

فاعلية الإعلام الإلكتروني في ترتيب أولويات الجمهور

(دراسة مقارنة بين موقعي قناة الجزيرة و CNN العربية)

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

أ.د. مجذوب بخيت محمد توم

جامعة شندي

أ. عائشة عمر عثمان حمد

المستخلص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على إمكانية الإعلام الإلكتروني في ترتيب أولويات الجمهور، و تم استخدام المنهج الوصفي المسحي حيث تم تحليل البيانات باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، وخلصت الدراسة إلى نتائج أهمها أن الإعلام الإلكتروني تمكن من ترتيب أولويات الجمهور نحو المادة الإخبارية السياسية المعروضة، وأنه من خلال دراسة الجمهور يتم معرفة الطريقة الأفضل لتوجيه المادة الإعلامية للجمهور و بالتالي التأثير في ترتيب أولوياتهم، و أن أسلوب تصميم الموقع قادر على أن يجذب الجماهير و بالتالي التأثير عليهم.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الإلكتروني، المواقع الإلكترونية.

Abstract:

Where the data was analyzed using the Statistical Package for Social Sciences (SPSS) program, and the study concluded with the most important results, the most important of which is that the electronic media was able to arrange the public's priorities towards the presented political news material, and that through the psychological study of the public, the best way to direct the media material to the public is known. Influencing the order of their

priorities, and that the site's design style is able to attract the masses and thus influence them.

Keywords: Electronic Media,Website.

مقدمة:

استطاع الإعلام الإلكتروني أن يحافظ على النسق الذي تعمل به وسائل الإعلام التقليدية و ذلك من خلال استخدام القوالب الفنية التي تستخدم في نشر المادة الإعلامية و الصور و الفيديو و غيرها من الوسائط المتعددة و لكن الإعلام الإلكتروني أستطاع أن يوفر العديد من المميزات للمتصفح الذي يعمل على استخدام الموقع الإلكتروني للقناة، فالمواقع يتم تصميمها بحيث تتحمل عدد كبير من الزوار بالإضافة إلى مراعاة سهولة التنقل بين الصفحات و إمكانية التفاعل مع المادة المعروضة و راحة العين عند التنقل بالإضافة إلى الخواص التي يتم توفيرها في الوسائط المتعددة من حيث حفظ المتلقي للصورة أو الفيديو أو الصوت أو غيره ذلك مع تكبير و تصغير الصور، دعنا لا ننسى ربط المواقع التابعة للقناة مع مواقع التواصل الاجتماعي الذي يوفر العديد من الخواص للجمهور منها التفاعل و حفظ المعلومات و غيرها، كل هذه الإمكانيات التي تتوفر لدى الإعلام الإلكتروني مكنته من نشر مادة إعلامية بصورة آنية مع إمكانية تحديث الخبر و الوصول إلى الجمهور في كل مكان مع عدم التقيد باستخدام أداة واحدة لتلقي المعلومات.

حيث أن كل هذه الخواص مجتمعة مكنت الإعلام الإلكتروني من توصيل الرسالة الإعلامية إلى الجمهور بالإضافة إلى التأثير فيهم.

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة في أنها من الدراسات التي تتناول الإعلام الإلكتروني و قدرته على ترتيب أولويات الجمهور و مدى الخطر الذي يتركه هذا الترتيب عليهم، و تزداد أهمية

الدراسة في استفادة الإعلام الإلكتروني من دراسة الجمهور و ذلك من أجل ترتيب أولوياته، و الاستفادة من تصميم المواقع وعرض المادة و الوسائل المتعددة و استخدام المواقع في ترتيب أولويات الجمهور .

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى:

- 1- معرفة إمكانية المواقع الإلكترونية لقناتي الجزيرة و CNN العربية في ترتيب أولويات الجمهور السياسية.
- 2- التعرف على الإمكانيات التي وفرتها دراسة المواقع الإلكترونية للقنوات للجمهور في ترتيب أولويات الجمهور.
- 3- التعرف على مساهمة تصميم المواقع الإلكترونية على جذب اهتمام الجمهور.
- 4- التعرف على مقدرة أسلوب عرض المعلومات في ترتيب أولويات الجمهور السياسية.
- 5- الكشف عن قدرة ربط المواقع الإلكترونية للقنوات بمواقع التواصل الاجتماعي في ترتيب أولويات الجمهور.
- 6- التعرف على قدرة الذباب الإلكتروني و منظفو الشبكات على ترتيب أولويات الجمهور نحو السياسة.
- 7- التعرف على المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية.
- 8- معرفة اهتمام الجمهور بالمواقع الإلكترونية في فضائتي الجزيرة و CNN العربية.

