

الشباب بين وسائل الإعلام التقليدية ونماذج الإعلام الجديد

د. نصير صالح بو علي

كلية الاتصال/ جامعة الشارقة

مستخلص

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على العادات والأنماط المتعلقة باستخدام الطلبة في جامعة الشارقة لوسائل الإعلام التقليدية ونماذج الإعلام الجديد، والإشباع المتحققة جراء كثرة الاستخدام لكل نماذج الاتصال القديمة والجديدة. وقد استخدم الباحث أداة الاستبيان على عينة عشوائية قوامها ٤٠٠ مفردة من الشباب الجامعي في جامعة الشارقة بكلياتها المختلفة. وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، أهمها أن القراءة والمطالعة التقليدية لدى شريحة الطلبة تفوقت إلى الوراء، فلم يعد الطلبة يهتمون بقراءة الصحيفة الورقية مثلما كان أسلافهم يفعلون. وما يقال عن عادات القراءة التقليدية يمكن أن يقال عن عادات الاستماع للراديو، حيث تصدعت هذه العادة، بل انهارت، وهي تشهد الآن ميلاً كبيراً نحو الانخفاض. أما فيما يخص مشاهدة التلفزيون فقد أوضحت النتائج ارتفاع حقل المشاهدة التلفزيونية لدى شريحة الطلبة الجامعيين التي لم تتأثر بالإنترنت أو "الويب سات"، بل تشهد ميلاً نحو الارتفاع مع ظهور القنوات الخاصة والمتخصصة وانتشارها. وفيما يخص تأثير وسائل الاتصال عامة في التحصيل الدراسي، أوضحت الدراسة أن كثرة استخدام وسائل الإعلام والاتصال التقليدية والجديدة لدى مفردات العينة تركت آثارها الإيجابية والسلبية على مستويات التحصيل الدراسي للطلبة في جامعة الشارقة. وقد اتضح أن التأثيرات السلبية كانت أكثر من التأثيرات الإيجابية، وشملت: تدني مستوى التحصيل المعرفي للطلبة، وتقلص حجم مذاكرة الدروس، والتأخر في النوم، وغياب الاهتمام بالفعاليات الأكاديمية، وغياب الانضباط في الصف وفي إعداد البحوث الصفية، وكثرة التغيب غير المبرر عن المحاضرات، بالإضافة إلى أن هذه الوسائل الجديدة قد خلقت جيلاً من الطلبة اكتسب ثقافة تقنية لا تفيد كثيراً في التراكم الثقافي والتاريخي والمعرفي في المجتمع، ومقابل ذلك اكتسب من خلالها مهارات فنية عالية، وجعلته يميل أكثر إلى السكون والإمتالية.

Young People between Traditional Media and New Media

Dr. Nassir Salah Bouali
College of Communication
University of Sharjah

Abstract

This Research based on an empirical study and tested the hypothesis of transition effects on a sample of young people in Sharjah University and trying to identify a new form of Media which is based on the production of new types of habits and patterns and their cultural impact. Recently, New Media appeared to refer to new types of Communication using the Internet. It's enormous in the exchange of Information. The new Media contains multiple forms, including the form in which users produce by them to refer the entry of a new area of Media in which exchange of roles between the Sender and the recipient.

This study is trying to identify a new form of Media Web used (Press online or only Press online, Digital Radio and the Web-Sat) and to compare these with Traditional Media (Newspapers, Classic Radio and the Analogical TV). Why the University Students like, the Traditional Media or the new Media?

In the conclusion New Media is the main actor which constructs specific concepts relating to identify. Most of the time Universities Students Used for the famous Media such as Digital TV or Media Interactivity. This is influenced by the latest on the educational achievement of students.

المفاهيم الأساسية

الإعلام التقليدي "الصحيفة الورقية، الراديو التقليدي والتلفزيون"، نماذج الإعلام الجديد "الصحافة الإلكترونية، راديو الإنترنت، تلفزيون الويب".

مقدمة

تتنافس وسائل الإعلام والاتصال فيما بينها لدى المتلقين أو المستعملين على مستوى عادات الاستخدام وأنماطه، وهذا التنافس بين وسائل الإعلام يكون محتدماً في بعض الأحيان عندما تظهر إلى الوجود وسيلة إعلامية جديدة، فهذا الظهور الجديد قد يؤدي إلى ارتباك في عادات وسلوكيات ألفتها المتلقي جراء الاستخدام المتكرر لبعض الوسائل السابقة لهذه الوسيلة الجديدة. وقد قال مارشال ماك لوهان (Marshal Mac-luhan) عن هذه المواجهة بين وسائل الاتصال: إنها ليست بالشيء الحديث، وإنما أخذت طابعاً خاصاً لها في الستينيات من القرن العشرين، عندما قدّم بعض الأطروحات عن الأثر الذي يمكن أن تحدثه الصحافة المسموعة والمرئية (يقصد في ذلك الوقت الراديو والتلفزيون) في أنماط التفكير والسلوك لدى جيل هذه الوسائل. ويرى هذا الباحث أن كل وسيلة إعلامية حديثة النشأة قد تحدث ارتباكاً في محيطنا النفسي وتفرض علينا نمطاً خاصاً من التصور والتفكير. كما اعتبر أن اللغة المكتوبة التي أصبحت جماهيرية بفعل دخول الطباعة كانت هي الحزام الذي تنتقل عبره الثقافة من جيل إلى آخر^(١). وقد أحدثت الوسائل المسموعة والمرئية (الراديو والتلفزيون) عند ظهورها في العشرينيات والستينيات من القرن الماضي ارتباكاً في بعض العادات والأنماط التي رسّخها المكتوب (المطبوع: الكتاب أو الجريدة أو المجلة) في المجتمع سابقاً، وأعاد الراديو والتلفزيون بناء أنماط ثقافية أخرى هشة، تقوم على الأحادية في التفكير والتصوّر، وعلى الامتثالية والسكون لدى المشاهد أو المستمع^(٢). ولا شك في أن وسائل الإعلام الحديثة والمعاصرة المرتبطة بالتكنولوجيا الرقمية قد غيرت في عادات القراءة

والمطالعة التقليدية، حتى إن بعض الباحثين يتساءلون اليوم بحسرة عن الموت المرتقب للقراءة الورقية التقليدية في ظل المنافسة الشرسة لوسائل الإعلام الجديدة. فوسائل الاتصال الحديثة يمكن أن تنقل معظم المعارف التي ينقلها الكتاب؛ فهي تستعمل الصورة والصوت، وبإمكانها أن تستعمل الحرف المكتوب، لكن القراءة الورقية لها ميزات خاصة، والقراءة الإلكترونية لها ميزات خاصة أيضاً. وكل وسيلة لها طابع خاص، فمثلاً البرنامج التلفزيوني يخضع لعالم المكان والزمان، فلا يمكن مشاهدة التلفزيون في أي مكان، ولا في أي لحظة، وهذه عوائق لا نجدها في الكتاب، إلا أن التلفزيون أقرب إلى فهم المشاهد وقلبه. فالبرنامج التلفزيوني يخاطب العين والقلب والأذن قبل أن يخاطب العقل، وهو يخاطب لغة الحواس قبل أن يدخل إلى الفكر. لذلك قد نجد أن الإقبال على التلفزيون يأتي من هذه السهولة في دخول عالمه. أما الكتاب فإنه يستعمل الرموز المكتوبة وهي رموز تجريدية تتطلب من القارئ شيئاً من الجهد والمشاركة. يقول المفكر الإيطالي أمبرتو إيكو (Eco Umberto): "القراءة عملية تتطلب جهداً خاصاً، فالنص المكتوب آلة كسلى تتطلب من القارئ جهداً كبيراً وتعاوناً متواصلًا لملء الفراغات وجلب التذكارات الموجودة في النص".^(٣) وقد أكد أندري جان تودسك في كتابه تاريخ الوسائل الإلكترونية أن سرعة تمركز التلفزيون في الولايات المتحدة الأمريكية وإنجلترا واليابان أدت إلى الظن أن الإذاعة سائرة نحو الزوال، ولوحظ حقاً أن سمعة الإذاعة كانت سائرة في تناقص خلال المدة التي ظهر فيها التلفزيون (لم تقع هذه المدة في وقت واحد بالنسبة إلى مختلف البلدان والمجتمعات). وكان اقتحام التلفزيون على الأصح تحدياً أوجب على الإذاعة أن تغيّر عاداتها وأساليبها مستفيدة بدورها من التطور التكنولوجي.^(٤) وقد عرفت عادات الاستماع للإذاعة أول وأشد انحطاط لها أمام التلفزيون طبعاً منذ بداية السبعينيات، حينما أدمجت محطات الإذاعة بمحطات التلفزيون، ولذلك

كانت شركة سي بي إس (CBS) تكسب زيادة على قطاعها التلفزيوني سبع محطات إذاعية كبرى تبث يومياً على مدى أربع وعشرين ساعة. وهذا الدمج ضاعف نشاط المحطات الإذاعية، الأمر الذي جعل قنوات التلفزيون تستحوذ على دوائر البث التي كانت تعتمد عليها الإذاعة سابقاً. إن التكامل و/أو التناظر بين الوسائل الاتصالية وتقليص عادات استخدامها وتوسعها لدى الأفراد هو الذي بلور إشكالية هذه الدراسة.

