

اتجاهات الجمهور السعودي نحو فاعلية المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية

دراسة ميدانية

د / أحمد على الزهراني*

مقدمة

اتجهت الأبحاث في السنوات الأخيرة نحو دراسة الإنترنت كوسيلة اتصال جماهيرية والتي تمثل أحد التطورات الحديثة في مجال الإعلام والاتصال، وطبيعي أن شبكة من العلاقات يمثل هذه الخصوبة والشمول، وعلى هذه الدرجة من القوة والنفاذية والتأثير، وبهذا الشكل من الانتشار العالمي أن تحظى بمتابعة واشتراك من الجمهور، فقد خلقت مجتمعاً افتراضياً لكنه للمشاركين فيه قائم بذاته، وقادر على أن يمددهم بالمعلومات والأحداث والآراء والمواقف⁽¹⁾.

وقد ظهرت المواقع الإخبارية الإلكترونية Electronic News Websites كمصطلح أطلق على مجموعة المواقع الإلكترونية التي ظهرت مع الجيل الثاني للويب، وأتاحت التواصل مع مجتمع افتراضي⁽²⁾، وأسهمت بدورها في تعظيم الأثر الاتصالي للعملية الإعلامية من خلال ما تقدمه من عناصر مقروءة ومرئية ومسموعة، خاصة بعد الاستفادة من معطيات وإمكانات شبكة الإنترنت⁽³⁾.

وترتب على انطلاق المواقع الإخبارية الإلكترونية على شبكة (الإنترنت) أن نشأ مشهداً إعلامياً جديداً، حيث ارتبطت واستفادت تلك المواقع من الثورة الهائلة في تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، وأتاحت للمستخدم سهولة التعرض للمضامين المتاحة عبر النصوص التشعبية التي تقوم بنقل المستخدم من موضوع لآخر، أو من ملف لآخر بكل يسر وسهولة وبسرعة هائلة⁽⁴⁾.

وتؤكد الدراسات في مجال الإعلام وجود استراتيجية لتوجيه الإعلام العربي من دول غير ناطقة بالعربية، والتي بدأتها إنجلترا عندما كانت إمبراطورية ولها مستعمرات واسعة في العديد من الدول، وأرادت أن تقيم نوعاً من الحوار مع الشعوب التي تحتلها، من أجل تخفيف حدة المقاومة⁽⁵⁾.

وتعتمد هذه الدول غير العربية في تنفيذ سياساتها الخارجية على العديد من الوسائل الإعلامية، وتراعي قبل بداية خدمة الإعلام الموجه تحديد الجمهور المستهدف بدقة وعناية، وتحديد اللغة والمستوى اللغوي المناسب للجمهور، وتحديد المضمون الإعلامي الجذاب الذي يبتعد عن المباشرة، وقد ظهر ذلك بداية على مستوى القنوات الفضائية، حيث تم توجيه الكثير من القنوات الأجنبية التي تبث باللغة العربية،

* الأستاذ المساعد بقسم الصحافة - كلية الاتصال والإعلام - جامعة الملك عبد العزيز - جدة

واستخدمت أسماء عربية مثل: قناة الحرة - العراق، التي اعتقد الكثيرون أنها قناة عراقية تدعو للتحريض، وإذاعة سوا - وهو لفظ يستخدمه الشباب العربي - بمعنى معاً⁽⁶⁾.

وهناك العديد من الأسباب التي أدت إلى اهتمام الدول الأجنبية بتوجيه وسائل إعلام لمخاطبة المنطقة العربية، ومنها توسيع نطاق قائمة اللغات التي تستخدمها خارج الحدود بإضافة اللغة العربية لها، بجانب أهمية المنطقة العربية كقوة شرائية ضخمة للدول الصناعية الكبرى⁽⁷⁾.

وقد استفاد هذا التوجه من معطيات الثورة التكنولوجية والإعلام الرقمي، وشهدت السنوات الأخيرة منافسة بين العديد من دول العالم للسيطرة على اهتمام المواطن العربي عبر إطلاق مواقع إخبارية أجنبية بالعربية تتوجه للجمهور العربي. وقد وفرت المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية العديد من خيارات الاستخدام للجمهور، ونافست بشدة المواقع العربية الإخبارية، ودعمت المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية وجودها وتأثيرها عبر المضمون الإخباري الإلكتروني ومحاكاة المواقع الإخبارية العربية⁽⁸⁾.

ومن أشهر المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية موقع هافينغتون بوست Huffington post وهو موقع إخباري إنجليزي عالمي يوفر الأخبار بعدة لغات ومن ضمنها اللغة العربية، ويعتبر إصدار الأخبار باللغة العربية لهذا الموقع شيئاً مميزاً له، وسي إن إن CNN: وهو موقع شهير جداً يعمل على نشر الأخبار بعدة لغات ومنها اللغة العربية أيضاً، وهو موقع له شهرة كبيرة على الإنترنت، وأيضاً بي بي سي BBC والذي يعتبر الأهم في الأخبار العالمية؛ لأنه يصدر بعدة لغات ومنها العربية، وله أيضاً موقع على الإنترنت كذلك له قناة إخبارية ويعطي دروس في تعلم اللغة الإنجليزية⁽⁹⁾. وتأسيساً على ما سبق تهتم الدراسة الحالية برصد وقياس اتجاهات الجمهور السعودي نحو فاعلية المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية في إطار نظرية ثراء وسائل الإعلام ومدخل الاستخدامات والإشباع، سعياً لتقييم اتجاهات الجمهور السعودي نحو فاعلية المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية، وتحديد الطرح المستقبلي لهذه المواقع في علاقتها بالجمهور.

مشكلة الدراسة

تثير وسائل الإعلام الإلكتروني عبر الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي العديد من التساؤلات والتي تتبع أساساً من تحديد ورصد تأثيرها سواء علي الصعيد الإيجابي أو السلبي، خاصة بعد ارتفاع معدل استخدامها بشكل كبير في الفترة الأخيرة، وتعدد قنوات الاعلام الإلكتروني ومنها المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية، والتي استخدمت أحدث التقنيات للربط بين الصوت والصورة، وسرعة نقل وتحديث الخبر، مما أدى إلى جذب العديد من مستخدمي الإنترنت لهذا النوع من المواقع، واستقطبت تلك المواقع الإخبارية العديد من الشرائح التي لا تقبل على متابعة وسائل الإعلام التقليدية.

وفى ضوء ما تقدم يصبح من المهم دراسة طبيعة اتجاهات الجمهور نحو فاعلية هذه المواقع، ومن ثم تتحدد مشكلة الدراسة في الإجابة على سؤال رئيس هو: ما طبيعة اتجاهات الجمهور السعودي نحو فاعلية المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية؟ وما دوافع التعرض والإشباع المتحققة من التعرض، وما العوامل الوسيطة المؤثرة في ذلك؟ وذلك تطبيقاً على عينة من الجمهور السعودي من مستخدمي المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية.

أهمية الدراسة

- 1- الارتفاع المتزايد - من واقع نتائج الدراسات - لمعدلات التعرض في الدول العربية لوسائل الإعلام الجديد عبر الإنترنت، وبالتالي أهمية دراسة التأثيرات المتوقعة لذلك.
- 2- أهمية دراسة وتقييم الدور الذي تقدمه المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية للجمهور.
- 3- يعد البحث دراسة آنية، حيث يدرس اتجاهات الجمهور السعودي نحو فاعلية المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية، ومن ثم يصلح للتطبيق فيما ينتهي إليه من نتائج.
- 4- دعم التوجه البحثي نحو دراسة تأثيرات وسائل الإعلام الجديد في السنوات الماضية.
- 5- تزداد أهمية الدراسة باعتبارها ستخلص لتقديم توصيات ونتائج تساعد على فهم واقع ومستقبل علاقة فئة الجمهور بالمواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية.

أهداف البحث

- 1- رصد وتقييم اتجاهات الجمهور السعودي نحو فاعلية المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية.
- 2- تحديد الموضوعات التي تحرص العينة على متابعتها في المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية.
- 3- الكشف عن دوافع التعرض (الاستخدامات) لدى الجمهور للمواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية.
- 4- تحديد الإشباع المتحققة من التعرض للمواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية.
- 5- رصد طبيعة اتجاهات الجمهور نحو القيم السائدة في المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية، ودورها الإخباري كمصدر للمعلومات.

6- تحديد طبيعة اتجاه الجمهور (الراهن - المستقبلي) نحو المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية.

7- التوصل إلى تأثير المتغير الديموجرافي على استخدام المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية كمصدر للمعلومات، وتشكيل اتجاهات الجمهور نحوها.