مشكلة الدراسة:

من الملاحظ أنه قد تغير سلوك الجمهور من حيث تلقيه للمعلومات فأصبح يعتمد على العالم الافتراضي حيث يتصفح المواقع الإلكترونية للقنوات التي تعرض عليه المعلومات، و لكن المواقع من خلال القدرات التي توفرت لديها من حيث التقنيات و

أسلوب العرض و تصميم الموقع و دراسة الجمهور و الوسائط المتعددة استطاعت أن ترتب أولويات الجمهور نحو ما هو معروض من قضايا سياسية إلى أن وصلت المواقع إلى مرحلة إقناع الجمهور بأن كل ما تريد مشاهدته من قضايا هو ما يعرض عليك حالياً، حيث يعتبر الإنترنت الآن خطير و ذلك من خلال التهكير الذي يتم فيه و الأخبار الكاذبة التي تنتشر بالإضافة إلى منظفو الشبكات و الذباب الإلكتروني فكل هذه الأمور مجتمعة مكنت المواقع من محاصرة الجمهور بمعلومات معينة.

و بناء على ما سبق فإن مشكلة الدراسة تتمثل في السؤال التالي:

- ما هي فاعلية الإعلام الإلكتروني في ترتيب أولويات الجمهور؟

تساؤلات الدراسة:

- 1- ما إمكانية الإعلام الإلكتروني في ترتيب أولويات الجمهور السياسية؟
- 2- ما قدرة المواقع الإلكترونية لقناتي الجزيرة و CNN العربية على ترتيب أولويات الجمهور السياسية؟
- 3- كيف ساهم تصميم المواقع الإلكترونية لقناتي الجزيرة و CNN العربية على جذب اهتمام الجمهور نحو القضايا السياسية؟
- 4- تمكّن أسلوب عرض المعلومات لمواقع قناتي الجزيرة و CNN العربية من جذب اهتمام الجمهور نحو القضايا السياسية؟
- 5- ما هي إمكانية ربط المواقع الإلكترونية لقناتي الجزيرة و CNN عربية بمواقع التواصل الاجتماعي على ترتيب أجندة الجمهور؟
- 6- ما حجم قدرة منظفو الشبكات و الذباب الإلكتروني على تحويل وجهة نظر الجمهور نحو القضايا السياسية؟
- 7- ما المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية؟

حدود الدراسة:

تتمثل مبررات الدراسة فيما يلي:

- الحد الزمني: طبقت الدراسة خلال الفترة من فبراير 2018م – فبراير 2020م.
- الحد المكاني: جمهورية السودان – ولاية نهر النيل – محلية عطبرة.

الدراسات السابقة:

تم الاطلاع على عدد من الأبحاث والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة حيث تم اختيار أهم النماذج لتلك الدراسات و هي:

الدراسات المحلية:

بعنوان القنوات الفضائية العربية الإخبارية و دورها في ترتيب الأجندة السياسية (أحمد، 2017م)، تهدف الدراسة إلى التعرف على كيفية طرح قنوات الجزيرة و العربية لقضية دارفور التي شغلت الرأي العام المحلي و الإقليمي و الدولي بسرعة، التعرف على ملامح تناول الإعلام العربي لقضية دارفور من خلال طرحها في قنوات الجزيرة و العربية، معرفة دور قنوات الجزيرة و العربية في يوميات المشاهد السوداني و مدى قدرتها على تشكيل القضايا العربية و خاصة تجاه ترتيب أولوياته بشأن قضية دارفور، تم استخدام المنهج المسحي، أما المجتمع فكان على عينة من الإعلاميين العاملين في الأجهزة الإعلامية المختلفة بالإضافة إلى أساتذة الجامعات السودانية بمختلف تخصصاتهم و رجال الفكر و السياسيين العاملين في مختلف مراكز البحوث و أعضاء الأحزاب السياسية بمختلف انتماءاتهم و التربويين العاملين في المدارس الحكومية و الخاصة، أما النتائج التي توصلت إليها الدراسة أظهرت أن نسبة عالية يشاهدون قنوات الجزيرة و العربية، أثبتت

الدراسة أن قناة الجزيرة تحظى بنسبة مشاهدة عالية من قبل الجمهور، أوضحت الدراسة أن هنالك بعض القصور في أداء قناتي الجزيرة و العربية تجاه قضية دارفور.

الدراسات الإقليمية:

