

اعتماد الجمهور على الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات عن قضايا التنمية المستدامة

دراسة ميدانية على الجمهور البحريني

د / رضا عبد الواجد أمين

أستاذ الإعلام المشارك بكلية الإعلام ، جامعة الأزهر

مقدمة

تؤدي وسائل الإعلام بشكل عام - والإعلام الجديد بشكل خاص - في العصر الحديث أدورا مهمة ومؤثرة في حياة الأفراد والمجتمعات ، إذ يناط بها تسليط الأضواء حول المؤثرات السلبية التي تعوق مسيرة التنمية في المجتمعات المتقدمة والنامية على حد سواء ، بل ويناط بها أخذ زمام المبادرة في طرح الخطط وإثارة المعرفة الإنسانية فيما يتعلق بعمليات الوعي المعرفي والسلوكي التي تؤدي بدورها إلى تنمية المجتمع بشكل عام . وتعيش الكرة الأرضية الآن مجموعة من المشاكل التي تحيط بالبيئة والموارد والطاقة وسوء استخدام الإنسان لها ، وهو ما يجعل من قضايا التنمية قضية إنسانية ملحة لا غنى عنها بالنسبة لشعوب العالم ، وبالأخص بالنسبة للشعوب النامية أو الأقل نموا ، ومنها البلدان الإسلامية بطبيعة الحال ، التي خلفت لها قوانين العولمة ذات النزعة الغربية بوجه عام والأمريكية بوجه خاص العديد من المشكلات الاقتصادية والاجتماعية الطاحنة .

عن القرية العالمية الصغيرة، التي تتماهى في صغرها، وتقبع بين أطراف أصابع مستخدمى الإعلام الجديد .

ولكن، ليس بالضرورة أن تؤدي إتاحة المعرفة عبر الإعلام الجديد إلى مزيد من الثقافة، أو إلى مزيد من الفهم، فقد تكون وفرة المعلومات مشكلة مثل ندرتها تماما، وذلك حين لا يستطيع المستخدم تحليل هذه المعلومات، أو استنتاج المعرفة منها، أو الغرق في أعماق محيط متلاطم الأمواج من البيانات التي قد يكون بعضها غير دقيق أو متضارب، أو منحاز.

وتعد قضية التنمية المستدامة والوعي بتفاصيلها من القضايا الملحة لمستقبل الكرة الأرضية، الأمر الذي دعا الكثير من الجامعات والمراكز البحثية لعقد الفعاليات العلمية المختلفة بشأنها - والذي منها هذا المؤتمر الهام الذي تستضيفه جامعة أم القرى الغراء - بهدف إثارة الاهتمام بشأنها، والتوعية بمهيتها، والتعرف على أفضل سبل مواجهة التحديات التي تحيط بكوكب الأرض وصولا إلى تنمية مستدامة تحفظ للأجيال القادمة حقا في الموارد الطبيعية التي وهبها الله لكوكبنا .

ومن هنا تأتي هذه الدراسة التي تحاول الربط بين القضيتين السابقتين، لتحاول تقديم الإجابات العلمية على التساؤل الرئيس التالي :

ما مدى اعتماد الجمهور على الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات عن قضايا التنمية المستدامة، وتأثيرات هذا الاعتماد على معارف الجمهور واتجاهاتهم وسلوكياتهم فيما له صلة بتلك القضايا .

الدراسات السابقة :

توصلت دراسة أمال مهري (٢٠١٤) عن التوجه من الإعلام البيئي إلى الاتصال المسئول في إطار التنمية المستدامة لدى المؤسسة الاقتصادية التي هدفت إلى دراسة توجه الإعلام البيئي كتوجه حديث لدى المؤسسات الاقتصادية، إلى الاتصال المسئول الذي يعنى بنقل الآثار المجتمعية والبيئية من المؤسسة لمختلف الأطراف ذوي العلاقة بها، وقد توصلت إلى أن الاهتمام بالتنمية المستدامة بدأ بالاهتمام بالإعلام البيئي الذي وضع خطورة المشاكل البيئية وآثارها على الإنسان والبيئة، ثم تحول بعد ذلك إلى اتصال مؤسساتي بيئي اجتماعي ومجتمعي يعكس درجة من الوعي حول رهانات التنمية المستدامة التي أصبحت حقا للإنسان في بعض الدساتير العالمية خصوصا بعد أن أصبحت حقوق الإنسان البيئية هي الجيل الثالث من حقوق الإنسان

واستهدفت دراسة كيجل فتية (٢٠١٢م) التعرف على أنماط استخدامات المبحوثين لموقع فيس بوك، والدوافع والاهتمامات التي تتعلق بالجانب البيئي، بما يؤدي إلى نشر الثقافة والوعي البيئي، وبناء أسس المواطنة الإيكولوجية، وأجريت الدراسة على عينة قوامها ٢٠٠ مفردة من مستخدمي موقع فيس بوك في الجزائر، وتوصلت إلى أن ٧٤,١% من المبحوثين يرون أن موقع فيس بوك

وإذا كان للإعلام دور هام في التعريف بقضايا التنمية المستدامة، وفي ابتكار الأفكار التي تدفع في هذا الاتجاه، فإن لوسائل الإعلام الجديد بشكل خاص دور كبير يمكن أن تؤديه، لما لهذا النمط من الإعلام من انتشار كثيف بين قطاعات كبيرة من الجماهير، وتحاول هذه الدراسة أن تجيب على التساؤل الرئيس التالي :

ما مدى اعتماد الجمهور البحريني على الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات عن التنمية المستدامة، وفقا لمدخل الاعتماد على وسائل الإعلام، وذلك بهدف التعرف على الأدوار الإيجابية والسلبية التي يقوم بها الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي في هذا السياق .

تنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تستهدف التعرف على خصائص ظاهرة معينة، وعقد المقارنات بين متغيراتها، وتعتمد على منهج المسح بنظام العينة لجمهور الإعلام الجديد، وعلى المنهج الاستقرائي للوصول على تعميمات علمية، وعلى الاستبانة كأداة لجمع المعلومات بعد التحقق من صدقية قياسها وصلاحيتها لتلبية أهداف البحث العلمي

تنقسم الدراسة إلى ثلاثة مباحث :

المبحث الأول : الإجراءات المنهجية للدراسة، من خلال تحديد المشكلة البحثية، وأهداف الدراسة وأهميتها، وتساؤلاتها، وكافة إجراءاتها المنهجية

المبحث الثاني : الإطار النظري للدراسة، ويتناول صلاحية نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كمدخل نظري لقياس تأثير الإعلام الجديد في إمداد الجمهور البحريني بالمعلومات عن قضايا التنمية المستدامة

المبحث الثالث : يتناول نتائج الدراسة الميدانية، ويختتم بالاستنتاجات العامة وتوصيات الدراسة ومصادرها

والله الموفق والمستعان

المبحث الأول : الإجراءات المنهجية للدراسة .

مشكلة الدراسة :

بات من المؤكد اعتماد كثير من مستخدمي شبكة الإنترنت على هذه الوسيلة للحصول على المعلومات حول القضايا والموضوعات التي تستحوذ على اهتمامهم، إذ يمثل البحث عن المعلومات أهم أنماط استخدام وسائل الإعلام الجديدة، حيث وفرت تلك الوسائل مخزنا معرفيا عن كافة الموضوعات والقضايا التي تهتم المستخدمين .

