

**علاقة  
النخبة الأكاديمية النسائية السعودية  
بوسائل الإعلام**

**إعداد  
أ.د. عبد الله بن محمد الرفاعي**

**1431هـ - 2010م**

تلعب النخب بأنواعها دوراً كبيراً ومهماً في عمليات التغيير الاجتماعي استناداً إلى قدرتها الفريدة على اتخاذ القرار والتأثير في محيطها الاجتماعي، وسواء كانت هذه النخب سياسية أو اقتصادية أو أكاديمية أو دينية فإنها تمارس قدراً مهماً من التأثير عبر تشكيل وتعديل اتجاهات من يخضعون تحت تأثيرها.

وعلاقة النخب بوسائل الإعلام علاقة أصيلة متفاعلة، إذ تحدد بعض أنواع النخب أجندة وسائل الاتصال، كما تستعين وسائل الاتصال بهذه النخب في إكساب رسائلها الاتصالية مستوى من المصداقية والتأثير، وفي الوقت ذاته تقوم النخب بمعالجة الرسائل الاتصالية المبتوثة عبر وسائل الإعلام عبر مناظير نقدية لتقوم بإعادة بثها على الجماهير الخاضعة تحت سيطرتها بما يعزز من تأثير الرسالة الإعلامية أو يحد من هذا التأثير.

مثلت علاقة النخب بوسائل الإعلام إشكالية جديرة بالدراسة على المستويين العربي والأجنبي استناداً إلى أهمية النخب كقادة رأي من جهة، وقدرة النخب على تقييم الأداء الاتصالي بما يسمح بالتالي من تعديل وتوجيه وتخطيط الأداء الاتصالي في المؤسسات الإعلامية.

وتأتي هذه الدراسة لتتناول جانباً مهماً في دراسات النخب حيث تركز على النخبة الأكاديمية النسائية في المجتمع السعودي وإخضاع علاقتها بوسائل الإعلام السعودية للدراسة.

### مفهوم النخبة:

**المعنى اللفظي:** يعرف معجم لسان العرب النخبة بأنها: من مادة نخب: وانتخب الشيء: اختاره، والنخبة: ما اختاره منه، ونخبة القوم، ونخبتهُم: خيارهم، وقال الأصمعي: يقال هم نخبة القوم بضم النون وفتح الخاء. قال أبو منصور وغيره: يقال نخبة، بإسكان الخاء، واللغة الجيدة ما اختاره الأصمعي. ويقال: جاء في نخب أصحابه إي في خيارهم<sup>(1)</sup>.

**المعنى الاصطلاحي:** وتعرف الموسوعة البريطانية النخبة Elite بأنها: الشريحة الأفضل في كل طبقة، أو أنها جزء يتسم بالتفوق الاجتماعي داخل مجتمع ما ووفق معايير، أو أنها مجموعة من الأشخاص الذين حازوا قدراً من القوة والتأثير بفضل مكانتهم الاجتماعية أو مستوياتهم التعليمية<sup>(2)</sup>. كما يعرفها قاموس webster بأنها المجموعة المنتقاة التي تعد بمثابة أفضل عناصر أي مجتمع من المجتمعات<sup>(3)</sup>.

بينما يعرفها قاموس Wiki بأنها: مجموعة خاصة أو طبقة اجتماعية من الناس لها السطوة الفكرية أو الاجتماعية أو الاقتصادية على مجتمع ما<sup>(4)</sup>.

(1) معجم لسان العرب: مادة نخب. الشبكة الخضراء السعودية، اللغات، المعاجم، لسان العرب، مادة نخب

<http://www.content.com.sa/Languages/LisanElArab/default.aspx>

Encyclopedia Britannica: Elite . available online at <sup>(2)</sup>

<http://www.britannica.com/dictionary?book=Dictionary&va=elite&query=elite>

Eugene Ehrlich : Webster's Dictionary ( NY : Harper Collins Publishers , 1993 ) p 176 <sup>(3)</sup>

Wiktionary : Elite available online at <http://en.wiktionary.org/wiki/elite> <sup>(4)</sup>

ويعرفها أحد الباحثين العرب بأنها: هي مجموعة الأفراد ذوي المكانة من المهتمين بالثقافة وصناعة الفكر من الكتاب والأدباء والفنانين والفلاسفة والعلماء من أصحاب الرؤية الشاملة لقضايا المجتمع، والذين يعبرون بوعيهم وثقافتهم عن ضمير الأمة تجاه أهم القضايا بهدف التأثير على السلطة وتشكيل قيم واتجاهات أفراد المجتمع<sup>(5)</sup>. كما يعرفها باحث آخر من منظور إعلامي بأنها: مجموعة مثقفة وواعية من أفراد الرأي العام تتميز بالاطلاع والخبرات وحسن التصرف، حيث تقوم بقيادة الرأي العام في مجالات عديدة مما يكسبها أهمية كبيرة في المجتمع<sup>(6)</sup>.

وعلى هذا الأساس فإن النخبة تمثل مجموعة من الأفراد الذين تتوافر لديهم القدرة على القيادة والتوجيه واتخاذ القرار، وعليه فإنهم يضطلعون بدور تجاه مجتمعاتهم في تكوين الآراء والاتجاهات والمواقف.