بعنوان دور المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية في ترتيب أولويات الشباب الجامعي نحو قضايا الأسرى دراسة تحليلية و ميدانية مقارنة (جبريل، 2015م)، تهدف الدراسة إلى التعرف على أهم الموضوعات التي تتناولها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية حول قضايا الأسرى و مدى اهتمامها بها، التعرف على الفنون الصحفية التي تتناولها المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية حول قضايا الأسرى، التعرف على أهم المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية التي يعتمد عليها طلبة الجامعات في محافظات غزة لاكتساب المعلومات حول قضية الأسرى الفلسطينية، تم استخدام منهج المسح حيث عملت الباحثة من خلاله على استخدام أسلوب مسح الجمهور و منهج دراسة الدراسات المقارنة بالإضافة إلى استخدام أسلوب المقابلة الشخصية، أما مجتمع الدراسة فقد تكون من طلبة الجامعات في قطاع غزة و هي الجامعات الآتية: (الإسلامية و الأقصى، الأزهر، الأمة، فلسطين، القدس المفتوحة، غزة) و تم التركيز على الجامعات الرئيسية الثلاث (الإسلامية، الأزهر، الأقصى)، أما نتائج الدراسة بينت أن 77.7% من طلبة الجامعات يتابعون مواقع الإنترنت، و 2.2% من الطلاب لا يتابعون مواقع الإنترنت، بينما 20.1% يتابعون مواقع الإنترنت أحياناً، تبين أن 55.8% من العينة يفضلون متابعة الأخبار على المواقع الإلكترونية عن غيرها من الوسائل الاتصالية الأخرى، بينما 44.2% يفضلون ذلك أحياناً، بينت الدراسة مواقع الدراسة تقاربت في تناول قضايا الأسرى على صفحاتها الإلكترونية حيث جاءت القضايا الصحية في مقدمة قضايا الأسرى في مواقع الدراسة و ذلك بنسبة 29.7%، و في المرتبة الثانية القضايا السياسية بنسبة 27.1%، و المرتبة الثالثة القضايا الاجتماعية بنسبة 26.4%، أما المرتبة الرابعة كانت القضايا الأمنية بنسبة

16.7%، و لم يتطرق موقع الدراسة لأي موضوع من موضوعات القضايا الأمنية خلال فترة الدراسة.

الاتفاق و الاختلاف بين هذه الدراسة و الدراسات السابقة:

اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة من حيث:

1- اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة سناء محمد الحسن على أحمد، القنوات الفضائية العربية و دورها في ترتيب الأجندة السياسية في الآتي:

- اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة في استخدامها للمنهج الوصفي المسحي.
- تتفق الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة في ترتيب أولويات الجمهور اتجاه قضايا معينة.
- اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة في أن مجتمع دراستها كان من الخبراء الإعلاميين العاملين في المجال الإعلامي فقط، بينما الدراسة الحالية اهتمت بالأكاديميين العاملين في المجال الإعلامي أيضا.
- اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة في أن الجهة التي تنشر المواد الإعلامية هي إخبارية.

2- ريم جبريل توفيق جبريل دور المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية في ترتيب أولويات الشباب الجامعي نحو قضايا الأسري.

- تتفق الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة في ترتيب أولويات الجمهور اتجاه قضايا معينة.
- تتفق الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة في أن الموقع الذي يعمل على إرسال المعلومات موقع إخباري.

- تتفق الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في استخدامها للمنهج الوصفي بأسلوب المسح بالإضافة إلى استخدام أسلوب المقابلة.

اختلفت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة من حيث:

1- اختلفت الدراسة الحالية مع دراسة سناء محمد الحسن على أحمد، القنوات الفضائية

العربية و دورها في ترتيب الأجندة السياسية في الآتي:

- الدراسة الحالية كانت تتحدث عن الإعلام الإلكتروني بينما الدراسة السابقة تتحدث عن القنوات الفضائية.

- اختلفت الدراستين عن بعضهما في الأهداف.

- أن مجتمع الدراسة الحالية كان منحصر في الإعلاميين العاملين في المجال

الإعلامي ما بين أكاديميين و العاملين في المجال الإعلامي و لكن الدراسة

السابقة أنضم إلى مجتمعها أساتذة الجامعات السودانية بمختلف تخصصاتهم

بالإضافة إلى رجال الفكر و السياسيين العاملين في مختلف مراكز البحوث و

أعضاء الأحزاب السياسية بمختلف انتماءاتهم و التربويون العاملين في المدارس

الحكومية و الخاصة.

- اختلفت الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة في أن الدراسة الحالية تهتم بموقع

الجزيرة و CNN العربية الإخباريتين بينما الدراسة السابقة كانت تهتم

بالفضائيات لقنوات الجزيرة و العربية.

- تختلف الفترات الزمنية ما بين الدراستين.

- الاختلاف في النتائج.

2- ريم جبريل توفيق جبريل، دور المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية في ترتيب

أولويات الشباب الجامعي نحو قضايا الأسرى.

- تختلف الدراسة الحالية عن الدراسة السابقة في مجتمع الدراسة حيث كان مجتمع الدراسة السابقة من طلبة الجامعات في قطاع غزة و هي الجامعات الآتية (الإسلامية، الأقصى، الأزهر، الأمة، فلسطين، القدس المفتوحة، و غزة) حيث تم التركيز على الجامعات الرئيسية الثلاث (الإسلامية، الأزهر، الأقصى).
- اختلفت الدراسة الحالية عن الدراسة السابقة في استخدام منهج دراسة الدراسات المقارنة.
- الاختلاف في النتائج.