وتتنوع آليات استدعاء المعلومات والاستفادة منها، كمحركات البحث المختلفة وأشهرها جوجل، أو البحث داخل شبكات التواصل الاجتماعي عن المفردات والوسوم (الهاشجات) للحصول على معلومات وآراء متعددة حول القضية أو الظاهرة، إذ يمثل الإعلام الجديد، وتطبيقاته المتعددة ثورة بالمعنى الحرفي للكلمة في عالم المعلومات والاتصالات، محققا بذلك نبوءة مارشال ماكلوهان

يساهم في نشر الوعي البيئي ، وأن ٤٤ ٪ يساهمون في نشر موضوعات تتعلق بالبيئة والحفاظ عليها ، وتحدد إشباع المستخدمين من استخدام الموقع في الإشباع المعرفية ، وأهمها الإطلاع على الأحداث البيئية ، وزيادة الوعي البيئي ، أما الإشباع الاجتماعية فتمثلت في التعرف على أشخاص لديهم اهتمامات بيئية ، والمساهمة في الحملات البيئية التطوعية التي يتم إطلاقها عبر وقع فيسبوك

وتوصلت دراسة رضا عبد الواحد أمين (٢٠٠٨م) عن دور وسائل الإعلام في تحقيق التنمية المستدامة في بلدان العالم الإسلامي إلى أن وسائل الإعلام بإمكانها القيام بدور مؤثر وفعال في تحقيق التنمية المستدامة لما لها من قدرة على إيصال وشرح وتفسير الأفكار المستحدثة تمهيدا لإقناع الجمهور المتلقي لهذه الرسائل ، كما أنها قادرة على حشد الجماهير حول قضايا التنمية المستدامة ، خاصة في الوقت الذي قفزت فيه وسائل الإعلام قفزات تكنولوجية هائلة في العشر سنوات الماضية من خلال الانتشار الكبير لشبكة المعلومات الدولية الإنترنت ، وقدرتها على حمل مضامين إعلامية متنوعة ومتعددة إلى أي بقعة في العالم ..كما أن الرصد الإعلامي لأداء الشبكة يثبت قيامها بدور هام في عمليات التنمية المستدامة في الشق الاجتماعي والثقافي المتعلق بنشر ثقافة الحقوق الأساسية التي كفلتها المواثيق الدولية ومن قبلها التعاليم السماوية والتعليم الإسلامية على وجه الخصوص كالحق في حرية الرأي والتعبير ، كما توصلت إلى أن وسائل الإعلام قادرة على وضع أجندة الجماهير وإعادة ترتيب أولويات المرحلة الراهنة من مراحل التطور الإنساني التي تحتاج إلى مزيد من الوعي بالمخاطر البيئية التي تحدد بالأرض والموارد الطبيعية .

أما دراسة جمال الجاسم المحمود (٢٠٠٤م) عن دور الإعلام في تحقيق التنمية والتكامل الاقتصادي العربي ، فقد حاولت توضيح العلاقة العضوية بين التنمية والاتصال الجماهيري ، وإبراز دور الإعلام التنموي في الخطط التنوية الوطنية والقومية ، وتوصلت إلى أن الإعلام العربي يعاني من عدد من المشكلات ، التي من بينها أنه يمثل جزءا لا يتجزأ من المنظومتين الاقتصادية والسياسية ، وبالتالي ارتباطه بسلطتي الدولة والمال ، من حيث تبعيته شبه الكاملة للدولة والقوى الاقتصادية الفاعلة والمسيطرة ، وما أسمته الدراسة قلة الأطر الإعلامية المميزة ، والتي أرجعته إلى ضعف التأهيل العام والمتخصص والدقيق ، وأشارت الدراسة إلى أن هذه الإشكالات قد تعيق أداء الرسالة التوعوية والتنموية لوسائل الإعلام العربية

مما سبق يتضح أن هناك العديد من الدراسات التي تطرقت إلى الأدوار الإعلامية التنموية التي يمكن أن تقوم بها وسائل الإعلام لإحداث التغييرات الاجتماعية والثقافية في المجتمع ، بينما تركز الدراسة الحالية على الإعلام الجديد بشكل خاص ، ومدى اعتماد الجمهور عليه في التزود بالثقافة والمعلومات عن التنمية المستدامة والقضايا المرتبطة بها.

أهمية الدراسة :

تحدد أهمية الدراسة في ضوء ما يلي :

-أهمية قضايا التنمية المستدامة للأجيال الحالية والقادمة ، وتصدر هذه القضايا للعديد من حلقات البحث والنقاش العلمية والمؤتمرات .
-أن الإعلام الجديد بما يمثله من انتشار كبير واستحواذ على اهتمام قطاعات متنامية من جماهير وسائل الإعلام ربما بإمكانه القيام ببعض الأدوار التوعوية في القضايا الملحة والتي ترتبط بمصير الإنسانية .
-يمكن أن تقدم هذه النوعية من الدراسات بعض التوصيات الهامة لوزارات الإعلام ومؤسسات التنقيف ومنظمات المجتمع المدني التي تسهم في توعية المجتمع ، وتعمل على نمائه .

أهداف الدراسة :

تهدف الدراسة إلى :

١-التعرف على مدى تناول شبكات التواصل الاجتماعي للقضايا التوعوية بالتطبيق على قضية (التنمية المستدامة) من وجهة نظر المبحوثين .
٢-الكشف عن مدى اعتماد الجمهور البحريني (عينة الدراسة) على الإعلام الجديد وتطبيقاته المتعددة في الحصول على المعلومات المتعلقة بقضايا التنمية المستدامة .
٣-رصد مستوى ثقة الجمهور في شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن قضايا التنمية المستدامة .
٤-رصد الآثار المعرفية والسلوكية للجمهور البحريني الناتجة عن التعرض لموضوعات وقضايا التنمية المستدامة في شبكات التواصل الاجتماعي .

تساؤلات الدراسة :

تحاول الدراسة الحالية تقديم الإجابات العلمية عن التساؤلات التالية :

-ما مدى تناول شبكات التواصل الاجتماعي لقضايا التنمية المستدامة من وجهة نظر المبحوثين ؟
-ما مدى اعتماد الجمهور البحريني (عينة الدراسة) على الإعلام الجديد وتطبيقاته المتعددة في الحصول على المعلومات المتعلقة بقضايا التنمية المستدامة ؟
-مامستوى ثقة الجمهور في شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن قضايا التنمية المستدامة ؟
-ما الآثار المعرفية والسلوكية للجمهور البحريني الناتجة عن التعرض لموضوعات وقضايا التنمية المستدامة في شبكات التواصل الاجتماعي ؟

نوع الدراسة :

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهدف إلى وصف ظاهرة

مفاهيم الدراسة :

الاعتماد : ويقصد به درجة من درجات التعرض للوسيلة الإعلامية يحدث تأثيرات معرفية وسلوكية ووجدانية، وفق ما أوردته نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام .

التنمية المستدامة

ويقصد بها نوع من التنمية تركز على قيم العدل والمساواة بين الأجيال في توزيع الموارد، فهي عملية تطوير الأرض والمدن والمجتمعات والبيئة بشكل عام وكذلك الأعمال التجارية، بشرط أن تلبى احتياجات الحاضر دون المساس بقدرة الأجيال القادمة على تلبية حاجاتها.

الجمهور

ويقصد به في هذه الدراسة كل من يتعامل مع الإعلام الجديد وتطبيقاته المختلفة، مثل شبكات التواصل الاجتماعي، والمدونات وغيرها، وله حساباته التي يديرها باسمه الحقيقي أو المستعار من خلالها .

