

اتجاهات النخب الأردنية نحو معالجة القضايا الداخلية كما تعكسها شبكات التواصل التفاعلي (دراسة مسحية)

د. وليد محمد عمشة*

د. ماجد نعمان الخضري**

د. علي عبد الله الغزوي***

مقدمة:

تشهد البيئة الاتصالية المعاصرة تغيراتٍ جذريةً تأثرت بها جميع عناصر عملية الاتصال، وخصوصاً نوعية وسمات وأساليب وشكل معالجة مختلف القضايا، وبات المستخدم التُّخبوي ذاته المنتج للكثير من مضامينها.

وتعددت مصادر حصول الأفراد على المعلومات وتطورت عبر التاريخ، من المصادر البدائية إلى الورقية المطبوعة فالسمعية والبصرية، وصولاً إلى المصادر الإلكترونية والإنترنت⁽¹⁾.

كما زادت القدرات التأثيرية لوسائل الاتصال الرقمية نتيجة لعوامل وظروف موضوعية مختلفة؛ وباتت الأرقام والمعطيات الكمية الخاصة باستخدام مختلف الوسائل تتغير وقتياً، بسبب ما أتاحتها الحوامل التقنية من إمكانات فنية فائقة، تواءمت مع الاحتياجات الاتصالية والإعلامية المتنامية، والتي ترافقت مع المنافسة بين مختلف الوسائل والقائمة أساساً على الجودة والمحاكاة والقدرة، والإقناع للمتلقّي أو المستخدم⁽²⁾.

(*) قسم الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، كلية الآداب واللغات، جامعة جدارا، المملكة الأردنية الهاشمية.

(**) قسم الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، كلية الآداب واللغات، جامعة جدارا، المملكة الأردنية الهاشمية.

(***) قسم الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، كلية الآداب واللغات، جامعة جدارا، المملكة الأردنية الهاشمية.

وغدا الاتصال الرَّقْمِي محور الحياة المعاصرة وله أهمية كبيرة باحتوائه قضايا الفكر والثقافة، وبات يطلق عليها (ثقافة التكنولوجيا) أو (ثقافة الميديا)، وبفعل التطورات التقنية تم الانتقال إلى بيئة اتصالية معاصرة تتنافس فيها مختلف وسائل الاتصال معتمدة على التفاعل، وخصوصًا شبكات التواصل التفاعلي كالـفيسبوك والتويتِر⁽³⁾.

فالإعلام الجديد هو إعلام عصر المعلومات، وكان وليدًا لتزاوج ظاهرة تفجّر المعلومات (Information Explosion)، وظاهرة الاتصال عن بُعد (Telecommunication)، فالإعلام الجديد أضاف مَيِّزة لا يوفرها الإعلام التقليدي وهي التفاعل (Interactivity)⁽⁴⁾.

ويرى البعض أن الإعلام «الجديد» يتضمن الكثير من أنواع الإعلام الرَّقْمِي، ويعتمد على دمج النص والصور والفيديو والصوت، إلى جانب استخدام الكمبيوتر بوصفها تقنية أساسية لعملية الإنتاج والعرض، أما التفاعلية فهي السمة الفنية المميّزة⁽⁵⁾، ونحن نرى أن التسمية الأدقّ بهذا الخصوص هي «الاتصال الرَّقْمِي التفاعلي».

كما أفسحت التطورات التّقنية المجال إلى تعددية إعلامية افتراضية أسهمت في تطوير أساليب الاعتماد على وسائل الإعلام المعاصرة وأتاحت لفئات وجماعات مختلفة بما فيها التُّخب إيصال صوتها عبر مواقع افتراضية كاستخدام المدونات (Web logs)، التي ظهرت عام 1999م⁽⁶⁾.

ويتمثل المنبر الإعلامي في بيئة الاتصال الرَّقْمِي بموقع الإنترنت والنشرات البريدية والمجموعات البريدية والمنتديات والمراسد الإعلامية والمواقع الشخصية والمدونات وغُرَف المحادثة الصوتية؛ ويتسم بالتفاعلية وقابليته للأرشفة، وإتاحته للبشرية كلها، ودرجة حرية عالية، وعدم اعترافه بقيود الإعلام التقليدي، وعدم خضوعه لقيود الموارد كالإعلام التقليدي.

ويلحظ وجود بعض الاعتبارات المهمة لعملية الكتابة لمواقع الإنترنت، كضرورة استخدام الكلمات بشكل مقتصد ومرشّد والتوجه نحو الهدف، وضرورة أن يشعر الزائر بخصوصيته، وأن يتم توجيه الخطاب برؤية عالمية الأفق⁽⁷⁾.

ولعل أبرز النتائج التي تحققت عن طريق الإنترنت، هي ظهور مواقع التواصل التفاعلي كالفيسبوك والتويتير واليوتيوب، التي حملت مادة اتصالية جديدة ذات سمات مختلفة عن مواد وسائل الإعلام التقليدية⁽⁸⁾.

ونما التطور باتجاه الاتصالات باتجاهات ثلاثة، هي: إمكانات الربط، والتفاعلية، والوسائط المتعددة، وأسهمت هذه التطورات بالتجميع والتقريب وإمكانات النقل والتخزين والخصوصية، وعكست ملامح إيجابية وأخرى سلبية لمجتمع المعلومات الإعلامي المعاصر، وأبرزت خصائص وسمات مختلفة خاصة بالاتصال الرقّمي⁽⁹⁾.

ولعلّ أكثر الفئات والشرائح استخدامًا وقدرة على قراءة تجلّيات شبكات التواصل التفاعلي وآثارها وانعكاساتها على الأفراد والأسر والمجتمعات، بالإضافة إلى القدرة على بلورة اتجاهات حيال استخداماتها الخاصة والعامة على السواء، هي «التُخب» التي وصفها باريتو بأنها: «طبقة من الناس لديها أعلى المؤشرات المتعلقة بنشاطها». فمفهومه للتُخبة يرتبط بتمايز الأفراد المنتمين إلى مجال من مجالات الحياة الاجتماعية⁽¹⁰⁾.

وقد بيّن جير رُوْشيه مفهوم التُخبة بالقول: إنها الصفوة التي تضم أشخاصًا وجماعات يستخدمون القوة التي يمتلكونها أو التأثير الذي يمارسونه، سواء كان ذلك عن طريق اتخاذ القرارات أم بالأفكار والإحساسات والمشاعر التي يُبدونها أو التي يتخذونها شعارًا لهم⁽¹¹⁾.

أولاً - مشكلة الدراسة، وأهمية البحث:

بوصفنا باحثين نعتقد تعدد المهام والوظائف التي تؤديها التُّخب كالتوجيه والإرشاد والتوعية ووضع الخطط والبرامج التنفيذية والإسهام في تنمية المجتمع وتطوره وتنويره، كما نرى وجود أكثر من تصنيف للتُّخب، كالتُّخبة السياسية، والتُّخبة الثقافية، والتُّخبة الإعلامية، والتُّخبة الدينية، والتُّخبة العلمية أو الأكاديمية، وعادة ما يتسم إنتاجها المعرفي بالجودة والدقة والقراءة العميقة للواقع، والقدرة على استشراق المستقبل، وهي تعمل بوظائف ومفاصل رفيعة ومؤثرة ولديها القدرة على الاتصال والتواصل والتأثير بمختلف شرائح المجتمع وفئاته الأخرى، نظراً لسماتها وإمكاناتها الفريدة مقارنة بغيرها من أفراد المجتمع.

ونظراً لما تتميز به التُّخب من سمات، فإنها من أكثر فئات المجتمع قدرة على بلورة اتجاه من نوع ما، حيال مختلف الظواهر التي تشهدها بيئة الاتصال المعاصر التي تتسم بالتغير الدائم، وخصوصاً شبكات التواصل التفاعلي، بوصفها أكثر تجليات هذه البيئة شيوعاً واستخداماً، وربما تأثيراً، بوصفها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تتيح لمستخدميها إنشاء مواقع خاصة بهم، ومن ثم ربطها عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها⁽¹²⁾.

وتتلخص مشكلة البحث في الوقوف على السمات العامة لاتجاهات التُّخب الأردنية العلمية (الأكاديمية) والثقافية والإعلامية، نحو معالجة مختلف القضايا الداخلية، طبقاً للاستخدامين العام والخاص، ووفقاً لعناصر مادة الوسائط المتعددة وسمات المعالجة ومدى التأثير، وطبيعة المصادر والتنوع والثراء، والتجديد وردود الأفعال كما تعكسها شبكات التواصل التفاعلي.

- وبناءً على ما تقدم فإن أهمية البحث تنبع من اعتبارات عدة، أبرزها:
- 1- شيوع استخدام شبكات التواصل التفاعلي بكثافة، وزيادة تأثيراتها طبقاً للعديد من الدراسات السابقة.
 - 2- إحاطة البحث بالتُّخَب الأكاديمية (العلمية) والتُّخَب الثقافية والتُّخَب الإعلامية واتجاهاتها نحو معالجة مختلف القضايا الداخلية.
 - 3- تركيزه على الاستخدامين الخاص والعام (التُّخَب بوصفهم مستخدمين، إلى جانب استخدامات الآخرين لشبكات التواصل التفاعلي).
 - 4- لم تُجرَ دراسات بهذا الخصوص في المجتمع الأردني.
 - 5- اعتماده على عدة نظريات ونماذجها، وخصوصاً نظريتي الاعتماد وثرء وسائل الإعلام.
 - 6- تركيزه على مختلف القضايا الداخلية بصورة عامة لمعرفة اتجاهات التُّخَب حيالها، وكيفية معالجتها من خلال شبكات التواصل التفاعلي.
 - 7- تسليط الضوء على علاقة التأثير المتبادل بين وسائل الإعلام التقليدية وشبكات التواصل التفاعلي، من حيث ترتيب أولويات القضايا الداخلية محل المعالجة.
 - 8- طبيعة النتائج والمقترحات التي يمكن أن يتوصل إليها البحث.

ثانياً- أهداف الدراسة:

- تسعى الدراسة إلى تحقيق العديد من الأهداف أبرزها:
- 1- استكشاف أكثر شبكات التواصل التفاعلي اعتماداً لدى التُّخَب الأردنية العلمية والثقافية والإعلامية.
 - 2- التعرف على أكثر القضايا التي تتعرض لها التُّخَب من حيث الاستخدامين العام والخاص بواسطة شبكات التواصل التفاعلي.

3- تبيان أكثر عناصر مادة الوسائط المتعددة المستخدمة في عرض القضايا من خلال شبكات التواصل التفاعلي.

4- التعرف على سمات معالجة القضايا الداخلية من حيث النوعية والدقة والموضوعية بواسطة شبكات التواصل التفاعلي.

5- تقييم النُخب الأردنية لمعالجة القضايا الداخلية بواسطة شبكات التواصل التفاعلي مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية.

6- التعرف على اتجاهات النُخب الأردنية نحو معالجة القضايا الداخلية بصورة عامة كما تعكسها شبكات التواصل التفاعلي.

ثالثاً- الدراسات السابقة:

1- دراسة مجدي الداغر حول «دور الإعلام الجديد في تشكيل اتجاهات النُخب العربية نحو ظاهرة الإرهاب على شبكة الإنترنت في ضوء الضوابط المهنية والأخلاقية - شبكات التواصل الاجتماعي نموذجاً» (2018م)⁽¹³⁾:

قدمت الدراسة تحديداً لمفهوم الإرهاب بحسبان أن الأحداث الإرهابية تنصدر أولويات وسائل الإعلام المختلفة وكونها المصدر الأول لاستقاء المعلومات المتعلقة بالأحداث، وبينت الدراسة التأثير السلبي لمواقع التواصل الاجتماعي على استقرار الدول والمجتمعات، وتم استخدامها لإثارة الفوضى والعنف من خلال ما يسمى بـ: «الإرهاب الإلكتروني».