الاستفادة من الدراسات السابقة:

من خلال استعراض الدراسات السابقة يتبين لنا وجود أوجه ألتفاق و اختلاف بين الدراسات السابقة، لا سيما من حيث المنهج المتبع و أدوات الدراسة، و أن هذه الدراسة تعتبر إضافة نوعية للدراسات السابقة فقد تم الاستفادة من الدراسات السابقة في الكثير من الأمور أهمها:

- العرض السليم للإطار النظري.
- أهمية الإطلاع الواسع بموضوع الدراسة و الإمام بجميع جوانبه.

منهج الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي المسحي، إذ يعد هذا المنهج من أنسب المناهج العلمية ملائمة لهذه الدراسة. حيث تعمل الباحثة على تحليل المعلومات و البيانات المتعلقة بموضوع الدراسة و ذلك للوصول إلى نتائج تعمل على إثراء الدراسة (العزاوي، 2007م، ص 97).

مجتمع و عينة الدراسة:

ينحصر مجتمع الدراسة في ولاية نهر النيل محلية عطبرة، و بناءً عليه تم إختيار عينة من متصفحى مواقع الجزيرة و CNN العربية في المحلية حتى يكونوا ممثلين للجمهور، فعملت الباحثة على وضع الأحياء و هي مرتبة، و إختيار 6 أحياء، و كان الفرق بين الوحدات 6، و من ثم وضع أسماء سكان الإحياء الذين ينتمون إلى فئات عمرية تم تحديدها مسبقاً في البحث في قائمة مرتبة ترتيب أبجدي، و بعد ذلك عملت الباحثة على إختيار الأفراد على حسب المدى و كان الفرق ما بين الوحدات 6 ، فعملت الباحثة على توزيع 160 استمارة استبيان على الجمهور تم استرداد 150 استمارة بنسبة 100%، بالإضافة إلى الخبراء العاملين في المجال الإعلامي أو الأكاديميين أو الاثنين معاً، الغرض من ذلك معرفة رأي الخبراء و المتصفحين حول موضوع الدراسة.

وفقاً لطبيعة المشكلة موضوع الدراسة، فإنه تم استخدام الأدوات التالية:

أولاً: الملاحظة: وهو أسلوب علمي يهدف إلى الوصول إلى معلومات بناءً على قراءات الباحثة. (البدوي، 2014م، ص93)

ثانياً: الاستبيان: هي واحدة من أدوات البحث العلمي التي يتم استخدامها للحصول على الحقائق، حيث استعانة الباحثة بالاستبيان لمعرفة رأي المتصفحين حول فاعلية الإعلام الإلكتروني في ترتيب أولويات الجمهور.

ثالثاً: المقابلة: وهو حديث يتم ما بين الباحثة و المفحوص، توجه فيه الباحثة أسئلة معينة لجمع البيانات حول موضوع الدراسة. (قند لجي، 2008م، ص201-213)

الإعلام الإلكتروني:

نشأة الإنترنت و التطورات التي مرت بها انعكست على كل مجالات الحياة بما فيها المجال الإعلامي، فنشأ الإعلام الإلكتروني نشأة عشوائية إثر مراحل تطور شبكة المعلومات العالمية (كنعان، 2014م، ص137)، حيث عملت القنوات الفضائية على إنشاء منصات إلكترونية مستفيدة من كل الخواص التي تتوفر لديها مثل التفاعلية و السرعة و الحركة و المرونة و السرعة و الجمع بين صفتي التزامنية و اللاتزامنية و استخدام الوسائط المتعددة و سهولة حفظ و تخزين المعلومات، فمع كل هذه الخصائص و العناصر التي وفرتها المواقع للمرسل من روابط و صور و رسوم و أفلام و غيرها تمكنت المواقع الإلكترونية من إطلاق مادة إعلامية قادرة على التأثير في الجمهور، و بشكل كبير جداً يستطيع أن يصل إلى ترتيب أولوياتهم.

المواقع الإلكترونية:

استطاعت أن تحدث المواقع الإلكترونية فرقاً كبيراً في عالم الإعلام حيث وفرت للمواقع الإلكترونية التي تتبع للقنوات العديد من المميزات التي تمكنها من عرض المادة الإعلامية على الجماهير و ذلك مع ضمان التأثير، فوجد النص و الصورة و الرسوم و الأفلام و الصور المتحركة و التفاعل و الروابط و تصميم الصفحة (سرحان، 2012م، ص 17-19)، و على الرغم من وجود هذه العناصر فإن الجهات المرسله اهتمت بطريقة إنشاء الموقع و نوعية الموقع، فهناك المواقع الساكنة و هي المواقع ذات المحتوى الثابت (إبراهيم، 2017م، ص17)، و المواقع الديناميكية و هي المواقع ذات المحتوى المتغير (كافي، 2009م، ص141)، فكل هذه العناصر تمكن الإعلام الإلكتروني من عرض مادة إعلامية قادرة على التأثير في أولويات الجمهور.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

الصدق و الثبات:

للتحقق من صدق و ثبات أداة جمع البيانات تم عرض الإستبانة على مجموعة من المحكمين، و تم إجراء التعديلات المقترحة و عرضها على المشرف للتأكد من صحة التعديلات، و من ثم توزيع 20 استمارة تجريبية و ذلك للتأكد من مدى سلامة الاستمارة و تناسبها مع الجهة التي تُعرض عليها الاستمارة، بعد ذلك تم توزيع الاستمارة على مجتمع الدراسة، و من ثم استرجاعها ليتم تحليلها من خلال برنامج التحليل الإحصائي (SPSS).