الدراسات السابقة

تشكل الدراسات السابقة طرحًا مهمًا في بناء البحث العلمي حيث تقدم للباحث العديد من المعلومات عن موضوع دراسته ويمكن عرض الدراسات السابقة مرتبة تنازليًا على النحو التالي:

1- سعت دراسة كاسي وآخرون (Casey, et al., 2017)⁽¹⁰⁾ لعقد دراسة مقارنة للمحتوى الإخباري الإلكتروني للصحف والقنوات التلفزيونية عبر الإنترنت، وذلك تطبيقًا على عينة قوامها 840 من مستخدمي هذه المواقع، وانتهت الدراسة إلى انتشار الخدمات الإخبارية على الإنترنت، حيث أكد 46% من العينة أن استخدام الإنترنت كان للحصول على الأخبار، وأن المواقع الإخبارية الإلكترونية التلفزيونية تتفوق على مثيلاتها من المواقع الصحفية في استخدام تقنيات الفيديو والفورية، في حين تتجه الثقة في المواقع الصحفية أكثر من المواقع الإخبارية الإلكترونية التلفزيونية.

2- واهتمت دراسة المركز الصحفي العربي (2016)⁽¹¹⁾ باستخدام الشباب للمواقع الإخبارية العربية والإشباع المتحقق منها، ورصد استخدامات الشباب المصري لها والإشباع المتحققة، بجانب الكشف عن المضامين والخدمات التفاعلية المقدمة، وقد أكدت النتائج اعتماد الشباب المصري على المواقع الإخبارية العربية كمصدر للمعلومات، وتبين أن الذكور هم الأكثر استخدامًا من الإناث للمواقع الإخبارية.

3- وعرضت دراسة نصير بوعلي (2016)⁽¹²⁾ لاستخدام الشباب لوسائل الإعلام الجديد، وسعت لرصد عادات استخدام الطلاب لوسائل الإعلام التقليدي والجديد، والإشباع المتحققة، وقد أوضحت النتائج حدوث العديد من التأثيرات السلبية ومنها تدني المستوى المعرفي، وحدثت تأثيرات في تغيير الاتجاهات والمعارف.

4- وتناولت دراسة أندرسون (Anderson, 2014)⁽¹³⁾ إنتاج الأخبار في المواقع الإخبارية عبر الإنترنت، وسعت الدراسة لتحديد مدى استفادة المواقع الإخبارية لعينة من الصحف الكندية من إمكانات النشر الفوري واستخدام الصوت والفيديو وغيرها، واعتمدت الدراسة على استمارة الاستقصاء بالتطبيق على (90) صحفيًا، وانتهت الدراسة إلى أن الصحافة الإلكترونية مكتملة لنظيرتها التقليدية، واستطاعت أن تميز نفسها عن طريق استخدام القيم المضافة للإنترنت، وأكد 70% أن

مستقبل الصحافة الإلكترونية يكمن في التفاعل، وتوفير العمق من خلال النص التشعبي والوسائط المتعددة.

5- وعرضت دراسة إيمان سيد (2013)⁽¹⁴⁾ لدور القنوات الفضائية الأجنبية الموجهة باللغة العربية في ترتيب أجندة النخبة نحو القضايا العربية، بهدف قياس تأثير القنوات الفضائية الأجنبية على النخبة. اعتمدت الدراسة على فروض نظرية وضع الأجندة، واستخدمت أداة الاستبيان، وانتهت إلى وجود دور للفضائيات الأجنبية على تشكيل أولويات اهتمام النخبة بالقضايا المثارة محليًا ودوليًا.

6- واستهدفت دراسة نايف ثنيان آل سعود (2012)⁽¹⁵⁾ رصد استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي، وتحديد عادات وكثافة الاستخدام، وتم تطبيق الدراسة على عينة من طلاب بجامعة الملك سعود قوامها (٤٧٠) طالبًا، وأكدت النتائج ارتفاع معدل استخدام الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي، وبينت الدراسة أن أفراد العينة يميلون للموافقة على أن الشبكات الاجتماعية تزيد من حرية التعبير وتكوين الآراء الشخصية.

7- وفي دراسته للخطاب التليفزيوني الأمريكي الموجه إلى المشاهد العربي، استخدم على جبار (2010)⁽¹⁶⁾ أداة تحليل المحتوى لعينة من خطابات التليفزيون الأمريكي. وانتهت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها أن الخطاب الأمريكي كان يهدف إلى التأكيد على أن أمريكا تدعم الحوار الديمقراطي، وأن الشرق الأوسط منطقة لا تحظى بالاستقرار.

8- وعرضت دراسة سهير عبدالحليم (2010)⁽¹⁷⁾ لقرائي المواقع الإخبارية كمنافس لقراءة الصحف المطبوعة، وسعت لرصد وتفسير مدى تأثير المنافسة. واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي تطبيقًا على عينة قوامها (700) مفردة من القراء، وعينة القائم بالاتصال قوامها (150) مفردة من العاملين في الصحف. وانتهت الدراسة إلى أن أهم أسباب المتابعة مدى الارتباط بقضايا المجتمع وتقديم خدمات إخبارية متميزة.

9- وعرض أمين سعيد (2007)⁽¹⁸⁾ في دراسته للمعالجة الإخبارية لقضايا العالم العربي والإسلامي في قناتي العالم الإيرانية والحرّة الأمريكية، سعيًا لرصد وتحليل وفهم أبعاد ظاهرة الإعلام الموجه، سعت الدراسة إلى تحديد كيفية تناول قنوات الدراسة التي تقدم باللغة العربية للموضوعات الإخبارية في العام العربي والإسلامي.

استخدم الباحث أداة تحليل المحتوى بالمستوى الكمي والكيفي، وتحددت العينة الزمنية للتحليل في 30 ساعة لكل قناة. وانتهت النتائج إلى أن البث الفضائي تحدد في برامج إخبارية، وتحليلات بجانب البرامج الوثائقية 26٪، وتم تلوين الأحداث والقضايا التي تعرضها بطابع إيديولوجي.

10- وفيما يتعلق بالمواقع الإلكترونية الإخبارية للفضائيات العربية والصحف الإلكترونية سعت دراسة المتولي، أمال سعد (2006) (19)، للكشف عن طبيعة المواقع الإلكترونية للفضائيات وهل تختلف حتمًا عن الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية على الإنترنت، وانتهت الدراسة إلى أن التطورات التكنولوجية في مجال الإعلام الإلكتروني قدم مخرجات اتصالية جديدة تعتمد على الوسائط المتعددة في تقديم الرسالة الاتصالية، وإن المواقع الإخبارية الإلكترونية لم تستند كثيرًا من إمكانيات شبكة الإنترنت، وإن وجود المواقع الإخبارية للفضائيات كان لمواجهة المنافسة مع المواقع الأخرى.

11- وفي دراسة برينت (Bryant 2004) (20) حول تطوير استخدام المواقع الإخبارية للصحف الإلكترونية، استخدمت الدراسة أسلوب تحليل النص المقدم بالمواقع الإخبارية الإلكترونية الـ 14 الأكثر شعبية في الولايات المتحدة، واتجهت الدراسة أيضًا لدراسة الجانب الاقتصادي لهذه المواقع، وانتهت إلى أن أكثر المواقع الإخبارية تتجه الآن إلى دفع مقابل لبعض الخدمات الخاصة بالمحتوى المقدم عبر المواقع الإخبارية، وهذا يعني أنها يجب أن تجد وسائل لتمييز أنفسهم عن وسائل الإعلام الأخرى، وضرورة الاستفادة من كل التقنيات التي يقدمها الإنترنت كوسيلة اتصالية.

التعليق على الدراسات السابقة

من خلال العرض السابق لأدبيات البحث يتبين لنا أن الدراسات الخاصة بعلاقة الجمهور بالإعلام الرقمي والمواقع الإخبارية بدأت منذ سنوات عديدة، وسعت لتحديد مضمون وتأثير الاستخدامات لهذه المواقع، ولم يتبين وجود أية دراسة عربية تتطرق لموضوع اتجاهات الجمهور نحو فاعلية المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية، رغم وجود هذه المواقع وارتفاع معدل استخدامها، وقد أفادت هذه الدراسات في الكشف عن العديد من المتغيرات التي يمكن قياسها، وتأكيد أهمية موضوع الدراسة، خاصة مع غياب دراسات تدرس اتجاهات الجمهور نحو فاعلية المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية، وهو ما يسعى لتحقيقه البحث الراهن.

الإطار النظري للدراسة

تقدم النظرية بشكل عام تفسيرًا للظواهر والإشكالات، وذلك اعتمادًا على التفسيرات والافتراضات العلمية، وبناءً على المتغيرات الخاصة بها (21) ويتمثل الإطار النظري للدراسة الراهنة فيما يلي:

- نظرية ثراء وسائل الإعلام Media Richness Theory
- مدخل الاستخدامات والإشباع Uses and Gratification

أولاً: نظرية ثراء وسائل الإعلام Media Richness Theory

وتصنف النظرية كأحد النظريات التي تهدف لتقييم وسائط الاتصال الرقمي حيث تم تصنيفها وفقاً لدرجة الثراء المعلوماتي لها، وتوضح أن أهمية الوسيلة الاتصالية تعتمد على مدى استخدامها، وتعتمد النظرية بشكل أكبر على مدى عناصر التفاعلية القائمة بين القائم بالاتصال ومستخدمي الوسيلة الاتصالية (22).