2- دراسة أمينة علاق حول «نخبة أم نخب: قراءة في المفهوم، الأدوار والإشكاليات» (2017م)⁽¹⁴⁾:

تناولت الباحثة التطور الذي شهده مفهوم النُخب، أو الصفوة، أو المثقف، أو الطبقة، أو المفكر، أو الأنتلجنسيا، وبينت المدارس الفكرية المختلفة والأدوار التي تستند إلى هذه الفئة داخل مجتمعاتها، وأوضحت أشكال النُخب وأنواعها

الموجودة، والمتمثلة بالتُّخبة المثقفة، والتُّخبة السياسية والبيروقراطية، ورجال الأعمال والعسكرية، والدينية، والرمزية، والنسوية.

ودلت الدراسة على أن أبرز أدوار التُّخب تتمثل في صناعة الوعي والإسهام في صناعة الإنجاز والمحافظة على الإنجاز، وأوضحت العلاقة بين التُّخب ووسائل الإعلام. وبينت الباحثة في نهاية دراستها أن التُّخب باتت تستفيد من وسائل الإعلام والاتصال الحديثة كضرورة للتواصل والتفاعل مع المجتمع بأطيافه المختلفة.

3- دراسة عبد الرحمن الشامي حول «استخدامات قادة الرأي الخليجي لشبكات التواصل الاجتماعي» (2017م)⁽¹⁵⁾:

سعت الدراسة إلى رصد أهم شبكات التواصل التي يستخدمها قادة الرأي الخليجي، وبيان مدى الاشباع المتحققة نتيجة الاستخدام، وأبرز المواضيع التي تناولها قادة الرأي الخليجي عبر هذه الشبكات. واعتمدت الدراسة منهج المسح باستخدام أسلوب تحليل المضمون، وارتكزت على نظريات الإعلام الجديد والمجال العام وانتشار المبتكرات. وأكدت نتائج الدراسة تعاضم سلطة شبكات التواصل الاجتماعي كوسيط اتصالي جديد، وباتت منبراً دعويّاً افتراضياً وتمكن قادة الرأي في الخليج من ممارسة عملية الاتصال في مختلف مراحلها.

4- دراسة حسن يوسف مصطفى دوحان، وموضوعها «اتجاهات التُّخبة الإعلامية حول تناول وسائل الإعلام الفلسطينية لقضايا الانقسام وقضايا الحل النهائي» (2016م)⁽¹⁶⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات التُّخبة الإعلامية حول تناول وسائل الإعلام الفلسطينية لقضايا الانقسام وقضايا الحل النهائي (القدس - اللاجئيين - الدولة - الحدود - المستوطنات) بوصفها جوهر الصراع الفلسطيني

الإسرائيلي. وبلغت عينة الدراسة (101) مفردة، وأظهرت نتائج الدراسة طغيان الانقسام على قضايا الحل النهائي من حيث اهتمام وسائل الإعلام الفلسطينية، ومتابعة التُّخبة الإسلامية لها، وبينت فقدان الثقة بعملية التسوية والمفاوضات مع الكيان الإسرائيلي.

5- دراسة خالد الصوفي، علي البريحي حول «دور الإعلام في تشكيل اتجاهات التُّخبة الأكاديمية العربية في اليمن نحو الربيع العربي - دراسة ميدانية» (2014م)⁽¹⁷⁾:

هدفت الدراسة إلى معرفة دور وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات التُّخبة الأكاديمية العربية في اليمن نحو ما عرف إعلامياً بـ«ثورات الربيع العربي». واعتمدت منهج المسح، وطبقت في خمس جامعات يمنية حكومية على عينة حجمها (120) مبحوثاً من الأكاديميين العرب.

وبينت النتائج أن (73,3%) من التُّخبة الأكاديمية العربية يهتمون بمتابعة أخبار ثورات «الربيع العربي» وتطوراتها، و(20,3%) منهم يبدون اهتماماً متوسطاً، و(5,8%) لا يهتمون. وجاء على رأس القنوات التي تفضلها عينة الدراسة في متابعة هذه الأحداث: الجزيرة، ثم العربية، ثم الـ بي. بي. سي، كأهم المصادر في ترتيب المصادر الإعلامية التي تتبعها التُّخبة الأكاديمية العربية في البحث.

6- دراسة حنان أحمد سليم حول «اتجاهات التُّخبة الألمانية نحو إدارة القنوات الإخبارية الأجنبية للأزمات العربية» (2014م)⁽¹⁸⁾:

ركزت الدراسة على تقييم المخرجات الإعلامية من خلال قياس اتجاهات التُّخبة الألمانية نحو الآليات التي توظفها القنوات الإخبارية في إدارتها للأزمات والصراعات واعتمدت الدراسة منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، ودلت على وجود فروق بين المجموعات البحثية الثلاث للتُّخبة الألمانية (الأكاديميون

والسياسيون والإعلاميون) من حيث تقييمهم لمدى مصداقية القنوات الأجنبية في إدارتها للأزمات العربية، فضلاً عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما بين المجموعات البحثية الثلاث نحو تقييمهم لمدى تأثير القنوات الإخبارية الخمس محل الدراسة في التأثير على الرأي العام العالمي.

7- دراسة عبد المجيد العزام، هاديا خزنة كاتي حول «اتجاهات الأردنيين نحو الأداء الإعلامي - دراسة استطلاعية» (2010م)⁽¹⁹⁾:

استهدفت الدراسة الكشف عن اتجاهات الأردنيين نحو أداء وسائل الإعلام الأردنية حيال العديد من الموضوعات والقضايا، باستخدام منهج الوصف التحليلي، وتوصلت إلى أن الرضا العام لأفراد العينة عن أداء وسائل الإعلام الأردنية كان سلبياً، وكان التزام وسائل الإعلام بالمصداقية بنشرات الأخبار وتناولها للأحداث بدرجة متوسطة.

8- دراسة منال قدواح حول «اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الإلكترونية - دراسة ميدانية» (2008م)⁽²⁰⁾:

سعت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الإلكترونية بشتى أنواعها المحلية والعربية والغربية، والتعرف على مدى استعانتهم بالصحف الإلكترونية كمصدر للمعلومات، واستخدمت الدراسة منهج المسح.

وبينت نتائجها وجود خبرة زمنية قصيرة للصحفيين الجزائريين في استخدامهم للإنترنت، وأن الاستخدام اُتسم بأولوية غرض الترفيه عند الصحفي الجزائري، وغلب الاتجاه السلبي نحو مقاومة الصحفيين الجزائريين لانتشار الصحافة الإلكترونية وعدم الانتظام في قراءة الصحف الإلكترونية، وضعف المهارة التقنية والتشبُّث بالصحافة الورقية، ونسبة قليلة تستخدم مواقع الصحف الأجنبية عن مواقع الإنترنت.

رابعاً- التعليق على الدراسات السابقة:

1- اتسمت أغلب الدراسات السابقة بكونها دراسات ذات طابع وصفي، واستندت على منهج المسح واعتمدت معظمها على نظريات الاعتماد وترتيب الأولويات والفجوة المعرفية كأطر نظرية.

2- ركزت معظم الدراسات السابقة على التُّخب الأكاديمية ولم تتعرض للتُّخب الأكاديمية والثقافية والإعلامية معاً، باستثناء دراسة واحدة ركزت على التُّخب (السياسية والأكاديمية والإعلامية).

3- اهتمت أغلب الدراسات السابقة باتجاهات التُّخب نحو وسائل الإعلام التقليدية، وخصوصاً وسائل الإعلام المرئية.

4- عالجت مختلف الدراسات السابقة اتجاهات قادة الرأي أو التُّخبة الأكاديمية لقضايا محددة، وأغلبها قضايا ذات طابع خارجي أو ترتبط بعوامل ومؤثرات خارجية؛ وهذه الدراسات تفيد في الكشف عن الخلفيات المعرفية - في هذا الشأن - والوقوف على جوانب اهتمام الباحثين والبناء عليها.

5- أظهرت نتائج مختلف الدراسات السابقة ذات الصلة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي (شبكات التواصل التفاعلي) - التي لم نعرضها للتقيد بأحد شروط البحث - زيادة في معدلات الاستخدام وكثافة الاعتماد، مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية وتحقيقها للكثير من الإشباع والعديد من التأثيرات.

خامساً- تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة - لكونها ذات طابع استكشافي - للإجابة عن تساؤلات عدة، أبرزها:

- 1- ما أكثر شبكات التواصل التفاعلي استخدامًا، وأسباب الاعتماد عليها دون سواها من الشبكات لدى التُّخب عيِّنة الدراسة؟
- 2- ما القضايا الداخلية الأكثر استخدامًا بواسطة شبكات التواصل التفاعلي طبقًا للمجالين الخاص والعام؟
- 3- ما أكثر عناصر مادة الوسائط المتعددة والتفاعلية والفائقة استخدامًا لدى مستخدمي شبكات التواصل التفاعلي، بخصوص معالجة القضايا الأردنية الداخلية؟
- 4- ما سمات معالجة القضايا الداخلية من خلال شبكات التواصل التفاعلي وما مدى موضوعيتها ودقتها وصوابية توقيت تناول والمعالجة، طبقًا للاستخدامين العام والخاص؟
- 5- ما مدى تأثير معالجة القضايا الأردنية الداخلية التي يعكسها مستخدمو شبكات التواصل التفاعلي على أولويات القضايا التي تعالجها وسائل الإعلام التقليدية؟
- 6- ما طبيعة مصادر المعلومات المعتمدة في معالجة القضايا الأردنية الداخلية من خلال الاستخدامين الخاص والعام لشبكات التواصل التفاعلي؟
- 7- ما مدى التنوع والثراء والتجديد في معالجة القضايا الأردنية من خلال الاستخدامين الخاص والعام لشبكات التواصل التفاعلي؟
- 8- كيف ترى التُّخب ردود أفعال مستخدمي شبكات التواصل التفاعلي طبقًا لنوعية وطريقة معالجة القضايا الأردنية الداخلية والتعليقات عليها؟
- 9- ما طبيعة الاتجاهات العامة للتُّخب الأردنية حيال معالجة مختلف القضايا الأردنية الداخلية من خلال شبكات التواصل التفاعلي؟

سادساً- الإطار النظري للبحث:

تعتمد الدراسة على نظريتي الاعتماد و ثراء وسائل الإعلام بوصفهما من أبرز المداخل النظرية ملائمة لموضوع البحث، إلى جانب نماذجهم المختلفة.

أولاً- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Interdependence Theory:
تتبلور فكرة هذه النظرية حول أن قوة وسائل الإعلام تنبع من تحكُّمها بمصادر المعلومات التي تحقق احتياجات الفرد المعرفية والترفيهية وجميع أهدافه فيما يخص تسليط الضوء على الإنتاج المعنوي.

ومن الأهداف البارزة لنظرية الاعتماد السعي للكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام آثار قوية ومباشرة، وكذلك تأثيراتها غير المباشرة والضعيفة إلى حد ما في بعض الأحيان، وهي نظرية بيئية تنظر إلى المجتمع بوصفه تركيباً عضوياً⁽²¹⁾.

ويرى معظم الباحثين أن الوسيلة الإعلامية هي نظام اجتماعي ذو طبيعة تفاعلية وتبادلية مع الوسائل الأخرى الموجودة في المجتمع، ولفهم تأثيراتها ينبغي فهم طبيعة الاعتماد المتبادل (Interdependent) بينها وبين مختلف المؤسسات والأنظمة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والقانونية، إلى جانب تحديد مجالات اعتماد الجمهور على هذه الوسيلة⁽²²⁾.