أولاً - مشكلة الدراسة: منذ أن ظهر التلفزيون في الخمسينيات من القرن الماضي وسؤال التكامل و/أو التناظر بين الوسائل الاتصالية يعاد إحيائه من جديد. فعندما تم اكتشاف التلفزيون في الخمسينيات من القرن الماضي كوسيلة إعلامية جديدة تعتمد على قوة الصورة والصوت والحركة قيل حينها إن هذا "العلاق الخجول" سيقضي على الراديو (المذياع) وإمبراطورية الصحافة المطبوعة. وطرح آنذاك العالم الكندي مارشال ماك لوهان، صاحب نظرية الحتمية التكنولوجية في الإعلام، مفاهيم اتصالية جديدة تبين العلاقة الوثيقة بين هذه الوسائل التي قد يحدث ظهور إحداها إرباكاً شديداً في نفوس المتلقين، لكن سرعان ما يتلاشى هذا الارتباك عندما يخرج المستخدم (المتلقي) من مرحلة الانبهار والدخول في مرحلتي الثبوت والاستقرار.

فمفاهيم مثل الوسائل الباردة والوسائل الساخنة هي التي توضح علاقة المتلقي بالوسائل التقليدية والوسائل الحديثة والمعاصرة ومنها النماذج الجديدة لما أصبح يسمى: "الإعلام الاجتماعي" أو "الإعلام الجديد" أو "إعلام المواطن" أو "الشبكات الافتراضية"،... إلخ. ويثير الإعلام الجديد منذ ظهوره إشكاليات عدة، كما يفرض مجموعة من التحديات على أكثر من صعيد، وتعتبر قضية التعارض و/أو التكامل بين الإعلام الجديد والقديم واحدة من القضايا الجدلية التي أثارها، ولاتزال، اهتمام علماء الإعلام والاتصال والمهتمين بهذا الحقل المعرفي المهم. إذ يبرز في هذا الشأن اتجاهان: أحدهما يرى أن الإعلام الجديد هو إعلام المستقبل الذي لن يكون فيه مكان لوسائل الإعلام التقليدية (الصحيفة الورقية، والراديو التقليدي والتلفزيون). والثاني يرى إمكانية التعايش جنباً إلى جنب بين جميع نماذج الإعلام والاتصال قديمها وحديثها، وذلك على غرار ما حدث على امتداد تاريخ هذه الوسائل، حيث لم يلغ الجديد القديم كلياً، وإن أثر فيه على نحو متفاوت بين وسيلة

وأخرى. وبالرغم من صعوبة الاتفاق على تحديد مفهوم واضح لهذا المتغير الإعلامي الجديد الذي أحدث بالفعل ثورة في المحتويات الاتصالية التفاعلية والمتنوعة، إذ أصبح المواطن في العالم العربي منذ عام ١٩٩٥ يستخدم عدداً كبيراً من الشبكات الاجتماعية، وفقاً لما تؤكدته الدراسات الميدانية التي أجريت حتى الآن، فإنه في مقابل ذلك ثمة ملاحظة علمية تقول إن العادات والأنماط المتعلقة باستخدام الوسائل التقليدية (الصحيفة الورقية، والراديو التقليدي والتلفزيون) بدأت تتقهقر وتفقد شيئاً من بريقها اللامع. ومع تنوع محتويات الإعلام الجديد وجنوحه المطلق نحو الحرية جاءت أهمية هذه الدراسة التي تحاول الكشف عن استخدامات الطالب الجامعي لهذا الفضاء في بيئة محافظة، هي إمارة الشارقة في دولة الإمارات العربية المتحدة، في محاولة لمعرفة الأزمنة الإعلامية الأربعة "زمن القراءة، وزمن الاستماع، وزمن المشاهدة، وزمن الاستخدام الذي يرتبط بفضاء الإنترنت والإعلام الافتراضي"، ومدى تكاملها و/أو تنافرها لدى المستخدمين الشباب. وتنطلق الدراسة من هذا السؤال المحوري: هل ستقضي نماذج الإعلام الجديد (الصحافة الرقمية، ورايو الإنترنت وتلفزيون الويب) من حيث الاستخدام لدى الطلبة على الأزمنة الإعلامية الأخرى: زمن قراءة المطبوع (الصحيفة الورقية)، وزمن الاستماع للراديو التقليدي، وزمن المشاهدة التلفزيونية الكلاسيكية؟ هذا السؤال يقود حتماً إلى البحث عن المصادر الجديدة للثقافة والمعلومات والتسلية ومدى تأثيرها في التحصيل الدراسي للطلبة.

ثانياً - فرضيات البحث:

الفرضية الأولى: ينجذب الشباب اليوم إلى صحافة الإنترنت أو الصحافة الإلكترونية الفورية ونماذج الإعلام الجديد أكثر بكثير من وسائل الإعلام الأخرى التقليدية لعنصر التفاعل المباشر الغائب نسبياً في الوسائل التقليدية.

الفرضية الثانية: إن العلاقة بين نماذج سلوك الشباب الجامعي والإعلام الجديد في الحياة اليومية أوضح من علاقة سلوك أولئك الشباب مع وسائل الإعلام التقليدية لعوامل ترتبط بالسرعة في الحصول على المعلومات والفورية في التلقي والآنية،... إلخ.

الفرضية الثالثة: تعزز نماذج الإعلام الجديد في الشباب الجامعي نوعاً من الثقافة التقنية الفرعية التي لا تفيد كثيراً في التراكم الثقافي والتاريخي والمعرفي في المجتمع، وهذا كله على حساب ثقافة المطبوع بصفة عامة.

ثالثاً- أهداف البحث: تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف، أهمها:

* محاولة معرفة العادات والأنماط المتعلقة باستخدام الشباب الجامعي في دولة الإمارات العربية المتحدة لنماذج الإعلام الجديد من مثل "الصحافة الإلكترونية الفورية" و"راديو الإنترنت" و"تلفزيون الويب"، وغيره من نماذج الإعلام الشبكي الافتراضي.

* محاولة معرفة العوامل المؤدية إلى ذلك، والإشباع المحققة المعرفية جراء هذا الاستخدام.

* محاولة معرفة الانعكاسات التي يحدثها الإعلام الجديد في درجة التعرض للوسائل الإعلامية التقليدية: قراءة الصحيفة الورقية، والاستماع للراديو التقليدي، والمشاهدة التقليدية للتلفزيون.

محاولة معرفة مجالات التأثير المختلفة التي تحدثها محتويات الإعلام الجديد في المتلقي/الطالب، والكشف عن التأثير المتعدي في التحصيل الدراسي.

اختبار بعض المتغيرات الذاتية والاجتماعية ذات العلاقة بالاستخدام، وقد تم الاعتماد على متغيرين أساسيين في البحث، هما: النوع: ذكور/إناث، والتخصص الأكاديمي؛ لما لهما من أهمية في هذه الدراسة المقارنة.

رابعاً - أهمية الدراسة: تتحدد أهمية هذه الدراسة في قياس حجم استخدام جمهور الطلبة لنماذج الإعلام الجديد ومقارنته بحجم استخدام وسائل الإعلام التقليدية، وذلك باستخدام أهم مقياس من مقاييس النزعة المركزية، وهو معادلة المتوسط الحسابي (Equation of Arithmetic Average). لقياس: متوسط قراءة الصحيفة في اليوم، ومتوسط الاستماع للراديو في اليوم، ومتوسط مشاهدة التلفزيون في اليوم، ومتوسط تصفح

الصحافة الفورية في اليوم، ومتوسط استخدام راديو الإنترنت في اليوم، وأخيراً متوسط استخدام مواقع التلفزيونات في اليوم.

خامساً - الدراسات السابقة: يتضح أن الإعلام الجديد ليس بثأً أحادياً وتلقياً إجبارياً مثل ما كانت تتسم به نظم الإعلام القديم، ولكنه تفاعل يختار الناس فيه احتياجاتهم، ويشاركون فيه في الوقت ذاته ليس بالرأي فقط، ولكن بإعلام شخصي خاص بكل فرد على حدة أيضاً. إن الدراسات السابقة في هذا المجال تنمو بوتيرة بطيئة في العالم العربي خاصة. وركز بعض الباحثين في الموضوع على الجوانب المتعلقة بالتطورات في تكنولوجيا الاتصال، وبعضهم اعتمد على المداخل الاجتماعية أو السياسية لدراسة ظاهرة الإعلام الجديد، وبعضهم الآخر يركز على منظور الاستخدامات والإشباعات *Uses and Gratifications*.