الإعلام الجديد

مصطلح الإعلام الجديد يشير إلى المحتوى الإعلامي الذي يبتث أو ينشر عبر الوسائل الإعلامية التي يصعب إدراجها تحت أي من الوسائل التقليدية كالصحافة والراديو والتلفزيون، وذلك بفعل التطور التكنولوجي الكبير في إنتاج وتوزيع المضامين الإعلامية، وتجدر الإشارة إلى أن الجودة التي يتسم بها هذا النمط من الإعلام هي جودة نسبية، بمعنى أنه ربما يكون جديدا اليوم ولا يكون كذلك في الغد، أو أن ما نراه غير جديد اليوم، كان جديدا بالأمس . ويشتمل الإعلام الجديد على شبكات التواصل الاجتماعي، وتطبيقات الهواتف الذكية التي تم استخدام معلومات فورية عن الأحداث والقضايا .

المبحث الثاني : الإطار النظري للدراسة

الاعتماد على وسائل الإعلام

تفترض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام أنه كلما كان الفرد تابعا في إشباع حاجاته المعرفية إلى استخدام وسائل الإعلام زاد أهمية الدور الذي يمكن أن تقوم به هذه الوسائل في حياة الشخص، ومن ثم يزداد اعتماده عليها وتأثره بها تقدمة. وأنه كلما زادت مصادر المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام، و زادت درجة الاستقرار داخل المجتمع، زاد تأثير وسائل الإعلام على معارف الأفراد واتجاهاتهم وسلوكياتهم، ولذلك نجد وسائل الإعلام وفقاً لهذه النظرية تعمل على إزالة الغموض، وتقديم المعلومات اللازمة عن بعض الأحداث والقضايا التي يحتاج الأفراد إلى معلومات بشأنها، حسب درجة الاعتماد على هذه الوسائل.

معينة أو موقف محدد وذلك من أجل الحصول على مجموعة من النتائج التي تصف الظاهرة موضوع الدراسة وتحدد خصائصها، وفي هذا الإطار فإن الدراسة تحاول توصيف اعتماد الجمهور البحريني على شبكات التواصل الاجتماعي بشكل خاص، والإعلام الجديد بشكل عام في الحصول على المعلومات عن التنمية المستدامة، وتأثير ذلك على مدركاتهم المعرفية حول التنمية المستدامة .

منهج الدراسة :

تعتمد الدراسة الحالية على منهج المسح، والذي يعد أحد المناهج العلمية المستخدمة بكثرة في مجال دراسات الإعلام، وهو آلية علمية للتوصل إلى إجابات علمية لتساؤلات الدراسة وهو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع، والمنهج المسحي يستخدم عموماً في البحوث السلوكية والاجتماعية ومنها البحوث الإعلامية خاصة

وقد استخدمت الدراسة منهج مسح الجمهور البحريني بطريق العينة . كما اعتمدت الدراسة على المنهج الاستقرائي، الذي يقوم على ملاحظة الظواهر، وتجميع البيانات والمعلومات عنها للتوصل إلى مبادئ عامة ومعلومات كلية . فالدراسة بهذا المنطق تحاول الجمع بين الأسلوب الكمي والكيفي في استخلاص النتائج العلمية التي تتعلق بمدى اعتماد الجماهير على الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات والحقائق عن قضايا التنمية المستدامة .

مجتمع الدراسة :

يتحدد مجتمع الدراسة في الجمهور البحريني، في محافظات مملكة البحرين الأربع (العاصمة، المحرق، الشمالية، الجنوبية) .

عينة الدراسة :

تم اختيار عينة عشوائية مكونة من ٢٥٠ مفردة من مجتمع الدراسة لتوزيع أداة الدراسة عليهم، وقد تم توزيع الاتبانه بشكلها الإلكتروني والورقي على عينة المبحوثين، موزعة على محافظات مملكة البحرين .

أداة جمع المعلومات :

تم الاستعانة بأداة الاستبيان للحصول على المعلومات التي تتعلق بالدراسة، ومن ثم تحليلها في محاولة للإجابة عن التساؤلات العلمية للدراسة، كما تم عمل مقابلة علمية مفتوحة مع ١٥ مفردة من المبحوثين لمناقشة بعض القضايا المتعلقة بموضوع الدراسة، والتي تنصب على تحديد الأدوار التي يمكن أن تؤديها شبكات التواصل الاجتماعي في مجال التوعية بقضايا التنمية المستدامة .

عديدة تكون وسائل الإعلام هي المصدر الوحيد المتاح للحصول على المعلومات، أو يحدث الغموض حين تقع هذه المعلومات غير مكتملة أو يكتنفها الغموض أو التضارب.

-تشكيل الاتجاه: تؤدي وسائل الإعلام دوراً مهماً في تشكيل اتجاهات الأفراد نحو القضايا الجدلية المثارة في المجتمع، مثل: مشكلات البيئة، أو أزمة الطاقة، والفساد السياسي، وتشكل الاتجاهات الجديدة كلما اكتسب الأفراد المعلومات العامة من خلال وسائل الإعلام.

-ترتيب الأولويات: تقوم وسائل الإعلام بترتيب أولويات الجمهور إزاء القضايا البارزة من دون غيرها، ويقوم الجمهور بتصنيف اهتماماته نحو القضايا ويركز على المعلومات التي يمكن توظيفها وفقاً لاختلافاته الفردية.

-اتساع المعتقدات: تسهم وسائل الإعلام في توسيع المعتقدات التي يدركها أفراد الجمهور؛ لأنهم يتعلمون عن أناس وأماكن وأشياء عديدة من وسائل الإعلام، ويتم تنظيم هذه المعتقدات في فئات تنتمي إلى: الأسرة أو الدين أو السياسة بما ينعكس على الاهتمامات الرئيسة للأنشطة الاجتماعية.

-القيم: هي مجموعة المعتقدات التي يشارك فيها أفراد جماعة ما، ويرغبون في ترويجها والحفاظ عليها، مثل: الأمانة، الحرية، المساواة، التسامح، وتقوم وسائل الإعلام بدور كبير في توضيح أهمية القيم.

ب- التأثيرات الوجدانية:

ويقصد بالتأثيرات العاطفية المشاعر و العواطف التي يكونها الإنسان إزاء ما يحيط به، ويظهر هذا التأثير عندما تقدم معلومات معينة من خلال وسائل الإعلام تؤثر على مشاعر الأفراد واستجاباتهم في الاتجاه الذي تستهدفه الرسائل الإعلامية .

ومن أمثلة التأثيرات ما يأتي:

الفتور العاطفي: ويرى الباحثون أن التعرض المكثف إلى موضوعات العنف في وسائل الإعلام يؤدي إلى الفتور العاطفي، وعدم الرغبة في تقديم المساعدة للآخرين في أوقات العنف الحقيقي، الذي يتصرف الفرد إزاءه كما لو كان عنفاً تلفازياً.

- الخوف و القلق: إن التعرض المستمر للرسائل التلفزيونية و الكوارث يؤدي إلى إثارة الخوف و القلق من وقوع ضحايا لأعمال العنف في الواقع، وأن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام قد يؤدي إلى إثارة الخوف و التوتر بسبب ما تقدمه الوسائل الإعلامية من أخبار عن انتشار وباء على سبيل المثال .