وطبقاً للعديد من الدراسات والنماذج النظرية المختلفة التي طبقت نظرية الاعتماد، فإن العوامل التي تؤدي دوراً في عملية الاعتماد على وسائل الإعلام، تتمثل في طبيعة الجمهور وأهدافه من الاعتماد على وسائل الإعلام، وطبيعة المجتمع ومدى توفر المصادر، وطبيعة وسائل الإعلام وتنوعها، وطبيعة الوقت والظروف التي يمر بها الفرد، ونوعية المعلومات التي تقدمها الوسائل، ومدى تنوع وسائل الاتصال والإعلام المتاحة، ومدى انتباه الجمهور واهتمامه بمضمون الوسائل، وما

يوفره المجتمع من علاقات الاتصال الشخصي، والمتغيرات الاجتماعية، ومستوى المضمون، ونوعية الشكل أو القلب الذي يعرض به المحتوى⁽²³⁾.

ويمكن تصنيف التأثيرات الخاصة بالاعتماد على وسائل الإعلام بالتأثيرات المعرفية لإزالة الغموض مثل الكوارث والأزمات والتغير الاجتماعي والتأثير على تشكيل الاتجاهات وترتيب الأولويات واتساع المعتقدات والقيم، والتأثيرات الوجدانية، كالفطور العاطفي والقلق والخوف والاعتراب والدعم المعنوي، والتأثيرات السلوكية كالتنشيط والخمول ومعظمها يرتبط بمتغيرات خاصة بالملتقى ومدى التعرض ونوعية ومدى عمق المحتوى ونوعية الشكل⁽²⁴⁾.

وبناءً على مراجعتنا للعديد من الدراسات يتبين سعي الأفراد إلى تحقيق أهداف مختلفة نتيجة للاعتماد على وسائل الإعلام، أهمها: الفهم بشقيه الذاتي لفهم منظومة المعارف والقيم والعادات والمعتقدات لإثراء الخبرة الشخصية، والفهم الاجتماعي لوظائف المجتمع وطبيعة منظماته ومهامها وواجباتها وعلاقتها به؛ والتوجيه السلوكي والتوجيه التفاعلي، والتسوية الفردية والتسوية الاجتماعية، بالإضافة إلى تأثير الاعتماد بالخبرات السابقة.

وعلى ضوء ما تقدم فإن الفرد يختار الوسيلة التي يُريد على ضوء تلبيتها للمعلومات، ومن ثمَّ يكون الاعتماد كلياً أم جزئياً عاماً أو مُركزاً على هذه الوسيلة أو تلك لتحقيق الاعتماد، ويؤدي الاعتماد على وسيلة أو أكثر والتي تساعد في عملية فهم ومعرفة ما يحيط به من أحداث وأزمات، بهدف تشكيل اتجاه أو سلوك ما ليتفاعل الفرد مع البيئة والمجتمع.

ثانياً- نظرية ثراء وسائل الإعلام **Media Richness theory**: تعد نظرية الثراء الإعلامي من أكثر نظريات الاختيار الإعلامي بروزاً في تطبيقاتها بمجالات مختلفة من البحوث والتخصصات، أبرزها هيكلية نظم الاتصالات داخل المنظمات الإنتاجية؛ فهي تهتم بتحديد أكثر الوسائط الإعلامية ملاءمة لمواقف الاتصال

لتحقيق الثراء الإعلامي؛ غير أن هذه النظرية لا يزال يحيط بها عدم التأكيد والإبهام والغموض؛ وذلك كونها ما تزال في طور التكون⁽²⁵⁾.

وقد تمتعت نظرية ثراء وسائل الإعلام بالقبول بأنظمة المعلومات المختلفة، وقد عمل عليها مجموعة من الباحثين في أنحاء العالم خلال عقدي الثمانينيات والتسعينيات المنصرمين. ولعل الاختلاف على مستوى نتائج البحوث التجريبية المتناقضة أسهم في ظهور مفاهيم مختلفة لنظرية الثراء (Richness)، فمنهم من نظر لثراء الاتصال من منظور الفلسفة الواقعية، ومنهم من نظر إليها من وجهة النظر التفسيرية، وبعضهم الآخر قدّم ثراء الاتصال عن طريق اعتبار الحاسب وسيطاً اتصالياً في إطار العمل الاجتماعي، متسائلين عن الكيفية التي يتم بها الاتصال التنظيمي في حال استخدام أية وسيلة إعلامية أو اتصالية، وتم الحكم على درجة الثراء تبعاً للفائدة من منظورات متعددة، كـ Richness ونظرية معالجة إعداد المعلومات Information Processing Theory التي ابتكرها (غالبريث Tushman and Galbraith بين عامي 1973-1977)، وطوّرها توشمان ونادلر Nadler عام 1978م، والتي على أساسها بنى كل من Daft and Lengal نظرية الثراء، فلهما سبق في بلورة أسسها عام 1986م⁽²⁶⁾.

كما توسع Trevino و Lengal and Daft في نظرية الثراء عام 1987م، لتشمل نوعين آخرين من الأسباب لاختيار وسيلة الاتصال أو الإعلام، وهما: ضغوط الموقف (الوقت والمكان)، والاعتبارات الرمزية (الرغبة في توصيل المعلومات للسلطة كتابياً)، وقد أطلقوا عليها النظرية المكملة أو (التفاعلية الرمزية الهيكلية)، والتي تعد في الأصل ظاهرة اجتماعية⁽²⁷⁾.

ويوجد لنظرية Media Richness بعدين أساسيين هما: التنوع في الأدوات والوسائل الجديدة للإنتاج الإعلامي، وبالتالي التنوع في الاختيار والجودة؛ وهو ما أتاحتها الوسائل والأدوات الجديدة من إمكانات وميزات مختلفة ومتعددة بثرائها

من حيث التكوين، وبالتالي الاختيار. بالإضافة إلى بُعد آخر هو الدقة، ويتعلق بسهولة وسرعة ومرونة وتحقيق الغاية وراء استخدام تقنية معينة؛ ومن أبرز نماذج نظرية ثراء وسائل الإعلام: نموذج دافت ولينجيل Daft and Lengal للثراء، ونموذج التأثير الاجتماعي لاستخدام التقنيات، ونموذج قبول التقنية، ونموذج الملاءمة الإعلامية، والنموذج النظري الجديد للتأثير البيولوجي الذي يؤكد فروض نظرية الثراء، والمنظور الطبيعي لعملية ثراء الاتصال ذو الصبغة الطبيعية، ونموذج درجة ثراء تقنيات نظم التصميم⁽²⁸⁾.

ويُفيد الباحثون من النظريتين ونماذجهما المختلفة في بناء متغيرات الاستثمار، وفي تحليل نتائج الدراسة المسحية ومناقشتها، بالإضافة إلى بلورة مشكلة الدراسة وصياغتها، ولفهم أبرز العوامل المؤثرة على طبيعة استخدام التُّخب وتفاعلهم مع ظاهرة شبكات التواصل التفاعلي فنيًا، والاجتماعي أو الاتصال البديل أو الرقمي استخدامًا، سواء أكان الأمر على مستوى الاستخدام الخاص أم كان ضمن نطاق الاستخدام العام.

سابعًا- الإجراءات المنهجية للدراسة:

1- نوعية الدراسة ومنهجها: تندرج الدراسة في إطار البحوث الوصفية ذات الطابع الاستكشافي، وهي تسعى إلى وصف وتحليل ظاهرة تتسم بالتغير الدائم، إلى جانب الوقوف على أسباب ظهورها، وفقًا لما هي عليه، بالإضافة إلى جمع البيانات والمعلومات الخاصة بها، ولا تكفي بالتشخيص وحسب، بل تهتم بما ينبغي أن تكون عليه الظاهرة محل التحليل والتركيب والتقييم⁽²⁹⁾؛ ونظرًا لامتداد مجتمع الدراسة، لجأ الباحثون إلى منهج المسح، بوصفه من أكثر المناهج البحثية استخدامًا في الدراسات والبحوث الإعلامية.

2- مجتمع البحث وعينته: يتضمن مجتمع الدراسة جميع التُّخب العلمية

(الأكاديمية) والثقافية والإعلامية في المجتمع الأردني ممن يستخدمون شبكات التواصل التفاعلي ويعتمدون عليها - جزئياً أو كلياً - في استقاء المعلومات عن مختلف القضايا الداخلية؛ ونظراً لعدم توفر بيانات عن عدد النُخب العلمية والثقافية والإعلامية الأردنية ممن هم على رأس عملهم أو تقاعدوا بالفعل، فقد اعتمد الباحثون على العيّنات غير الاحتمالية، وبالتحديد العيّنة المتاحة Available Sample والتي تتيح إمكانية الوصول لكل المفردات التي يمكن النفاذ إليها؛ وقد بلغ عدد مفردات العيّنة (310)، موزعة على مختلف النُخب: الأكاديمية (العلمية) منها، والثقافية ممن يعملون في الحقل الثقافي، والإعلامية ممن يعملون في مختلف المؤسسات الإعلامية التقليدية والاتصالية الرقمية المعاصرة، مع مراعاة متغيرات الخبرة وشغل المناصب الإدارية حالياً أو سابقاً، كل ذلك بغرض الحصول على مختلف الاتجاهات.

أسلوب جمع البيانات وطريقته: تضمنت الاستمارة من أساليب جمع البيانات (18) متغيراً، واشتملت على مختلف أنواع الأسئلة التي تحقق أهداف البحث وتجب عن تساؤلاته، وللتأكد من صدق متغيرات الاستبانة لقياس ما يُراد قياسه، لجأ الباحثون إلى عرضها على عدد من المحكّمين المختصين، وعلى ضوء ملحوظاتهم تم إجراء العديد من التعديلات والتقديم والتأخير والحذف لبعض متغيراتها، لتصبح الاستمارة معدّة للتطبيق المبدئي.

وبعد خطوة إعداد الاستمارة وتحكيمها، تم اختبار أسئلتها من خلال ما يسمى الاختبار القبلي Pre-testing قبل التطبيق النهائي لها؛ وذلك للتأكد من سهولة فهم متغيرات الاستمارة واستيعابها، وللتأكد من دقة وصلاحيّة مقاييسها، ولتحديد الوقت الذي يستغرقه المبحوث لمثلها، طبقاً لما أوصى به الخبراء في هذا المجال، بحيث تكون نسبة العيّنة الفرعية بما يزيد عن (10%) من إجمالي العيّنة الرئيسة، فقد تم توزيع (35) استمارة على العيّنة الفرعية، أي ما نسبته

(11,3%)، وعلى ضوء نتائج هذا الاختبار، والذي تم بطريقة المقابلة المباشرة، تم تعديل بعض أسئلة الاستمارة، والحذف منها والإضافة إليها.

وتم الاعتماد على أكثر من طريقة في جمع البيانات Data Collection، كالبريد الإلكتروني، والماسنجر، والواتس آب، والجوال، والمقابلة المباشرة، وأتاحت هذه الطرق الاطلاع - عن كثب - على كل حيثيات الظاهرة، وبالتحديد طبيعة الاستخدامين: الخاص (المبحوث نفسه)، والعام (الآخرين كالأصدقاء).

وبعد أن تمت عملية جمع البيانات، تم مراجعتها وتدقيقها وتكويدها، والتأكد من إجابة المبحوثين عن كامل أسئلة الاستمارة، لتغدو بعدئذ معدة ليتم إدخال بياناتها في الحاسب عبر البرنامج الإحصائي Spss17. ولمعرفة مدى الاتساق الداخلي في إجابات المبحوثين، تم تطبيق اختبار ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha الذي بلغ (0,862).