### **علاقة النخبة بوسائل الاتصال:**

لما كانت وسائل الاتصال في المجتمعات الحديثة تعد هي الرافد الرئيس والمكون للرأي العام وتشكيل الوعي، وتأطير الاتجاهات، فإن علاقة هذه النخبة بوسائل الاتصال تعد عاملاً مهماً ومؤثراً في تحديد اتجاهات الجماهير بشكل عام على اعتبار أن هذه النخبة تمثل قادة الرأي.

وبشكل عام يمكن القول إن دراسة علاقة النخب بوسائل الإعلام تتمحور في أمرين:

الأول: طبيعة الاستخدام وعادات التعرض والتفاعل مع وسائل الإعلام، حيث إن وسائل الإعلام تقوم بتفعيل وظيفة نشر الوعي العام بقضايا المجتمع، وبالتالي فإن اطلاع النخب على ما تقدمه وسائل الإعلام والتفاعل معها يستثير بدوره حالة من تكامل الأدوار في تحقيق الوظائف الإعلامية بما يتفق وأهداف المجتمع. بينما اتساع الفجوة بين ما تقدمه وسائل الإعلام، وما تقوم به النخب من نشاطات اتصالية يؤدي بالمجتمع إلى وجود حالة من التناقض في الرؤى وهو ما يفرز بالتالي حالة من حالات الخلل الوظيفي في تحقيق أهداف الاتصال في المجتمع.

الثاني: تقييم الأداء: فبلا شك أن عادات التعرض والاستخدام تتأثر بمستوى تحقق إشباعات تعرض النخب لهذه الوسائل من جهة ومستوى تفاعلهم معها من جهة أخرى، وبالتالي فإن الرؤية التقويمية من جانب النخب لأداء وسائل الإعلام يؤدي بالضرورة إلى أن نضع أيدينا على جوانب الخلل الوظيفي في مجال الاتصال، ويوضح مستويات هذا الخلل الوظيفي ومكامنه، بما يسمح للمخططين الإعلاميين بوضع الخطط والاستراتيجيات الكفيلة بتقريب وجهات النظر وتحقيق التكامل الاتصالي المرجو من الوسائل الإعلامية.

(<sup>5</sup>) عادل عبد الغفار (1995) استخدامات الصفوة المصرية للراديو والتلفزيون المحلي والدولي (ماجستير، غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة) ص 71-72

(<sup>6</sup>) عادل عبد الرازق ضيف: رأي النخبة حول دور الإعلام في تحسين صورة العرب والمسلمين بالخارج (بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الثامن لكلية الإعلام جامعة القاهرة المنعقد تحت عنوان "الإعلام وتحسين صورة العرب والمسلمين، مايو 2002)

## اتجاهات العلاقة:

### النخبة كمصدر لمعلومات وسائل الاتصال:

حيث أشارت دراسة **Herman 2003** <sup>(7)</sup> التي تناولت إعادة قراءة وبحث نماذج الدعاية في التسعينيات، وطبقت على أزمة حرب تحرير الكويت 1991، وحرب حلف شمال الأطلسي على يوجوسلافيا 1999، وقد أكدت الدراسة أن محتوى الرسائل التي تبثها وسائل الاتصال ارتبطت بوجود تأثيرات متزايدة ومتصاعدة للنخب السياسية الحاكمة وجماعات المصالح والضغط بأشكالها المختلفة، وأن هذه التأثيرات حددت شكل المضمون ومحتواه ووجهته في كثير من الأحيان مما يمكن معه القول إن الخطاب الإعلامي الأمريكي قد تشكل وفق رؤى هذه النخب الحاكمة<sup>(8)</sup>.

والفكرة ذاتها أصلها كل من **Heering and Robinson (2002)** <sup>(9)</sup> في دراستهما التي تتبع التراث العلمي النظري والإمبريقي في دراسة تحليلية من المستوى الثاني لتثبت تأثير النخب بأنواعها ولاسيما النخب السياسية في تحديد أولويات اهتمام وسائل الاتصال وتحديد أجندتها خاصة فيما يتعلق بقضايا السياسة الخارجية، كما ثبت تأثيرها الكبير في تحديد اتجاهات المعالجة نحو التأييد أو الرفض للقضايا المثارة بالفعل على الرأي العام، ودفعها لوسائل الإعلام لتبني وجهات نظر محددة تخدم أهداف هذه النخب ومصالحها، وهو ما رآه الباحثان مسألة تشير إلى أن حرية الإعلام الأمريكي ما هي إلا أسطورة.

ولا شك أن النخب السياسية تحديداً تتدخل بشكل كبير في توجيه وسائل الإعلام على مستوى الدول المتقدمة والنامية، بينما يتفاوت تأثير النخب الاقتصادية وفق المناخ الاقتصادي وتداخل هذه النخب مع صانعي القرار،

Herman, E. S. (2003). The Propaganda Model: A Retrospective. *Against All Reason*, 1: 1-14. <sup>(7)</sup>

Available online at : <http://www.human-nature.com/reason/01/herman.html>

<sup>(8)</sup> ويمكن مراجعة العديد من الكتب والدراسات التي أدت إلى الظاهرة ذاتها في كتابات هيرمان، وتشومسكي، وشيلر .