المحور الأول: البيانات الشخصية:

الجدول رقم (1) : يوضح النوع

النوع	التكرار	النسبة
ذكر	95	63.4%
أنثي	55	36.6%
المجموع	150	100%

من الجدول و الشكل أعلاه و الذي يوضح نوع عينة الدراسة نجد أن غالبية عينة الدراسة من الذكور حيث بلغت نسبتهم (63.4%)، أما الإناث كانوا بنسبة (36.6%).

جدول رقم (2): يوضح العمر

العمر	التكرار	النسبة
18 و أقل من 28 سنة	35	23.3%
28 و أقل من 38 سنة	49	32.7%
38 و أقل من 48 سنة	32	21.4%
48 و أقل من 58 سنة	26	17.3%
58 فأكثر	8	5.3%
المجموع	150	100%

الجدول أعلاه يوضح أن الفئة العمرية (28 و أقل من 38 سنة) تشكل أكبر نسبة من أفراد عينة الدراسة بنسبة (32.7%)، تليه الفئة العمرية (18 و أقل من 28 سنة) بنسبة (23.3%)، تليها الفئة العمرية (38 و أقل من 48 سنة) بنسبة (21.4%)، تليه الفئة العمرية (48 و أقل من 58 سنة) بنسبه (17.3%)، حيث كانت الفئة العمرية (58 سنة - فأكثر) هي الأدنى بنسبة (5.3%) فقط.

جدول رقم (3): يوضح التعليم

النسبة	التكرار	المستوي
16.7%	25	ثانوي
11.3%	17	دبلوم
49.3%	74	بكالوريوس
18.7%	28	ماجستير
4.0%	6	دكتوراه
100%	150	المجموع

من الجدول أعلاه يتضح أن غالبية أفراد عينة الدراسة هم من حملة الشهادة الجامعية بكالوريوس حيث يمثلون نسبة (49.3%)، يليهم حملة الشهادة فوق الجامعية الماجستير بنسبة (18.7%)، و من بعدهم حملة شهادة الثانوية حيث يشكلون نسبة (16.7%)، و يلي ذلك حملة شهادة الدبلوم بنسبة (11.3%)، و أقل نسبة تتمثل في حملة شهادة الدكتوراه و تمثل نسبة (4.0%).

جدول رقم (4): يوضح التخصص

النسبة	التكرار	التخصص
0.7%	1	علاقات عامة
0.7%	1	علوم حاسوب
0.7%	1	علوم إدارية
2.1%	3	علوم مختبرات

تابع جدول رقم (4):

النسبة	التكرار	التخصص
2.1%	3	لغة عربية
1.4%	2	بحث اجتماعي
1.4%	2	بصريات
3.5%	5	طب بشري
2.1%	3	طب بيطري
4.7%	7	إعلام
0.7%	1	إحصاء
10.5%	15	إدارة أعمال
5.2%	8	اقتصاد
2.1%	3	لغة انجليزية
0.7%	1	إسلامية – تاريخ
0.7%	1	اتصال
0.7%	1	فيزياء
2.8%	4	قانون
15.1%	22	هندسة (مدنية – زراعية – إنتاجية – كهربائية – ميكانيكية – إلكترونية)
0.7%	1	كيمياء
0.7%	1	مصارف
0.7%	1	موجات فوق الصوتية
12.4%	18	محاسبة
1.4%	2	نظم معلومات
2.1%	3	رياضيات
2.8%	4	صيدلة
0.7%	1	شرطة عسكرية

تابع جدول رقم (4):

النسبة	التكرار	التخصص
3.5%	5	تقنية معلومات
1.4%	2	تخدير
0.7%	1	تمريض عالي
0.7%	1	تصنيع
85.8%	125	المجموع