ثامناً- الدراسة المسحية:

سوف نعرض فيما يلي لجداول إحصائية لتوزيع عينة البحث طبقاً لمتغير النوع، والسّن، ونوعية الثّخب، والمستوى التعليمي والاقتصادي والاجتماعي.

1- توصيف عينة البحث:

الجدول رقم (1)

توزيع عينة البحث طبقاً لمتغير النوع

متغير النوع	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	159	51,3%
أنثى	151	48,7%
المجموع	310	100%

بلغ المتوسط الحسابي لتوزيع عينة البحث طبقاً لمتغير النوع (1,4871)، وبانحراف معياري مقداره (0,50064).

الجدول رقم (2)
توزيع عيّنة البحث طبقاً لمتغير السن

متغير السن	التكرار	النسبة المئوية
من 20 إلى ما دون 25 سنة	38	12,3%
من 25 إلى ما دون 30 سنة	54	17,4%
من 30 إلى ما دون 35 سنة	38	12,3%
من 35 إلى ما دون 40 سنة	53	17,1%
من 40 إلى ما دون 45 سنة	52	16,8%
من 45 إلى ما دون 50 سنة	31	10,0%
من 50 إلى ما دون 55 سنة	17	5,5%
من 55 إلى ما دون 60 سنة	13	4,1%
60 سنة فأكثر	14	4,5%
المجموع	310	100%

بلغ المتوسط الحسابي لتوزيع عيّنة البحث طبقاً لمتغير السن (4,0871)، وبانحراف معياري مقداره (2,18900).

الجدول رقم (3)
توزيع عيّنة البحث طبقاً لمتغير نوعية النُخب

متغير نوعية النُخب	التكرار	النسبة المئوية
شخصيات أكاديمية	81	26,1%
شخصيات تعمل في الحقل الثقافي والأدبي	76	24,5%
شخصيات تعمل في مجال وسائل الإعلام التقليدية	69	22,3%
شخصيات تعمل في مجال وسائل الاتصال الرقمية	38	12,3%
شخصيات تعمل في مجال المنظمات الدولية وحقوق الإنسان	46	14,8%
المجموع	310	100%

بلغ المتوسط الحسابي لتوزيع عيّنة البحث طبقاً لمتغير نوعية النُخب (2,6516)، وبانحراف معياري مقداره (1,37520).

الجدول رقم (4)

توزيع عينة البحث طبقاً لمتغير المستوى التعليمي

متغير المستوى التعليمي	التكرار	النسبة المئوية
كلية (دبلوم)	9	2,9%
بكالوريوس	91	29,4%
ماجستير	95	30,6%
دكتوراه	115	37,1%
المجموع	310	100%

بلغ المتوسط الحسابي لتوزيع عينة البحث طبقاً لمتغير المستوى التعليمي (3,0194)، وبانحراف معياري مقداره (0,88476).

الجدول رقم (5)

توزيع عينة البحث طبقاً لمتغير المستويين (الاقتصادي - الاجتماعي)

متغير المستويين (الاقتصادي - الاجتماعي)	التكرار	النسبة المئوية
منخفض	52	16,8%
متوسط	155	50,0%
مرتفع	103	33,2%
المجموع	310	100%

بلغ المتوسط الحسابي لتوزيع عينة البحث طبقاً لمتغير المستويين (الاقتصادي - الاجتماعي) (2,1645)، وبانحراف معياري مقداره (0,68881).

وتشير المعطيات الخاصة بجدول المتغيرات الديموغرافية إلى العديد من النتائج أبرزها:

- 1- توزيع عينة الدراسة بنسبة (51,3%) للذكور ونسبة (48,7%) للإناث. وبلغ المتوسط الحسابي (1,4871)، وبانحراف معياري مقداره (0,50064).
- 2- أظهرت النتائج توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير السن إلى استحواذ فئة

من (25 إلى ما دون 30 سنة) على نسبة (17,4%)، وفئة من (35 إلى ما دون 40 سنة) على نسبة (17,1%)، ثم فئة (من 40 إلى ما دون 45 سنة) على نسبة (16,8%). وبلغ المتوسط الحسابي (4,0871)، وبانحراف معياري مقداره (2,18900).

3- دلت نتائج توزيع عينة الدراسة طبقاً لمتغير نوعية التُّخب إلى استحواذ فئة الشخصيات الأكاديمية على نسبة (26,1%)، وفئة الشخصيات التي تعمل في مجال وسائل الإعلام التقليدية (22,3%)، وفئة الشخصيات التي تعمل في مجال المنظمات الدولية وحقوق الإنسان (14,8%). وبلغ المتوسط الحسابي (2,651)، وبانحراف معياري مقداره (1,37520).

4- بينت نتائج الدراسة توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير المستوى التعليمي استحواذ فئة حملة الدكتوراه على نسبة (37,1%) وفئة حملة الماجستير على نسبة (30,6%)، وفئة حملة البكالوريوس على نسبة (29,4%). وبلغ المتوسط الحسابي (3,0194)، وبانحراف معياري (0,88476).

2- أكثر شبكات التواصل التفاعلي استخداماً لدى عينة الدراسة:

الجدول رقم(6)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لأكثر شبكات التواصل التفاعلي استخداماً

النسبة المئوية	التكرارات	شبكة التواصل التفاعلي
43,5%	135	فيسبوك
7,4%	23	التويتر
21,6%	67	الواتس آب
7,4%	23	اليوتيوب
5,8%	18	الفايبر
14,3%	44	Instagram
100%	310	المجموع

وتشير معطيات الجدول رقم (6) إلى استحواذ الفيسبوك على أعلى نسبة استخدام لدى عيّنة الدراسة كأكثر شبكات التواصل التفاعلي استخدامًا بنسبة (43,5%)، ثم الواتس آب بنسبة (21,6%) ف Instagram بنسبة (14,3%) فالتويتر واليوتيوب بـ (7,4) لكل منهما. وتُعزى هذه النتائج لاعتبارات عدّة، أبرزها:

1- شيوع استخدام الفيسبوك على نطاق واسع لدى مختلف شرائح المجتمع الأردني وفئاته.

2- قَدَم هذه الشبكة بالمقارنة مع الشبكات الأخرى.

3- ما يتيح الفيسبوك من إمكانيات فنية للمستخدمين من حيث استخدام النصوص والصور ومقاطع الفيديو وغيرها من عناصر الوسائط المتعددة.

4- رغبة التُّخب الأكاديمية والإعلامية والثقافية في الوصول إلى أكبر عدد ممكن من المستخدمين؛ سعيًا لتسويق وجهات نظرهم المختلفة حيال جميع القضايا.

5- ارتفاع نسبة استخدام الواتس آب بين مفردات عيّنة الدراسة لأسباب تتعلق بالخصوصية، وإمكانية تبادل وجهات النظر مع أفراد أو مجموعات محددة، وتبادل الآراء ووجهات النظر حيال مختلف القضايا، إلى جانب تبادل المعارف والتجارب والخبرات والترفيه والتسلية وضمن نطاق ضيق وموجه.

6- اللافت للانتباه أيضًا ارتفاع نسبة الـ (Instagram)، والتي تُعزى إلى رغبة بعض المستخدمين بنشر صور عن حياتهم الاجتماعية وأنشطتهم الشخصية من باب التسلية والترفيه، وإعلام أصدقائهم بأوجه أنشطتهم المختلفة.

7- انخفاض نسبة مستخدمي التويتر واليوتيوب؛ لعدم شيوع استخدامهما في منطقة بلاد الشام عمومًا والأردن خصوصًا؛ لاعتبارات مختلفة، ولعدم وجود

الكثير من المزايا الفنية التي تميزهما عن الفيسبوك والواتس آب وفقاً لوجهة نظر العيّنة.

وتتقاطع نتائج هذا الجدول مع نتائج العديد من الدراسات العربية بهذا الخصوص، حيث بلغ المتوسط الحسابي (2,6710)، وبانحراف معياري مقداره (1,81725).

3- عدد ساعات الاستخدام اليومي لشبكات التواصل التفاعلي:

الجدول رقم (7)

توزيع عيّنة الدراسة طبقاً لعدد ساعات استخدامها اليومي لشبكات التواصل التفاعلي

النسبة المئوية	التكرارات	عدد ساعات الاستخدام اليومي
9,3%	29	1- أقل من ساعة
16,8%	52	2- من (ساعة فأقل من ساعتين)
47,4%	147	3- من (3 فأقل من 4) ساعات
18,1%	56	4- من (4 فأقل من 5) ساعات
8,4%	26	5- (5) ساعات فأكثر
100%	310	المجموع

وتدل المعطيات الخاصة بالجدول رقم (7) على استحواذ فئة من (3 فأقل من 4 ساعات) على النسبة الأعلى لدى عيّنة الدراسة من حيث استخدامها اليومي لشبكات التواصل التفاعلي بنسبة (47,4%)، تلتها فئة من (4 فأقل من 5) ساعات بنسبة (18,1%)، ثم فئة من (1 فأقل من 2) ساعة بنسبة (16,8%). وبلغ المتوسط الحسابي (2,9935)، وبانحراف معياري مقداره (1,03027).

وتُعزى نتائج هذا الجدول للاعتبارات الآتية:

1- شيوع استخدام هذه الشبكات لدى مختلف الشرائح الاجتماعية، وبالتالي باتت وسيطًا اتصاليًا لا غنى عنه لدى الجميع.

2- زيادة درجة اعتماد التُّخب أو الصفوة الأكاديمية والإعلامية والثقافية على هذه الشبكات، للوقوف على اتجاهات الرأي العام الأردني حيال مختلف القضايا من جهة؛ ولكي تُعبر هذه التُّخب عن مواقفها واتجاهاتها حيال مختلف مجريات الأحداث التي تشهدها المنطقة عمومًا والقضايا الداخلية خصوصًا.

3- ما تتيحه هذه الشبكات من حرية بلا قيود لتعبر التُّخب عن توجهاتها، الأمر المقيد عند المشاركة في إنتاج مواد وبرامج وسائل الإعلام التقليدية.

4- كون محتوى شبكات التواصل التفاعلي بات يمثل النبض الحي للاحتياجات الإعلامية للمواطن ولميوله ورغباته واتجاهاته المتغيرة باستمرار، الأمر الذي لا تتيحه وسائل الإعلام التقليدية بالشكل الكافي.

5- تمثل شبكات التواصل التفاعلي مساحة لتبادل الآراء والأفكار بين مختلف الأصدقاء بما فيها فئة التُّخبة.

6- تشكل هذه الشبكات هاجسًا لمختلف الجهات ومستوياتها لما يبيث من خلالها من أحداث ووقائع داخلية وخارجية على السواء.

7- التأثيرات المعرفية والوجدانية وحتى السلوكية المتزايدة لهذه الشبكات.

8- تزايد معدلات استخدام هذه الشبكات لدى فئة واسعة من التُّخب من باب الرصد والمتابعة للبناء عليها من حيث معالجة وتناول بعض القضايا في المستقبل.