وتؤكد النظرية على عنصر الثراء في الوسيلة الاتصالية حيث إن الوسيلة الإعلامية التي تتسم بالتفاعلية هي الأكثر ثراءً، وثراء الوسيلة المعلوماتي يقلل من درجة عدم وضوح الرسالة، ويقدم مساحة من المعاني المشتركة. ويعتمد بناء النظرية على الافتراضات الآتية:

أولاً: إن وسائل الاتصال الرقمية تحتوي على قدر كبير من المعلومات بجانب تعدد المضامين المقدمة للجمهور المستخدم، ويترتب على ذلك تقديم أكبر درجة من الوضوح الجماهير المستخدمين عند عرض أي موضوع (23).

ثانياً: وجود عدد من المعايير الأساسية لتحديد مدى ثراء الوسيلة وهي:

- معدل ردود فعل الجمهور المستخدم.

- مستوى التفاعلية عبر وسائط التقنية المستخدمة في الوسيلة.

- اتفاق اللغة المستخدمة للجمهور (24).

وتستفيد الدراسة الراهنة من نظرية ثراء وسائل الإعلام في التعرف على عناصر الثراء التي تميز المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية، والتي تدفع بدورها المستخدم العربي إلى الاعتماد عليها واستخدامها كمصدر للمعلومات.

ثانياً: مدخل الاستخدامات والإشباع Uses and Gratification

يتناول المدخل دراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، حيث يؤكد على إيجابية الجمهور المستخدم للإعلام، حيث ينتقي ويحدد نوع الوسيلة والمضمون (25) ويلخص (كاتز) وزملاؤه افتراضات النظرية على النحو التالي:

- الجمهور المتلقي جمهور نشط، يستخدم الوسائل الإعلامية بهدف تحقيق أهدافه الخاصة.

- جمهور الإعلام يمتلك القدرة على تحديد مستوى إشباع حاجاته، ويختار الوسائل التي تشبع حاجاته الاتصالية.

- جمهور الإعلام يستطيع تحديد استخداماته الإعلامية بناء على الاهتمامات والدوافع القائمة لديه، ومن ثم ينتقي وسائل الإعلام التي تشبع اهتماماته (26).

وتحقق نظرية الاستخدامات والإشباع عدة أهداف، ومنها بيان أسلوب استخدام الجمهور للوسائل الإعلامية، حيث تحدد استخدامات وسائل الإعلام، والإشباع المتحققة، وتشرح أسباب الاستخدام لوسائل الإعلام، وإشباع التعرض.

ويؤكد المدخل أن افتراض الجمهور النشط يتم من خلال عدة محاور:

- مفهوم انتقائية الجمهور لوسائل الإعلام.
- مفهوم استغراق الجمهور واندماجه مع محتوى مضامين وسائل الإعلام.
- إيجابية جمهور وسائل الإعلام ومناقشاته حول مضمون الرسالة الإعلامية⁽²⁷⁾.

وقد حدد لورانس وينز نوعين من الإشباعات من وسائل الإعلام وهما إشباعات المحتوى: وينتج عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام، والإشباعات الناتجة: وتحدث عقب ارتباطه بوسيلة إعلامية، وتزداد مع انخفاض مستوى الاتصال الشخصي لدى المستخدمين ومدى عزلتهم⁽²⁸⁾.

وتستفيد الدراسة من مدخل الاستخدامات والإشباعات في رصد استخدامات الجمهور للمواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية، والإشباعات المتحققة والتي تتصل مباشرة بهذه المواقع.

تساؤلات الدراسة:

- 1- ما مدى متابعة الجمهور السعودي للمواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية؟ وما الموضوعات التي يحرص الجمهور السعودي على متابعتها في المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية؟
- 2- ما دوافع التعرض (النفعية - الطقوسية) لدى الجمهور للمواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية؟
- 3- ما الإشباعات المتحققة من التعرض للمواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية؟
- 4- ما اتجاهات الجمهور نحو القيم السائدة في المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية، ودورها الإخباري كمصدر للمعلومات؟
- 5- ما طبيعة اتجاه الجمهور نحو المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية؟
- 6- ما العلاقة بين المتغيرات الديموغرافية (النوع، السن، المؤهل الدراسي) واتجاهات الجمهور نحو فاعلية المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية؟

فروض الدراسة:

- 1- هناك علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين دوافع تصفح المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية (الاستخدامات) والقيم السائدة فيها.
- 2- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين دوافع تصفح المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية (الاستخدامات) والإشباعات المتحققة.

- 3- هناك علاقة دالة إحصائية بين اتجاه الجمهور السعودي الراهن والمستقبلي نحو فاعلية المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية.
- 4- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الموضوعات التي تحرص العينة على متابعتها في المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (النوع، السن، التعليم).
- 5- توجد فروق دالة إحصائية لدى عينة الدراسة في دوافع تصفح المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية (الاستخدامات) وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (النوع، السن، التعليم).
- 6- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة الدراسة في الإشباع المتحققة من تصفح المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (النوع، السن، التعليم).
- 7- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة الدراسة في اتجاهات الشباب السعودي (الراهن) نحو فاعلية المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (النوع، السن، التعليم).

الإجراءات المنهجية

نوع الدراسة ومنهجها

تنتمي الدراسة الحالية لمجال البحوث الوصفية الكمية The Descriptive Quantitative Research؛ التي تهتم برصد واقع الظاهرة بشكل يتسم بالموضوعية؛ بهدف توصيفها بدقة وتفسيرها، فضلاً عن إمكانية التنبؤ بها في المستقبل. وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح Survey Method، بأسلوبه الكمي والكيفي، باعتباره أكثر المناهج ملاءمة للتعرف على السمات والملاح العامة، ورصد وتحليل أبعاد الظاهرة محل الدراسة وهي رصد اتجاهات الجمهور السعودي نحو فاعلية المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية.

مجتمع وعينة الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في فئة الجمهور السعودي من مستخدمي وسائل الإعلام الإلكتروني وتحددًا المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية، تطبيقاً على عينة عمدية قوامها 403 مفردة، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي بما يحقق التأكد من التوصل إلى إجابات لتساؤلات وفروض الدراسة وإلى نتائج تفسيرية بشكل علمي منظم. ويعرض الجدول رقم (1) خصائص الديموغرافية لعينة الدراسة.

جدول (1) الخصائص الديموغرافية للعينة.

المجموع		%	ك	خصائص العينة	
ك	%			النوع	
١٠٠	٤٠٣	٧٥,٩	٣٠٦	ذكر	
		٢٤,١	٩٧	أنثى	
١٠٠	٤٠٣	١٠,٩	٤٤	من ١٨ - أقل من ٢٣	السن
		١٦,٩	٦٨	من ٢٣ - أقل من ٢٩	
		٢٣,٨	٩٦	من ٢٩ - أقل من ٣٥	
		٢٥,٨	١٠٤	من ٣٥ - أقل من ٤٥	
		٢٢,٦	٩١	أكبر من ٤٥	
١٠٠	٤٠٣	١١,٤	٤٦	ثانوي	المؤهل الدراسي
		٥٨,٣	٢٣٥	جامعي	
		٣٠,٣	١٢٢	دراسات عليا	
		١٠٠	٤٠٣	المجموع الكلي	

مقاييس الدراسة:

تم بناء عدد من المقاييس كالتالي:

- مقياس دوافع تصفح المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية (الاستخدامات).
- مقياس الإشباع المتحققة من تصفح المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية.
- مقياس القيم السائدة في المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية.
- مقياس اتجاه الجمهور السعودي (الراهن - المستقبلي) نحو فاعلية المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية.

المعالجة الإحصائية للبيانات

تمت معالجة البيانات إحصائياً باستخدام برنامج SPSS، وتم استخدام المعالجات الإحصائية التالية:

- اختبار (ت) للمجموعات المستقلة.
- معامل ارتباط سبيرمان.
- تحليل التباين أحادي الاتجاه (أنوفا).
- اختبار كروسكال واليس.

نتائج الدراسة

أولاً: نتائج الدراسة الميدانية

مدى استخدام المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية

جدول (2) توزيع العينة وفقاً لمدى استخدام المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية.

ت	%	مدى الاستخدام
٢	٣٥,٥	دائماً
١	٤٧,٣	أحياناً
٣	١٧,٢	نادرًا
	١٠٠	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (2) إلى توزيع العينة وفقاً لمدى استخدام المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية، حيث أكد 47.3% من إجمالي العينة أنهم يستخدمون المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية أحياناً، يلي ذلك فئة المتابعة (دائماً) 35.5%، وتراجعت فئة المتابعة (نادرًا) للمركز الأخير ونسبة 17.2%.

الموضوعات التي تتابعها العينة في المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية

جدول (3) الموضوعات التي تتابعها العينة في المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية.