وتأتي هذه الدراسة لتسلط الضوء على العادات وأنماط الاستخدام والتأثيرات المحتملة في شريحة الشباب الجامعي. وعلى الرغم من إدراك أهمية الإعلام الجديد في الوقت الراهن وتنامي هذا الإدراك، فإن الجهود المكثّسة لدراسته، ولاسيما في المنطقة العربية، لاتزال محدودة مقارنة بتلك المكثّسة لدراسة الإعلام القديم أو التقليدي، فالأبحاث العلمية التي أنجزت في هذا الحقل الجديد لم تغط مختلف الجوانب المتصلة به بعد، ولاسيما على مستوى ملاحظة التغير المفاجئ في حركية العادات والأنماط من إعلام قديم إلى إعلام جديد، كما أنها ليست على مستوى التغيّرات المتسارعة على مستوى العادات الجديدة غير المؤلفّة سابقاً التي تحدث على صعيد الإعلام الجديد.

ويمكن استعراض أهم نتائج بعض الدراسات السابقة التي لها صلة قريبة بالموضوع وفق التقسيم الجغرافي الآتي:

أ. الدراسات الغربية: تعددت اهتمامات الغربيين بالدراسات الخاصة بالإعلام الجديد وتقصي علاقة الجمهور بمضامينه، ومن ذلك دراسة (Zebra, 2003)^(٥) في الولايات المتحدة الأمريكية التي سعت إلى التعرف على دوافع التعرض للأخبار المزودة بالوسائط المتعددة، وانتهت إلى أن الأفراد يفضلون التعرض للأخبار التي تحتوي على هذه الوسائط

أكثر من تلك التي لا تزود بهذه الوسائط، كما كشفت الدراسة عن علاقة إيجابية بين التعرض لنماذج الإعلام الجديد، وزيادة التعرض للأخبار بصفة عامة، فالمبحوثون يتعلمون من الأخبار التي تحتوي على الصوت والفيديو أكثر مما يتعلمونه من الأخبار النصية فقط، كما أشارت الدراسة إلى أن اهتمام المبحوثين بالقصص الإخبارية من أبرز الدوافع لنقرهم (Clicking) على خاصية الوسائط المتعددة المتضمنة في تلك الأخبار. وركزت الدراسات في المجتمعات الغربية، وخاصة في الولايات المتحدة الأمريكية، على الاستخدامات والإشباع التي تحققها شبكة الإنترنت ونماذج الإعلام الجديد في شرائح المجتمع، ولاسيما الشباب الجامعي. وقد توصل بابا شريسي وروبين (Papacharissi & Rubin, 2000)^(٦) في دراستهما إلى أن مستخدمي الإنترنت يستعملون الشبكة للحصول على المعلومات وقضاء الوقت وتحقيق المنفعة الذاتية والتفاعلية. وهذه النتيجة لها علاقة بمنظور الإشباع والرغبات وليس الاستعمالات. من جهة أخرى أكدت دراسة كو (KO, 2000)^(٧) أن استخدام الإنترنت يشجع الهروب الاجتماعي، ويستخدم أداة لقضاء الوقت والتواصل الاجتماعي. كما أكدت دراسة أخرى (Floyd, 1996 & Kaye Johnson, 2001) أن الإنترنت تشبع حاجات المستخدم من الأخبار والمعلومات والتواصل الاجتماعي والتنشئة الاجتماعية والتعارف والتواصل الاجتماعيين. وهي تقريبا النتيجة نفسها التي توصل إليها الباحثان كورغانكار وولين (Korgaonkar & Woolen, 1999)^(٨) في دراستهما عن الإشباع المحققة جراء استخدام الإنترنت. وأكد كل من كاتز وأسبادن وبيترسون (Katz Asp Aden & Peterson)^(٩) أن أهم استخدام للإنترنت يتمثل في البريد الإلكتروني حيث يقضي الشباب أوقاتاً كبيرة في اليوم في الاتصال بعضهم ببعض عن طريق البريد الإلكتروني (الإيميل). وهي النتيجة نفسها التي توصل إليها روزالاس (Rosales 2001)^(١٠)، حيث أكد في دراسته أن أغلبية المبحوثين يستخدمون البريد الإلكتروني بصفة دائمة، وأن أكثر من ثلثي الشباب يستخدمون المواقع الإلكترونية لأكثر الصحف الأمريكية، ما يعني الموت المرتقب للصحافة الورقية. وتؤكد معظم الدراسات التي أجريت في الغرب اهتمام شريحة الشباب بنماذج الإعلام الجديد، ومنها قراءة أخبار الصحافة الإلكترونية الفورية، والاطلاع على المواقع، وتصميم المدونات، وكذلك التسلية والهروب من الروتين والتواصل مع الآخرين... إلخ، ما يعني

أن مرحلة الانبهار بنماذج الإعلام الجديد قد انتهت في المجتمع الغربي، وبدأ المجتمع هناك يكوّن عادات جديدة لها علاقة بهذا المتغير الاتصالي الجديد. وسعت دراسة (Kevin Andrew Cheatham, 2012) ^(١١) إلى التعرف على عادات استماع الشباب الجامعي الأمريكي لمحطات راديو الإنترنت ورايو إف إم. وقد قام الباحث بإجراء دراسته الاستطلاعية للحصول على معلومات عامة توضح عادات الاستماع والموسيقى التي يفضل الشباب الاستماع لها من خلال إذاعة Blaze FM الخاصة بجامعة The Valdosta State University، وذلك بالتطبيق على عينة قوامها ١٤٠ مفردة، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، منها أن ثلث أفراد العينة تفضل الاستماع للموسيقى من خلال MP3 Players، وأن ١٥% منهم يستمعون لها من خلال الهاتف الخليوي، فيما تفضل نسبة قليلة جداً (١٠%) الاستماع لها من خلال الراديو التقليدي.

ب. الدراسات العربية: أما بالنسبة إلى المنطقة العربية، وعلى الرغم من الانتشار السريع لشبكة الإنترنت وتنامي ظاهرة الإعلام الجديد وأهمية انعكاساتها، ولاسيما على شريحة الشباب الجامعي، فإن المقاربات البحثية حول عادات الاستخدام وأنماطه لاتزال قليلة ونادرة في بعض الأحيان، وخاصة على مستوى الانتقال المفاجئ من عادات تركزت مع الوسائل التقليدية إلى عادات وأنماط جديدة مع المتغير الاتصالي الجديد. تناولت دراسة (المتولي، ٢٠٠٥) (١٢) من مصر، طبيعة المواقع الإلكترونية التابعة للفضائيات العربية ومدى اختلافها عن الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية واختلاف المضامين التي توفرها هذه المواقع عن غيرها من وسائل الاتصال الأخرى، وذلك بالتطبيق على بعض المواقع العربية، بما فيها كل من مواقع قنوات: "الجزيرة" و"المستقبل"، و"اقرأ". وانتهت الدراسة إلى اتفاق كل من موقع قناتي: "اقرأ" و"المستقبل" في نشر مواعيد البرامج، في حين قدم موقع قناة "اقرأ" بعض المقترحات من البرامج التي تقدمها هذه القناة مع إحالة المتصفح إلى مواعيد بثها.

أما موقع "الجزيرة" فقد أتاح أشكال التفاعل الاتصالية كافة، وهو ما ركزت عليه دراسة (فهيم، ٢٠٠١) (١٣) من خلال محاولتها تفصي أشكال التفاعلية التي تتيحها المواقع الإخبارية على الإنترنت، بما فيها مواقع محطات إذاعية تشجع المتلقي على الانتقاء والتفاعل مع المواد المنشورة عليها، وانتهت إلى أن المواقع المدروسة قد حققت في بعض الأحيان أدنى درجات التفاعلية بين القارئ والنصوص الخبرية، ولم تحققه في بعض الأحيان الأخرى. وفي السياق نفسه اهتمت دراسة (محسب، ٢٠٠٨) (١٤) من تونس بكيفية قياس تفاعلية المواقع الإخبارية التلفزيونية على الإنترنت، وتوصلت إلى تساوي كل من موقعي قناة الجزيرة و CNN في استخدام الصوت والفيديو في تقديم المضمون الإخباري، غير أن موقع الجزيرة لا يقدم البث المباشر لهذه المضامين، وإن نصّ على ذلك في موقعه، في حين يحرص موقع قناة CNN على تقديم ذلك، ومن ثم فقد حصل على نسبة ١٠٠% فيما يتعلق باستخدام الوسائط المتعددة، في حين حصل موقع قناة الجزيرة على ٧٥% بالإضافة إلى أن قناة CNN كانت أكثر اعتماداً على البث الحي كماً وكيفاً. وإن كانت هذه الدراسات قد اهتمت بجانب المحتوى فإن دراسة (د. بدران، ١٩٩٦) (١٥) قد ركزت على عينة من الشباب الأردني للتعرف على كيفية تعاملهم مع وسائل الاتصال وتأثرهم بهذه الوسائل، وكذلك التعرف على آرائهم في محتواها بهدف فهم سلوكياتهم الاتصالية، وركزت أسئلة هذه الدراسة على الوسائل الاتصالية التي يتعرض لها الشباب في الأردن، وحجم التعرض والمضامين الاتصالية التي يتعرض لها الشباب في الأردن، والإشباع التي يحققونها منها، ومدى تعامل الشباب الأردني مع تقنيات الحاسوب المرتبطة بالطرق السريعة للمعلومات، ومدى استعدادهم للتعامل معها مستقبلاً. وقد أكدت الدراسة أن الشباب في عمّان (الأردن) يتعرض لمختلف وسائل الاتصال بشكل نشط يومياً، وأن هذا التعرض يتسم بالتنوع، حيث يشمل معظم

وسائل الاتصال الجماهيرية، وعلى رأسها التلفزيون الذي تشاهده فئة معتبرة من الشباب لمدة ثلاث ساعات أو أكثر يومياً، كما يقبل الشباب على وسائل الاتصال المطبوعة أيضاً، سواء الصحف اليومية أو المجالات الأسبوعية المحلية. وسعت دراسة (ذويبي نور الدين، ٢٠١٢) (١٦) إلى التعرف على عادات قراءة الصحافة الورقية وأنماطها في الجزائر في ظل تنامي ظاهرة الصحافة الإلكترونية الفورية، بالتطبيق على عينة قوامها ٣٠٠ مفردة من الشباب بصفة عامة، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، منها: أن أكثر من نصف العينة تعتبر التلفزيون المصدر المفضل للحصول على الأخبار، وأن مواقع التلفزيونات ما هي إلا وسائل مكّلة، وأن القراءة من الصحافة الورقية تشهد وتراجعاً كبيراً لدى فئة الطلبة الجامعيين.