4- أسباب الاعتماد على شبكات التواصل التفاعلي:

الجدول رقم (8)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لأسباب الاعتماد على شبكات التواصل التفاعلي المستخدمة

النسبة المئوية	التكرارات	أسباب الاعتماد على شبكات التواصل التفاعلي
2,6%	8	1- لتغطيتها مختلف الأحداث المحلية والإقليمية والدولية
2,6%	8	2- لتركيزها على ما يدور من أحداث في البيئة الداخلية
15,2%	47	3- لإحاطتها بجميع جوانب الأحداث دون تمييز
7,7%	24	4- للشفافية والموضوعية التي تتحلل بها مقارنة مع وسائل الإعلام التقليدية
7,1%	22	5- لشيوع استخدامها لدى شرائح المجتمع مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية
17,7%	55	6- لزيادة درجة تأثيراتها المعرفية من حيث قدرتها على تشكيل المعارف والمواقف والاتجاهات حيال مختلف القضايا الداخلية
7,4%	23	7- لتسليطها الضوء على القضايا الداخلية التي لا تعالجها وسائل الإعلام التقليدية
3,2%	10	8- كونها مقياساً حرارياً للتنبؤ باتجاهات وحتى سلوكيات الأفراد داخل المجتمع
6,8%	21	9- كونها تحدث الكثير من التأثيرات الوجدانية والعاطفية على الأسر والأفراد داخل المجتمع
10,3%	32	10- لإتاحتها المجال للتعبير عن مختلف الآراء والاتجاهات دون قيود تذكر
9,1%	28	11- للتفاعلية والتشارك ولمزايها الفنية المتعددة غير المتاحة لدى وسائل الإعلام التقليدية
3,2%	10	12- لإظهارها مختلف التباينات داخل المجتمع
4,8%	15	13- لتبادل وجهات النظر مع الأصدقاء
2,3%	7	14- للتسلية والترفيه وتمضية أوقات الفراغ
100%	310	المجموع

وتشير بيانات الجدول رقم (8) إلى تعدد أسباب اعتماد التُّخب الأردنية على شبكات التواصل التفاعلي؛ إذ أشارت النتائج إلى استحواذ السبب المتعلق بزيادة درجة تأثيراتها المعرفية من حيث قدرتها على تشكيل المعارف والمواقف والاتجاهات حيال مختلف القضايا الداخلية على أعلى نسبة (17,7٪)، فيما جاء سبب الاعتماد المتمثل بإحاطتها بجميع جوانب الأحداث دون تمييز بالمرتبة الثانية وبنسبة (15,2٪)، ولإتاحتها المجال للتعبير بنسبة (10,3٪)، بالإضافة إلى العديد من الأسباب المبينة في الجدول السابق؛ بلغ المتوسط الحسابي (7,0065)، وبانحراف معياري مقداره (3,39521).

ولعل تقارب النّسب فيما يخص تنوع وتعدد الأسباب الكامنة وراء اعتماد عيّنة التُّخب الأردنية على شبكات التواصل التفاعلي يشير بوضوح إلى الأهمية المتزايدة لهذه الشبكات، وبأنها باتت تمثل منافساً حقيقياً لوسائل الإعلام التقليدية من حيث قدرتها على التأثير والتأطير وحشد الرأي العام، وبناء الأنساق الثقافية للمجتمع؛ نظراً لمزاياها الفنية وسهولة الوصول إليها واستخدامها وانخفاض تكلفتها وتنوع مضامينها وحرية التعبير التي تتيحها وتقديمها بقوالب وأشكال مختلفة ولمراعاتها مختلف المستويات، فالمستخدم هو المنتج لمادتها، بغض النظر عن جودتها.

5- أكثر القضايا الداخلية معالجة من خلال شبكات التواصل التفاعلي:

الجدول رقم (9)

توزيع عيّنة الدراسة طبقاً لأكثر القضايا الداخلية معالجة من خلال المستخدمين الخاص والعام بواسطة شبكات التواصل التفاعلي

النسبة المئوية	التكرارات	القضية
10,7٪	33	القضايا السياسية
22,6٪	70	القضايا الاجتماعية

النسبة المئوية	التكرارات	القضية
14,2%	44	القضايا الاقتصادية
10,7%	33	القضايا الثقافية
11,3%	35	القضايا التربوية والتعليمية
6,8%	21	القضايا البيئية
5,8%	18	القضايا الدينية
3,9%	12	قضايا المرأة
3,5%	11	قضايا الشباب
1,9%	6	قضايا الطفولة
1,9%	6	القضايا الصحية
2,9%	9	القضايا الرياضية
1,9%	6	الفنية
1,9%	6	قضايا حقوق الإنسان
100%	310	المجموع

وتدل معطيات الجدول رقم (9) على استحواذ القضايا الاجتماعية على أعلى نسبة لدى عينة الدراسة (22,6%)، ثم القضايا ذات الطابع الاقتصادي بنسبة (14,2%)، فالقضايا التربوية والتعليمية بنسبة (11,3%)، ثم القضايا الثقافية والسياسية بنسبة (10,7%) لكل منهما^(*). وبلغ المتوسط الحسابي (4,6935)، وبانحراف معياري مقداره (3,31315).

وتعزى نتائج الجدول السابق إلى اعتبارات عدّة، أهمها:

1- تعدد مجالات اهتمام النّخب عينة الدراسة.

(*) لم تظهر النتائج اعتماداً يذكر لدى النّخب عينة الدراسة بخصوص شبكات التواصل (بلارك - أوركوت - فليكر - تمبلر - ماي سبيس).

2- نوعية شبكات التواصل الأكثر استخدامًا لدى عينة الدراسة والتي يتم من خلالها معالجة مختلف القضايا.

3- كون القضايا الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والتربوية والتعليمية والسياسية هي التي تشغل اهتمام مختلف مستخدمي شبكات التواصل التفاعلي ولصلتها المباشرة بدورة حياتهم اليومية.

4- كون معالجة وتناول هذه القضايا بالتحديد يعد بمثابة بوابة عبور التُّخَب عينة الدراسة لمناقشة وعرض مختلف القضايا الأخرى ودون أن يثير ذلك حفيظة أحد.

5- كون هذه القضايا بالنسبة للمواطن الأردني تمثل أولوية، من الضرورة بمكان أن تتماهى التُّخَب الأكاديمية والإعلامية والثقافية مع هذه القضايا التي تأتي على رأس أولويات المواطن.

6- أكثر عناصر مادة الوسائط المتعددة استخدامًا:

الجدول رقم (10)

توزيع عينة الدراسة طبقًا لأكثر عناصر مادة الوسائط المتعددة استخدامًا في معالجة القضايا الأردنية الداخلية في شبكات التواصل التفاعلي

النسبة المئوية	التكرارات	عنصر مادة الوسائط
25,5%	79	النصوص
33,2%	103	الصور
20,9%	65	مقاطع الفيديو
2,9%	9	مقاطع صوتية
2,3%	7	الرسوم التعبيرية
2,3%	7	الرسوم التوضيحية البيانية

النسبة المئوية	التكرارات	عنصر مادة الوسائط
1,6%	5	الرموز
11,3%	35	عناصر متعددة
100%	310	المجموع

تبين معطيات الجدول رقم (10) استحواذ الصور كأكثر عناصر مادة الوسائط المتعددة استخدامًا، على أعلى نسبة لدى عيّنة الدراسة وصلت إلى (33,2%)، ثم تلتها النصوص بنسبة (25,5%)، فمقاطع الفيديو بنسبة (20,9%)، والعناصر المتعددة بنسبة (11,3%)؛ فيما بلغ المتوسط الحسابي (2,9548)، وبانحراف معياري (2,21598).

وترد المعطيات السابقة إلى اعتبارات عدة أبرزها:

- 1- قدرة هذه العناصر على إيصال الرسالة الاتصالية بشكل واضح.
- 2- قدرة النصوص والصور ومقاطع الفيديو على إحداث التأثيرات المطلوبة.
- 3- نوعية الشبكات الأكثر استخدامًا لدى عيّنة الدراسة وما تتيحه من إمكانيات للتعديل أو الإضافة أو الحذف على النصوص والصور وبسرعة فائقة.
- 4- طبيعة القضايا المعالجة والتي تفرض استخدام هذه النوعية من العناصر.
- 5- سهولة وسرعة استخدام الصور والنصوص ومقاطع الفيديو ومطابقتها للغرض من استخدامها.

7- سمات معالجة القضايا الأردنية الداخلية بواسطة شبكات التواصل التفاعلي:

الجدول رقم (11)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لسمات معالجة القضايا الأردنية الداخلية بواسطة شبكات التواصل التفاعلي وفقاً للاستخدامين العام والخاص

النسبة المئوية	التكرارات	سمة المعالجة
49,7%	154	معالجة سطحية
27,7%	86	معالجة تسجيلية
7,1%	22	معالجة متعمقة
9,7%	30	معالجة المتابعة للقضايا محل المعالجة
5,8%	18	معالجة استقصائية سابرة
100%	310	المجموع

تشير معطيات الجدول رقم (11) إلى استحواذ المعالجة السطحية للقضايا الأردنية الداخلية بنسبة (49,7%)، ثم جاءت المعالجة التسجيلية بنسبة (27,7%)، فمعالجة المتابعة للقضايا محل المعالجة بنسبة (9,7%). وبلغ المتوسط الحسابي (1,9419)، وبانحراف معياري مقداره (1,21607).

و تُرَدُّ نتائج هذا الجدول إلى العديد من الاعتبارات، من أبرزها:

- 1- آنية التغطية لمختلف الأحداث وعدم التريث في المعالجة.
- 2- سمات المستخدمين من حيث المستويات الثقافية والعلمية والاجتماعية والاقتصادية (الاستخدام العام).
- 3- السمات الفنية لهذه الشبكات التي تتيح إمكانية التعديل والتغيير والتحديث باستمرار على المادة المعالجة.
- 4- ذبوع ظاهرة الصحفي المواطن، وبالتالي عدم التخصص يؤدي إلى سطحية المعالجة.

5- بعض المستخدمين يقدمون الوقائع والأحداث تقريرًا (كما هي واردة من مصادرها المختلفة).

6- بعض المستخدمين من التُّخب الأكاديمية أو الإعلامية أو الثقافية تتسم معالجتهم للقضايا الداخلية المختلفة بالعمق والمتابعة والاستقصاء لبلورة وتطور الأحداث محل المعالجة.

7- تناول هذه القضايا من خلال الشبكات يتم بصورة مماثلة لما كنا نطلق عليه «الصحف السيّارة».

8- مدى موضوعية ودقة معالجة القضايا الأردنية الداخلية بواسطة شبكات التواصل التفاعلي:

الجدول رقم (12)

توزيع عيّنة الدراسة طبقًا لموضوعية معالجة القضايا الأردنية الداخلية ودقتها بواسطة شبكات التواصل التفاعلي وفقًا للاستخدامين العام والخاص

النسبة المئوية	التكرارات	المعالجة
46,5%	144	معالجة متحيزة تمامًا
32,9%	102	معالجة غير موضوعية
9%	28	معالجة متوازنة إلى حدّ ما
6,8%	21	معالجة متوازنة تتسم بالموضوعية
4,8%	15	معالجة موضوعية تمامًا تتسم بالتأني والدقة والوضوح والشفافية
100%	310	المجموع

تدل نتائج الجدول رقم (12) على استحواد المعالجة المتحيزة تمامًا، على أعلى نسبة لدى عينة الدراسة وهي (46,5%)، ثم المعالجة غير الموضوعية بنسبة (32,9%)، فالمعالجة المتوازنة إلى حدٍّ ما بنسبة (9%). وبلغ المتوسط الحسابي (2,4065)، وبانحراف معياري مقداره (1,45792).

وترد معطيات الجدول السابق للأسباب الآتية:

- 1- شيوع الفوضى الفكرية لدى أبناء المنطقة مستخدمي شبكات التواصل التفاعلي؛ لغياب الجهات المنظمة والراعية والموجهة للأداء.
- 2- اختلاف مرجعية مستخدمي شبكات التواصل التفاعلي.
- 3- عدم وجود ضوابط ومحددات ومعايير متداولة وواضحة ورسنية وراسخة.
- 4- التباين بين المستخدمين طبقًا للاهتمامات والأولويات والرؤية.
- 5- التضارب بين محتوى واتجاهات معالجة القضايا نفسها بين مختلف وسائل الإعلام التقليدية؛ نظرًا للاختلاف من حيث طبيعة سياستها التحريرية والاتصالية والتي تنعكس بشكل أو بآخر على معالجة مستخدمي هذه الشبكات من حيث التحيز وعدم الموضوعية.
- 6- تسرع أغلب مستخدمي هذه الشبكات في تناول مختلف القضايا ودون التريث لمعرفة الأسباب الحقيقية الكامنة وراء ظهورها.
- 7- اتسام نسبة (11,6%) من المستخدمين من العينة - من حيث الموضوعية والتوازن والدقة والتأني والوضوح والشفافية - بسماة الرصانة والحرفية والخبرة والمهارة.