ومنها على سبيل المثال :

- Herman, Edward (1982) *The Real Terror Network*, Boston: South End Press.
- Herman, Edward, and Chomsky, Noam (1988) *Manufacturing Consent*, New York: Pantheon Books.
- Herman, Edward, and McChesney, Robert (1997) *The Global Media*, London: Cassell.
- Herman, Edward (1999) *The Myth of the Liberal Media*, New York: Peter Lang Publishing.
- Chomsky, Noam (1986) *Pirates & Emperors*, New York: Claremont Research and Publications.
- Chomsky, Noam (1989) *Necessary Illusions*, Boston: South End Press.
- Chomsky, Noam (1991) *Deterring Democracy*, London: Verso.
- Schiller , Herbert (1992) *Mass Communications and American Empire (Critical Studies in Communication and in the Cultural Industries) 2nd Edition* , Westview Press .
- Schiller , Herbert (1975) *The Mind Managers* , NY , Beacon Pr.

Herring, E. and P. Robinson (2002). *Too polemical or too critical for the mainstream? Chomsky on media-elite relations*. Annual Conference of the Political Studies Association, University of Aberdeen available online at <http://www.chomsky.info/onchomsky/200310--.pdf>

لاسيما أن النخب الاقتصادية في الدول المتقدمة تمتلك أغلب وسائل الاتصال بما يسمح لها بالتدخل في صياغة المضمون الاتصالي لخدمة الأهداف الاقتصادية لها.

على أن النخب الأكاديمية وإن كانت لا تحظى بمثل هذه السطوة أو التأثير، فإنها تتسم بسمة لا تتوافر للنخبتين السابقتين ألا وهي أن رسائلها الاتصالية ينظر إليها على أنها حقيقة علمية لا تقبل الجدل أو الشك، بينما يتلقى المتلقي رسائل النخب الاقتصادية والسياسية في إطار من الحذر من نوايا كل منهما ومدى مصداقيته، ونظرة واحدة لما تمثله النخب الأكاديمية الدينية على سبيل المثال في العالم العربي يتضح الأمر فيه بجلاء أكبر، حيث يرى كل متلق أن كل ما يقال هو من صحيح الدين وما حظي بإجماع العلماء عليه وفي أوقات كثيرة لا يكون الأمر أكبر من أن يتعدى اجتهاداً شخصياً لهذا الباحث الأكاديمي.

#### النخبة كناقل نقدي لرسائل وسائل الاتصال:

حيث يشير **Domke 2000** <sup>(10)</sup> في دراسته التاريخية التي تناولت بحث الخطاب السياسي لأعضاء الكونجرس إلى أن النخب الأمريكية قد تعاملت مع وسائل الإعلام ورسائلها باعتبارها تمثل مصدراً للمعلومات التي يمكن على أساسها تشكيل الخطاب السياسي وتوظيفه لتحقيق أهداف النخبة السياسية، وهو الأمر الذي يفرز في المقابل مع التغطيات المقابلة لأحداث النخبة حالة من التفاعل الديناميكي بين طروحات وسائل الإعلام وطروحات النخب، وهو ما يعزز تأثير استخدام الرسائل التي تطرحها وسائل الاتصال في الخطاب النخبوي من جهة، ويزيد من فاعليته ومصداقيته من جهة أخرى، ويصل في النهاية إلى علاقة تفاعلية مؤكدة بين النخب بأنواعها وبين المحتوى الذي تقدمه وسائل الاتصال.

#### العلاقة التفاعلية بين النخب ووسائل الاتصال:

حيث يشير هشام عطية 1998 <sup>(11)</sup> في دراسته التي تناولت علاقة النخب السياسية المصرية بالصحافة وتأثيرها في أنماط الأداء الصحفي في التسعينيات إلى أن علاقة النخب بوسائل الإعلام هي علاقة تفاعلية ثنائية الاتجاه، ففي حين تعطي النخب السياسية أولوية كبرى للصحافة في تلبية احتياجاتها المعرفية والتوجيهية مقارنة بغيرها من وسائل الإعلام، واتسام الصحافة بالموضوعية في التناول والنقد للقضايا السياسية وتنوع الآراء وفق وجهة نظر هذه النخب؛ فإن هذه النخب تمارس في المقابل عملية تأثير مرتدة من قبل مجموعات النخب ذات التأثير على أدوار وأداء الصحافة المصرية عبر آليات السيطرة والتحكم والتوجيه والتدخل في سياسات التحرير في الصحف التي يرتبطون بها تنظيمياً أو التي يستطيعون التدخل في شؤونها، وذلك بهدف تحقيق مستوى من المعالجة على صعيد الكم والكيف يحقق أهدافهم ويبرز أدوارهم السياسية ويحجم خصومهم ووجهات نظرهم.

David Domke. "Strategic elites, the press, and race relations," *Journal of Communication* (10) (winter 2000) Vol 50, No., (1) p 134-136

(11) هشام عطية : علاقة النخب السياسية المصرية بالصحافة وتأثيرها في أنماط الأداء الصحفي في التسعينيات (دكتوراه، غير

منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، 1998)

حيث تشير دراسة **Callaghan & Schnell 2001**<sup>(12)</sup> إلى أن هناك علاقة نظامية بين الأطر التي يعرض فيها النخب للقضايا وتناول وسائل الإعلام لها، والأطر التي تعرض بها وسائل الإعلام القضايا وتناول الخطاب السياسي النخبوي لها، فقد قامت الدراسة لتبحث قضية حيازة الأسلحة فيما بين عامي 1988، 1996، وتبين من خلال الدراسة أن هذه القضية قد تم تناولها في وسائل الإعلام وفق الأطر التي وضعتها فيها النخبة السياسية حين ناقشت مشروع القانون المتعلق بها، على حين أن وسائل الإعلام فيما بعد طورت أطراً جديدة استخدمتها النخب السياسية عند إعادة عرض القانون مرة أخرى، وهو ما يؤكد وجود علاقة تفاعلية بناءة بين أساليب عرض وتأطير كل من وسائل الإعلام والنخب للقضايا.