- الدعم المعنوي و الاعتزاز: تؤثر وسائل الإعلام على معنويات الأفراد بالسلب أو الإيجاب، فوسائل الإعلام التي تقوم بأداء أدوار رئيسة في المجتمع، ترفع الروح المعنوية لدى الأفراد ولا سيما إذا كانت وسائل الإعلام تعكس الفئات الاجتماعية التي ينتمي إليها الفرد، ويلاحظ إن اغتراب الفرد يزداد حين لا يجد معلومات وسائل الإعلام معبرة عن نفسه، وثقافته وانتماءاته العرقية و الدينية و السياسية.

لذا فإن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تعد من أنسب النظريات الإعلامية لهذه الدراسة ولاسيما إنها تفترض أن الجمهور البحريني يتفاوت في درجة اعتمادهم على وسائل الإعلام ، وخاصة الإعلام الجديد ، نظراً لتعدد مصادر المعلومات لديهم.

ولعل درجة اعتماد الأفراد على معلومات وسائل الإعلام تعد هي الأساس لفهم المتغيرات الخاصة بزمان الرسائل الإعلامية ومكانها وتأثيرها على المعتقدات والمشاعر والسلوك، وتتعدد اعتمادات الأفراد على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف الفردية الآتية:

أ- الفهم، ويشمل:

الفهم الذاتي، ويشمل تقدير الذات و المعتقدات و القيم و الاتجاهات الخاصة بالفرد، ومعرفة الذات من خلال التعلم و الحصول على الخبرات .
الفهم الاجتماعي، من خلال معرفة أشياء عن العالم أو الجماعة المحلية، ويشمل معرفة العالم و البيئة المحيطة و تفسيرها.

ب- التوجيه، ويشمل:

توجيه تفاعلي تبادلي، كالحصول على معلومات عن التعامل مع مواقف جديدة.

توجيه العمل، كأن يعزز الفرد ماذا يفعل أو يلبس أو يشتري.

ج- اللعب و التسلية ويشمل:

التسلية المنعزلة، كالراحة و الاسترخاء .
التسلية الاجتماعية، كالخروج مع الأصدقاء، أو قضاء وقت أمام التلفزيون مع الأسرة.

فيمثل الفهم و التوجيه و التسلية الأبعاد الرئيسة لدوافع الإنسان التي تحدد سلوك الأفراد إزاء وسائل الإعلام وتؤدي إلى علاقات اعتماد رئيسة متشابهة. تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام:

لقد انعكس مفهوم التبادل أيضاً على اتجاهات التأثير، ووفق نظرية الاعتماد لا يمكن رصد تأثير الإعلام على الفرد وحده، أو تأثير الإعلام على المجتمع وحده، وقد حدد (ديفلروروكيتش) تلك الآثار في نماذجهم عبر ثلاث فئات، هي: الآثار المعرفية، الآثار العاطفية أو الوجدانية، والآثار السلوكية، وذلك كالآتي :

مجالات التأثير الناتجة عن الاعتماد:

أ-التأثيرات المعرفية :

-الغموض: يحدث الغموض نتيجة لتناقض المعلومات التي يتعرض لها الأفراد، أو نقص المعلومات أو عدم كفايتها لفهم معاني الأحداث أو تحديد التفسيرات الممكنة و الصحيحة لهذه الأحداث، فالغموض يمكن أن يحدث لأن الناس يفتقرون إلى المعلومات لفهم حدث معين، أو يفتقرون إلى المعلومات التي تحدد التفسير الصحيح من بين تفسيرات عديدة تقدمها وسائل الإعلام، وفي حالات

ت- التأثيرات السلوكية:

المتتمثلة في الحركة أو الفعل، الذي يظهر في سلوك علني، وهذه التأثيرات ناتجة عن التأثيرات المعرفية و التأثيرات الوجدانية، ومرتبة عليها. ومن أهم التأثيرات السلوكية هي:

التنشيط: يعني قيام الفرد بعمل ما نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية، وهو الناتج الأخير للتأثيرات المعرفية و العاطفية مثل اتخاذ مواقف سلوكية مؤيدة أو معارضة نتيجة التعرض المكثف لوسائل الإعلام، ولكن التنشيط الناتج عن التعرض لوسائل الإعلام قد يكون مفيداً مثل الإقلاع عن التدخين أو التبرع المادي، أو الانضمام لجمعية تعنى بالبيئة ، وقد يكون ضاراً اجتماعياً مثل التورط في أعمال ضد المجتمع، مثل العنف و الجرائم و الاضطرابات.

الخمول: يعني عدم النشاط وتجنب القيام بالفعل، مما يؤدي إلى عدم المبالاة والسلبية و الامتناع عن المشاركة في المجتمع، ويحدث ذلك نتيجة التعرض لوسائل الإعلام المبالغ فيها، فتدفع الفرد إلى عدم المشاركة نتيجة الملل مثل عدم القيام بالتصويت في الانتخابات.

وتقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على مجموعة فروض رئيسة يمكن إجمالها بالآتي:

يختلف الأفراد فيما بينهم من حيث درجة الاعتماد على وسائل الإعلام، فجمهور الصقوة من المفترض أن يكون لديهم مصادر متعددة للمعلومات تجعلهم يتفاوتون في درجة اعتمادهم على وسائل الإعلام .

يفترض مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام أن النظام الإعلامي مهم للمجتمع، وتزداد درجة اعتماد المجتمع عليه في حالة إشباعه لاحتياجات الجمهور، كما يقل اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام، كلما توافرت لديه مصادر أخرى بديلة للمعلومات أو مصادر إعلامية خارجية، حيث يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة اختلافاتهم في الأهداف و المصالح و الحاجات الفردية. تفترض النظرية أيضاً أن الأفراد في المجتمعات يحتاجون إلى المعلومات لكي يستطيعوا اتخاذ عدة قرارات يومية مهمة لتحقيق مصالحهم الخاصة، مثل: الحصول على الطعام و المسكن و الملابس و المواصلات ، وكذلك الحصول على شريك الحياة المناسب، ومن ثم فكلما كانت المعلومات التي تبث عبر وسائل الإعلام ذات أهمية للأفراد، زاد اعتمادهم على هذه الوسائل لاستيفاء تلك المعلومات.

يفترض وجود علاقة بين مستوى الاعتماد ومستوى التأثير، أنه كلما كان الشخص أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام كان أكثر اهتماماً بها، ومن ثم كان أكثر تأثراً .

الاعتماد على وسائل الإعلام يولد عدداً من التأثيرات المعرفية و الوجدانية و السلوكية المختلفة، وهي تمثل الاتجاهات المتباينة للتغير المعرفي والشعوري و السلوكي .

تؤثر درجة استقرار المجتمع على درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام للحصول على معلومات في المجالات المختلفة؛ حيث أنه كلما زادت درجة عدم استقرار المجتمع، زاد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام لعدم وجود قنوات بديلة للحصول على المعلومات.

يحدث الاعتماد على وسائل الإعلام نتيجة السعي إلى تحقيق ثلاثة أهداف رئيسة هي «الفهم» و «التوجيه» و «التسلية».

المبحث الثالث : نتائج الدراسة الميدانية ،

أولاً: السمات الديموجرافية للمبحوثين :

استهدفت الدراسة التعرف على مدى اعتماد الجمهور البحريني على الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات عن قضايا التنمية المستدامة ، وقد وزعت الاستبانة على ٢٥٠ مفردة من مستخدمي تطبيقات الإعلام الجديد ، وتحددت الخصائص الديموجرافية للمبحوثين فيما يلي :

-بلغت نسبة الذكور ٥٤,٤% من عينة الدراسة ، بواقع ١٣٦ مفردة ، في حين بلغت نسبة الإناث ٤٥,٦% ، بواقع ١١٤ مفردة ، وهو ما يشير إلى نسبة تقارب الجنسين في المجتمع البحريني .