9- كيفية رؤية العينة لتوقيت معالجة القضايا الداخلية بواسطة شبكات التواصل التفاعلي:

الجدول رقم (13)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لكيفية رؤيتها لتوقيت معالجة القضايا الداخلية من خلال الاستخدام العام والخاص لشبكات التواصل التفاعلي

نوعية التوقيت	التكرارات	النسبة المئوية
توقيت غير مناسب	79	25,5%
توقيت مقبول	144	46,5%
توقيت ملائم تماماً	87	28%
المجموع	310	100%

تبين مؤشرات الجدول رقم (13) العديد من المعطيات، أهمها: أن نسبة كبيرة من القضايا الداخلية التي يتم معالجتها من خلال الاستخدام العام والخاص لشبكات التواصل التفاعلي كتوقيت مقبول بنسبة (46,5%)، ونسبة (28%) توقيت ملائم تماماً، فيما ترى نسبة (25,5%) من عينة الدراسة أن توقيت معالجة القضايا الداخلية من خلال الاستخدام العام والخاص بواسطة شبكات التواصل التفاعلي غير مناسب. وبلغ المتوسط الحسابي (2,0258)، وبانحراف معياري مقداره (0,73249)؛ الأمر الذي يشير إلى أن المشكلة لا تتعلق بتوقيت المعالجة للقضايا الداخلية التي يتم تناولها من خلال مستخدمي هذه الشبكات، بل إن طبيعة الأحداث والوقائع تتطلّب هذا التناول، وإنما تكمن المشكلة في التسرع دون المعرفة والإلمام الكافي بجوانب القضايا التي يتم معالجتها ولعل ذلك يرتبط بعدم تخصص نسبة كبيرة من المستخدمين ولنوعية المعلومات المتوفرة، وللاتجاهات الشخصية للمستخدمين، ولتأخر وسائل الإعلام التقليدية في معالجة هذه القضايا، ولعدم شفافية الجهات المعنية في تبيان المعلومات الصادقة وإشاعتها لدى الرأي العام.

10- مدى تأثير معالجة القضايا الأردنية الداخلية التي يعكسها مستخدمو شبكات التواصل التفاعلي على أولويات القضايا التي تعالجها وسائل الإعلام التقليدية:

الجدول رقم (14)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لمدى تأثير معالجة القضايا الأردنية الداخلية التي يعكسها مستخدمو شبكات التواصل التفاعلي، على أولويات القضايا التي تعالجها وسائل الإعلام التقليدية

النسبة المئوية	التكرارات	مدى التأثير
26,8%	83	تأثير منخفض للغاية
26,8%	83	تأثير منخفض
19%	59	تأثير معتدل
13,2%	41	تأثير مرتفع
14,2%	44	تأثير مرتفع للغاية
100%	310	المجموع

تدل مؤشرات الجدول رقم (14) إلى استحواذ فئتي التأثير المنخفض للغاية والتأثير المنخفض على أعلى نسبة (26,8%)، ثم فئة التأثير المعتدل بنسبة (19%)، فالتأثير المرتفع للغاية بنسبة (14,2%)، بخصوص معالجة القضايا الأردنية الداخلية التي يعكسها مستخدمو شبكات التواصل التفاعلي على أولويات القضايا التي تعالجها وسائل الإعلام التقليدية. وبلغ المتوسط الحسابي (2,6129)، وبانحراف معياري مقداره (1,37658).

وتُعزى المعطيات السابقة لأسباب عدّة، من أهمها:

1- التداخل في أداء الكثير من الإعلاميين بين طبيعة عملهم لدى المؤسسات الإعلامية التقليدية وحساباتهم من خلال شبكات التواصل التفاعلي.

2- سمات البيئة الاتصالية والتي تسمح بانسيابية المعلومات وسهولة تداولها بين مختلف مستخدمي الشبكات والقائم بالاتصال العامل لدى وسائل الإعلام التقليدية والرأي العام وبالتحديد الصحفي المواطن.

3- زيادة نسبة التأثير المرتفع والمرتفع للغاية - بالمقارنة مع النسب الأولية التي برزت مع ظهور شبكات التواصل التفاعلي - والتي تشير بوضوح إلى مدى التأثير التدريجي المتزايد لهذه الشبكات على أولوية القضايا التي تعالجها وسائل الإعلام التقليدية.

4- التباين في النسب المتعلقة بمدى التأثير على أولويات القضايا التي تعالجها وسائل الإعلام التقليدية - والذي يرد إلى طبيعة التَّخَب الأكاديمية والثقافية والإعلامية من جهة، ولاعتماد نسبة كبيرة من المستخدمين على المصادر نفسها من جهة أخرى.

5- صعوبة الفصل والتحديد لدى عينة الدراسة بخصوص مدى التأثير؛ لأن الموضوع يتعلق بمدى المتابعة بالدرجة الأولى.

11- نوعية المصادر التي تُعتمد في معالجة القضايا الأردنية الداخلية بواسطة شبكات التواصل:

الجدول رقم (15)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لنوعية المصادر التي تُعتمد في معالجة القضايا الأردنية الداخلية من خلال الاستخدام العام والخاص لشبكات التواصل التفاعلي

النسبة المئوية	التكرارات	نوعية المصادر
24,8%	77	1- لا تعتمد على مصادر محددة
16,5%	51	2- مصادر رسمية محلية ذات طابع حكومي
7,4%	23	3- مصادر إعلامية خاصة

النسبة المئوية	التكرارات	نوعية المصادر
9%	28	4- مصادر إعلامية خارجية
17,4%	54	5- مواقع إلكترونية
19,4%	60	6- مصادر مختلفة
5,5%	17	7- أخرى تذكر
100%	310	المجموع

توضح معطيات الجدول رقم (15) استحواذ فئة (لا تعتمد على مصادر محددة)، على أعلى نسبة من حيث نوعية المصادر التي تعتمد في معالجة القضايا الأردنية الداخلية من خلال الاستخدام العام والخاص لشبكات التواصل التفاعلي بلغت (24,8%)، ثم فئة المصادر المختلفة بنسبة (19,4%)، تلتها فئة المواقع الإلكترونية كمصدر بنسبة (17,4%). فيما بلغ المتوسط الحسابي (3,5774)، وبانحراف معياري مقداره (2,06029).

وثرّد نتائج الجدول الفأئت إلى أسباب عدة أبرزها:

1- تعدد المصادر المتاحة أمام المستخدمين بخصوص تناول مختلف القضايا الداخلية ومعالجتها.

2- ندرة المصادر التي تتسم بالموثوقية، الأمر الذي يسوّغ تعدد المصادر المعتمدة وتنوعها من طرف المستخدمين لتناول القضايا الداخلية وتقديمها ومعالجتها.

3- توفر بعض المصادر دون سواها لبعض المستخدمين بخصوص تسليط الضوء على قضايا مجذ ذاتها فيما لا تتوفر معلومات عن قضايا أخرى، أو أن هذه المصادر غير متاحة للبعض الآخر من المستخدمين (سهولة الوصول المتاح من معلومات طبقاً للمصادر).

4- نوعية التُخبة عيئة الدراسة (أكاديمية - إعلامية - ثقافية).

5- ارتباط المصادر بنوعية القضايا الداخلية محل المعالجة.

12- مدى التنوع والثراء والتجديد في معالجة القضايا الأردنية من خلال شبكات التواصل التفاعلي:

الجدول رقم (16)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لمدى التنوع والثراء والتجديد في معالجة القضايا الأردنية من خلال الاستخدام العام والخاص لشبكات التواصل التفاعلي

النسبة المئوية	التكرارات	طبيعة المعالجة
15,2%	47	1- معالجة تقليدية
31,6%	98	2- معالجة مختلطة
28,1%	87	3- معالجة تتسم بالتنوع والثراء والتجديد من حيث المضامين المطروحة
11,9%	37	4- معالجة تتسم بالتنوع والثراء والتجديد من حيث أساليب التناول والعرض وطرقهما
13,2%	41	5- معالجة تتناول جميع أبعاد القضية محل المعالجة وجوانبها
100%	310	المجموع

تدل مؤشرات الجدول رقم (16) على استحواذ طبيعة المعالجة المختلطة على أعلى نسبة (31,6%)، طبقاً لمدى التنوع والثراء والتجديد في معالجة القضايا الأردنية، من خلال الاستخدام العام والخاص لشبكات التواصل التفاعلي، ثم المعالجة التي تتسم بالتنوع والثراء والتجديد من حيث المضامين المطروحة بنسبة (28,1%)، فالمعالجة التقليدية بنسبة (15,2%). وبلغ المتوسط الحسابي (2,7645)، وبانحراف معياري مقداره (1,23305).

وتُعزى هذه النتائج إلى عدم وجود المختصين في تناول القضايا الداخلية ومعالجتها الأمر الذي يشير إلى التناول المختلط كمعالجة إعلامية لهذه الظواهر

ويؤكد حقيقة شيوع الفوضى الفكرية لغياب البوصلة، ولعدم وضوح الأهداف وراء التناول أو المعالجة، ولعدم معرفة الأسس والمبادئ العامة الخاصة بالتحريك الإعلامي لوسائل الاتصال الرقمية من قبل نسبة لا يستهان بها ممن يستخدمون هذه الشبكات، على الرغم من اتسام المعالجة بالتنوع والثراء والتجديد على مستويي المضمون والشكل، ولعل التعرض للكثير من القضايا نفسها المعالجة من قبل العديد من المستخدمين، يؤدي بالضرورة إلى التعرف على مختلف جوانب وأبعاد هذه القضايا، وخصوصاً الاطلاع على ما ينشره بعض الأصدقاء أصحاب الخبرة والكفاءة والاختصاص، وانخفاض نسبة المعالجة التقليدية للقضايا الداخلية تؤكد حقيقة ومحدودية اعتماد مستخدمي هذه الشبكات على وسائل الإعلام التقليدية كمصادر لحصولهم على المعلومات حيال القضايا الداخلية محل المعالجة.

13- رؤية عينة الدراسة لردود أفعال مستخدمي شبكات التواصل التفاعلي لنوعية معالجة القضايا الأردنية الداخلية وطريقة هذه المعالجة:

الجدول رقم (17)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لرؤيتهم لردود أفعال مستخدمي شبكات التواصل التفاعلي لنوعية معالجة القضايا الأردنية الداخلية وطريقة هذه المعالجة

النسبة المئوية	التكرارات	ردود الأفعال
21,6%	67	1- ذات طابع سلبي للغاية
47,7%	148	2- ذات طابع سلبي
16,8%	52	3- ذات طابع محايد
7,4%	23	4- ذات طابع إيجابي
6,5%	20	5- ذات طابع إيجابي للغاية
100%	310	المجموع

تشير معطيات الجدول رقم (17) إلى استحواذ فئة ذات الطابع السلبي بخصوص رؤية عينة الدراسة لردود أفعال مستخدمي شبكات التواصل التفاعلي لنوعية معالجة القضايا الداخلية وطريقة هذه المعالجة، وبنسبة (47,7%)، وبنسبة (21,6%) للفئة ذات الطابع السلبي للغاية، ثم (16,8%) للفئة ذات الطابع المحايد. وقد بلغ المتوسط الحسابي (2,2935)، وبانحراف معياري مقداره (1,08578).