وهذا الأمر يشير إلى نقطة مهمة وهي أن وسائل الإعلام في سعيها لاكتساب المصداقية تستعين بروى النخب، والنخب في سعيهم للإقناع يستعينون بروى وسائل الإعلام.

### خصوصية النخبة الأكاديمية:

تتسم النخبة الأكاديمية بأنها . في الغالب . لا تتوافر لديها فرصة الوصول لمركز النخبة المسيطرة، بل هي نخبة (قائدة) تبرر أو تعارض اتجاهات النخبة المسيطرة وتصير عنصراً فاعلاً في تأييدها أو مواجهتها على المستوى الأعم، كما أن دورها على المستوى الأخص يزيد أو يقلص من فاعلية برامج التنمية والتقدم الاجتماعيين وفق مدى تفاعلها مع وسائل التعبير المتمثلة في الاتصال الشخصي مع الطلاب والباحثين وأيضاً وسائل الإعلام باعتبارها أدوات اتصال جماهيرية.

والنخب الأكاديمية تعد نخباً تتسم بالعلم، وبالتالي فإن مصداقيتها لدى الرأي العام أكبر من النخب السياسية والاقتصادية في أي مجتمع يقدر العلم، وهذه النخب علاوة على اتسامها بالمكانة الاجتماعية التي تسمح لها بالتأثير في المحيط الاجتماعي العام، فإن تأثيرها في محيطها الأكاديمي الخاص أشد وقعاً، خاصة إذا وضع في الاعتبار طبيعة الجمهور الذي يتعرض لرسائل هذه النخبة وهو جمهور الشباب في مجال التعليم العالي، وهي فئة تتسم بالتجانس وقابليتها الشديدة لتغيير الاتجاهات وتعديلها وتشكيلها، وبالتالي فإن تأثير هذه الرسائل تعد كذلك أكبر من رسائل النخب الاقتصادية والسياسية التي تخاطب جماهير غير متجانسة وتختلف اختلافاً كبيراً في قابليتها للتأثر بمضمون الرسائل الاتصالية.

وإذا جاز هذا الأمر وفق الأسباب المطروحة سلفاً فإن النخب الأكاديمية النسائية في مجتمع مثل المملكة العربية السعودية تمثل أهمية أكبر وأعمق، حيث تشير دراسة **Domke , et., al 2000**<sup>(13)</sup> **رسائل الصفوة ودلائل المصدر: التحرك فيما وراء التحزب.** والتي استهدفت التعرف على مستويات العمليات المعرفية لدى الجمهور إذا ما كان المصدر يمثل فرداً نخبياً، والتي استخدم الباحث الأسلوب التجريبي لقياس تمثيل المعلومات لدى الجمهور في سياق عرض مجموعة من الرسائل الصادرة عن النخب والواردة في وسائل الإعلام، تشير إلى أن

Callaghan, K and Schnell, F. (2001). Assess ding the Democratic Debate: How the News ( <sup>12</sup>)

Media Frame Elite Policy Discourse. *Political Communication, Vol 18 , ) p 183-212*

David Domke, Taso Lagos, Mark LaPointe, Melissa Meade, and Mike Xenos. "Elite messages ( <sup>13</sup>) and source cues: Moving beyond partisanship ," *Political Communication* (October 2000) 17: 395-402.

شعور الفرد بالانتماء للجماعة الاجتماعية التي ينتمي إليها الفرد النخبوي تؤثر تأثيراً مباشراً في الشعور بصدقية المعلومات وبالتالي إدراكها وتذكرها، وقد تمثلت هذه الجماعات في الجماعات العرقية والدينية والسياسية (غير العامة) والنوع حيث الفرد أكثر نزاعاً نحو تقبل الأفكار الواردة من نفس النوع عن الأفكار الواردة من النوع الآخر.

### النخبة الأكاديمية ومكانتها في المجتمع:

تشير إحدى الدراسات المصرية إلى أن النخبة الأكاديمية في مصر تبلغ 40% من النخبة المركزية الحاكمة في البلاد<sup>(14)</sup> على حين تشير دراسة سعودية إلى أن النخب العلمية ليست ضمن النخب المؤثرة، ولا تتدخل في صناعة القرار السياسي والاقتصادي والاجتماعي في البلاد<sup>(15)</sup>.