-جاءت الفئة العمرية (٢٥ عاماً لأقل من ٣٥ عاماً) في مقدمة الفئات العمرية بنسبة مئوية بلغت ٤٣,٢% من عينة الدراسة ، ثم فئة (الأقل من ٢٥ عاماً) بنسبة بلغت ٣٠,٨% في المركز الثاني ، في حين حلت فئة (٣٥ عاماً لأقل من ٤٥ عاماً) في المركز الثالث بنسبة مئوية بلغت ١٧,٢% من المبحوثين في المركز الثالث، وجاءت فئة (٤٥ عاماً فأكثر) في المركز الأخير بنسبة ٨,٨% من المبحوثين ، وهو ما يشير إلى أن النسبة الأكبر من مستخدمي الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي يندرجون ضمن الفئات العمرية الشابة .

-بلغ الموظفون في القطاع العام ، والطلبة ، ما يزيد عن ثلثي العينة ، حيث جاء الموظفون بالجهاز الحكومي للدولة بما نسبته ٣٦,٤% من العينة ، والطلبة ٣١,٦% من المبحوثين ، وربما تشير تلك الأرقام إلى زيادة هاتين الفئتين في المجتمع البحريني بالقياس إلى الذين يعملون في القطاع الخاص الذين بلغوا ٢٢% من عينة الدراسة ، وأصحاب الأعمال ٧,٦% ، بينما بلغت نسبة العاطلين عن العمل ٢,٤% من المبحوثين .

ثانياً : مدى اهتمام الإعلام الجديد بقضايا التنمية المستدامة :

بينت نتائج الدراسة أن غالبية المبحوثين وبنسبة ٦٤,٤% يرون أن الإعلام الجديد يقدم معلومات محدودة عن قضايا التنمية المستدامة ، في حين يرى ٢١,٦% من عينة الدراسة أن اهتماماً متوسطاً بقضايا التنمية المستدامة في تطبيقات الإعلام الجديد ، بينما يرى ١٤% من المبحوثين أن الإعلام الجديد يولي قضايا التنمية المستدامة اهتماماً كبيراً ، ويمكن القول إن الإعلام العربي بشكل عام لا يأبه كثيراً بقضايا التنمية المستدامة، كونها من القضايا الهادفة والجادة

التي تعبر عن فكرة خلافة الأرض وعمارتها التي تحدث القرآن الكريم عنها ، وجعلها وظيفة أساسية للإنسان ، ولا تستقيم عمارة الكوكب الذي نحيا عليه مع تدمير موارد البيئة ، أو تبديد نقاتها في كل من الحاضر والمستقبل .

ثالثا : مدى تناول شبكات التواصل الاجتماعي لقضايا التنمية المستدامة من وجهة نظر المبحوثين :

هناك تداخل بين مفاهيم ومصطلحات (الإعلام الجديد - شبكات التواصل الاجتماعي - إعلام المواطن - الإعلام الشبكي - الإعلام الإلكتروني) وغيرها من المصطلحات التي رافقت ظهور وانتشار شبكة الإنترنت ، والتطبيقات التي يسرت عملية الولوج لشبكات التواصل الاجتماعي .

ووفقا لما تم تقديمه من مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي في مصطلحات الدراسة ، الذي حدد تلك الشبكات بكونها جزءا من ظاهرة الإعلام الجديد بشكل عام ، ونظرا لكونها تحظى بنسبة استخدام عالية بين شرائح المجتمع العربي كما استقرت عليه العديد من الدراسات ، فقد تم سؤال المبحوثين عن مدى تناول قضايا التنمية المستدامة في شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمونها ، والتي جاء ترتيبها كالتالي :

تويت (٧٤٪) ، سناب شات (٦٩٪) ، انستجرام (٥٧٪) ، فيس بوك (٣٦٪) وتشير النتائج السابقة إلى تصدر تويت لشبكات التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما لدى المجتمع البحريني ، وربما الخليجي كما تشير إلى ذلك الإحصائيات والدراسات ، كما تشير إلى اكتساب شبكة سناب شات مستخدمين جدد بشكل مستمر ، للحد الذي جعلها تسبق موقع إنستجرام لنشر الصور وملفات الفيديو القصيرة .

وعن مدى مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في الإثراء الثقافي بقضايا التنمية المستدامة نفت غالبية عينة الدراسة وتحديدًا ٨٢٪ من المبحوثين أن تكون شبكات التواصل الاجتماعي مصدرا للمعلومات بشأن قضايا التنمية المستدامة ، بينما أفاد ٤٥ مبحوثًا فقط ، بواقع ١٨٪ من عينة الدراسة أنهم يستقون بعض المعلومات والحقائق والصور عن قضايا التنمية المستدامة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي

ولعل ذلك يتوافق مع الأفكار التي طرحها العنزي فيما أسماه نظرية السمعة الإخبارية والتي تفترض أن الهواتف الذكية تتسبب في اختراق الأخبار لمعظم مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات التواصل الاجتماعي.

ويرى العنزي أن استخدام الهواتف الذكية يجعل التعرض للأخبار مستمرا طوال الوقت بعكس الماضي حيث يتعرض الشخص للأخبار عبر وسائل الأخبار التقليدية (التلفزيون، الإذاعة، الصحف) بأوقات محددة عادة وعبر اختياره بشكل ما ، ومما يزيد التعرض للأخبار هو ازدياد مشاركة مستخدمي الهواتف الذكية بروابط إخبارية عبر مواقع التواصل الاجتماعي مما يزيد من التعرض

التي يجب أن تناقش على بساط البحث والنقاش في وسائل الإعلام العامة ، وليس المتخصصة وحدها ، في حين يقع جل الإعلام العربي في شرك (التسلية والترفيه) التي هي لا شك إحدى وظائف الميديا ، لكنها ليست الوظيفة الأهم التي يحملها الإعلام العربي لجمهوره ، ويعرفه حتى أذنيه في أتونها .

ويتساءل الباحث هنا هل تمثل هذه النتيجة - على الرغم من محدودية العينة ، وعدم تمثيلها للمجتمع العربي بأكمله - دليلا لإدانة الإعلام العربي بتسطيح الثقافة العامة ، والبعد عن القضايا الجادة التي تحدد ملامح الواقع والمستقبل ؟ والحقيقة أنه لا يمكن بالقطع وضع الإعلام كله في سلة واحدة ، فلا شك أن هناك بعض القنوات ، والصفحات المتخصصة ، والحسابات الإلكترونية في تطبيقات الإعلام الجديد، التي تحاول تقديم جرعة معرفية وثقافية عن قضايا التنمية المستدامة بمجالاتها المختلفة ، حتى وإن كانت نسبتها ضئيلة بالقياس إلى القضايا الأخرى التي تسيطر على المحتوى الإعلامي العربي .

كما لا يمكن توجيه اللوم إلى الإعلام وحده في تجاهل قضايا التنمية المستدامة ، إذ الإعلام نظام ينبثق عن الأنظمة الأخرى في المجتمع يؤثر فيه ويتأثر به ، كالنظام السياسي والاجتماعي والاقتصادي والثقافي ، والإعلام في إحدى صورته مرآة تعكس الواقع الثقافي والاجتماعي والسياسي ، فإذا كان المجتمع بشكل عام غير مكترث كثيرا بقضايا التنمية المستدامة ، فإن ذلك سينعكس في وسائل الإعلام بلا شك .