ج - الدراسات الخليجية: أجرى الباحثان محمد عايش ومحمد مسعود قيراط دراسة تحت عنوان: الإنترنت والشباب في دولة الإمارات العربية المتحدة،^(١٧) للنظر في إشكالية تفاعل الشباب الإماراتي مع الإنترنت، من حيث أنماط الاستخدام ودوافعه في المجالات الإعلامية والثقافية، وكيفية نظر الشباب إلى الإنترنت، سواء كانت نظرة إيجابية أو سلبية، وإمكانات الإبداع والتطور، والاستفادة من هذه التكنولوجيا الجديدة. وقد شملت عينة الدراسة ٥١٩ مفردة، منها ٢٠١ من الذكور و٣١٢ من الإناث، تتراوح أعمارهم ما بين ١٤ سنة و٢٩ سنة، وغطت العينة كل إمارات الدولة، وكان الغالبية العظمى من المبحوثين من شريحة الطلاب. وخلصت الدراسة إلى جملة من النتائج، منها: أن علاقة المبحوثين بالإعلام الجديد قصيرة (من سنتين إلى ثلاث سنوات)، وأن شبكة الإنترنت متوافرة في البيت بنسبة معتبرة لدى المبحوثين، حيث إن نسبة قليلة جداً هي تلك التي تستخدم الإنترنت في مقهى الإنترنت، وأن أكثر من نصف المبحوثين يستخدمون الإنترنت من ساعة إلى ساعتين يومياً، وأنهم يستخدمونها في المساء؛ أي خارج أوقات العمل وعادة

بشكل منفرد. ولم تختلف هذه الدراسة عن سابقتها؛ حيث جاء البحث عن المعلومات على رأس القائمة، ثم استخدام البريد الإلكتروني بنسبة معتبرة تفوق ٦٠%، بالإضافة إلى التسلية، والمساعدة في المنهج الدراسي والموسيقى والبحث العلمي والدرشة وبنسب متفاوتة. وقد أفرزت دراسة محمد مسعود قيراط عن الأنماط الاستهلاكية لوسائل الإعلام لدى الشباب، وهي دراسة مسحية لطلبة جامعة الشارقة،^(١٨) معطيات مهمة عدة تتعلق بتعامل الشباب الجامعي مع وسائل الإعلام المختلفة، سواء كانت تمثل الإعلام التقليدي القديم (صحف، ومجلات، وإذاعة وتلفزيون)، أو إعلام جديد (وعلى رأسه الإنترنت). وقد أثبتت الدراسة أن هناك إقبالاً على الصحف من قبل الشباب، حيث جاءت جريدة الخليج في المرتبة الأولى، تلتها جريدة البيان فجريدة الاتحاد. كما يطالع المبحوثون جريدتهم المفضلة كل أيام الأسبوع، ويطالع القراء عادة الأخبار السياسية، ثم القضايا الاجتماعية، ثم الرياضة،... إلخ. كما يقبل الشباب، بحسب هذه الدراسة، على قراءة المجلات، وجاء على رأس المجلات: "مجلة زهرة الخليج" و"كل الأسرة" و"سيدتي" و"الصدى"، وسبب هذا الاختيار يعود إلى كون معظم المبحوثين إناثاً (٧٨%). وتشير النتائج المتعلقة بتعرض الشباب الجامعي للمحطات الإذاعية إلى أن الإذاعات المفضلة لدى الشباب هي إذاعة الشارقة في المرتبة الأولى، ونور دبي في المرتبة الثانية، ورايو الرابعة في المرتبة الثالثة. إن أهم ما يميز تعرض الشباب الجامعي للقنوات التلفزيونية هو تفضيلهم القنوات العامة وقنوات التسلية على القنوات الأخرى، أما المحتويات فقد أوضحت الدراسة اهتمام الطلبة بالقضايا الاجتماعية والقضايا السياسية والتسلية والأزياء ثم الموضوعات العلمية، ويحدد الشباب الجامعي نقاط ضعف القنوات الفضائية المحلية في: كثرة الإعلانات، وتكرار البرامج في أكثر من قناة، وكثرة البرامج والمسلسلات غير الهادفة. أما نتائج الدراسة الخاصة بالإنترنت فتشير دراسة محمد

قيراط إلى استخدام الشباب الجامعي الشبكة العنكبوتية مدة زمنية معتبرة من ساعتين إلى خمس ساعات في اليوم، وهو استخدام كبير نسبياً له انعكاسات أخرى قد تكون سلبية على المستخدم أو المبحر (Navigate). وتشير الدراسة بصفة عامة إلى أن الشباب الجامعي في دولة الإمارات العربية المتحدة يتعرض بانتظام لوسائل الإعلام التقليدية والإعلام الجديد، وأنه يتفاعل مع الإنترنت بكثافة معتبرة وبطريقة فعالة وإيجابية من خلال الشبكات الاجتماعية والمشاركة في المنتديات والمدونات وغير ذلك. وأوضحت الدراسة أن الشباب يتعرض للإعلام الإلكتروني والإنترنت أكثر من الإعلام المطبوع والمسموع (التقليدي). وتوصل الباحثان (نجم والرواس، ٢٠٠٨)^(١٩) في دراستهما عن استخدامات الإنترنت لدى فئة الطلبة من مختلف كليات جامعة السلطان قابوس إلى النتائج الآتية: يستخدم الطلاب الصحافة الإلكترونية عبر الإنترنت للاطلاع على الأخبار والمعلومات، ونادراً ما يستخدم هؤلاء الطلبة الصحف الورقية. وعن إيجابيات الإنترنت يرى أكثر من نصف المبحوثين أن الدور الإيجابي للإنترنت يتمثل في التواصل مع الآخرين والتسلية، وأكد ربع المبحوثين أن الإنترنت تساعد في الهروب من المشكلات اليومية التي يعانيها المواطن، وأكدت النتائج من جهة أخرى أن أكثر من نصف المبحوثين يقرؤون الصحف على الشبكة، ويتابعون الأخبار على موقع الجزيرة وموقع قناة أبوظبي الإلكتروني وقناة عمان.

وأوضحت دراسة (عبد الصادق حسن عبد الصادق، ٢٠١٣)^(٢٠) عن دوافع استخدام الشباب الجامعي في الجامعات البحرينية لإذاعات الإنترنت أن أكثر من نصف مفردات العينة يستمعون لإذاعات الإنترنت أكثر من نصف ساعة في اليوم، وقد جاءت إذاعة راديو سوا في مقدمة إذاعات الإنترنت التي يحرص الشباب الجامعي على الاستماع لها، تلتها إذاعة "إم بي سي" في المرتبة الثانية، ثم إذاعة مونتي كارلو الدولية (Monte Carlo International) في المرتبة الثالثة.

وقد لاحظ الباحث وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً في معدل استخدام الشباب الجامعي الخليجي بالجامعات في مملكة البحرين لإذاعة الإنترنت والدوافع المتعلقة بهذا الاستخدام، كما توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً في معدل استخدام الشباب الجامعي الخليجي بالجامعات في مملكة البحرين لإذاعة الإنترنت والإشباع المترتبة بهذا الاستخدام.