ن	م	مطلقاً		نادرًا		أحياناً		غالبًا		دائماً		الموضوعات
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١,٢٢	٣,٦٨	٦,٥	٢٦	١٠,٤	٤٢	٢٥,١	١٠١	٢٤,٣	٩٨	٣٣,٧	١٣٦	السياسية
١,١٨	٢,٩٧	١٣,٤	٥٤	١٩,٤	٧٨	٣٥,٥	١٤٣	٢٠,١	٨١	١١,٧	٤٧	العسكرية
١,٢٤	٣,٣١	٨,٢	٣٣	١١,٩	٤٨	٣٦,٥	١٤٧	٢٧,٥	١١١	١٥,٩	٦٤	الاجتماعية
١,١٧	٣,٢٤	٩,٢	٣٧	١٥,٦	٦٣	٣٢,٣	١٣٠	٢٧	١٠٩	١٥,٩	٦٤	الثقافية
١,٢٤	٣,٢٧	١٠,٢	٤١	١٦,٦	٦٧	٢٩	١١٧	٢٣,٦	٩٥	٢٠,٦	٨٣	الاقتصادية
١,١٥	٣,٣٢	٨,٤	٣٤	١٣,٩	٥٦	٣١,٣	١٢٦	٢٩,٨	١٢٠	١٦,٦	٦٧	العلمية
١,٢١	٢,٧٠	١٧,٩	٧٢	٢٩	١١٧	٢٧,٥	١١١	١٥,٩	٦٤	٩,٧	٣٩	الفنية
١,٤	٢,٩٢	٢١,١	٨٥	٢١,٦	٨٧	٢٢,٦	٩١	١٣,٢	٥٣	٢١,٦	٨٧	الرياضية
١,١٨	٣,٢٥	٩,٤	٣٨	١٤,٦	٥٩	٣٤,٥	١٣٩	٢٣,٨	٩٦	١٧,٦	٧١	التعليمية
										١٠		أخرى
										٤٠٣		المجموع الكلي

تشير بيانات الجدول رقم (3) إلى الموضوعات التي تتابعها العينة في المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية، وقد احتلت الموضوعات السياسة المركز الأول بنسبة 33.7% لفئة الاستخدام دائماً، وبلغ بمتوسط حسابي 3.68، ويؤكد ذلك خطورة الدور الإخباري لهذه المواقع، وفي المركز الثاني كانت الموضوعات العلمية ثم الموضوعات الاجتماعية بمتوسطين حسابيين 3.3، و3.31. ومن الواضح تقارب المتوسطات الحسابية لكل الموضوعات مما يشير إلى ارتفاع اهتمام العينة بالموضوعات المقدمة في المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية. وتراجعت الفئة (أخرى) للمركز الأخير وتضمنت الموضوعات الطبية، والتقنية والتكنولوجية.

دوافع استخدامات المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية

جدول (4) توزيع العينة وفقاً لدوافع استخدامات المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية.

ن	م	لا يوجد إطلاقاً		بدرجة محدودة		بدرجة متوسطة		بدرجة كبيرة		بدرجة كبيرة جداً		الموضوعات
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1,18	2,04	6	24	14,4	58	26,6	107	28	113	25,1	101	فهم الأخبار والأحداث
1,24	2,03	8,9	36	11,2	45	24,1	97	29,3	118	26,6	109	بناء رؤية نقدية للأحداث
1,14	2,81	5	20	9,2	37	19,4	78	32,3	130	34,2	138	التعرف على مجريات الأحداث
1,18	2,62	6,5	26	9,9	40	27	109	27,8	112	28,8	116	تفسير الأحداث
1,28	1,99	16,6	67	18,9	76	27,8	112	22,3	90	14,4	58	الاستفادة من الوقت فيما يفيد
1,22	2,06	12,2	49	20,6	83	31	125	21,3	86	14,9	60	عادة
1,22	2,39	9,7	39	12,9	52	25,8	104	31	125	20,6	83	التفاعل مع الأحداث

تشير بيانات الجدول رقم (4) إلى توزيع العينة وفقاً لدوافع استخدامات المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية، وقد تبين أن دافع التعرف على مجريات الأحداث يأتي في مقدمة دوافع العينة لتصفح مواقع الأخبار الأجنبية الناطقة بالعربية، بمتوسط حسابي 2.81، يليه الرغبة في تقديم مزيد من التفسير للأحداث الجارية 2.62 واحتل المركزين الأخيرين: العادة، والرغبة في الاستفادة من الوقت فيما يفيد بمتوسطين حسابيين 2.06، و1.99.

وتشير النتائج السابقة أن الدوافع النفعية لعينة الدراسة سبقت الدوافع الطقوسية، وأن المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية جزء من الحياة اليومية لعينة الدراسة وأنهم يعتمدون عليها لمعرفة الأخبار وما وراءها من خلفيات، وأنها ليست مجرد طقوس يومية تمارس بحكم العادة أو الاستفادة من وقت الفراغ.

الإشباع المتحققة من استخدام المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية

جدول (5) توزيع العينة وفقاً للإشباع المتحققة من استخدام المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية.

ن	م	لا يوجد إطلاقاً		بدرجة محدودة		بدرجة متوسطة		بدرجة كبيرة		بدرجة كبيرة جدًا		الموضوعات
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١,١٤	٢,٦٨	٥,٥	٢٢	٩,٢	٣٧	٢٦,٦	١٠٧	٢٧,٥	١١١	٢٩,٥	١١٩	اكتسب معلومات جديدة
١,٢٢	٢,٣٢	٩,٢	٣٧	١٦,٤	٦٦	٢٧,٣	١١٠	٢٩,٥	١١٩	١٩,٦	٧٩	أشعر بالاستقرار لأنه قد زادت معرفتي بالأحداث
١,٢١	٢,٥٨	٧,٧	٣١	١١,٢	٤٥	٢٤,١	٩٧	٢٤,٨	١٠٠	٢٧,٥	١١١	زادت مقدرتي على مناقشة القضايا وإبداء الرأي
١,٢	٢,١٦	١١,٢	٤٥	١٧,٩	٧٢	٣٠,٣	١٢٢	٢٧,٥	١١١	١٥,٩	٦٤	أصبحت أكثر ارتباطاً بالمجتمع
١,٢٢	٢,٦٢	٧,٤	٣٠	١٠,٧	٤٣	٢٤,١	٩٧	٣٣,٧	١٣٦	٣٠,٣	١٢٢	أصبحت أكثر نجاحاً في التعامل مع مصادر المعلومات الإلكترونية
١,١٧	٢,٦٩	٦,٢	٢٥	١٠,٢	٤١	٢٠,٨	٨٤	٢٧,٥	١١١	٢٩	١١٧	زادت ثقفتي الإخبارية
٤٠٣											العدد الكلي	

تشير بيانات الجدول رقم (5) إلى توزيع العينة وفقاً للإشباع المتحققة من استخدام المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية، وقد جاءت فئة (زيادة الثقافة الإخبارية) في مقدمة الإشباع التي تحققت المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية لعينة الدراسة بمتوسط حسابي 2.69، تليها اكتساب معلومات جديدة بمتوسط حسابي 2.68 ثم النجاح في التعامل مع مصادر المعلومات الإلكترونية، بمتوسط حسابي 2.62.

ترتبط النتيجة السابقة بنتائج الجدول رقم (5)، لتؤكد نجاح المواقع في إشباع حاجة العينة في معرفة ما يدور بالعالم، أي أن إشباع المحتوى "مراقبة البيئة" - التي أشارت إليها نظرية الاستخدامات والإشباع - تقدمت على "الإشباع الاجتماعية" لاسيما أن عبارة "أصبحت أكثر ارتباطاً بالمجتمع" جاءت في المركز الأخير بمتوسط حسابي 2.1.

القيم الساندة في المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية

جدول (6) توزيع العينة وفقاً للقيم الساندة في المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية.

ن	م	لا يوجد إطلاقاً		بدرجة محدودة		بدرجة متوسطة		بدرجة كبيرة جداً		بدرجة كبيرة جداً		الموضوعات
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١,٠٧	١,٨٨	٩,٤	٣٨	٢٦,١	١٠٥	٤٠	١٦١	١٥,٤	٦٢	٩,٢	٣٧	صدق المضمون
١,٠٤	٢,٠	٦,٩	٢٨	٢٣,٨	٩٦	٣٨,٢	١٥٤	٢٢,١	٨٩	٨,٩	٣٦	دقة المعلومات
١,٠٥	١,٢٨	٢٥,٨	١٠٤	٣٤,٥	١٣٩	٢٩	١١٧	٦,٥	٢٦	٤,٢	١٧	الالتزام بقيم المجتمع العربي وتقاليده
١,٢١	١,٤٩	٢٣,٣	٩٤	٣٣	١٣٣	٢٢,٦	٩١	١٢,٩	٥٢	٨,٢	٣٣	تجنب المبالغة والأثارة الصحفية
١,٢٧	١,٨٨	١٤,٩	٥٦	٢٨,٣	١١٤	٢٦,٨	١٠٨	١٧,١	٦٩	١٣,٩	٥٦	نشر الرأي والرأي الآخر
١,٢٠	١,٧٥	١٦,٦	٦٧	٢٧	١٠٩	٣١,٣	١٢٦	١٤,١	٥٧	١٠,٩	٤٤	احترام القوانين والتشريعات
٤٠٣											العدد الكلي	

تعرض نتائج الجدول رقم (6) لتوزيع العينة وفقاً للقيم الساندة في المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية، وتؤكد النتائج انخفاض شعور العينة بالالتزام المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية بالقيم الإعلامية، حيث انخفض المتوسط الحسابي لجميع القيم المطروحة لأقل من النصف، واحتلت قيمة " دقة المعلومة" المركز الأول بمتوسط حسابي 2، يليها قيمة " الصدق" و" نشر الرأي والرأي الآخر"، بمتوسط 1.88 لكل منهما، مما يشير إلى شعور العينة بافتقار هذه المواقع للقيم المهنية بدرجة كبيرة.