ويشير عدد من الباحثين السعوديين إلى أن العوامل الرئيسة في تحديد النخب في المملكة تتمحور حول العائلة والقبلية والمناطقية، في الوقت الذي يؤكد فيه أحد الباحثين على ظهور نخب جديدة في المملكة تمحورت حول ثلاثة أبعاد حيث استطاع المجتمع السعودي أن يفرز نخباً كان وراءها بالأساس متغير التعليم، ومتغير النفط والإرادة السياسية. وتشير أهم نتائج هذه الدراسة إلى أن هذه النخب لم تفلح في أن تكون ريادية، بل هي عامل يغذي أحياناً الثنائيات القديمة ونزعات التفاخر الإقليمي أو المناطقي، والمفاضلة بين البدو والحضر، مع ما للاستتبعات الخطيرة التي غذاها النفط: كالسلوك الاستهلاكي، والبذخ التفاخري وعلاقات السمسة والمحسوبية من أثر حاسم، غير أن العقد الأخير، بما تضمنه من ضغط حرب الخليج وتبعاتها الاقتصادية والمالية، وما يحدث في دول الجوار من تحولات قد يدفعان هذه النخب إلى مراجعة مقولاتها وسلوكها<sup>(16)</sup>.

ولا شك أن ابتعاد النخبة الأكاديمية عن النخبة المركزية يضعها ضمن النخب الثانوية، والأصح أن يكون مكانها ضمن النخب الوسيطة التي تؤثر بشكل مباشر ومهم في الحراك الاجتماعي السعودي، وهو ما لا ينفي تنامي تأثيرها وتساعد دورها في المجتمع.

وفي المقابل يبدو وضع المرأة السعودية في تحسن متصاعد من حيث فرص التعليم والعمل على الرغم من المشكلات والعوائق الكبيرة التي تحد من التخصصات المتاحة أمام الفتاة السعودية في مجال التعليم<sup>(17)</sup>،

(14) أحمد زايد: النخب السياسية والاجتماعية ( بحث منشور ضمن كتاب النخب الاجتماعية الصادر عن مركز البحوث العربية والإفريقية، 2005 ص53).

(15) خالد الرشيد : علاقة الهيمنة والجمود تسودها النخب في المملكة العربية السعودية ( مجلة شؤون سعودية، العدد السادس

عشر، مايو 2004 ) <http://www.saudiaffairs.net/webpage/sa/issue16/article16r/issue16rt2.htm>

(16) محمد بن صنيطان : النخب السعودية .. دراسة في التحولات والإخفاقات ( بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2004)

(17) راجع في هذا الإطار:

فاطمة بنت سعود الكحيلي: كفاية مؤسسات التعليم وتنوع التخصصات في التعليم الجامعي (بحث مقدم إلى مؤتمر " حقوق

وواجبات المرأة السعودية المنعقد بالمدينة المنورة في الفترة من 12-حتى 14-6-2004).

والعوائق التي تقف أمام عمل المرأة في المجتمع السعودية (18). وفي هذا الإطار فإن دور النخبة الأكاديمية النسائية في تحقيق عملية التنمية الاجتماعية يصير أكثر فعالية حيث تتقلص فرص التواصل والتفاعل الاجتماعي المؤسسي أمام الفتاة السعودية باستثناء المجال الأكاديمي الذي تعد فيه النخبة النسائية من قادة الرأي الذين يشكلون تأثيراً مباشراً على المستويات العقلية والوجدانية والسلوكية للفتاة السعودية، كما أن النخبة الأكاديمية النسائية وفق انتمائها للنخبة الأكاديمية وخصائصها تضطلع بدور اجتماعي عبر التفاعل مع وسائل الإعلام المختلفة بما يسرع من خطوات تنمية وضع المرأة في المملكة من جهة، والتنمية المجتمعية الشاملة من جهة أعم.

### نظريات النخب:

حظيت النخب بأنواعها باهتمام العديد من الدراسات الاجتماعية والإعلامية على حد سواء، وهو ما يجعل تتبع التراث النظري والدراسات السابقة التي ارتبطت بكل من النخبة وعلاقتها بوسائل الإعلام تأتي في محاور رئيسة هي:

1. تحديد النظريات المفسرة لطبيعة التكوين النخبوي وحركة النخب في المجتمع.
2. تحديد النظريات القابلة للتطبيق في إطار تحديد العلاقة بين النخب ووسائل الإعلام.

### أولاً: النظريات المفسرة للنخب:

كان أهم من بدأ التحدث عن النخب وعلاقتها بالنظام الاجتماعي هو العالم الإيطالي Pareto (19) والذي بدأ مسانداً للنظام الفاشي في إيطاليا، وقد تطور مفهومه للنخبة عبر عدد من الكتابات التي ظهر أولها عام 1916 في كتابه مقالة في العلم الاجتماعي العام، ثم تطورت نظريته حول تداول النخب والتي تم تضمينها مع الكتاب الأول في النسخة الإنجليزية لإسهاماته المسماة "العقل والمجتمع" (20).

على أنه لم يكن أول من تحدث عن النخب إذ سبقه العالم الإيطالي Mosca في تطوير رؤية نظرية نحو النخبة بدءاً من كتابه نظرية الحكم وحتى كتابه الشهير تاريخ العلم السياسي (21)، وشكلاً معاً ما يمكن أن نطلق عليه النظرية الإيطالية للنخبة، والتي شكلت مع النظرية الأمريكية التي أرساها Mills عام 1956 في كتابه الشهير

( 18 ) راجع : إلهام بنت منصور الدخيل: قواعد وأنظمة عمل المرأة " دراسة تحليلية ما وراثية " ( بحث مقدم إلى مؤتمر " حقوق

وواجبات المرأة السعودية المنعقد بالمدينة المنورة في الفترة من 12-حتى 14-6-2004)

Coser, Lewis A. 1977. *Masters of Sociological Thought: Ideas in Historical and Social* ( 19)

*Context*. 2d ed. New York: Harcourt Brace Jovanovich College Publishers , p p 396-400

Vilfredo Pareto [1935] *The Mind and Society*, ed. Arthur Livingston trans. Andrew Bongiorno ( 20)

(NewYork: Harcourt, Brace & Co.), Vols. III and IV, Sections 2026-9 and Sections 2233-6.

for further details review : ( 21)

Bottomore, T. B. *Elites and Society*. London, 1964. •

Meisel, James H. *The Myth of the Ruling Class: Gaetano Mosca and the Elite*. Ann Arbor: •

University of Michigan 1958.