وتُعزى هذه النتائج لاعتبارات تتعلق بعدم التوافق بين ما تطرحه التُّخب الأكاديمية والإعلامية والثقافية، وطريقة استجابة أصدقائهم، الأمر الذي يعكس الفجوة المعرفية بين التُّخب والمستخدم العام لهذه الشبكات، ويرتبط هذا الأمر بالعديد من العوامل والمتغيرات الديموغرافية والاجتماعية والثقافية والعلمية.

14- اتجاه عينة الدراسة نحو معالجة القضايا الأردنية الداخلية كما تعكسها شبكات التواصل التفاعلي:

الجدول رقم (18)

توزيع عينة الدراسة طبقاً لاتجاهاتها العامة نحو معالجة مختلف القضايا الأردنية الداخلية كما تعكسها شبكات التواصل التفاعلي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع		إيجابي للغاية (5)		إيجابي (4)		محايد (3)		سلبي (2)		سلبي للغاية (1)		الاتجاه القضايا
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1,00969	3,2839	100	310	9	28	36,1	112	34,8	108	14,2	44	5,8	18	السياسية
1,13001	2,5548	100	310	9	28	11,6	36	17,7	55	49	152	12,6	39	الاقتصادية
1,36205	2,8419	100	310	14,8	46	22,9	71	12,3	38	31,6	98	18,4	57	الاجتماعية
0,97686	3,7452	100	310	22,3	69	42,9	133	24,8	77	7,1	22	2,9	9	الثقافية
1,15082	3,2710	100	310	15,8	49	28,7	89	29,4	91	19	59	7,1	22	التربوية والتعليمية
0,94311	2,9774	100	310	3,2	10	30	93	31,6	98	31,6	98	3,5	11	الدينية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع		إيجابي للغاية (5)		إيجابي (4)		محايد (3)		سليبي (2)		سليبي للغاية (1)		الاتجاه القضايا
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1,12765	2,9839	100	310	8,7	27	27,1	84	27,4	85	27,4	85	9,4	29	البيئية
2,56657	3,9097	100	310	30	93	30,6	95	31	96	4,2	13	4,2	13	الصحية
1,28747	3,2258	100	310	21,6	67	21,9	68	23,5	73	23,2	72	9,7	30	الرياضية
1,23432	3,2677	100	310	15,8	49	34,8	108	20,3	63	18,4	57	10,6	33	الفنية
1,25522	3,2419	100	310	18,4	57	29	90	20,3	63	22,9	71	9,4	29	الشبابية
1,33157	3,1806	100	310	19	59	29,7	92	13,9	43	25,2	78	12,3	38	المرأة
1,35051	3,0677	100	310	17,1	53	27,1	84	17,4	54	22,3	69	16,1	50	الطفولة
1,18397	3,1871	100	310	13,2	41	31,3	97	26,5	82	19	59	10	31	حقوق الإنسان

طبقاً للمتوسطات الحسابية الخاصة باتجاهات عينة الدراسة نحو معالجة القضايا الداخلية العامة (السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية، والتربوية والتعليمية، والدينية، والبيئية، والصحية، والرياضية، والفنية، والشبابية، والمرأة، والطفولة، وحقوق الإنسان)، من خلال مختلف شبكات التواصل التفاعلي المستخدمة - يتضح شيوع منحى الحياد والإيجاب، الأمر الذي يشير إلى التوافق العام بين مختلف شرائح المجتمع الأردني بخصوص تناول مختلف القضايا ومعالجتها من خلال الشبكات، الأمر الذي يؤكد فاعلية الأساليب المعتمدة بواسطة مختلف المنظومات وتناغمها وتكاملها، وشيوع ثقافة الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية، وبناء معظم المعالجات الإعلامية ضمن الأطر والأسس المقبولة على مختلف المستويات. ولعلّ المحدّات والمسلمات التي تعمل على إنمائها المؤسسات المعنية بإنتاج المعرفة، استطاعت ضبط المسار وتحديد الشروط والظروف الموضوعية الواجب مراعاتها واعتمادها لمعالجة إعلامية بهدف تحقيق الجدوى والفائدة والمصلحة، في ظل ما تشهده المنطقة من أحداث ساخنة على مختلف المستويات.

تاسعًا- نتائج الدراسة:

1- أظهرت النتائج توزيع عيّنة الدراسة طبقًا لمتغير الجنس (51,3%) للذكور، و(48,7%) للإناث؛ ووفقًا لمتغير السن استحوذت فئة من (25 إلى ما دون 30 سنة) على نسبة (17,4%)، وفئة من (35 إلى ما دون 40 سنة) على نسبة (17,1%)، ثم فئة (من 40 إلى ما دون 45 سنة) على نسبة (16,8%)، أما بالنسبة لنوعية التُّخب فاستحوذت فئة الشخصيات الأكاديمية على نسبة (26,1%)، وفئة الشخصيات التي تعمل في مجال وسائل الإعلام التقليدية (22,3%)، وفئة الشخصيات التي تعمل في مجال المنظمات الدولية وحقوق الإنسان (14,8%). وبخصوص متغير مستوى التعليم استحوذت فئة حملة الدكتوراه على نسبة (37,1%)، وفئة حملة الماجستير على نسبة (30,6%)، وفئة حملة البكالوريوس على نسبة (29,4%).

2- دلّت النتائج على استحواذ الفيسبوك على أعلى نسبة استخدام لدى عيّنة الدراسة بوصفه أكثر شبكات التواصل التفاعلي استخدامًا بنسبة (43,5%)، ثم الواتس آب بنسبة (21,6%)، ف Instagram بنسبة (14,3%)، والتويتير واليوتيوب بـ(7,4%) لكل منهما.

3- بينت النتائج استحواذ فئة من (3 فأقل من 4 ساعات) على النسبة الأعلى لدى مفردات عيّنة الدراسة من حيث استخداماتهم اليومية لشبكات التواصل التفاعلي بنسبة (47,4%)، تلتها فئة من (4 فأقل من 5 ساعات) بنسبة (18,1%)، ثم فئة من (ساعة فأقل من ساعتين) بنسبة (16,8%).

4- أظهرت النتائج تعدد أسباب اعتماد التُّخب الأردنية على شبكات التواصل التفاعلي؛ إذ أشارت إلى استحواذ السبب المتعلق بزيادة درجة تأثيراتها المعرفية، من حيث قدرتها على تشكيل المعارف والمواقف والاتجاهات حيال

مختلف القضايا الداخلية على أعلى نسبة (7,17%)، فيما جاء سبب الاعتماد المتمثل بإحاطتها بجميع جوانب الأحداث دون تمييز بالمرتبة الثانية وبنسبة (2,15%)، ولإتاحتها المجال للتعبير بنسبة (3,10%)، بالإضافة إلى العديد من الأسباب المبينة في الجدول رقم (8).

5- أوضحت النتائج استحواذ القضايا الاجتماعية على أعلى نسبة لدى عيّنة الدراسة، وهي (6,22%)، ثم القضايا ذات الطابع الاقتصادي بنسبة (2,14%)، فالقضايا التربوية والتعليمية وبنسبة (3,11%)، ثم القضايا الثقافية والسياسية وبنسبة (7,10%) لكل منهما.

6- دلّت النتائج على استحواذ الصور كأكثر عناصر مادة الوسائط المتعددة استخدامًا، على أعلى نسبة لدى عيّنة الدراسة، وهي (2,33%)، ثم تلتها النصوص بنسبة (5,25%)، فمقاطع الفيديو بنسبة (9,20%)، والعناصر المتعددة بنسبة (3,11%).

7- أظهرت النتائج استحواذ المعالجة السطحية للقضايا الأردنية الداخلية بنسبة (7,49%)، ثم جاءت المعالجة التسجيلية بنسبة (7,27%)، فمعالجة المتابعة للقضايا محل المعالجة بنسبة (7,9%).

8- أوضحت النتائج استحواذ المعالجة المتحيزة تمامًا على أعلى نسبة لدى عيّنة الدراسة (5,46%)، ثم المعالجة غير الموضوعية بنسبة (9,32%)، فالمعالجة المتوازنة إلى حدّ ما بنسبة (9%).

9- دلّت النتائج على أن نسبة كبيرة من القضايا الداخلية التي يتم معالجتها من خلال الاستخدام العام لشبكات التواصل التفاعلي كتوقيت مقبول بنسبة (5,46%)، وبنسبة (28%) توقيت ملائم تمامًا، فيما ترى نسبة (5,25%) من

عينة الدراسة، أن توقيت معالجة القضايا الداخلية من خلال الاستخدام العام بواسطة شبكات التواصل التفاعلي غير مناسب.

10- أظهرت النتائج استحواذ التأثير المنخفض للغاية والتأثير المنخفض على أعلى نسبة (26,8%) لكل منهما، ثم فئة التأثير المعتدل بنسبة (19%)، فالتأثير المرتفع للغاية بنسبة (14,2%) بخصوص معالجة القضايا الأردنية الداخلية التي يعكسها مستخدمو شبكات التواصل التفاعلي على أولويات القضايا التي تعالجها وسائل الإعلام التقليدية.

11- بينت النتائج استحواذ فئة (لا تعتمد على مصادر محددة) على أعلى نسبة من حيث نوعية المصادر التي تعتمد في معالجة القضايا الأردنية الداخلية من خلال المستخدمين العام والخاص لشبكات التواصل التفاعلي؛ إذ بلغت (24,8%)، ثم فئة المصادر المختلفة بنسبة (19,4%)، تلتها فئة المواقع الإلكترونية كمصدر بنسبة (17,4%).

12- أظهرت النتائج استحواذ طبيعة المعالجة المختلطة على أعلى نسبة (31,6%)، طبقاً لمدى التنوع والثراء والتجديد في معالجة القضايا الأردنية من خلال المستخدمين العام والخاص لشبكات التواصل التفاعلي، ثم المعالجة التي تتسم بالتنوع والثراء والتجديد من حيث المضامين المطروحة بنسبة (28,1%)، فالمعالجة التقليدية بنسبة (15,2%).

13- دلّت النتائج على استحواذ فئة ذات الطابع السلبي بخصوص رؤية عينة الدراسة لردود أفعال مستخدمي شبكات التواصل التفاعلي لنوعية معالجة القضايا الداخلية وطريقة هذه المعالجة، وبنسبة (47,7%)، وبنسبة (21,6%) للفئة ذات الطابع السلبي للغاية، ثم (16,8%) للفئة ذات الطابع المحايد.

14- بيّنت النتائج، طبقاً للمتوسّطات الحسّابية الخاصة باتجاهات عيّنة الدراسة نحو معالجة مختلف القضايا الداخلية (السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتربوية والتعليمية والدينية والبيئية والصحية والرياضية والفنية والشبابية والمرأة والطفولة وحقوق الإنسان)، من خلال مختلف شبكات التواصل التفاعلي - غلبة منحنى الحياد والمنحنى الإيجابي، الأمر الذي يشير إلى التوافق العام بين مختلف شرائح المجتمع الأردني بخصوص تناول مختلف القضايا ومعالجتها من خلال الشبكات، الأمر الذي يؤكد فاعلية الأساليب المعتمّدة بواسطة مختلف المنظومات، وتناغمها وتكاملها، وشيوع ثقافة الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية، وبناء معظم المعالجات الإعلامية ضمن الأطر والأسس المقبولة على مختلف المستويات.

عاشراً- مقترحات الدراسة:

1- تشكيل شعبة، أو قسم، أو دائرة، أو مديرية، أو هيئة دائمة تُعنى برصد ما ينشر من خلال شبكات التواصل التفاعلي ومتابعته، والقيام ببيتّ رسائل كل مؤسسة حسب طبيعة عملها، وبما يسهم في عملية تشكيل المعارف والاتجاهات والسلوكات المرغوبة لدى جمهورها الداخلي والخارجي، ويساعد على تحقيق أهدافها.