من خلال تحليل معطيات الجدول رقم (4) يتبين لنا تخصصات أفراد عينة الدراسة الجامعية و كان أغلب أفراد عينة الدراسة دارسي كلية الهندسة بأنواعها بنسبة (15.1%)، تليها تخصص محاسبة بنسبة (12.4%)، تليها نسبة (10.5%) التي تتمثل في تخصص إدارة أعمال، ثم نسبة (5.2%) تمثل تخصص اقتصاد، و من ثم نسبة (4.7%) و تمثل تخصص إعلام، ثم نسبة (3.5%) المتمثلة في تخصص طب بشري و تقنية معلومات، ثم نسبة (2.8%)، و تتمثل في تخصص قانون و صيدلة، ثم نسبة (2.1%) و تتمثل في تخصص علوم مختبرات و لغة عربية و طب بيطري و لغة إنجليزية و رياضيات، تليها نسبة (1.4%) و تتمثل في تخصص بحث اجتماعي و بصريات و نظم معلومات و تخدير، تليها نسبة (0.7%) و تتمثل في تخصص علاقات عامة و علوم حاسوب و علوم إدارية و إحصاء و إسلامية و تاريخ و اتصال و فيزياء و كيمياء و مصارف و موجات فوق الصوتية و شرطة عسكرية و تمريض عالي و تصنيع.

المحور الثاني: أنماط تفضيل و تصفح الإعلام الإلكتروني

الجدول رقم (5): يوضح درجة المتابعة للموقع الإلكتروني للقناتين

العربية CNN موقع		موقع الجزيرة		العبارة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
8.0%	12	20.0%	30	عالية جداً
23.3%	35	22.7%	34	عالية
41.3%	62	30.6%	46	متوسط
14.7%	22	18.7%	28	منخفض
12.7%	19	8.0%	12	منخفض جداً
100%	150	100%	150	المجموع

يوضح تحليل معطيات الجدول رقم (5) درجة متابعة أفراد عينة الدراسة للموقع الإلكتروني لموقع الجزيرة و موقع CNN العربية، حيث تمثلت درجة المتابعة المتوسطة أعلى نسبة للموقعين حيث أن نسبة الدرجة المتوسطة في المشاهدة لموقع CNN العربية هي (41.3%)، و لموقع الجزيرة (30.6%)، حيث مثل الموقعين درجة عالية في الترتيب الثاني و كان ذلك بنسبة (23.3%) لموقع CNN العربية، و نسبة (22.7%) لموقع الجزيرة، و درجة عالية جداً لموقع الجزيرة بنسبة (20.0%)، و درجة منخفض لموقع الجزيرة بنسبة (18.7%)، تلتها درجة منخفض لموقع CNN العربية بنسبة (14.7%)، و من بعدها درجة منخفض جداً لموقع CNN العربية بنسبة (12.7%)، و درجة عالية جداً بنسبة (8.0%) لموقع CNN العربية، و درجة منخفض جداً بنسبة (8.0%) لموقع الجزيرة.

جدول رقم (6) : يوضح درجة المتابعة لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة للقناتين

العربية CNN موقع		موقع الجزيرة		العبارة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
12.0%	18	24.0%	36	عالية جداً
20.0%	30	21.3%	32	عالية
32.7%	49	28.0%	42	متوسط
20.0%	30	17.3%	26	منخفض
15.3%	23	9.3%	14	منخفض جداً
100%	150	100%	150	المجموع

يوضح الجدول رقم (6) درجة متابعة أفراد عينة الدراسة لموقع التواصل الاجتماعي لموقعي CNN العربية و الجزيرة، و تمثلت أعلى نسبة في درجة متوسط لموقع CNN العربية و هي (32.7%)، درجة متوسط كذلك لموقع الجزيرة بنسبة (28.0%)، و درجة عالية جداً لموقع الجزيرة بنسبة (24.0%)، و درجة عالية بنسبة (21.3%) لموقع الجزيرة، و تليها درجة عالية و منخفض مشتركة لموقع CNN العربية بنسبة (20.0%)، ثم درجة منخفض جداً بنسبة (15.3%) لموقع CNN

العربية، و درجة منخفض نسبة (17.3%) لموقع الجزيرة، و مثلت درجة عالية جداً نسبة (12.0%) لموقع CNN العربية، و درجة منخفض جداً حازت علي أقل نسبة لموقع الجزيرة و هي (9.3%).

جدول رقم (7): ما هي أسباب متابعتك للموقع الإلكتروني للقناة ؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

العربية CNN موقع		موقع الجزيرة		العبارة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
39.2%	56	40.6%	58	سهولة الوصول إليها وإتاحة المشاركة والتفاعلية
42.0%	60	36.4%	52	تتميز بالصدق والموضوعية
21.7%	31	21.0%	30	تحتزم خصوصية المستخدم
30.8%	44	27.3%	39	توفير الوقت والجهد
23.8%	34	26.6%	38	الاطلاع علي المعلومات السابقة
17.5%	25	31.5%	45	التعمق في شرح وتفسير القضايا المحلية
30.1%	43	43.4%	62	تتناول الرأي والرأي الآخر
23.8%	34	31.5%	45	الفورية وسرعة التحديث في تقديم المعلومات
16.1%	23	14.0%	20	توفير وسائط متعددة
0.7%	1	1.4%	2	أخري تذكر
100%	150	100%	150	المجموع