وتراجعت قيمة " الالتزام بقيم المجتمع العربي وتقاليده" في المركز الأخير وبمتوسط حسابي ضعيف 1.28، مما يشير إلى أن هذه المواقع وإن كانت تحطت عائق اللغة للوصول إلى المواطن العربي إلا أنها لم تنجح في إشعار جمهورها بالالتزامها بالتقاليد والعادات العربية، وأن المواطن العربي لا يزال يشعر أنها مواقع لا تعبر عن هويته وثقافته العربية.

الاتجاه الراهن نحو فاعلية المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية
جدول (7) توزيع العينة وفقاً لطبيعة الاتجاه الراهن نحو فاعلية المواقع الإخبارية
الأجنبية الناطقة بالعربية.

ن	م	لا أوافق بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة		الموضوعات
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١,١٥	٣,١٩	٩,٤	٣٨	١٧,٤	٧٠	٣٠	١٢١	٣٠,٣	١٢٢	١٢,٩	٥٢	من أهم مصادر المعلومات
١,٠٧	٢,٠٩	٩,٢	٣٧	٢٦,١	١٠٥	٣٣,٥	١٣٥	٢٣,٨	٩٦	٧,٤	٣٠	تلتزم بضوابط وأخلاقيات العمل الإخباري
١,١٥	٢,٧٢	١٤,٩	٦٠	٢٥,٦	١٠٣	٣٣,٣	١٣٤	١٧,٩	٧٢	٨,٤	٣٤	تلتزم بدرجة عالية من الموضوعية
١,٢٤	٣,١٩	١١,٩	٤٨	١٧,٦	٧١	٢٥,٨	١٠٤	٢٨,٣	١١٤	١٦,٤	٦٦	لا يمكن الاستغناء عنها كمصدر للأخبار
١,٣٠	٣,٣٧	١٠,٢	٤١	١٧,٤	٧٠	٢٢,١	٨٩	٢٥,٦	١٠٣	٢٤,٨	١٠٠	أفضل من المواقع الإخبارية العربية المنشأ
١,٢٦	٣,٥٨	٥	٢٠	١٢,٢	٤٩	٢٧,٣	١١٠	٣١,٥	١٢٧	٢٤,١	٩٧	تتسم بالفورية والسبق الإعلام
١,١٩	٣,٢٩	٩,٤	٣٨	١٥,١	٦١	٢٩,٥	١١٩	٢٨,٥	١١٥	١٧,٤	٧٠	تحظى بمستوى عال من الثقة من جانب المستخدمين
١,١٨	٢,٨٨	١٥,١	٦١	٢١,٦	٨٧	٣٢,٨	١٣٢	٢٠,٨	٨٤	٩,٧	٣٩	تقدم مضامين تخدم التقارب مع الجمهور العربي
١,٢٠	١,٤٣	٨,٢	٣٣	١٤,٤	٥٨	٢٤,٨	١٠٠	٣١,٣	١٢٦	٢١,٣	٨٦	توظف تقنيات الملتيميديا (كالفديوهات) بشكل مسنول
٤٠٣											العدد الكلي	

تكشف بيانات الجدول رقم (7) عن اتجاهات العينة نحو المواقع الإخبارية الناطقة باللغة العربية، وجاءت الفئة " تتسم بالفورية والسبق الإعلام " في مقدمة العبارات بمتوسط حسابي 3.58 تليها عبارة " أفضل من المواقع الإخبارية العربية المنشأ " بمتوسط حسابي 3.37، بينما احتلت عبارة " تلتزم بضوابط وأخلاقيات العمل الإخباري " في المركز الأخير بمتوسط حسابي 1.07.

وباستقراء هذه النتائج يتضح لنا حاجة المواطن العربي بصفة عامة إلى عنصر الفورية وأنه يلجأ لهذه المواقع لتوافر عنصر الفورية بشكل أعلى، ويدعم ذلك الاستنتاج أنه يراها أفضل من المواقع العربية. وتراجعت فئة الالتزام بضوابط وأخلاقيات العمل الإخباري إلى المركز الأخير بما يؤكد الاستنتاج العام بانخفاض شعور العينة بالالتزام هذه المواقع بالقيم الإعلامية.

الاتجاه المستقبلي نحو فاعلية المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية
جدول (8) توزيع العينة وفقاً لطبيعة الاتجاه المستقبلي نحو فاعلية المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية.

ن	م	لا أوافق بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة		الموضوعات
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١٠١	٣٠٤	٦,٧	٢٧	١٧,٦	٧١	٢٨,٣	١١٤	٣٢,٥	١٣١	١٤,٩	٦٠	سوف تزداد تميزاً في السنوات القادمة
١٠١	٢٠٩	١١,٧	٤٧	٢٣,٦	٩٥	٣٣,٧	١٣٦	١٩,٤	٧٨	١١,٧	٤٧	ستحتكر تقديم العمل الإخباري
١٠١	٣٠٤	٨,٩	٣٦	٢٣,٨	٩٦	٣١,٥	١٢٧	٢٥,١	١٠١	١٠,٧	٤٣	ستزداد تميزاً بالموضوعية
١٠١	٢٠٩	١٣,٤	٥٤	٢٥,٣	١٠٢	٣١,٨	١٢٨	١٧,٦	٧١	١٧,٦	٧١	سوف تصبح المصدر الأول والأساسي للأخبار
١٠١	٢٠٩	٢١,٨	٨٨	٣١,٣	١٢٦	٢٥,٣	١٠٢	١١,٢	٤٥	١٠,٤	٤٢	سوف تلغي وجود المواقع الإخبارية العربية المنشأ
١٠١	٣٠٤	٧,٩	٣٢	١٤,٤	٥٨	٣٢,٥	١٣١	٢٧,٥	١١١	١٧,٦	٧١	سوف يرتفع المستوى الاحترافي الإعلامي لها
١٠١	٣٠٤	٨,٤	٣٤	١٩,٦	٧٩	٣٢,٣	١٣٠	٢٦,١	١٠٥	١٣,٦	٥٥	سيرتفع مستوى الثقة فيها
١٠١	٣٠٤	٥,٢	٢١	٧,٢	٢٩	٢٨,٥	١١٥	٣٤,٧	١٤٠	٢٤,٣	٩٨	سوف يزداد تحديث التطور التكنولوجي لها بشكل متسارع
١٠١	٣٠٤	١١,٢	٤٥	١٦,٩	٦٨	٣٠,٣	١٢٢	١٦,٩	٦٨	١٨,١	٧٣	سوف تصبح من أفضل وسائل التعبير عن الرأي
٤٠٣											العدد الكلي	

وسعيًا لرصد توقعات الجمهور المستقبلية تشير بيانات الجدول رقم (8) إلى توزيع العينة وفقاً لطبيعة الاتجاه المستقبلي نحو فاعلية المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية، وقد حظيت عبارتي "سوف يزداد تحديث التطور التكنولوجي لها بشكل متسارع"، و" سيرتفع مستوى الثقة فيها من جانب المستخدمين " بأعلى متوسط حسابي بلغ 3.65 لكل منهما، ثم عبارة "سوف تزداد تميزاً في السنوات القادمة " بمتوسط حسابي 3.31، بينما احتلت عبارة " سوف تلغي وجود المواقع الإخبارية العربية المنشأ " المركز الأخير بمتوسط حسابي 2.57 مما يشير إلى استمرار استخدام الجمهور لها والاعتماد عليها كمصدر للأخبار.

ثانياً: نتائج اختبارات الفروض

الفرض الأول: هناك علاقة ارتباط دالة إحصائية بين دوافع تصفح المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية (الاستخدامات) والقيم السائدة فيها.

جدول (9) العلاقة بين دوافع تصفح المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية والقيم السائدة فيها.

القيم		المتغيرات
مستوى الدلالة	سينير مان	
٠,٠٠٠	٠,٥٣٦**	الدوافع

تكشف بيانات الجدول رقم (9) عن علاقة دوافع تصفح المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية والقيم السائدة فيها، وقد ثبت وجود علاقة ذات دلالة إحصائية متوسطة القوة بين نوع دافع التعرض ومستوى القيم لدى أفراد العينة، بمعنى أن الأفراد الأكثر توقعًا لوجود القيم في المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية هم الأكثر تصفحًا لهذه المواقع الإخبارية. وقد ثبت ذلك عند مستوى 0.000، وبلغ معامل ارتباط سبيرمان 0.536، وبذلك تثبت صحة الفرض الأول.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين دوافع تصفح المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية (الاستخدامات) والإشباع المتحقق عنها

جدول (10) العلاقة بين دوافع تصفح المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية والإشباع المتحقق.