2- إنجاز الكثير من البحوث حول اتجاهات التّخب العربية المختلفة، نحو ظواهر وقضايا معيّنة يتم معالجتها من خلال شبكات تواصل محددة.

3- الاهتمام بالدراسات ذات الطابع التكاملي، والتي تركز على أكثر من وسيلة من حيث معالجتها لظواهر محددة بسبب التداخل والتأثير المتبادل بين الوسائل، نتيجة زيادة درجة تعقيد البيئة الاتصالية المعاصرة.

4- ضرورة القيام بمحملات التوعية وبمختلف قطاعات العمل والإنتاج،
لشرح السبل وآليات الاعتماد المثلى على شبكات التواصل التفاعلي.

5- تخصيص مواد بالفصول الدراسية للطلبة وخلال مختلف مراحل التعليم
تُعنى بتقنيات الاتصال المعاصرة وكيفية توظيف شبكات التواصل التفاعلي بالشكل
الصحيح، وبما يحقق الجدوى والفائدة والمصلحة العامة والخاصة، ويسهم في
تحقيق التنمية المستدامة لمجتمعاتنا العربية.



الهوامش

- (1) ربيحي مصطفى عليان، إيمان فاضل السامرائي، المصادر الإلكترونية للمعلومات، عمان: دار البيازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2014م، ص11.
- (2) وليد محمد عمشه، أحمد علي العنانية، إنتاج البرامج في الشبكات الإذاعية والتلفزيونية، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2017م، ص163.
- (3) علي عبد الفتاح كنعان، الإعلام الإلكتروني، عمان: دار الأيام للنشر والتوزيع، 2014م، ص9.
- (4) رضوان مفلح العلي وآخرون، مدخل إلى وسائل الإعلام الإلكتروني والفضائي، عمان: دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، 2016م، ص25.
- (5) عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، 2011م، ص9.
- (6) عبد العزيز الشريف، الإعلام الإلكتروني، عمان: دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، 2014م، ص151-153.
- (7) سامية أبو النصر، الصحافة الإلكترونية وثورة الفيسبوك، القاهرة: المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، 2014م، ص94-95.
- (8) كاظم شنون المقدادي، الإعلام الدولي والجديد وتصدع السلطة الرابعة، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2013م، ص195.
- (9) عامر إبراهيم قنديلجي، الإعلام الإلكتروني، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2015م، ص51-79.
- (10) محمد بن صنيتان، الثُخب السعودية: دراسة في التحولات والاختلافات، مركز دراسات الوحدة العربية، الطبعة الثانية، بيروت، مارس/آذار 2005م، ص24.
- (11) نعمان عباسي، الحكم الراشد وأولوية ترتيب المشهد التُخبوي الجزائري، مجلة: الباحث الاجتماعي، العدد (10)، سبتمبر 2010م، ص116.
- (12) زاهر راضي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد (15)، عمان: جامعة عمان الأهلية، 2003م، ص23.
- (13) مجدي الداغر، دور الإعلام الجديد في تشكيل اتجاهات التُخبة العربية، نحو ظاهرة الإرهاب على شبكة الإنترنت في ضوء الضوابط المهنية والأخلاقية - شبكات التواصل الاجتماعي نموذجًا، مجلة البحوث الإعلامية والاتصالية، العدد الأول يناير/كانون الثاني، 2018م.
- (14) أمينة علاق، نخبة أم نخب: قراءة في المفهوم، الأدوار والإشكاليات، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد (28)، مارس 2017م، ص171-186.

- (15) عبد الرحمن الشامي، استخدامات قادة الرأي الخليجي لشبكات التواصل الاجتماعي، دراسة إعلامية على موقع:
<http://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2017/11/171116101951965.html>.
- (16) حسن يوسف مصطفى دوحان، اتجاهات التُّخبة الإعلامية حول تناول وسائل الإعلام الفلسطينية لقضايا الانقسام وقضايا الحل النهائي، المؤتمر الدولي الثالث عشر لمركز جيل البحث العلمي: فلسطين قضية وحق، طرابلس - لبنان، 2016م، ص 107.
- (17) خالد الصوفي، علي البريحي، دور وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات التُّخبة الأكاديمية العربية في اليمن نحو الربيع العربي، مجلة رؤى إستراتيجية، المجلد الثاني، العدد (5)، يناير 2014م، ص 32-85.
- (18) حنان أحمد سليم، اتجاهات التُّخبة الألمانية نحو إدارة القنوات الإخبارية الأجنبية للأزمة العربية، 2014م، على موقع: <http://dalya6848.blogspot.com/2014/04/1.html>.
- (19) عبد المجيد العزام، هاديا خزنة كاتبي، اتجاهات الأردنيين نحو الأداء الإعلامي، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العددان (3) و(4)، 2010م، ص 589-645.
- (20) منال قدواح، اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الإلكترونية - دراسة ميدانية، جامعة منتوري، قسنطينة - الجزائر، رسالة ماجستير، 2007-2008م.
- (21) حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2008 م، ص 314.
- (22) وجدي حلمي عبد الظاهر، دور قناة نفرتيتي في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات الصحية في إطار نظريتي الاعتماد والمعرفة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنيا، كلية الآداب، 2005م، ص 91.
- (23) حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، مرجع سابق، 2008م، ص 327-239.
- (24) حمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهاته التأثيرية، القاهرة: عالم الكتب، ط3، عام 2010م، ص 307.
- (25) El-shinnawy,-maha: Markus,-m.-lynnne, "the poverty of media Richness theory: Explaining People's Choice of electronic Mail vs. Voice mail", International-journal of Human Computer Studies, Vol. 46, No. (4), April 1997, pp. 443-467.
- (26) Ojelanki K. Ngwenama, Allen s.lee, "Communication Richness id Electronic Mail: Critical Social Theory and the contexextuality of meaning", MIS quarterly, Vol. 21, No.(2), June1997, pp. 145-167.
- (27) Trevino, Lengel and Daft, "Media Symbolism, Media Richness and Media Choice in Organizations: A Symbolic Integrationist Perspective", Communication Research, Vol. 14, No. (5), 1987, pp. 553-574.

- (28) وليد محمد عمشة، استخدام التقنيات المعاصرة في إنتاج برامج الخيال العلمي في قنوات الأطفال العربية المتخصصة ودورها في الإنماء الثقافي للطفل، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام - قسم الإذاعة، 2005م، ص52-84.
- (29) وليد محمد عمشة، أثر التكنولوجيا المستخدمة في جمع وتقديم الأخبار على شكل ومضمون الخدمة الإخبارية - دراسة على القنوات الفضائية العربية غير الحكومية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام - قسم الإذاعة، 2001م، ص107.



المصادر والمراجع

أولاً- العربية:

- أمينة علاق، نخبة أم نخب: قراءة في المفهوم، الأدوار والإشكاليات، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد (28)، مارس 2017م.
- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2008م.
- حسن يوسف مصطفى دوحان، اتجاهات التُّخبة الإعلامية حول تناول وسائل الإعلام الفلسطينية لقضايا الانقسام وقضايا الحل النهائي، المؤتمر الدولي الثالث عشر لمركز جيل البحث العلمي: فلسطين قضية وحق، طرابلس - لبنان، 2016م.
- حمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهاته التأثيرية، القاهرة: عالم الكتب، ط3، عام 2010م.
- حنان أحمد سليم، اتجاهات التُّخبة الألمانية نحو إدارة القنوات الإخبارية الأجنبية للأزمة العربية، 2014م، على موقع: <http://dalaya6848.blogspot.com/2014/04/1.html>.
- خالد الصوفي، علي البريحي، دور وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات التُّخبة الأكاديمية العربية في اليمن نحو الربيع العربي، مجلة رؤى إستراتيجية، المجلد الثاني، العدد (5)، يناير 2014م.
- ربيحي مصطفى عليان، إيمان فاضل السامرائي، المصادر الإلكترونية للمعلومات، عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2014م.
- رضوان مفلح العلي وآخرون، مدخل إلى وسائل الإعلام الإلكتروني والفضائي، عمان: دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، 2016م.
- زاهر راضي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد (15)، عمان: جامعة عمان الأهلية، 2003م.
- سامية أبو النصر، الصحافة الإلكترونية وثورة الفيسبوك، القاهرة: المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، 2014م.
- عامر إبراهيم قنديلجي، الإعلام الإلكتروني، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2015م.
- عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، 2011م.
- عبد الرحمن الشامي، استخدامات قادة الرأي الخليجي لشبكات التواصل الاجتماعي، دراسة إعلامية على موقع: <http://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2017/11/171116101951965.html>
- عبد العزيز الشريف، الإعلام الإلكتروني، عمان: دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، 2014م.
- عبد المجيد العزائم، هاديا خزنة كاتبي، اتجاهات الأردنيين نحو الأداء الإعلامي، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العددان (3) و(4)، 2010م.

- علي عبد الفتاح كنعان، الإعلام الإلكتروني، عمان: دار الأيام للنشر والتوزيع، 2014م.
- كاظم شنون المقدادي، الإعلام الدولي والحديد وتصعد السلطة الرابعة، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2013م.
- مجدي الداغر، دور الإعلام الجديد في تشكيل اتجاهات التُّخبة العربية نحو ظاهرة الإرهاب على شبكة الإنترنت في ضوء الضوابط المهنية والأخلاقية - شبكات التواصل الاجتماعي نموذجًا، مجلة البحوث الإعلامية والاتصالية، العدد الأول يناير/كانون الثاني، 2018م.
- محمد بن صنيتان، التُّخبة السعودية: دراسة في التحولات والإخفاقات، مركز دراسات الوحدة العربية، الطبعة الثانية، بيروت، مارس/آذار 2005م.
- منال قدواح، اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الإلكترونية - دراسة ميدانية، جامعة منتوري، قسنطينة - الجزائر، رسالة ماجستير، 2007-2008م.
- نعمان عباسي، الحكم الراشد وأولوية ترتيب المشهد التُّخبوي الجزائري، مجلة: الباحث الاجتماعي، العدد (10)، سبتمبر 2010م.
- وجدي حلمي عبد الظاهر، دور قناة نفرتيتي في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات الصحية في إطار نظريتي الاعتماد والمعرفة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنيا، كلية الآداب، 2005م.
- وليد محمد عمشة، أثر التكنولوجيا المستخدمة في جمع وتقديم الأخبار على شكل ومضمون الخدمة الإخبارية - دراسة على القنوات الفضائية العربية غير الحكومية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام - قسم الإذاعة، 2001م.
- _____، أحمد علي العنانبة، إنتاج البرامج في الشبكات الإذاعية والتلفزيونية، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2017م.
- _____، استخدام التقنيات المعاصرة في إنتاج برامج الخيال العلمي في قنوات الأطفال العربية المتخصصة ودورها في الإنماء الثقافي للطفل، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام - قسم الإذاعة، 2005م.

ثانيًا- الأجنبية:

- El-shinnawy,-maha: Markus,-m.-lynne, "the poverty of media Richness theory: Explaining People's Choice of electronic Mail vs.Voice mail", International-journal of Human Computer Studies, Vol. 46, No. (4), April 1997.
- Ojelanki K.Ngwenama,Allen s.lee, "Communication Richness id Electronic Mail: Critical Social Theory and the contextuality of meaning", MIS quarterly, Vol. 21, No.(2), June1997.
- Trevino, Lengel and Daft , "Media Symbolism, Media Richness and Media Choice in Organizations: A Symbolic Integregationist Perspective", Communication Research, Vol. 14, No. (5), 1987.