من خلال تحليل معطيات الجدول رقم (7) يتبين لنا أسباب متابعة أفراد عينة الدراسة للموقع الإلكتروني لموقع CNN العربية و موقع الجزيرة، حيث كانت أعلى نسبة هي (43.4%) و تمثلت في تناول الرأي و الرأي الآخر لموقع الجزيرة، و نسبة (30.1%) لموقع CNN العربية، و تليها نسبة (42.0%) و هي تمثل التميز بالصدق و الموضوعية لموقع CNN العربية، و نسبة (40.6%) التي تتمثل في سهولة الوصول إليها و إتاحة المشاركة و التفاعلية لموقع الجزيرة، تقابلها نسبة (39.2%) لموقع CNN العربية، تليها نسبة (36.4%) التي تمثله في الصدق و الموضوعية لموقع الجزيرة، تليها نسبة (31.5%) التي تمثلت في عبارتين هما التعمق في شرح وتفسير القضايا المحلية و

الفورية وسرعة التحديث في تقديم المعلومات لموقع الجزيرة، و تليها نسبة (30.8%) و تمثلت في توفير الوقت و الجهد، و نسبة (30.1%) تمثلت في نسبة تناول الرأي و الرأي الآخر لموقع CNN العربية، و نسبة (27.3%) تمثلت في توفير الوقت و الجهد لموقع الجزيرة، و نسبة (26.6%) تمثلت في الإطلاع على المعلومات السابقة لموقع الجزيرة، و تليها نسبة (23.8%) و هي أيضا تمثلت في عبارتين هما الاضطلاع علي المعلومات السابقة و الفورية وسرعة التحديث في تقديم المعلومات لموقع CNN العربية، ثم نسبة (21.7%) و تمثلت في أنها تحترم خصوصية المستخدم لموقع CNN العربية، و نسبة (21.0%) تمثلت في تحترم خصوصية المستخدم لموقع الجزيرة، ثم نسبة (17.5%) و تمثلت في التعمق في شرح و تفسير القضايا المحلية لموقع CNN العربية، و تليها نسبة (16.1%) تمثلت في توفير وسائل متعددة لموقع CNN العربية، و نسبة (14.0%) كذلك تمثلت في توفير وسائل متعددة لموقع الجزيرة، و من ثم نسبة (1.4%) كذلك تمثلت في أسباب أخري لموقع الجزيرة، و نسبة (0.7%) تمثلت في أسباب أخري لموقع CNN العربية.

مناقشة الدراسة:

- 1- بالإطلاع على نتائج الدراسة يتضح لنا قدرة الإعلام الإلكتروني على توجيه رسالة مؤثرة و بشكل كبير على الجمهور و بالتالي التأثير على ترتيب أولوياتهم.
- 2- يلاحظ من الجدول رقم 5 أن الجمهور متابع جيد للإعلام الإلكتروني، حيث ارتفعت نسبة متابعة الجمهور لموقع CNN العربية عن موقع الجزيرة، فمن خلال المتابعة المستمرة للموقع يستطيع الإعلام الإلكتروني أن يوجه الجمهور في الطريق الذي يريده بالإضافة إلى إقناعه بأن كل ما تم تناوله من مواضيع هي كل ما يحدث في العالم.
- 3- يلاحظ من الجدول رقم 6 أن الجمهور يفضل متابعة الموقع الإلكتروني CNN العربية عن موقع الجزيرة، حيث أنه من خلال ربط المواقع بموقع التواصل الاجتماعي يستطيع

4- أن يعمل الموقع على عرض مادة بشكل مكثف و ذلك حتى تؤثر على الجمهور و توجهه في نواحي معينة.

5- يلاحظ من الجدول رقم 7 أن الجمهور يفضل متابعة موقع الجزيرة أكثر من CNN العربية و قدرة الإعلام الإلكتروني على توجيه الرسائل و الآراء و التحكم فيها.

نتائج الدراسة:

1- أكدت الدراسة أن الإعلام الإلكتروني قد أستطاع أن يرتب أولويات الجمهور نحو المواضيع السياسية و ذلك من استفادته من كل الإمكانيات التي تتوفر لديه.

2- أكدت الدراسة التأثير الذي يتركه التصميم و بشكل كبير في جذب الجمهور، ويرجع ذلك إلى التفاعل النفسي و تأثيره عليه.

3- كشفت الدراسة أن ربط المواقع مع المنصات الاجتماعية أستطاع أن يؤثر على الجمهور بشكل كبير في ترتيب أولوياتهم في عرض المواد السياسية.

4- أبانت الدراسة أن نسبة متابعي منصات التواصل الاجتماعي لموقع CNN العربية أعلى من منصات الجزيرة حيث فضل الجمهور متابعة منصات التواصل الاجتماعي لموقع CNN العربية التي تمكنت من استقطابهم، فمنصات التواصل الاجتماعي لها تأثير ضخم تستطيع أن تتركه على الجمهور، و من خلال هذه المنصات يستطيع الموقع تكثيف رؤيته حول ما هو معروض و من هنا يضمن ترتيب أولويات الجمهور نحو ما هو معروض من مواد.