نخبة السلطة (22) والتي تناولت بعمق علاقة النخب بوسائل الاتصال، ما عرف فيما بعد بالنظرية التقليدية للنخبة.

### النظرية التقليدية للنخبة:

اهتم Pareto و Mosca بالطبقة الحاكمة، واستندوا إلى مناظير اقتصادية وسياسية وسيكولوجية. إذ يلاحظ في إسهامات باريتو أنه انتقى مفهوم النخبة من عالم الاقتصاد والتجارة حيث التمايز بين السلع الجيدة والرديئة، ليؤكد فيما بعد على البعد السيكولوجي الذي يرى أن ثمة سمات شخصية وذاتية هي التي تجعل شخصاً ما ضمن النخبة، وقلل هنا من الأهمية المفرطة التي وضعها ماركس للوضع الاجتماعي كسبيل للقيادة. فالشخصية القيادية والكاريزمية تستطيع الوصول إلى القيادة دون أن يكون هذا مرجعه لعوامل اقتصادية أو سياسية أو اجتماعية.

بينما يرى موسكا أن النخبة هي الأقلية السياسية المسيطرة على الأغلبية وأن فهم طبيعة الحراك الاجتماعي في أي مجتمع يستلزم بالضرورة فهم طبيعة النخبة الحاكمة والمسيطرة على السياسة إن كانت دينية أو عسكرية أو اقتصادية.

وعلى الرغم من أن رؤية باريتو قد نقلت إبان هزيمة إيطاليا في الحرب العالمية الثانية بدأ عالم الاجتماع الألماني Karl Mannheim في إيراد رؤية أكثر تعقيداً حول النخبة وتشكلها، حيث يرى في كتابه الإنسان والمجتمع في عصر إعادة البناء الصادر عام 1940 (23) أن حركة الاقتصاد المستمرة والمعقدة تفرز حاجة متزايدة لدى النظام الاقتصادي لكفاءات إدارية، هذه الكفاءات هي التي تستطيع التحكم بأدوات الإنتاج، وهو ما يستتبع السيطرة على الاقتصاد الذي يعد المحرك الأول لأي نظام رأسمالي.

وهذه الرؤية الاقتصادية لم تكن كافية من وجهة نظر Mills حيث أكد في كتابه نخبة السلطة عام 1956 السابق الإشارة إليه، إلى أن النخبة الأمريكية السياسية ليست سياسية فقط، بل هي ترتبط ارتباطاً عضوياً بالاقتصاد والمكانة الاجتماعية، كما أنها تشكل حولها مجموعة من النخب الثقافية والفنية، وهي تعمد في سبيلها لتشكيل النخب والتأثير على الجماهير بامتلاك وتوجيه والسيطرة على وسائل الإعلام الجماهيرية، وهو ما يجعل النظام الرأسمالي عبارة عن إيهام الجماهير بوجود ظاهرة للرأي العام في الوقت الذي تكون الخيارات المتاحة أمام الرأي العام قد حددتها النخبة، وعلى الجماهير تبنيها.

### نظرية التداول النخبوي:

وقد شكلت النظرية التقليدية للنخب ما اصطلح على تسميته بنظرية التداول النخبوي Circulation of Elites (24) وتقتضي هذه النظرية أن النخب بعد فترة من السيطرة تفقد القدرة على الاتصال بمن حولها من النخب الناشئة، وتتسم بالجمود النسبي، وهو ما يجعلها تسقط عبر مرور مدى زمني ما أو بسبب تغيرات ثورية أو

(22) C. Wright Mills : The Power Elite.( Oxford : Oxford University Press. 2000. )

Mannheim, K. (1940) *Man and Society in an Age of Reconstruction*. London: Routledge. (23)

for further details Review (24)

Book Rags : Vilfredo Pareto available online at <http://www.bookrags.com/biography/vilfredo-frederico-damaso-pareto-wom/>

Coser , Op., cit ., p397-398

عنيفة لتحل محلها النخب الناشئة، وأن هذا الأمر يتكرر باستمرار، وأن الدافع الرئيس وراء ثبات مجموعة نخبوية هو قدرتها على تجديد نفسها ورؤاها واحتواء النخب الصاعدة.