د - التعليق على الدراسات السابقة: يلاحظ الباحث تركيز معظم الأدبيات السابقة على نماذج الإعلام الجديد، أو المواقع الإخبارية على الإنترنت في إطار وظيفي يركز بصفة أساسية على استقصاء استخدامات الجمهور لها. بعضها يركز على الإنترنت كمتغير إعلامي جديد وبعضها الآخر تناول علاقة الجمهور براديو الإنترنت، أو علاقة الجمهور بالإعلام الإلكتروني عموماً. أما الدراسات التي تناولت تكنولوجيا الوسائط المتعددة فقد قامت بذلك في سياق جملة من المتغيرات الأخرى ولم يتم تفصيلها على نحو مستقل، فضلاً عن تركيز هذه الدراسات على مدى إتاحة المواقع الإلكترونية لـ"التفاعلية" من عدمه، وأشكال التفاعلية المتاحة. ويكاد يغيب عن مجمل الأدبيات السابقة التي أتيج للباحث الاطلاع عليها، تفصي علاقة الجمهور بكل وسائل الاتصال التقليدية أو الجديدة، سواء في السياق المعرفي أو الممارساتي، وهو ما سعت هذه الدراسة إلى تحقيقه. وقد أفادت الدراسات السابقة في صياغة مشكلة البحث وفهم متغيرات الدراسة بصورة واضحة، كما أفادت في بلورة الإطار النظري للدراسة، وهو مدخل العادات والأنماط وكيفية توظيفها بما يخدم الدراسة، بالإضافة إلى تحديد نوع الدراسة والمنهج المستخدم وأداة جمع البيانات.

سابعاً - المنهجية وأدوات البحث:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج المسحي الوصفي أساساً من خلال عينة من الشباب الجامعي. أما الأدوات المستخدمة في هذا البحث فهي

أداة الاستبيان التي وُزعت على عينة من جمهور طلبة جامعة الشارقة. وجرت دراسة الجمهور في هذا السياق بقصد استكشاف اهتمامات الطلبة تجاه وسائل الإعلام بصفة عامة، سواء كانت من وسائل الإعلام التقليدية أو من نماذج الإعلام الجديد.

مجتمع الدراسة الميدانية وعينته: يعتبر الشباب الجامعي من الفئات الاجتماعية الأكثر شغفاً باستعمال وسائل الإعلام المختلفة التقليدية والجديدة، كما أثبتت ذلك الكثير من الدراسات الميدانية التي أجريت لهذا الخصوص. كما أن هذه الفئة من المجتمع أكثر تقبلاً وتأثراً وانبهاراً بالمحتويات الإعلامية، سواء كانت من الإعلام التقليدي أو نماذج الإعلام الجديد.

فاستعمال هذه الوسائل يعد أمراً طبيعياً إذا ما عرفنا الخبرات الحياتية والجموح المستقبلي لهذه الفئة وقدرتها على التمرد على العادات القديمة التي ألفتها مع بروز كل جديد من هذه الوسائل. ولأن الدراسة تهتم بمعرفة علاقة طلبة جامعة الشارقة بوسائل الإعلام المختلفة لتحديد الاتجاه نحو التقليدية أو نحو نماذج الإعلام الجديد، تم اختيار هذه الفئة الأكثر تعرضاً وتأثراً بوسائل الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، وذلك في إمارة الشارقة وبالضبط في أكبر جامعة فيها، وهي جامعة الشارقة بدولة الإمارات العربية المتحدة. وقد تم اختيار طلبة جامعة الشارقة لاعتبارات كثيرة تتعلق بخصوصية هذه الجامعة من الناحية العلمية والثقافية والحضارية وغيرها. تتمثل عينة البحث في هذه الدراسة في عينة عشوائية بسيطة لفئة الطلبة بهذه الجامعة، وضمت ٤٠٠ مفردة من مختلف كليات الجامعة، وهي على التوالي: كلية الاتصال، وكلية الشريعة والدراسات الإسلامية، وكلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، وكلية إدارة الأعمال، وكلية الهندسة، وكلية العلوم الصحية، وكلية القانون، وكلية الفنون الجميلة والتصميم، والكليات الطبية. وقد تم تحديد هذا الرقم (٤٠٠ مفردة) بناء على جملة من

العوامل مثل درجة التجانس في المجتمع الأصلي. وهذا الرقم، كما أعتقد، يؤدي هذه الوظيفة، ولاسيما أن هناك من يرى أنه إذا زاد العدد في الدراسات الميدانية عن ٨٠٠ مبحوث فإنه لا يؤدي إلى نتائج إضافية في البحث. (٢١) وبلغ العدد الإجمالي لطلبة جامعة الشارقة خلال الفصل الخريفي من السنة الحالية (٢٠١٣ - ٢٠١٤) ١٢٣٩٦ طالباً مسجلين في كليات الجامعة. (٢٢)

أداة الدراسة الميدانية: تم اعتماد الاستبانة أداة رئيسية لجمع المعلومات من أفراد العينة في هذه الدراسة، وذلك لغرض التحقق من أهداف الدراسة والإجابة عن فرضياتها، وهذه الأداة تتسجم مع طبيعة البحث الحالي. وعلى هذا الأساس قمنا بتطوير الاستبانة بعد أن اطلعنا على عدد من الدراسات والبحوث والنظريات المتعلقة باستخدامات الأفراد لوسائل الإعلام.

المعالجة الإحصائية: استخدمت الدراسة المعاملات اللازمة للحصول على التكرارات الخاصة بمتغيرات الدراسة ونسبها، وتكوين الجداول العامة والمركبة، مع اعتبار النوع (ذكور/إناث) والتخصص الجامعي متغيرين رئيسيين في هذه الدراسة. وقد تم الاعتماد على هذين المتغيرين النوع والكلية (التخصص العلمي) لما لهما من أهمية قصوى في المفاضلة والاختيار بين محتويات وسائل الإعلام الجديدة أو القديمة ومضامينها، إذا ما قورن الأمر بالمتغيرات الأخرى كالسن والإقامة والفروق الاجتماعية. وقد تم استخدام المعاملات الإحصائية الآتية:

- الأوزان الترجيحية (Weighting Balance) للتعرف على ترتيب أغراض استخدام المبحوثين لوسائل الاتصال الجديدة أو القديمة.

- المتوسطات الحسابية (Arithmetic Averages) لمعرفة حجم الاستخدام لكل وسيلة ومقارنته بالأحجام الأخرى لمعرفة أيهما يستقطب إليه الشباب أكثر من حيث زمن الاستخدام أو الكثافة: الإعلام التقليدي أم الإعلام الجديد أم وسائل الإعلام القديمة أو الجديدة؟

- اختبار بيرسون (Pearson chi- Square Test) لاختبار العلاقة بين متغيرين اثنين على متغير واحد.

نتائج الدراسة:

أولاً- مجتمع البحث والخصائص الديمغرافية للمبحوثين:

أجريت هذه الدراسة الميدانية على عينة من طلبة جامعة الشارقة، وذلك في الفترة الواقعة بين شهري أبريل "تيسان" ومايو "آيار" ٢٠١٣، وشملت الدراسة ٤٠٠ مفردة من الطلبة. وقد تم استخدام أسلوب العينة العشوائية البسيطة؛ لإعطاء جميع مفردات البحث الفرص المتكافئة نفسها للظهور في العينة. ويطبق هذا الأسلوب عادة في حالة كون المجتمع المدروس متجانساً ومتكافئاً في جميع خصائصه، وهو ما تمت ملاحظته في مجتمع الدراسة وفي كليات الجامعة كافة، أخذاً في الاعتبار تقارب بعض الاختصاصات، إذ أدمجت في بعضها بعضاً للتقارب أو التشابه. أجري المسح على عينة الدراسة وفق نظام الحصة (Quota) المنتظمة "٧٠ استمارة لكل قطب اختصاص"، وبالتساوي أيضاً مع المتغير الرئيسي، وهو النوع "٣٥ استمارة لكل نوع". وقد حدثت بعض التغييرات على مستوى التوزيع، فألغيت استمارات عديدة لعدم توافر شرط النزاهة في الإجابة، وحتى يكون التوزيع منتظماً ويعيداً عن الصعوبات والعراقيل.

توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغيري النوع والتخصص "المتغيران الأساسيان في الدراسة"

النوع الكلية	طلاب		طلبات		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
الاتصال	٣٠	(%16,48)	٤٠	(%18,34)	٧٠	(%17,50)
الفنون الجميلة	٣٥	(%19,23)	٣٥	(%16,05)	٧٠	(%17,50)
الشريعة والدراسات الإسلامية والقانون	٣٠	(%16,48)	٣٠	(%13,76)	٦٠	(%١٥)
الأدب واللغات والعلوم الإنسانية والاجتماعية	٢٩	(%15,93)	٣٦	(%16,51)	٦٥	(%١٦,٢٥)
الطب، والأسنان والصيدلة	٢٣	(%12,63)	٤٢	(%19,26)	٦٥	(%16,25)
الهندسة	٣٥	(%19,23)	٣٥	(%16,05)	٧٠	(%17,50)
المجموع	١٨٢	(%100)	٢١٨	(%100)	٤٠٠	(%100)

يتضح من خلال بيانات الجدول أعلاه أن عينة الدراسة تتكون من ٤٠٠ مفردة، ٥٤,٥% طالبات و ٤٥,٥% طلبة ذكور. وتتقارب نسبة الطالبات مع الطلبة في جميع مفردات العينة وفي كليات الجامعة كافة. ويعبر هذا التقارب منطقياً عن التزايد الطفيف للطالبات في الجامعة خلال المواسم الدراسية للسنوات الأخيرة إذا ما قورنت هذه النتيجة بالطلبة الذكور. والفرق في النوع ليس ذا دلالة إحصائية. أما عن جنسية أفراد العينة فجاءت دولة الإمارات العربية المتحدة في المرتبة الأولى بنسبة ٥٢% وبعدها جنسيات مختلفة من الدول العربية وينسب مقاربة تتراوح بين ٥% و ٩%. أما بالنسبة إلى متغير الحالة الاجتماعية فأغلبية مفردات العينة (٩١%) من العزّاب.