الإشباع		المتغيرات
مستوى الدلالة	<u>سبيرمان</u>	
٠,٠٠	٠,٧١٧**	الاستخدامات

باستقراء بيانات الجدول رقم (10) لطبيعة العلاقة بين دوافع تصفح المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية والإشباع المتحقق يتضح وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية قوية بين دوافع تصفح المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية (الاستخدامات) والإشباع المتحقق من تصفحهم لها، حيث بلغ معامل ارتباط سبيرمان 0.717، مما يؤكد قوة العلاقة، وبالتالي تثبت صحة الفرض الثاني. ويمكن تفسير ذلك في ضوء فهم طبيعة مدخل الاستخدامات والإشباع، والذي يؤكد ارتباط استخدام الفرد للوسيلة الإعلامية بالإشباع المتحقق لهذا الاستخدام.

الفرض الثالث: هناك علاقة دالة إحصائية بين اتجاه الجمهور السعودي الراهن والمستقبلي نحو فاعلية المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية

جدول (11) العلاقة بين اتجاه الجمهور الراهن والمستقبلي نحو فاعلية المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية.

الاتجاه المستقبلي		المتغيرات
مستوى الدلالة	<u>سبيرمان</u>	
٠,٠٠	٠,٨٠١**	الاتجاه الراهن

تشير بيانات الجدول رقم (11) إلى العلاقة بين العلاقة بين اتجاه الجمهور الراهن والمستقبلي نحو فاعلية المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية، وقد تبين وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بدرجة قوية بين اتجاه الجمهور السعودي (الراهن) نحو فاعلية المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية ورؤيته المستقبلية لها، حيث بلغ مستوى ارتباط سبيرمان 0.801، وبذلك ثبت صحة الفرض الثالث.

الفرض الرابع: توجد فروق دالة إحصائياً في الموضوعات التي تحرص عينة الدراسة على متابعتها في المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (النوع، السن، التعليم)

أولاً: وفقاً لمتغير النوع

جدول (12) الفرق بين العينة في الموضوعات التي تتابعها وفقاً لمتغير النوع.

المتغيرات	النوع	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	درجات الحرية	ت	الدلالة
الموضوعات	ذكور	٧٩	٢٩,٤٩٠٢	٦,٦١٩٠٢	٤٠١	٣,٩٧	٠,٠٠
	إناث	٣٠٦	٢٦,٣١٩٦	٧,٥٢٧١٠			

تشير نتائج الجدول رقم (12) إلى وجود فروق دالة إحصائياً بين الموضوعات التي تتابعها الذكور والإناث في المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية، حيث بلغ مستوى الدلالة 0.00، وبمقارنة المتوسط الحسابي لكلا المجموعتين اتضح أنه لصالح الذكور، وبذلك اتضح صحة الجزء الأول من الفرض الرابع.

ثانياً: وفقاً لمتغير السن

جدول (13) الفرق بين عينة الدراسة في الموضوعات التي تتابعها وفقاً لمتغير السن.

المتغيرات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة
الموضوعات	بين المجموعات	٤٠٨,٨١٨	٤	١٠٢,٢٠٥	٢,١٢٦	٠,٠٧٧
	داخل المجموعات	١٩١٣٣,١٥٧	٣٩٨	٤٨,٠٧٣		
	الإجمالي	١٩٥٤١,٩٧٥	٤٠٢			

تشير بيانات الجدول رقم (13) لعدم وجود فروق دالة إحصائياً بين عينة الدراسة في الموضوعات التي تتابعها في المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية، وفقاً لمتغير السن حيث بلغ مستوى الدلالة 0.07 وهي قيمة غير دالة، وبذلك اتضح عدم صحة هذه الجزئية من الفرض الرابع.

ثالثاً: وفقاً لمتغير التعليم

جدول (14) الفرق بين عينة الدراسة في الموضوعات التي تتابعها وفقاً لمتغير التعليم.

المتغيرات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة
الموضوعات	بين المجموعات	٦١,١١٥	٢	٣٠,٥٥٨	٠,٦٢٧	٠,٥٣٤
	داخل المجموعات	١٩٤٨٠,٨٦٠	٤٠٠	٤٨,٧٠٢		
	الإجمالي	١٩٥٤١,٩٧٥	٤٠٢			

تكشف البيانات الجدول رقم (14) عن عدم وجود فروق دالة إحصائية بين عينة الدراسة في الموضوعات التي تتابعها في المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية، وفقاً لمتغير التعليم حيث بلغ مستوى الدلالة 0.5 وهي قيمة غير دالة، وبذلك اتضح عدم صحة هذه الجزئية من الفرض الرابع.

وتأسيساً على ما سبق تم قبول الفرض البديل بوجود فروق دالة إحصائية بين الموضوعات التي تتابعها العينة في المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية (الاستخدامات)، وفقاً لمتغير النوع فقط، وقبول الفرض الصفري بعدم وجود بين الموضوعات التي تتابعها العينة وفقاً لمتغيري: السن، والمؤهل الدراسي.

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة الدراسة في دوافع تصفح المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية (الاستخدامات)، وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (النوع، السن، التعليم)

أولاً: وفقاً لمتغير النوع

جدول (15) الفرق بين عينة الدراسة في دوافع التصفح (الاستخدامات) وفقاً لمتغير النوع.

المتغير	النوع	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	درجات الحرية	ت	الدلالة
الاستخدامات	ذكور	٧٩	١٧,١٧٣٢	٦,٥٩٥٠٤	٤٠١	١,٠٩	٠,٢٧
	إناث	٣٠٦	١٦,٣١٩٦	٧,٠٢٤٥٨			

تشير النتائج في الجدول رقم (15) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في دوافع تصفح المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية (الاستخدامات)، حيث بلغ مستوى الدلالة 0.27، وهي قيمة غير دالة، وبذلك اتضح عدم صحة الجزء الأول من الفرض الخامس.

ثانياً: وفقاً لمتغير السن

جدول (16) الفرق في دوافع التصفح (الاستخدامات) وفقاً لمتغير السن.

المتغيرات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة
الاستخدامات	بين المجموعات	٣٩٣,٤٩٢	٤	٩٨,٣٧٣	٢,٢١٧	٠,٠٦٧
	داخل المجموعات	١٧٦٦٣,٠٨٨	٣٩٨	٤٤,٣٨٠		
	الإجمالي	١٨٠٥٦,٥٨١	٤٠٢			

تشير بيانات الجدول رقم (16) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة الدراسة في دوافعهم لصفح المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية وفقاً لمتغير السن، حيث بلغ مستوى الدلالة 0.067 وهي قيمة غير دالة، وبذلك اتضح عدم صحة هذه الجزئية من الفرض الخامس.

ثالثاً: وفقاً لمتغير التعليم

جدول (17) الفرق في دوافع التصفح (الاستخدامات) وفقاً لمتغير التعليم.

المتغيرات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة
الاستخدامات	بين المجموعات	١٠٣,٩٧٦	٢	٥١,٩٨٨	١,١٥٨	٠,٣١٥
	داخل المجموعات	١٧٩٥٢,٦٠٥	٤٠٠	٤٤,٨٨٢		
	الإجمالي	١٨٠٥٦,٥٨١	٤٠٢			

تعرض بيانات الجدول رقم (17) للفرق في دوافع التصفح (الاستخدامات) وفقاً لمتغير التعليم، وقد ثبتت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة الدراسة في دوافع العينة لتصفح المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية (الاستخدامات) وفقاً لمتغير التعليم، حيث بلغ مستوى الدلالة 0.31 وهي قيمة غير دالة، وبذلك اتضح عدم صحة هذه الجزئية من الفرض الخامس.

تأسيساً على ما سبق تم قبول الفرض الصفري بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين دوافع العينة لتصفح المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية (الاستخدامات)، وفقاً للخصائص الديموغرافية للعينة (النوع، السن، المؤهل الدراسي).

الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة الدراسة في الإشباعات المتحققة من تصفح المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية، وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (النوع، السن، التعليم)

أولاً: وفقاً لمتغير النوع (1)

جدول (18) الفرق في الإشباعات المتحققة من تصفح المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية، وفقاً لمتغير النوع.

المتغير	النوع	العدد	متوسط الرتب	دالة اختبار مان وتني	اختبار ويلكوسون	الدلالة
الإشباعات	ذكور	٧٩	٢٠٠,٢٣	١٤٢٩٩,٥٠٠	٦١٢٧٠,٥٠٠	٠,٥٨٧
	إناث	٣٠٦	٢٠٧,٥٨			

تشير النتائج في الجدول رقم (18) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الرتب بين الذكور والإناث في الإشباعات المتحققة من تصفح المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية، حيث بلغ مستوى الدلالة 0.58 وهي قيمة غير دالة، وبذلك اتضح عدم صحة الجزء الأول من الفرض السادس.

ثانياً: وفقاً لمتغير السن (2)

جدول (19) الفرق في الإشباعات المتحققة من تصفح المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية، وفقاً لمتغير السن.