5- أوضحت الدراسة أن سبب متابعة الجمهور لموقع الجزيرة أعلى من CNN العربية، حيث يرجع ذلك لعرضها الرأي و الرأي الآخر، فمن خلال هذا الموقع تمكن الجمهور من التعرف على الآراء و لكن من الممكن أن يتم توجيه هذه الآراء في اتجاهات معينة و بالتالي يتأثر الجمهور بما هو معروض فيتم ترتيب أولوياته وفق ما هو مقدم.

6- كشفت الدراسة أن نسبة متابعي الموقع الإلكتروني CNN العربية أعلى من موقع الجزيرة حيث تمكن موقع CNN العربية من عرض المواضيع بطريقة مقنعة و من

خلال هذا أستطاعت أن ترتب المواقع أولويات الجمهور نحو المواد السياسية المعروضة على المنصة.

توصيات الدراسة:

- 1- يجب على المواقع الإلكترونية (الجزيرة، CNN العربية) أن تعرض المعلومات بكل صدق بعيداً عن أهدافها الخفية التي ترغب في تحقيقها.
- 2- يجب أن تعمل المواقع الإلكترونية على تحديث صفحاتها و ذلك حتي يتمكن المتصفح من التنقل بسهولة بين الصفحات للحصول على المعلومات إذا يجب أن تكون المواقع سهلة الاستخدام بالنسبة للمتصفح لا صعبة ينفر منها.
- 3- يجب الاستفادة من الإمكانيات الضخمة التي تتوفر لدى المواقع في عرض معلومات تخدم الجمهور لا معلومات تخدم جهات خفية تسعى إلى تحقيق هدف ما.
- 4- لا بد أن تعمل المواقع الإلكترونية للجزيرة و CNN العربية على تأمين الجمهور خصوصاً أن الجمهور أصبح يعتمد على الإنترنت في حياته اليومية فكل حساباته البنكية و رسائله و غيرها تتواجد في مكان واحد فمن الممكن أن يتم تهكير جهازه عند تصفحه للموقع الإلكتروني أو مراقبته، كما على الموقع عدم استغلال بيانات الجمهور من أجل تحقيق غايته.

الخاتمة:

تطرقنا في هذه الورقة العلمية إلى الإعلام الإلكتروني و قدرته على ترتيب أولويات الجمهور حيث أن الإعلام الإلكتروني توفر لديه العديد من الخواص التي تمكنت من عرض الخبر على الجماهير مع إمكانية التأثير فيه مهما كان طول المدة أو قصرها ومن هنا تتحقق أهداف الجهة التي تعرض المادة الإعلامية.

أن وسائل الإعلام لا تستطيع التركيز على كل القضايا التي تحدث في العالم فتركز الضوء على قضايا معينة مع التحكم في محتواها، و بناء على المعلومات المعروضة يُكوّن الجمهور وجهات نظره، و من هنا تترتب أفكار الجماهير.

المصادر و المراجع:

- 1- إبراهيم، علي حجازي (2017م)، المنطق الإعلامي بين العالمية و العولمة، ط1، دون بلد نشر: المعتز للنشر و التوزيع.
- 2- البدوي، محمد السيد (2014م)، طريقك نحو القمة إدارة الذات و علم الفراسة، د.ط، دون بلد نشر: دار العلوم للنشر و التوزيع.
- 3- سرحان، عماد عمر (2012م)، سر النجاح في بناء و تأسيس المواقع الإلكترونية، ط1، دون بلد نشر: دار العبيكان.
- 4- العزاوي، رحيم يونس (2007م)، مقدمة في منهج البحث العلمي، ط1 ، عمان: دار دجلة.
- 5- قندلجي، عامر إبراهيم (2008م)، البحث العلمي و استخدام مصادر المعلومات التقليدية و الإلكترونية، د. ط ، دون بلد نشر: دار اليازوري للنشر و التوزيع.
- 6- كافي، مصطفى يوسف (2009م)، التسويق الإلكتروني في ظل المتغيرات التكنولوجية المعاصرة، ط1، دون بلد نشر: دار و مؤسسة رسلان.
- 7- كنعان، على عبد الفتاح (2014م)، الإعلام الإلكتروني، ط1، دون بلد نشر: دار الأيام للنشر و التوزيع.

الدراسات السابقة:

- 1- سناء أحمد، (2017م)، القنوات الفضائية العربية الإخبارية و دورها في ترتيب الأجندة السياسية، رسالة دكتوراه غير منشورة، دون اسم بلد: جامعة السودان للعلوم و التكنولوجيا.

2- ريم جبريل، (2015م)، دور المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية في ترتيب أولويات الشباب الجامعي نحو قضايا الأسري: دراسة تحليلية و ميدانية مقارنة، رسالة ماجستير، غزة: الجامعة الإسلامية.