### **النظرية التعددية للنخب:**

وهي تلك النظرية التي بدأت منذ منتصف الستينيات لتؤكد على وجود هرمية نخبوية، وأن هذه النخب الهرمية على المستوى الرأسي تتصارع فيما بينها على المستوى الأفقي بينها وبين النخب المساوية لها، وحين تتفوق تنتقل إلى الطبقة الأعلى<sup>(25)</sup> وقد سعت Keller إلى استكشاف العلاقات بين النخب المختلفة من منظور وظيفي حيث رأت أن النخبة السياسية تمثل نخبة تحقيق الهدف، بينما النخبة الأكاديمية والاقتصادية والعسكرية تمثل نخبة تحقيق وظيفة التكيف الاجتماعي، أما نخب الفلاسفة ورجال الدين فهي نخبة تحقيق وظائف الاندماج والتكامل، بينما النخبة الفنية والرياضية تحقق وظيفة الوحدة النفسية والعاطفية للمجتمع<sup>(26)</sup>.

### **ثانياً: النظريات الخاصة في علاقة النخب بوسائل الإعلام:**

#### **نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين:**

مثلت تلك النظرية الحالة الوسطى بين دراسات التأثير المباشر للرسالة الاتصالية ودراسات الوظيفة الفردية، وحاولت هذه النظرية التأكيد على أهمية الاتصال الشخصي كعنصر متمم لتحقيق تأثير الرسالة الاتصالية الجماهيرية، وترتكز هذه النظرية التي طورها لازرسفيلد على أن المعلومات تنتقل من وسائل الإعلام إلى الجمهور عبر مرحلتين:

الأولى: من وسائل الإعلام إلى قادة الرأي والذين يتميزون بنخبويتهم.

الثانية: من قادة الرأي إلى الجمهور بعد أن يصفون على الرسالة الاتصالية أبعاد رؤاهم الذاتية وقناعاتهم الشخصية كسبيل لخلق اتجاه مشابه لاتجاهاتهم ضمن الجماهير في ظل وجود حالة من الثقة المتبادلة بين الطرفين، حيث تلعب أدوار مثل المكانة الاجتماعية، التعليم، السن أدوراً مهمة في تحديد مكانة قائد الرأي في لعملية الاتصالية<sup>(27)</sup>.

ومما لا شك فيه أن قادة الرأي لديهم القدرة على تكوين وتعديل وتغيير اتجاهات الجمهور وفق ما يمتلكونه من أدوات تأثير تتمثل في مصداقيتهم ومكانتهم لدى الرأي العام. وبتطبيق هذه النظرية على مشكلة الدراسة يتضح أن النخبة الأكاديمية النسائية ذات تأثير على جمهورها المتمثل في الطالبات، وأن هذه النخبة حين تنتقل مضمون الرسائل الإعلامية فإنها تصبغها باتجاهاتها الذاتية مستغلة الدور والمكانة الاجتماعيين وعوامل المصداقية والثقة للوصول إلى تكوين أو تعديل أو تغيير اتجاهات الطالبات، وهو ما يجعل دراسة طبيعة

Etzioni-Halevy Eva. 1997. "Elites and the Working Class." Pp. 310-25 in Eva Etzioni-Halevy , ( <sup>25</sup> ) ed., *Classes and Elites in Democracy and Democratization*. New York: Garland.

**Suzanne Keller (1968), „Elites” in David Sills (ed.): *International Encyclopedia of the Social Sciences*. Vol.5. London: Macmillan, 26-9.** ( <sup>26</sup> )

Timothy Glander : *Origins of Mass Communications Research during the American Cold War: Educational Effects and Contemporary Implications*. (Mahwah, NJ , Lawrence Erlbaum Associates. 2000 ) p p 107-108 ( <sup>27</sup> )

استخدام وتقييم هذه النخبة لوسائل الاتصال السعودية أمراً مهماً إذ يحدد بالتالي طبيعة ومستوى التأثير المتوقع على الطالبات كبعد تالٍ وحتمي.

### مدخل الاستخدامات والإشباع:

وهو مدخل نظري يتأسس على الوظيفية الفردية<sup>(28)</sup> والتي تفترض أن الأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الإعلام لتحقيق حاجاتهم الاتصالية عبر نماذج نفسية واجتماعية معقدة. وقد طور النموذج بلومر وكاتز عام 1974 محددتين أن علاقة الفرد بوسائل الإعلام تتداخل فيها العديد من المتغيرات التي تشكل في النهاية نموذجاً وتمثل عناصر هذا النموذج في:

1. الأصول النفسية والاجتماعية للجمهور اعتماداً على المتغيرات الديموجرافية والفروق الفردية.
2. مستوى نشاط الجمهور في التعامل مع وسائل الإعلام.
3. أنماط وعادات التعرض لوسائل الإعلام.
4. دوافع التعرض لوسائل الإعلام باعتبارها إشباعاً متوقعة.
5. الإشباع المتحققة من التعرض لوسائل الإعلام.

وبناء على نتيجة العمليات السابقة تتحدد درجة توقع الإشباع وبالتالي أنماط التعرض وعاداته، وهو ما يشكل في النهاية علاقة واضحة بين الفرد ووسائل الإعلام<sup>(29)</sup>.

### نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تمثل نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام التي طورها ديفليير وروكيتش<sup>(30)</sup> تطويراً لمدخل الاستخدامات والإشباع، حيث سعى الباحثان إلى التغلب على الانتقادات التي وجهت لمدخل الاستخدامات والإشباع والتي ركزت على فرديته الشديدة، فحاولا إكساب هذا البعد الفردي أبعاداً تتعلق بالنظامين الاجتماعي والاتصالي.