المتغير	السن	العدد	متوسط الرتب	درجة الحرية	دلالة
الإشباعات	من ١٨ - أقل من ٢٣	٤٤	٢٠٣,٦٨	٤	٠,٠٦٦
	من ٢٣ - أقل من ٢٩	٦٨	٢٣٥,١٠		
	من ٢٩ - أقل من ٣٥	٩٦	٢٠٣,٠٨		
	من ٣٥ - أقل من ٤٥	١٠٤	١٩٧,٥٧		
	من ٤٥ فأكثر	٩١	١٨٠,٣٧		

تشير النتائج في الجدول رقم (19) لعدم وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات الرتب بين فئات السن المختلفة في الإشباعات المتحققة من تصفح المواقع الإخبارية

- 1- تم إجراء اختبار اكتشاف التوزيع الطبيعي للعينة وفقاً للإشباعات المتحققة وتحقق الباحث من عدم توافر هذا الشرط وذلك لجأنا إلى اختبار مان وتني اللامعلمي بدلاً عن اختبار ت.
- 2- تم تطبيق اختبار كروسكال واليس بدلاً من اختبار أنوفا نظراً لاكتشاف عدم وجود توزيع طبيعي لدرجات مقياس الإشباعات المتحققة بين فئات السن المختلفة.

الأجنبية الناطقة بالعربية، حيث بلغ مستوى الدلالة 0.066 وهي قيمة غير دالة، وبذلك اتضح عدم صحة الجزء الثاني من الفرض السادس.

ثالثاً: وفقاً لمتغير المؤهل الدراسي (3)

جدول (20) الفرق في الإشباعات المتحققة من تصفح للمواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية وفقاً لمتغير المؤهل الدراسي.

المتغير	المؤهل الدراسي	العدد	متوسط الرتب	ك _ا	درجة الحرية	الدلالة
الإشباعات	ثانوي	٤٦	١٨٧,٠٢	٠,٩٩٥	٢	٠,٦٠٨
	جامعي	٢٣٥	٢٠٢,٣١			
	دراسات عليا	١٢٢	٢٠٧,٠٥			

تشير النتائج في الجدول رقم (20) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الرتب بين فئات السن المختلفة في الإشباعات المتحققة من تصفح المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية، حيث بلغ مستوى الدلالة 0.60، وهي قيمة غير دالة، وبذلك اتضح عدم صحة الجزء الثالث من الفرض السادس.

تأسيساً على ما سبق تم قبول الفرض الصفري بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين دوافع العينة لتصفح المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية (الإشباعات)، وفقاً للخصائص الديموغرافية للعينة (النوع، السن، المؤهل الدراسي).

الفرض السابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة الدراسة في اتجاهات الشباب السعودي (الراهنه) نحو فاعلية المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية، وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (النوع، السن، التعليم)

أولاً: وفقاً لمتغير النوع

جدول (21) الفرق في اتجاهات العينة (الراهنه) نحو فاعلية المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية وفقاً لمتغير النوع.

المتغير	النوع	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	درجات الحرية	ت	الدلالة
الاستخدامات	ذكور	٣٠٦	٢٨,٤٤٤٤	٨,٤٩٦٣٩	٤٠١	١,٠٤-	٠,٢٩٧
	إناث	٩٧	٢٩,٤٦٣٩	٨,٠١٦٩٩			

3- تم تطبيق اختبار كروسكال واليس بدلاً عن الاختبار الأحادي الاتجاه انوفا نظراً لاكتشاف عدم وجود توزيع طبيعي لدرجات مقياس الإشباعات المتحققة بين فئات السن المختلفة.

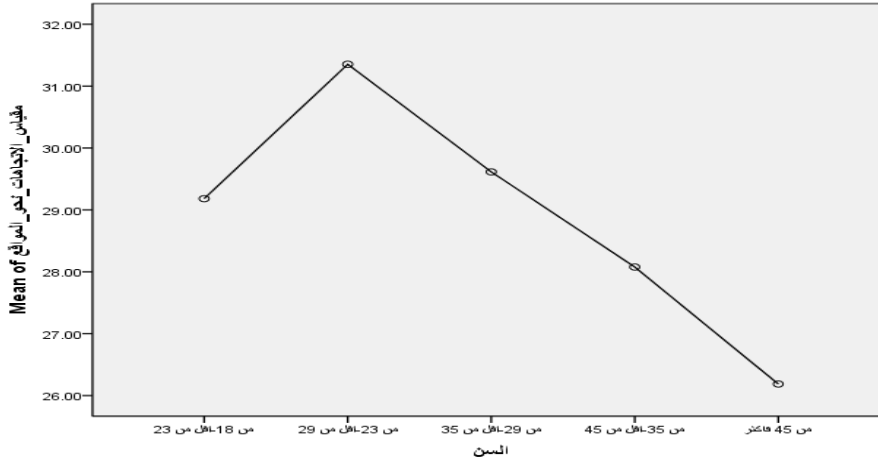
باستقراء بيانات الجدول رقم (21) يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في اتجاهاتهم (الراهنة) نحو فاعلية المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية، حيث بلغ مستوى الدلالة 0.29 وهي قيمة غير دالة، وبذلك اتضح عدم صحة الجزء الأول من الفرض السابع.

ثانياً: وفقاً لمتغير السن

جدول (22) الفرق في اتجاهات العينة (الراهنة) نحو فاعلية المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية وفقاً لمتغير السن.

الاتجاهات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة
الراهنة	بين المجموعات	١١٨٤,٢٠٥	٤	٢٩٦,٠٥١	٤,٣٥١	٠,٠٠٢
	داخل المجموعات	٢٧٠٨٠,٠٢٣	٢٦٩	٦٨,٠٤٠		
	الإجمالي	٢٨٢٦٤,٢٢٨	٢٧٣			

باستقراء بيانات الجدول رقم (22) الخاص بوجود فروق دالة إحصائية بين عينة الدراسة اتجاهات الجمهور السعودي (الراهنة) نحو فاعلية المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية وفقاً لمتغير السن حيث بلغ مستوى الدلالة 0.002 وهي قيمة دالة، وبذلك اتضح صحة هذه الجزئية من الفرض السابع، وقد تبين أن الفئة "من 23 - 29" هي الأعلى من حيث المتوسط الحسابي، ويوضح الشكل البياني رقم (1) أنها الفئة المسؤولة عن إحداث الفرق.



شكل (1) مقياس اتجاهات العينة (الراهنة) وفقاً لمتغير السن.

ثالثاً: وفقاً لمتغير المؤهل الدراسي

جدول (23) الفرق في اتجاهات العينة (الراهنه) نحو فاعلية المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية وفقاً لمتغير المؤهل الدراسي.

الاتجاهات الراهنه	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة
	بين المجموعات	١٢٥,٣٢٥	٢	٦٢,٦٦٣	٠,٨٩١	٠,٤١١
	داخل المجموعات	٢٨١٣٨,٩٠٥	٤٠٠	٧٠,٣٤٧		
	الإجمالي	٢٨٢٦٤,٢٢٨	٤٠٢			

تشير بيانات الجدول رقم (23) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة الدراسة في اتجاهاتهم نحو فاعلية المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية وفقاً لمتغير التعليم، حيث بلغ مستوى الدلالة 0.41 وهي قيمة غير دالة، وبذلك اتضح عدم صحة هذه الجزئية من الفرض السابع.

تأسيساً على ما سبق تم قبول الفرض الصفري بعدم وجود فروق دالة إحصائية بين الاتجاهات الراهنه للشباب السعودي نحو فاعلية المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية وفقاً لمتغيري النوع والمؤهل الدراسي، وتم قبول الفرض البديل فيما يتعلق بمتغير السن.

الخاتمة وتوصياتها

عرضت الدراسة الراهنه لاتجاهات الجمهور نحو فاعلية المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية، في إطار نظريه ثراء وسائل الإعلام ومدخل الاستخدامات والإشباع، تطبيقاً على عينة عمدية الجمهور السعودي مستخدمى المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية. وقد انتهت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

1- فيما يختص بمدى استخدام الجمهور للمواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية فقد أكد 47.3% من إجمالي العينة أنهم يستخدمون المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية أحياناً، يلي ذلك فئة المتابعة (دائماً) 35.5%، وتراجعت فئة المتابعة (نادراً) للمركز الأخير ونسبة 17.2%.

2- أكدت نتائج الدراسة أن هناك العديد من الموضوعات التي تتابعها العينة في المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية، وقد احتلت موضوعات السياسة المركز الأول بنسبة 33.7% لفئة الاستخدام دائماً، ويؤكد ذلك خطورة الدور الإخباري لهذه المواقع، وفي المركز الثاني كانت الموضوعات العلمية ثم الموضوعات الاجتماعية.

3- تعددت دوافع استخدام المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية بين الدوافع النفعية والدوافع الطقوسية، وفي مقدمة الدوافع النفعية التعرف على مجريات الأحداث يأتي بمتوسط حسابي 2.81، يليه الرغبة في تقديم مزيد من التفسير للأحداث

الجارية 2.62، وتشير النتائج السابقة أن الدوافع النفسية لعينة الدراسة سبقت الدوافع الطقوسية، وأن المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية جزء من الحياة اليومية لعينة الدراسة وأنهم يعتمدون عليها لمعرفة الأخبار وما وراءها من خلفيات.