لكن ذلك ليس مدعاة لأن يستسلم الإعلام للثقافة السائدة في المجتمع ، ولا أن يكون تابعا، إذ يناط به أن يقود عملية التغيير الاجتماعي والثقافي ، على النحو الذي حدده ولبور شران لوسائل إعلام على أنها وكيل للتغيير الاجتماعي ، وحدد الوظيفة الإعلامية لوسائل الإعلام في النقاط الثلاثة التالية :

١-تستطيع وسائل الاتصال أن توسع الأفق ، فالذين يعيشون في مجتمع تقليدي يرون وصفة سحرية في وسائل الاتصال الجماهيرية ، لأنها تستطيع أن تأخذ الإنسان إلى مكان أعلى مما يمكنه أن يرى عند الأفق ، ثم تجعله ينظر فيما وراءه.

٢-كما أن وسائل الاتصال يمكنها أن تركز انتباه المتلقين على الأحداث الهامة ، والأشخاص ذوي الأهمية ، والمغزى الكامن في هذه الوظيفة عند شران أن انتباه الجمهور يمكن أن يظل مركزا على التنمية ، إذ يمكن أن يوجه الاهتمام من حين إلى حين لعادة جديدة أو سلوك جديد ، أو طريقة زراعية أو صحية جديدة ، أو إلى سلوك يؤدي إلى التحول العصري أو إلى شيء يتطلب التغيير الاجتماعي .

٣-وتستطيع وسائل الإعلام أن ترفع تطلعات الجماهير عاليا لأن الدول النامية في أمس الحاجة في أمس الحاجة لإيقاظ شعوبها من القدرية والتفكير الخرافي إلى شحذ العزائم على الصعيدين الشخصي والقومي .

ومن هنا فإن وسائل وتطبيقات الإعلام الجديد لما لها من انتشار كثيف بين المستخدمين يمكنها أن تؤدي دورا هاما لإيقاظ الاهتمام بقضايا التنمية المستدامة

معلومات عن قضايا التنمية المستدامة يثقون بدرجة كبيرة في المعلومات التي يتعرضون لها خلال تلك الشبكات في حين يرى ٥٠٪ تقريباً أنهم يعتقدون في وجود ثقة متوسطة حول المعلومات التي يتعرضون لها خلال الإعلام الجديد ، بينما عبر ٩٪ تقريباً من العينة ممن يعتمدون على الإعلام الجديد في الحصول على معلومات عن التنمية المستدامة عن اعتقادهم بأن هذه المعلومات لا يمكن الوثوق بها ، نظراً لاعتبارات متعددة ، منها طبيعة الوسيلة ، وطبيعة الموضوع نفسه .

وتثير هذه النتيجة العديد من التساؤلات حول مستوى ثقة المستخدمين في الإعلام الجديد بشكل عام ، ومدى ارتباط ذلك بتوثيق الحسابات ، إذ يؤدي توثيق الحسابات إلى ارتفاع مستوى الثقة بطبيعة الحال ، نظراً لمرور تلك الخطوة بالعديد من الإجراءات التي تحدها الشركات التي تدير حسابات المستخدمين في شبكات التواصل الاجتماعي ، وفيما عدا ذلك فإن مستوى متدن من الثقة ربما يوليه المستخدمون لتلك الشبكات ، وذلك لاحتوائها على الغث والسمين ، وانتشار الشائعات والأخبار المكذوبة عبر صفحاتها وحساباتها .

ويمكن الإشارة إلى عدة أنواع من الحسابات التي تحظى بنسبة ثقة (معقولة) في شبكات التواصل الاجتماعي ، منها :

١- الحسابات الرسمية للأشخاص المشهورين والمنظمات الرسمية ، مثل بعض الوزراء والرؤساء ، والمنظمات الدولية والإقليمية والمحلية ، كالأمم المتحدة ، وغيرها ، وتستمد هذه الحسابات ثقة المستخدمين بناء على قدر الثقة التي يتمتع به الأشخاص أنفسهم أصحاب تلك الحسابات ، أو المنظمة التي يتابعها مستخدمو شبكات التواصل الاجتماعي .

٢- الحسابات الرسمية للكيانات الإعلامية الرسمية ، مثل حسابات وكالات الأنباء العالمية والإقليمية والمحلية في الإعلام الجديد ، وحسابات كبريات الصحف والمحطات الإذاعية والتلفزيونية التقليدية ، التي لا يزال لها التفوق في مجال مستوى الثقة إذا ما قورنت بمجمل شبكات التواصل الاجتماعي ، وبطبيعة الحال يختلف مستوى الثقة في حسابات هذه المؤسسات بناء على مستوى الثقة للمؤسسة نفسها في الواقع الإعلامي والمهني ، فقد يكون مستوى الثقة في حسابات وكالة رويترز مثلاً الدولية ، أكبر من كل الوكالات المحلية أو الوطنية .

خامساً : الآثار المعرفية والسلوكية للجمهور البحريني الناتجة عن التعرض لموضوعات وقضايا التنمية المستدامة في شبكات التواصل الاجتماعي .

بينت نتائج الدراسة أن أبرز الآثار المعرفية المرتبطة بالتنمية المستدامة التي اكتسبها المبحوثون من الإعلام الجديد كانت التالي :

أنها ساهمت في إثراء المعارف والمعلومات المرتبطة بقضايا التنمية المستدامة في المركز الأول بنسبة مئوية مقدارها ٤٦,٦٪ ممن يعتمدون على الإعلام الجديد في الحصول على معلومات عن التنمية المستدامة ، تلتها عبارة أنها ساهمت في

للأخبار بحكم أنها مرسله من أشخاص معروفين لديهم، فيهتم بمتابعة الخبر دون رغبة حقيقية لمتابعة الأخبار.

وقد يتعرض مستخدمو الهواتف الذكية في أوقات غير مناسبة لتتبع الأخبار بالمناسبات الخاصة والعامة وأثناء المحاضرات الدراسية وما شابه ذلك. كما أن توفر الأخبار الدائم الزائد عن الحاجة يزيد من احتمالية التعرض لأخبار مزيفة وغير صحيحة وبالتالي ضارة.

وشبه العنزي مصادر الأخبار كمصادر الطعام الذي يتسبب غير الصحي منه بالسمنة، فمثلاً يشبه موقع تويتر بالتسالي (السنابس) والفيس بوك بمطاعم الوجبات السريعة، والمواقع الإخبارية بالمطاعم العادية، ووسائل الإعلام التقليدية بطعام المنزل. ويفترض العنزي أن مستخدمي الهواتف الذكية بحاجة لعمل نظام يشبه النظام الغذائي للتقليل من تعرضهم للأخبار .

ومعنى ذلك أن شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً لتلك الأفكار غير صالحة للموضوعات الرصينة ، لأن مستخدميها يتسرعون بالتسرع وعدم التركيز ، وإمكانية تصفح هذه الشبكات أثناء القيام بعمل آخر ، وبالرغم من إمكانية توصيف ذلك على واقع شبكات التواصل الاجتماعي إلا أن هذه الدراسة تذهب إلى إمكانية تقديم المضامين الجادة والدسمة عبر الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي ، ولكن بأسلوب يتلاءم مع طبيعة الوسيلة وظروف التصفح ، إذ ما تم التخطيط لذلك بشكل جيد .