معدلات استخدام الشباب الجامعي لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة

انطلقت الدراسة في أديباتها من مدخل العادات والأنماط والعوامل المؤدية إلى استخدام وسائل الإعلام التقليدية ونماذج الإعلام الجديد من قبل الشباب الجامعي متمثلاً في الدراسة بطلبة جامعة الشارقة. وقد كشفت الدراسة عن النتائج الآتية:

١. عادات القراءة من الصحافة الورقية: كشفت نتائج الدراسة عن أن أغلب مفردات العينة (٦٩%) يقرؤون الصحافة الورقية بصفة دائمة، ويعتبر هذا مؤشراً مهماً ومنتظراً من شريحة الطلبة الجامعيين، في حين أجاب ٢٨,٣% من أفراد العينة بأنهم يقرؤون الصحافة الورقية أحياناً، وتشير هذه النسبة إلى تذبذب وتيرة القراءة لدى هؤلاء الطلبة. وكشفت الدراسة عن أن الذين لا يقرؤون إلا نادراً هم أقلية من حيث العدد بنسبة ١% فقط.

أوضحت الدراسة أن الطالبات يقرأن الصحافة الورقية بشكل دائم ومنتظم أكثر من الطلاب. وكشفت الدراسة عن أن الذين لا يقرؤون الصحافة إلا نادراً هم من الطلبة الذكور. وتؤكد هذه النتيجة أن القراءة بصفة عامة تقهقرت إلى الوراء لدى شرائح المجتمع كافة بما فيها شريحة الطلبة، ولاسيما الذكور.

أوضحت الدراسة أن ٢٩,٣% من طلبة كليات الطب يقرؤون بشكل دائم، وجاء هؤلاء الطلبة في المرتبة الأولى من حيث أهمية القراءة لديهم بالمقارنة مع طلبة التخصصات

الأخرى. يأتي في المرتبة الثانية طلبة الشريعة والدراسات الإسلامية والقانون بنسبة ٢٦%، واحتل طلبة الآداب واللغات والعلوم الإنسانية المرتبة الثالثة بنسبة ٢٠,٢%، ثم طلبة كلية الاتصال في المرتبة الرابعة بنسبة ١٥,٢%. وكشفت الدراسة عن أن طلبة التخصصات المتبقية (الفنون والهندسة والمجتمع) لا يقرؤون إلا بنسب ضعيفة جداً. كشفت الدراسة عن أن المتوسط الحسابي لحجم القراءة لدى مفردات العينة يساوي ٦٠ دقيقة في اليوم، وهو متوسط ضعيف، خاصة بالنسبة إلى طلبة الجامعة الذين يفترض فيهم أن يكونوا على صلة وثيقة بعالم المطالعة. وما يمكن استنتاجه هو أن كمية القراءة تشهد في السنوات الأخيرة ميلاً كبيراً ومحسوساً نحو الانخفاض، وهي كما أوضحت الدراسة تستقر في أدنى المعدلات. جاءت صحيفة الإمارات اليوم في مقدمة الصحف المطبوعة الورقية التي يحرص طلبة جامعة الشارقة على قراءتها واحتلت المرتبة الأولى، تلتها صحيفة البيان في المرتبة الثانية، ثم صحيفة الخليج في المرتبة الثالثة، ثم صحيفة الاتحاد في المرتبة الرابعة، ما يشير إلى اهتمام الطلبة في جامعة الشارقة بالصحف الإماراتية الكبرى، بالمقارنة بالصحف الأخرى غير الإماراتية. كشفت الدراسة عن أن دافع "طرح قضايا المجتمع الإماراتي والخليجي" هو الدافع الأقوى لقراءة الصحف الورقية، حيث جاء هذا الدافع في المرتبة الأولى، يليه دافع "التميز بالإخراج الجيد" في المرتبة الثانية، ثم "شمولية المواضيع" في المرتبة الثالثة. ويمكن استنتاج أن الدوافع النفعية جاءت في مقدمة الدوافع مقارنة بالدوافع المهنية الأخرى كالجرأة والموضوعية والمواكبة والمصادقية، فهذه ليست من الدوافع المهمة لدى أكثر مفردات العينة.

عادات الاستماع للراديو التقليدي: كشفت الدراسة عن أن أغلب مفردات العينة بنسبة ٧٦% لا يستمعون للراديو إلا نادراً، وأن ٢١,٦٨% يستمعون له أحياناً، بينما يستمع عدد قليل من الطلبة، بحسب ما تكشف عنه الدراسة، للإذاعة التقليدية بشكل دائم. وتدل هذه النتيجة على تراجع عادات الاستماع للراديو التقليدي بصفة عامة وفي المجتمعات كلها.

لم يكشف متغير النوع عن نتائج ذات دلالة إحصائية، على اعتبار أن معظم الطلبة ذكوراً وإنثاءً لا يستمعون للإذاعات المسموعة التقليدية إلا نادراً أو أحياناً. وكشفت الدراسة عن أن هناك نزعة مركزية سالبة تجاه الإحجام عن سماع الراديو التقليدي، سواء بالنسبة إلى

الذكور أو الإناث وفي كليات الجامعة كافة. كشفت الدراسة عن أن المتوسط الحسابي لحجم الاستماع للراديو التقليدي لدى مفردات العينة يساوي أقل من نصف ساعة في اليوم، وهذا الحجم يدل على أن عادات سماع الراديو لدى الطلبة تصدعت هي الأخرى، ولم تعد تحظى بالاهتمام. جاءت إذاعة أبوظبي للقرآن الكريم في مقدمة الإذاعات التي يحرص الطلبة على الاستماع لبرامجها واحتلت المرتبة الأولى، ثم جاءت إذاعة الشارقة في المرتبة الثانية، ثم إذاعة "أبوظبي كلاسيك إف. إم" في المرتبة الثالثة من حيث الأهمية. وتدلل هذه النتيجة على ارتباط بعض مفردات العينة بالإذاعات التقليدية الخليجية مقارنة بالإذاعات الأخرى.

كشفت الدراسة أن دافع "ربط الذات بالمحيط" هو الدافع الأقوى عند الاستماع للراديو التقليدي، حيث جاء في المرتبة الأولى، يليه دافع "الترفيه والتسلية" في المرتبة الثانية، ثم جاء دافع "توسيع دائرة الاستفادة من الثقافات" في المرتبة الثالثة، ودافع "تعزيز القيم" في المرتبة الرابعة. وهذه الدوافع مجتمعة تعبر عن تمسك الطلبة عموماً في جامعة الشارقة بهويتهم الثقافية، بالإضافة إلى الرغبة في التسلية والترفيه، والراديو قد يحقق هذه الرغبة بنجاح في أوقات الفراغ خاصة.

٢. عادات مشاهدة التلفزيون (المشاهدة الكلاسيكية): كشفت الدراسة عن أن أغلب مفردات العينة (٩٠%) تقريباً يشاهدون برامج التلفزيون بشكل دائم ومنتظم، وربما كل أيام الأسبوع، وكشفت الدراسة عن أن ٨٠,٦٢% فقط يشاهدون التلفزيون أحياناً، وأجاب عدد قليل منهم (٢,٥٣%) بأنهم نادراً ما يشاهدون برامج التلفزيون. وتعكس هذه النتيجة حقيقة أصبحت معروفة لدى الخاص والعام، وهي أن مشاهدة برامج التلفزيون أصبحت تجربة يومية ومنتظمة. كما تدل هذه النتيجة على أن مشاهدة التلفزيون لم تتأثر بفعل الاستخدام المتنامي للإنترنت، بل ارتفعت مع ظهور الفضائيات الخاصة والمتخصصة. كشفت الدراسة عن أن كلا الجنسين يشاهد التلفزيون بنسب مرتفعة، إما دائماً وإما أحياناً، ولم تسفر الدراسة عن فروق جوهرية بينهما. أوضحت الدراسة أن معظم مفردات العينة، وفي تخصصات الجامعة كافة، يشاهدون