4- تعددت الإشباعات المتحققة من استخدام المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية، وقد جاءت فئة (زيادة الثقافة الإخبارية) في مقدمة الإشباعات التي تحققت في المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية لعينة الدراسة بمتوسط حسابي 2.69، تليها اكتساب معلومات جديدة بمتوسط حسابي 2.68 ثم النجاح في التعامل مع مصادر المعلومات الإلكترونية، بمتوسط حسابي 2.62.

5- أكدت النتائج انخفاض تقييم العينة للالتزام المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية بالقيم الإعلامية، حيث انخفض المتوسط الحسابي لجميع القيم المطروحة لأقل من النصف، واحتلت قيمة " دقة المعلومة" المركز الأول بمتوسط حسابي 2، يليها قيمة " الصدق" و" نشر الرأي والرأي الآخر"، بمتوسط 1.88 لكل منهما، مما يشير إلى شعور العينة بافتقار هذه المواقع للقيم المهنية بدرجة كبيرة. وتراجعت قيمة " الالتزام بقيم المجتمع العربي وتقاليد" في المركز الأخير بمتوسط حسابي ضعيف 1.28، مما يشير إلى أن هذه المواقع وإن كانت تخطت عائق اللغة للوصول إلى المواطن العربي إلا أنها لم تتجح في إشعار جمهورها بالتزامها بالتقاليد والعادات العربية، وأن المواطن العربي لا يزال يشعر أنها مواقع لا تعبر عن هويته وثقافته العربية.

6- أظهرت الدراسة وجود علاقة ارتباطية دالة بين دافع التعرض ومستوى القيم السائدة في المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية، بمعنى أن الأفراد الأكثر توقعًا لوجود القيم في المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية هم الأكثر تصفحًا لهذه المواقع الإخبارية. وقد ثبت ذلك عند مستوى 0.000، وبلغ معامل ارتباط سبيرمان 0.536 وبذلك ثبتت صحة الفرض الأول.

7- ثبت وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين دوافع تصفح المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية (الاستخدامات) والإشباعات المتحققة من تصفحها لها حيث بلغ معامل ارتباط سبيرمان 0.717 مما يؤكد قوة العلاقة، وبالتالي ثبتت صحة الفرض الثاني. ويمكن تفسير ذلك في ضوء فهم طبيعة مدخل الاستخدامات والإشباعات والذي يؤكد ارتباط استخدام الفرد للوسيلة الإعلامية بالإشباع المتحقق لهذا الاستخدام.

8- تبين وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية مرتفعة بين اتجاه الجمهور السعودي (الراهن) نحو فاعلية المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية ورؤيته المستقبلية لها، حيث بلغ مستوى ارتباط سبيرمان 0.708 وبذلك ثبتت صحة الفرض الثالث.

9- ثبت وجود فروق دالة إحصائية بين الموضوعات التي تتابعها العينة في المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية (الاستخدامات) وفقاً لمتغير النوع فقط، ولم يثبت وجود علاقة وفقاً لمتغيري السن، والمؤهل الدراسي.

10- أشارت النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الرتب بين الذكور والإناث في الإشباعات المتحققة من تصفح المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية، حيث بلغ مستوى الدلالة 0.58 وتبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين دوافع العينة لتصفح المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية (الإشباعات) وفقاً للخصائص الديموغرافية للعينة (السن، والمؤهل الدراسي).

التوصيات

في إطار الدراسة الراهنة لاتجاهات الجمهور نحو فاعلية المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية، يتقدم الباحث بعدة توصيات ويأمل أن تخرج إلى حيز التنفيذ، وذلك على النحو التالي:

- 1- إجراء المزيد من البحوث حول علاقة الجمهور بوسائل الإعلام الجديد، ورصد التأثيرات المحتملة لاعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات.
- 2- الانتباه لخطورة تأثير المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية على جمهور المستخدمين وإجراء المزيد من الأبحاث لها، خاصة وأن التوقع المستقبلي لها في ضوء نتائج الدراسة تؤكد استمرار استخدامها والاعتماد عليها.
- 3- دعم الجهود العلمية والأكاديمية لوضع نظريات علمية لواقع تكنولوجيا الإعلام الرقمي، وتطبيقات المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية وفاعلية الدور الإعلامي والمجتمعي لها.
- 4- تدعيم المواقع الإلكترونية العربية وتحسين دورها الإخباري، لتتمكن من مواجهة المنافسة مع المواقع الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية.
- 5- تطوير الجهد التقني للمواقع الإخبارية العربية وتعزيز ربطها بأهم المواقع العالمية الاتصالية لضمان انتشارها.

هوامش الدراسة

- 1- رفعت محمد البدرى، استخدام أدوات الويب 2 في مواقع الصحف العربية على الإنترنت وعلاقتها بحرية التعبير- دراسة تحليلية، المؤتمر الرابع عشر، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2008.
- 2- عبد الرازق الدليمي: الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2014، ص 17.
- 3- عبد الأمير الفيصل: الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، 2006، ص 22.
- 4- Marton, and Seo,: The Influence of Online News Public Affairs Knowledge. **Communication Research**, 31(1) 2009: p.p 82-108.
- 5- <http://massai.ahram.org.eg/Archive/>
- 6- للمزيد راجع /
- راسم الجمال، سامى الشريف: الإعلام الدولي، القاهرة: التعليم المفتوح، 2001، ص ص 277-287.
- Berger, Arthur Asa. **Making Sense of media**. London: Blackwell Publishing, 2005, pp: 173 -74
- Leyon, David. **Surveillance After September 11**. London: Blackwell Publishing, 2003, P. 13
- 7- عاطف العبد، نهى عاطف العبد، الراديو والتلفزيون والقنوات الفضائية، النشأة – التطور والآفاق المستقبلية، القاهرة، دار الفكر العربي، 2009، ص 258.
- 8- <http://www.acrseg.org/>
- 9- <https://sabayaonly.com>
- 10- Casey, D& Others: credibility of newspapers, television news and & online news, ” Paper- presented at the annual convention of the Association from **Education in Journalism and Mass Communication**. Miami Beach, 9 August, 2017.
- 11- مركز الصحفي العربي، استخدام المواقع الإخبارية العربية والإشباع المتحقق، الأربعاء، 21، إبريل 2016.
- 12- نصير بوعلي: الشباب بين وسائل الإعلام التقليدية ونماذج الإعلام الجديد، **مجلة الباحث الإعلامي**، العدد (27)، 2016.
- 13- Anderson, JQ : Newspaper online editors support traditional standards, **Newspaper Research Journal**, N 22, 2016
- 14- إيمان سيد، دور القنوات الفضائية الأجنبية الموجهة باللغة العربية في ترتيب أجنحة النخبة نحو القضايا العربية، رسالة دكتوراه (غير منشورة)، جامعة عين شمس، كلية التربية النوعية، 2013، ص ص 80 - 81.
- 15- آل سعود، نايف ثنيان : دوافع استخدامات الشباب السعودي الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها – دراسة ميدانية على طلاب جامعة الملك سعود، **مجلة جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية**، العدد 34، 2014.
- 16- على جبار، الخطاب التلفزيوني الأمريكي الموجه إلى المشاهد العربي، تونس، اتحاد إذاعات الدول العربية، **مجلة الإذاعات العربية**، العدد الثاني، 2010، ص ص 17- 39، ص 17.
- 17- سهير عثمان عبد الحليم: العوامل المؤثرة على قارئيه الصحافة المطبوعة في مصر، رساله دكتوراه (غير منشورة)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2010.
- 18- أمين سعيد: المعالجة الإخبارية لقضايا العالم العربي والإسلامي فى قناتي العالم الإيرانية والحرّة الأمريكية، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، ع 28، أكتوبر – ديسمبر 2007، ص 409.

- 19- آمال سعد المتولي: المواقع الإلكترونية للفضائيات العربية والصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية (دراسة تحليلية مقارنة، الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام، المؤتمر العلمي السنوي الأول (الفضائيات العربية ومتغيرات العصر)، 22 - 24 يونيو 2004.
- 20 J Bryant : **The development and use of online newspapers** , U.S.A : information production, handbook of new media. 2004
- 21 Gary (2007) **Education and theory: strangers in paradigms**. Maidenhead: Open Univ. Press.
- 22 Simon, Steven John; Pappas, Spiro C. "An examination of media richness theory in product Web site design: an empirical study". **The Journal of Policy, Regulation and Strategy for Telecommunications, Information and Media**. (2004) 6 (4): 270–281.
- 23 Arinze, Bay: "Generation Y Adoption of Instant Messaging: Examination of the Impact of Social Usefulness and Media Richness on Use Richness". **IEEE Transactions on Professional Communication** 53 (June 2010): 132–143.
- 24 بشرى جميل: دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 18، 2012.
- 25 حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط3، الدار المصرية اللبنانية، 2003، ص239.
- 26 محمد عبد الحميد: **مناهج البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص222.
- 27 مرزوق عبد الحكيم العدلي: **الإعلانات الصحفية- دراسة في الاستخدامات والإشباع**، القاهرة، دار الفجر، 2004، ص126.
- 28 حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، مرجع سابق، ص240.