كما توصلت نتائج الدراسة إلى أن القضايا ذات الصلة بالتنمية المستدامة جاءت على النحو التالي في الإعلام الجديد :

أولاً : الحفاظ على الموارد الطبيعية

ثانياً : الحفاظ على البيئة النظيفة

ثالثاً : تحقيق النمو الاقتصادي المستدام

رابعاً : تحقيق معدلات التنمية الاجتماعية

وخلال إجراء المقابلة العلمية مع عدد من المبحوثين أشاروا إلى أنهم يحرصون على متابعة بعض الحسابات التي تمدهم بالمعلومات عن قضايا التنمية المستدامة ، وفي مقدمتها الحسابات الخاصة بمنظمة الأمم المتحدة ومنظمة التنمية المستدامة ، والحسابات الخاصة بالوزارات والهيئات الحكومية التي تعنى بالتنمية الاجتماعية بشكل عام ، والتنمية المستدامة بشكل خاص ، وأفادوا بأنها تقدم أرقاماً موثوقاً منها حول قضايا التنمية المستدامة ، كون معظمها حسابات رسمية تعبر عن تلك المنظمات .

رابعاً : مدى ثقة جمهور شبكات التواصل الاجتماعي عن المعلومات المقدمة في شبكات التواصل الاجتماعي عن التنمية المستدامة .

بينت نتائج الدراسة أن نسبة عالية (٨٦,٨٪) بواقع ٣٩ مفردة ممن يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي وتطبيقات الإعلام الجديد في الحصول على

التنمية المستدامة ، كونها من القضايا الهادفة والجادة التي تحتاج إلى عمق الطرح ، كما تحتاج إلى أن يكون لدى المتلقي قدر من التعليم والثقافة يؤهلانه لاستيعاب قضايا التنمية المستدامة ، في حين يكرس الإعلام العربي وقته وصفحاته وحساباته للجوانب الترفيهية على حساب القضايا الجادة .

- أثبتت الدراسة قصورا في أداء الإعلام الجديد فيما يتعلق بالتوعية والتثقيف بشأن قضايا التنمية المستدامة ، إما اتكالا على أن النظام الإعلامي جزء من المنظومة الثقافية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تشهد جمودا في كثير من البلدان العربية ، أو بسبب غياب الخطط الإعلامية المنظمة للتثقيف والتوعية بالتنمية المستدامة والاستغلال الأمثل للموارد الطبيعية التي وهبها الله تعالى للإنسان على كوكب الأرض .

-استخلصت الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي وتطبيقات الإعلام الجديدمن وجهة نظر المبحوثين لا تمثل الوسيلة الاتصالية الأنسب للتوعية والتثقيف بشأن التنمية المستدامة والقضايا المرتبطة بها ، حيث بينت نتائج الدراسة الميدانية أن ١٨٪ فقط من المبحوثين يعتمدون على الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات عن التنمية المستدامة ، في حين يرى الباحث بإمكانية تقديم المضامين الجادة والدسمة عبر الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي ، ولكن بأسلوب يتلاءم مع طبيعة الوسيلة وظروف التصفح ، إذا ما تم التخطيط لذلك بشكل جيد .

-أثبتت الدراسة أن أهم القضايا ذات الصلة بالتنمية المستدامة التي تم تناولها في الإعلام الجديد كانت الحفاظ على الموارد الطبيعية ، ثم الحفاظ على البيئة النظيفة ، وتحقيق النمو الاقتصادي المستدام ، وأخيرا تحقيق معدلات التنمية الاجتماعية لخدمة لخدمة إنسان الحاضر والمستقبل .

-بينت الدراسة أن مستوى الثقة الذي يعتقده المبحوثون في المعلومات المقدمة عن التنمية المستدامة عبر الإعلام الجديد وتطبيقاته ترتبط بمدى التوثيق الرسمي لحسابات الشخصيات العامة أو المؤسسات الدولية ومنظمات المجتمع المدني المعنية بهذا المجال ، وكذلك ترتبط بمدى الثقة في المؤسسات الإعلامية التقليدية التي تحرص على إنشاء نوافذ إعلامية لها في شبكات التواصل الاجتماعي .

-بينت نتائج الدراسة أن أبرز الآثار المعرفية المرتبطة بالتنمية المستدامة التي اكتسبها المبحوثون من الإعلام الجديد : أنها ساهمت في إثراء المعارف والمعلومات المرتبطة بقضايا التنمية المستدامة ، تلتها أنها ساهمت في تشكيل الاتجاهات الشخصية من قضايا التنمية المستدامة ، وأنها أعادت ترتيب أولويات المبحوثين تجاه قضايا التنمية المستدامة ممن يعتمدون على الإعلام الجديد في الحصول على معلومات بشأن قضايا التنمية المستدامة .

-كما توصلت الدراسة إلى أن أبرز التأثيرات السلوكية للاعتماد على الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات عن التنمية المستدامة : الانضمام لإحدى التجمعات الافتراضية التي تقوم بنشر المعلومات والبيانات عن التنمية المستدامة ، وتطبيق

تشكيل الاتجاهات الشخصية من قضايا التنمية المستدامة ، بنسبة بلغت ٣٧,٧٪ ، ثم عبارة أنها أعادت ترتيب أولويات المبحوثين تجاه قضايا التنمية المستدامة بنسبة ٢٤,٤٪ ممن يعتمدون على الإعلام الجديد في الحصول على معلومات بشأن قضايا التنمية المستدامة .

ورما تشير تلك النتائج إلى إمكانية أن تقوم شبكات وتطبيقات الإعلام الجديد بوظيفة معرفية وتوعوية بقضايا التنمية والمستقبل المستدام للموارد على كوكب الأرض ، خاصة إذا ما كانت هذه الجهود الاتصالية ضمن حملات تثقيفية مخطط لها بعناية ، وتقدم المحتوى الملائم لطبيعة الوسيلة الإعلامية ، من حيث قصر الرسالة الاتصالية ، وتوظيفها للوسائط المتعددة التي يمكنها أن تقوم بتوصيل الرموز الاتصالية لقاعدة كبيرة من المستخدمين .

وفيما يتعلق بالتأثيرات السلوكية على مستخدمي الإعلام الجديد بينت الدراسة أن تأثيرا (محدودا) تم رصد في هذا السياق ، حيث أفاد ٢٠٪ ممن يعتمدون على الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات بشأن التنمية المستدامة أنهم قاموا بالانضمام لإحدى التجمعات الافتراضية التي تقوم بنشر المعلومات والبيانات عن التنمية المستدامة ، وأشارت الدراسة إلى أن ١١٪ تقريبا ممن يعتمدون على الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات عن التنمية المستدامة قاموا بتطبيق بعض السلوكيات التي من شأنها المحافظة على الموارد بسبب تعرضهم للمواد الاتصالية التي نشرتها الحسابات الإلكترونية في شبكات التواصل الاجتماعي عن قضايا التنمية المستدامة .

وبالرغم من محدودية التأثير السلوكي كما أظهرته النتائج السابقة إلا أن ذلك ربما يكون ناتجا أساسا عن محدودية أعداد مستخدمي الإعلام الجديد الذين يعتمدون عليه في الحصول على معلومات قضايا التنمية المستدامة ، وليس فقط مجرد التعرض ، فقد يتعرض الفرد لوسيلة ما ولكنه لا يعتمد عليها في الحصول على المعلومات عن بعض القضايا ، وربما لأن قياس التأثيرات السلوكية يحتاج إلى تطوير المقاييس الخاصة بجمع المعلومات لتتقرب من المقاييس التجريبية أو شبه التجريبية .