التلفزيون بشكل دائم مع تسجيل بعض الفروقات بين كلية وأخرى. ومعنى هذا أن التلفزيون كوسيلة اتصال وإعلام مازال يجذب إليه الجمهور وبكثافة معتبرة، سواء بالنسبة إلى الذكور أو الإناث أو حتى التخصص. فمشاهدة التلفزيون أصبحت تجربة يومية ومنتظمة لدى جميع شرائح المجتمع، وهذا ما أثبتته الدراسات السابقة في المجال. كشفت الدراسة عن أن المتوسط الحسابي لحجم مشاهدة التلفزيون لدى مفردات العينة هو ثلاث ساعات وثلاثين دقيقة في اليوم، ويُعدّ هذا المتوسط مؤشراً كبيراً إلى الإقبال على مشاهدة برامج التلفزيون، حيث لم نحصل على هذا المتوسط الكبير عند دراسة متوسط القراءة (الصحيفة) والاستماع (الراديو). كشفت الدراسة عن أن قناة أبوظبي الأولى جاءت في مقدمة القنوات التلفزيونية الفضائية التي تحرص مفردات العينة من طلبة جامعة الشارقة على مشاهدة برامجها، واحتلت المرتبة الأولى، تلتها قناة الشارقة في المرتبة الثانية، ثم قناة الجزيرة الرياضية، التي صار اسمها منذ مطلع عام ٢٠١٤ (Bein Sports)، في المرتبة الثالثة، ثم قناة الظفرة في المرتبة الرابعة، ثم قناة "سما دبي" في المرتبة الخامسة. وتدل هذه النتائج على أن طلبة جامعة الشارقة يولون اهتماماً معتبراً للفضائيات الخليجية بالمقارنة مع الفضائيات الأخرى، وتحتل قناة الجزيرة الرياضية أهمية قصوى لدى الطلبة الذكور نظراً إلى طبيعة المادة الإعلامية التي تقدمها هذه القناة لجمهورها، وهي الرياضة. كشفت الدراسة مرة أخرى عن أن دافع ربط الذات بالمحيط هو الدافع الأقوى عند مشاهدة برامج التلفزيون بالنسبة إلى مفردات العينة من طلبة جامعة الشارقة، حيث جاء هذا العامل في مقدمة الدوافع وراء المشاهدة، يليه دافع "الترفيه والتسلية" في المرتبة الثانية، ثم جاء دافع "توسيع دائرة الاستفادة من الثقافات" في المرتبة الثالثة، و"تعزيز القيم المحلية" في المرتبة الرابعة.

٣. عادات استخدام الصحافة الإلكترونية: كشفت الدراسة عن أن نسبة ٣٩,١٤% من مفردات العينة يستخدمون الصحافة الإلكترونية بشكل دائم في تعاملهم مع الأحداث والوقائع. وأن نسبة ٣٨,٨٨% يستخدمونها أحياناً، في حين اتضح أن نسبة ٢١,٨% من مفردات العينة لا يستخدمون الصحافة الإلكترونية إلا نادراً. وتوحي هذه النتيجة بأن الصحافة الإلكترونية تتوسع يوماً لتصبح ظاهرة اجتماعية عادية، كما تدل على أن حقل الصحافة الفورية في توسع مستمر بين شرائح المجتمع. كشفت الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مفردات عينة الدراسة من حيث متغير النوع، فلا يختلف الذكور عن الإناث في استخدام الصحافة الإلكترونية بشكل دائم، فالفرق ضئيل نسبياً. كشفت الدراسة في المقابل عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب في جامعة الشارقة فيما يخص العلاقة بين استخدامات الصحافة الإلكترونية ومتغير التخصص العلمي. فقد اتضح أن أغلب الذين يستخدمون الصحافة الإلكترونية بشكل دائم هم من طلبة كلية الاتصال، حيث بلغت نسبتهم ٣٥,٤٨% مقارنة بالنسب الأخرى. والفرق هنا بين التخصصات دال إحصائياً، حيث بلغت قيمة T -test النظرية أعلى من ٢٠% بين بعض التخصصات (الاتصال والفنون الجميلة على سبيل المثال). كشفت الدراسة عن أن المتوسط الحسابي لحجم استخدام الصحافة الإلكترونية لدى مفردات العينة هو ساعة وست عشرة دقيقة في اليوم. وهذا المتوسط يوحي بأنه ينمو ويكبر مع مرور الأيام. كشفت الدراسة عن أن موقع صحيفة البيان الإلكترونية جاء في مقدمة مواقع الصحف الإلكترونية التي يحرص طلبة جامعة الشارقة على استخدامها أكثر من غيرها. يليها موقع صحيفة "الإمارات اليوم" في المرتبة الثانية، ثم موقع صحيفة الشرق الأوسط في المرتبة الثالثة، ثم موقع صحيفة الخليج في المرتبة الرابعة. ويبقى للخصوصية المحلية دائماً دور مهم في عملية الاستخدام لوسائل الإعلام عموماً.

أوضحت النتائج أن دافع "اهتمام الصحف بأحداث بلدي السياسية والاجتماعية والثقافية" هو الدافع المنفرد والأقوى وراء استخدامات طلبية جامعة الشارقة للصحف الإلكترونية أو مواقع الصحف على الإنترنت. تليه الدوافع الأخرى: "غير مكلفة" و"تفاعلية يمكن المساهمة فيها بالتعليقات" و"مكملة للصحف الورقية"، حيث حققت هذه الدوافع معدلات متوسطة.

٤. عادات استخدام راديو الإنترنت: كشفت الدراسة عن أن مفردات العينة لا يستخدمون راديو الإنترنت بنسبة كبيرة. فمعظم مفردات العينة وبنسبة ٧٥% لا يستخدمون راديو الإنترنت إلا نادراً، مقابل ١٤,٤٣% يستخدمونه أحياناً، بينما ١١,٣٤% يستخدمونه دائماً، وهي نسبة ضئيلة. وتدلل هذه النتيجة أن راديو الإنترنت وكأنه في بداياته الأولى، ولم ينتشر بعد ليستقطب الجمهور بكثافة معتبرة على غرار الوسائل الأخرى. كشفت الدراسة عن أن أغلب الذين يستخدمون راديو الإنترنت بشكل دائم أو أحياناً من الطلبة الذكور. كشفت الدراسة عن أن الذين يستخدمون راديو الإنترنت بشكل معتبر، أي دائماً أو أحياناً، أغلبهم طلبة من كلية الاتصال، وتدلل هذه النتيجة على تدخل متغير رائز - على حد قول لازر سفيلد - يتمثل هنا في التخصص الفرعي بكلية الاتصال المتمثل في مسار الإذاعة والتلفزيون (الإعلام الإلكتروني)، وربما هو الدافع الأقوى وراء استخدام بعض طلبة كلية الاتصال راديو الإنترنت. كشفت الدراسة عن أن المتوسط الحسابي لحجم استخدام راديو الإنترنت لدى مفردات العينة هو ساعة وتسع دقائق في اليوم. كشفت الدراسة عن أن إذاعة MBC جاءت في مقدمة إذاعات الإنترنت التي تحرص مفردات العينة على الاستماع لها واحتلت المرتبة الأولى، تلتها إذاعة "دبي إف. إم" في المرتبة الثانية، ثم إذاعة ميلودي في المرتبة الثالثة، ثم إذاعة مونتي كارلو الدولية في المرتبة الرابعة، ثم إذاعة راديو سوا في المرتبة الخامسة. كشفت الدراسة عن أن دافع

"لأنني أحب الأغاني" ودافع "تكسير وقت الفراغ" هما الدافعان القويان وراء استخدامات راديو الإنترنت لدى مفردات العينة، سواء بالنسبة إلى الذكور أو الإناث.

٥. عادات استخدام تلفزيون الويب (Web Sat):

كشفت الدراسة عن أن هناك علاقة ضعيفة بين مفردات العينة وتلفزيون الويب أو بالخدمات التي تتيحها بعض مواقع الفضائيات على الإنترنت، حيث اتضح أن ٩٠% من أفراد العينة تقريباً لا يستخدمون مواقع التلفزيونات إلا نادراً، وتدل هذه النتيجة على أن مشاهدة التقارير الإخبارية على المواقع لا يمكن بأي حال من الأحوال أن تحل محل نشرات الأخبار التلفزيونية، بل هي مكملتها لها. وكشفت الدراسة عن أن ١٠% المتبقية من مفردات العينة هم من الطلبة الذكور. كشفت الدراسة عن أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية بين مفردات عينة الدراسة وعلاقتهم بمتغير التخصص الجامعي، فقد اتضح أن الذين يستخدمون Web Sat دائماً أغلبهم من طلبة كلية الاتصال. وتدل هذه النتيجة على تدخل متغير آخر في الدراسة هو عامل التخصص الفرعي في كلية الاتصال (مسار الإعلام الإلكتروني)، حيث قد يدفع هذا التخصص بطريقة مباشرة أو غير مباشرة إلى استخدام هذا النوع من الإعلام الإلكتروني. كشفت الدراسة عن أن الذين يستخدمون Web Sat (وعددهم قليل جداً) لا يستخدمونه إلا بمتوسط أقل من نصف ساعة في اليوم بالتقريب. ويستحيل قياس المتوسط الحسابي مع ظهور قيم شاذة لا يصلح معها تطبيق المعادلة. تبقى بعض المواقع التلفزيونية من أولويات بعض مفردات العينة مثل الموقع الإلكتروني لقناة الجزيرة، يليه موقع قناة العربية الإلكتروني في المرتبة الثانية. وتدل هذه النتيجة على أهمية الأخبار لدى بعض مفردات العينة من خلال هذه المواقع الإلكترونية المتخصصة في بث التقارير الإخبارية على الإنترنت. كشفت الدراسة عن أن عامل "مشاهدة البرامج المفضلة على إحدى الفضائيات

من موقعها الإلكتروني في حالة عدم التمكن من مشاهدتها في أثناء البث" هو العامل الحاسم والرئيسي وراء استخدام المواقع الإلكترونية للتلفزيونات المتاحة على الإنترنت. وقد ورد هذا العامل بفارق كبير عن بقية العوامل الأخرى.

