٤٥ .
- ٦- د. عباس مصطفى صادق، الاعلام الجديد: المفاهيم والرسائل والتطبيقات، دار الشرق، عمان، ٢٠٠٨، ص ٣٧ .
- ٧- المصدر السابق، ص ٣٩ .
- ٨- د. سعيد صالح كاتب، الاعلام القديم والاعلام الجديد، المدينة المنورة للطباعة والنشر، جدة، ٢٠٠٢، ص ٤٦ .
- ٩- د. انتصار ابراهيم ود. صفد حسام، الاعلام الجديد: تطور الاداء والوسيلة والوظيفة، الدار الجامعية للطباعة، بغداد، ٢٠١١، ص ١٢ .
- ١٠- د. عباس مصطفى صادق، مصدر سابق، ص ٢٤ .
- ١١- د. حسن عماد مكاي، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية للنشر، القاهرة، ٢٠٠٨، ص ٢٧٤ .
- ١٢- المصدر السابق، ص ٢٧٨ .
- ١٣- د. محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، ٢٠٠٤، ص ٢٥٥ .
- ١٤- المصدر السابق، ص ٢٨٧ .
- ١٥- د. يسرى خالد ابراهيم، نظريات الاتصال، دار النهرين، بغداد، ٢٠١٠، ص ١١٢ .
- ١٦- د. محمد عبد الحميد، مصدر سابق، ص ٣١٠ .
- ١٧- د. يسرى خالد، مصدر سابق، ص ٨٦ .
- ١٨- تألفت اللجنة من أ.د تيسير ابو عرجة رئيس قسم الصحافة والاعلام في جامعة البترا والدكتور محمد صاحب سلمان والدكتور عبد الكريم الديبسي التدريسيان في القسم المذكور.