الاستنتاجات العامة للدراسة

استهدفت الدراسة التعرف على مدى اعتماد الجمهور البحريني على الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات عن قضايا التنمية المستدامة ، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح والمنهج الاستقرائي في الإجابة على تساؤلات الدراسة ، ووظفت الأسلوب الكمي والكيفي لتلبية أهداف البحث ، وقد أجريت الدراسة الميدانية على عينة قوامها ٢٥٠ مفردة من مستخدمي تطبيقات الإعلام الجديد في مملكة البحرين ، وأسفرت عن النتائج التالية :

-بينت نتائج الدراسة أن غالبية المبحوثين يرون أن الإعلام الجديد يقدم معلومات محدودة عن قضايا التنمية المستدامة ، وأن ذلك مرده أن الإعلام العربي بشكل عام - الذي يشكل الإعلام الجديد جزءا منه- لا يابه كثيرا بقضايا

- ١٥٨ (٢٠٠٤) ص ١٥٨ .
- (٦) رضا عبد الواحد أمين ، استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت ، دراسة مقدمة إلى المؤتمر الدولي الأول : الإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة لعالم جديد ، الذي نظّمته جامعة البحرين (٧-٩ أبريل ٢٠٠٩ م) ، ص ٥١٦
- (٧) محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٧م) ص ٢٩٨ .
- (٨) منال المزاهرة، نظريات الاتصال، (عمان: دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة، ٢٠١٢م) ص ٢١٤ .
- (٩) حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط ٥ (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٤م) ص ٣٢٠ .
- (١٠) Melvin DeFleur And Sandra Rokeach, Theory Of Mass Communication, (New York: Longman, Edu, 1992), P.248.
- (١١) محمد عبد الحميد، مرجع سابق ، ص ٣٠٢ .
- (١٢) منال المزاهرة، مرجع سابق، ص ٢٢٩ .
- (١٣) حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص ٣٢٧ .
- (١٤) منال المزاهرة، مرجع سابق، ص ٢٢٨ .
- (١٥) حسن عاد مكاوي، ليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص ٣٢٨ .
- (١٦) منال المزاهرة، مرجع سابق، ص ٢٢٩ .
- (١٧) محمد عبد الوهاب الفقيه، « العلاقة بين الاعتماد على القنوات التلفزيونية الفضائية ومستويات المعرفة بالموضوعات الاخبارية في المجتمع اليمني»، رسالة دكتوراه، غير منشورة ، (القاهرة : كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، ٢٠٠٢م) ، ص ٥٢ .
- (18) Stanley J. Baran & Dennis K. Davis. Mass communication theory, Foundations and future, (California: Wads worth publishing company, Inc, Belmont, 1995.
- (19) Debra L. Merskin And Mara Huberlie. «Companionship in the Classifieds, the Asoption of Personal Advertisement Mass Daily Newspapers», (Journalism And Mass Communication Quarterly, Vol. 73, No. 1, Spring 1996), P. 221.
- (٢٠) دي فلير ملفن، روكيتش، سانرا، نظريات الإعلام، ترجمه محمد ناجي، (عمان، دار الامل للنشر والتوزيع، ١٩٩٤) ص ٣٥٢ .
- (٢١) ميرفت الطرايشي، عبد العزيز السيد، « نظريات الاتصال » (القاهرة: دار النهضة العربية، ٢٠٠٦) ص ص ١٣٦ - ١٣٩ .
- (٢٢) ميرفت الطرايشي، عبد العزيز السيد، مرجع سابق، ص ٧٠ .
- (٢٣) دعاطف العبد ، ود نهى العبد ، الإعلام التنموي والتغير الاجتماعي ، الأسس للنظرية والنماذج التطبيقية (القاهرة : دار الفكر العربي ، ٢٠٠٧ م) ص ٣٦
- (٢٤) موقع قناة الجزيرة الإخبارية ، العنزي يعلن نظرية إعلامية جديدة في فلوريدا ، الهواتف الذكية تسبب السمعة الإخبارية ، متاح على شبكة الإنترنت على الرابط التالي : <http://www.al-jazirah.com/201220120315//fe4.htm>
- تاريخ التصفح 2016-8-19م

بعض السلوكيات التي من شأنها المحافظة على الموارد بسبب تعرضهم للمواد الاتصالية التي نشرتها الحسابات الإلكترونية في شبكات التواصل الاجتماعي عن قضايا التنمية المستدامة .

توصيات الدراسة

في ضوء النتائج السابقة توصي الدراسة بما يلي :

أولاً : أن تقوم مؤسسات المجتمع المدني والمؤسسات الرسمية العربية ذات الصلة بتخطيط وتنظيم وتنفيذ الحملات الإعلامية في الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي التي من شأنها رفع الوعي بقضايا التنمية المستدامة لما لها من أهمية بالغة في حاضر ومستقبل العنصر البشري على كوكب الأرض ، على أن تتم صياغة الرسائل الاتصالية بما يتلاءم وطبيعة الوسيلة ، وما تتطلبه من سرعة وإيجاز .

ثانياً : إجراء المزيد من الدراسات العلمية حول تأثيرات الإعلام الجديد الإيجابية ، التي يمكن استثمارها لصالح النهوض بالأمة العربية والإسلامية ، والبحث عن أفضل السبل لتعظيم التأثيرات الإيجابية على المستخدمين سواء التأثيرات المعرفية أم الوجدانية أم السلوكية .

ثالثاً : إقامة المسابقات العلمية والبحثية حول القضايا المتعلقة بالتنمية المستدامة ، وتخصيص الجوائز للمتميزين والمبدعين في هذا المجال ، وتقوم بتبنيها المؤسسات الأكاديمية والعلمية في الوطن العربي والعالم الإسلامي .

رابعاً : أن تقوم وسائل الإعلام بنوعيتها (التقليدية والجديدة) بإنتاج المضامين الإعلامية التي تصب في صالح التوعية بالتنمية المستدامة ، و تثقيف المجتمع بتفاصيلها وقضاياها .

الهوامش

- (١) آمال مهري ، التوجه من الإعلام البيئي إلى الاتصال المستنول في إطار التنمية المستدامة لدى المؤسسة الاقتصادية ، بحث منشور في مجلة العلوم الاجتماعية ، جامعة سطيف ، الجزائر ، العدد ١٩ (ديسمبر ٢٠١٤)
- (٢) كيجل فتيحة ، الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي ، دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك أمودجا ، رسالة ماجستير ، جامعة الحاج لخضر ، باتنة ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، قسم الإعلام والاتصال ، ٢٠١٢ م
- (٣) رضا عبد الواحد أمين ، دور وسائل الإعلام في تحقيق التنمية المستدامة في العالم الإسلامي ، دراسة مقدمة إلى مؤتمر التنمية المستدامة في العالم الإسلامي في مواجهة العولمة ، رابطة الجامعات الإسلامية ، القاهرة (١٧-١٩ مايو ٢٠٠٨ م)
- (٤) جمال الجاسم المحمود ، دور الإعلام في تحقيق التنمية والتكامل الاقتصادي العربي ، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية ، المجلد ٢٠ ، العدد الثاني ، ٢٠٠٤ م .
- (٥) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (القاهرة: عالم الكتب،