قياس الآثار المترتبة على استخدام وسائل الاتصال في التحصيل الدراسي للطلبة

أ. كشفت الدراسة عن أن كثرة استخدام وسائل الإعلام التقليدية والجديدة لدى مفردات العينة تركت آثارها الإيجابية والسلبية على مستويات التحصيل الدراسي للطلبة في جامعة الشارقة. وقد اتضح أن التأثيرات السلبية كانت أكثر من التأثيرات الإيجابية، وشملت: تدني مستوى التحصيل المعرفي للطلبة، وتقلص حجم مذاكرة الدروس، والتأخر في النوم، وغياب الاهتمام بالفعاليات الأكاديمية، وغياب الانضباط في الصف وفي إعداد البحوث الصفية، وكثرة التغيب غير المبرر عن المحاضرات، بالإضافة إلى أن هذه الوسائل قد خلقت جيلاً من الطلبة اكتسب ثقافة تقنية ومهارات فنية عالية، وأصبح يفكر مقابل ذلك إلى التراكم الثقافي والتاريخي والمعرفي، ويميل أكثر إلى السكون والامتثالية. يبدو واضحاً من خلال هذه الدراسة أن نماذج الإعلام الجديد، بما فيها وسائل التواصل الاجتماعي ستمضي في مسارها من دون توقف، وسوف تكرس موقعها أكثر فأكثر مع مرور الأيام لدى المستخدمين الشباب وخاصة طلبة الجامعات، وقد اتضح هذا من خلال عينة الدراسة المتمثلة في طلبة جامعة الشارقة، وباعتبارها سلطة خامسة تعمل الآن تدريجياً على إزاحة السلطة الرابعة (وسائل الإعلام التقليدية) التي شغلت هذا الموقع طوال القرنين السابقين (التاسع عشر والعشرين). لكن هذا التطور لم يُلغِ وسائل الإعلام التقليدية كلياً، بل يشهد التلفزيون والفضائيات إقبالاً متزايداً أكثر من أي وقت مضى من خلال ظهور الفضائيات الخاصة والمتخصصة. وقد استطاع التلفزيون أو "العماق الخجول كما يُلقب" أن يتأقلم مع الوضع، وأن يُبقي على

جماهيره الغفيرة (Mass-Society)، بينما تشهد الإذاعة والصحافة المكتوبة تراجعاً كبيراً لدى طلبة جامعة الشارقة على مستوى عادات الاستخدام بفعل التأثير الذي تمارسه نماذج الإعلام الجديد عليها، وعلى التحصيل الدراسي بصفة عامة لدى الطلبة الذي أصبح هو الآخر يتراجع تراجعاً قوياً من حيث المضمون ويتطور رقمياً من حيث الشكل والأسلوب. وتستدعي هذه النتائج تعديلاً طفيفاً في فرضيات الدراسة الثانية والثالثة خاصة. وقد اتضح أن نماذج الإعلام الجديد لم تنح وسائل الإعلام التقليدية كلياً، فلا يزال التلفزيون يجذب إليه الجمهور بشكل معتبر أكثر من الإنترنت في بعض الأحيان.

ومن المتوقع أن تنتشر نماذج الإعلام الجديد بشكل يجعل المستخدمين يتمتعون بخاصية الحضور الكلي لنوع من الثقافة التقنية السريعة التي سيكتسبونها مستقبلاً من "الميديا" الجديدة.

وهذه الثقافة التقنية تنذر بتقلص ثقافة الكتاب والصحافة الورقية والمسرح والمطالعة التقليدية وتعمل على جعلها كيانات ثقافية فلكلورية هشة لا مكان لها في المسار العلمي والبناء الحضاري. وسيطرح الدارسون إشكالية أخرى هي مدى حضور الواقعي بالنسبة إلى الافتراضي، مثل ما طرح السؤال نفسه بشكل معكوس مع ظهور الشبكات الافتراضية أواخر التسعينيات من القرن الماضي.

الهوامش:

- ملخص مطول لدراسة علمية تضم أكثر من ٤٠ جدولاً (عاماً ومركباً) عن عادات وأنماط استخدام وسائل الإعلام التقليدية ونماذج الإعلام الجديد لدى شريحة الطلبة. وتقع الدراسة في مجملها في حدود ثلاثين ألف كلمة.
- ١- عبدالرحمن عزي، الصحافة الإلكترونية وأزمة الصحافة المكتوبة (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعي، ١٩٩٢)، ص ٢٧٨.
- نصير بو علي، التلفزيون الفضائي وأثره على الشباب في الجزائر - دراسة ميدانية (الجزائر: دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠٠٥)، ص ٢٠٨.
- ٣- بسام بركة، "لماذا نقرأ الصورة التي تضيع والكلمة التي تبقى"، مجلة العربي، العدد ٥١٨ (الكويت: يناير ٢٠٠٢)، ص ١٨.
- ٤- أندري جان تود سك، تاريخ الإذاعة والتلفزيون، ترجمة محمد قدوش (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، ١٩٨٤)، ص ٩٥.
- ٥- عبدالرحمن عزي، الصحافة الإلكترونية وأزمة الصحافة المطبوعة، مرجع سابق، ص ٥٤.
- 3- Papacharissi, Z, and A.M. Rubin, "Predictors of Internet Use". Journal of Broadcasting & Electronic Media, vol15, no.3 (june2000) pp.78.
- 4- Ko, H., "Internet Uses and Gratifications: understanding Motives for Using the Internet". Paper presented at the Association for Education in Journalism and Mass Communication, annual meeting, NSTU. vol.4, no.1 (January 2000) pp.23-46.
- Korgaonkar, P. & L. Woolen. "A Multivariate Analysis of Web Usage" Journal of Advertising Research, no.17 (september1999) pp.67-77.
- ٦- كاتز وآخرون، "استخدامات الإنترنت لدى الشباب" في: محمد قيراط (محرر)، دراسات إعلامية (الشارقة: مجموعة الأفاق المشرقية، ٢٠١١)، ص ٧٩.
- روزا لاس، "موت الصحافة الورقية"، في: محمد قيراط (محرر)، دراسات إعلامية، مرجع سابق، ص ٧٩.
- ٩- عبد الصادق حسن عبد الصادق، "دوافع استخدام الشباب الجامعي في الجامعات البحرينية لإذاعة الإنترنت دراسة ميدانية" مجلة رؤى استراتيجية المجلد الأول، العدد ٤ (أبوظبي: سبتمبر ٢٠١٣)، ص ١١٨.
- ١٠- المتولي، س، "المواقع الإلكترونية للفضائيات العربية والصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية، دراسة تحليلية"، في مؤتمر: المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام حول الفضائيات العربية ومتغيرات العصر، القاهرة، مصر، ١١-١٢ يونيو ٢٠٠٥، ص ٧٧.
- ١١- فهمي، ن، "التفاعلية في المواقع الإخبارية العربية على شبكة الإنترنت، دراسة تحليلية"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد ٢٤ (القاهرة: ٢٠١٠)، ص ١٩٤.
- ١٢- محسب، ح، "قياس تفاعلية المواقع التلفزيونية الإخبارية على الإنترنت بالتطبيق على موقعي الجزيرة و CNN"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام العدد ٣٤ (القاهرة: ١٩٩٨) ص ٢٢١.
- ١٣- بدران، بدران، "استخدامات الشباب لوسائل الاتصال في الأردن"، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، العدد ٢٨ - ٢٩ (تونس: ٢٠٠٧)، ص ١٣٧.
- ١٤- نور الدين ذويبي، "عادات وأنماط قراءة الصحف في الجزائر أثناء زمن المكاشفة"، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، العدد ٢٦ (الجزائر: ٢٠١٣)، ص ٣٠.
- Kirat, M., "Internet Uses and Gratifications In the UAE", journal of Social Affairs, Vol.20, n2 Winter 2008, pp: 43 - 46.
- ١٥- محمد قيراط، "الأنماط الاستهلاكية لوسائل الإعلام لدى الشباب، دراسة مسحية لطلبة جامعة الشارقة"، (الشارقة "Brighter Horizon Group"، ٢٠١١)، ص ٧٥.
- ١٦- محمد قيراط بو علي (محرر)، "الأنماط الاستهلاكية لوسائل الإعلام"، مرجع سابق، ص ١٢٠.
- ١٧- عبد الصادق حسن عبد الصادق، "دوافع استخدام الشباب الجامعي في الجامعات البحرينية لإذاعة الإنترنت"، مرجع سابق، ص ١١٤.
- ١٨- محمود طلعت عيسى، "التحليل الإحصائي وتطبيقاته في البحوث الاجتماعية"، ط ٢، في: نصير "التلفزيون الفضائي وأثره على الشباب في الجزائر"، (الجزائر، ٢٠٠٥)، ص ٢٤.
- ٢٢ - عن إدارة القبول والتسجيل بجامعة الشارقة.