لذا فقد اهتم الباحثان بعاملين رئيسين رأيا أنهما يحددان كذلك مستويات استخدام وسائل الإعلام، كما يحددان طبيعة العلاقة مع الوسيلة الإعلامية وهما:

1. **النظام الإعلامي:** وقدرته على توفير بدائل وظيفية، حيث رأيا أن العلاقة بالوسيلة الإعلامية لا تكون حيادية إلا في ظل وجود بدائل اتصالية أخرى تقوم بتحقيق الوظيفة ذاتها، مما يجعل العلاقة بالوسيلة علاقة طوعية وليست إجبارية.
2. **النظام الاجتماعي:** ويعني مدى اتساق الأداء الإعلامي مع معطيات النظام الاجتماعي، وهو ما يمثل البعد التقييمي لأداء وسائل الاتصال وفق تحقيق وظيفتها الاجتماعية.

Denis Mcquail (1983) Mass communication Theory : An Introduction , ( London : sage ) p 71 ( <sup>28</sup>)

Griffin, E. (2000). A first look at communication theory .4th ed. (Boston, MA: McGraw-Hill. P 310 and 364 ( <sup>29</sup>)

Ball-Rokeach, S.J., & DeFleur, M.L. (1976). A dependency model or mass-media effects. ( <sup>30</sup>)  
Communication Research, 3, 3-21.

3. زاد الباحثان في مسألة تحقق الإشباعات تصنيفاً جديداً تمحور حول دراسة طبيعة التأثير الناتج عن عملية الاعتماد على وسائل الإعلام وقسماها إلى تأثيرات معرفية ووجدانية وسلوكية<sup>(31)</sup>. وبالتوفيق بين نظريتي الاستخدامات والإشباعات والاعتماد على وسائل الإعلام، يمكن تحديد محاور الدراسة في شقين رئيسيين هما:

1. التعرف على طبيعة الاستخدام ومستوى تحقق الإشباعات، ومستوى التفاعل مع الوسائل الإعلامية، وعوائق هذا التفاعل، ومدى توافر البدائل الاتصالية.

2. التعرف على البعد التقويمي لأداء وسائل الاتصال السعودية لمعرفة مدى قدرتها على عرض وتقديم رسائل اتصالية تساعد في تحقيق الوظائف الاجتماعية المنتظرة من وسائل الإعلام على اختلافها.

### 3. الدراسات السابقة:

يمكن تقسيم الدراسات السابقة التي تناولت علاقة النخبة (الصفوة) بوسائل الإعلام إلى محورين رئيسيين هما: المحور الأول: الدراسات المعنية بدراسة طبيعة استخدام الصفوة لوسائل الاتصال واعتمادها على هذه الوسائل، والعوامل المؤثرة في عمليتي الاستخدام والاعتماد. ومن هذه الدراسات:

دراسة **عادل عبد الغفار (1995)** استخدامات الصفوة المصرية للراديو والتلفزيون المحلي والدولي<sup>(32)</sup> حيث قام الباحث بإخضاع 150 مفردة من الصفوة في المجالات السياسية والفكرية للبحث بتطبيق نظرية الاستخدامات والإشباعات، وقد توصلت الدراسة إلى أن عوامل مثل الحيدة والمصادقية والثقة والسرعة تلعب دوراً هاماً في تعرض الصفوة للقنوات والمحطات الدولية في مقابل القنوات والمحطات الوطنية، وهو ما يشير إلى أن النخب تزداد لديهم تقدير القيم المصاحبة للعمل الإعلامي وتعد عاملاً جاذباً في التعرض بخلاف الجمهور العام الذي تنخفض لديه هذه العوامل، والذي قد يجذب لمواد إعلامية دون النظر إلى مثل هذه القيم بدافع الاعتياد أو الإبهار.

دراسة **Al-Habib Saleh 1995**<sup>(33)</sup> إدراك النخب الأردنية والسعودية لخدمات الراديو المحلي والدولي. حيث استهدفت الدراسة مقارنة إدراك النخب العربية بالمقارنة بين الأردن والسعودية لما يقدمه الراديو المحلي الوطني، وخدمات الراديو الدولية المتمثلة في إذاعات صوت أمريكا ومونت كارلو وهيئة الإذاعة البريطانية، وقد تمت الدراسة على عينة متساوية بلغت 150 مفردة في كل دولة.

• Ball-Rokeach, S.J., Power, G.J., Guthrie, K.K., & Waring, H.R. (1990). Value-framing (31) abortion in the United States: An application of media system dependency theory. *International Journal of Public Opinion Research*, 2, 249-273.

(32) عادل عبد الغفار (1995) مرجع سابق.

(33) Al-Habib Saleh Abdallah (1996) The perception of Jordanian and Saudi Elites on National and International Radio Services. ( Ph.D , Gaylord college of journalism and mass communication , University of Oklahoma .

وقد خلصت الدراسة إلى أن الأردنيين أكثر تعرضاً لخدمات الراديو عامة من السعوديين، كما تبين أن النخب الأردنية كذلك أعلى في تعرضها للخدمات المحلية من النخب السعودية، وأن شعورها بمصداقية هذه الخدمات يفوق النخب السعودية.

وفي المقابل اتضح أن النخب السعودية أعلى تعرضاً للراديو الدولي على مستوى المحطات عينة الدراسة، ويأتي على رأسها هيئة الإذاعة البريطانية في ظل ارتفاع معدلات مصداقيتها لدى السعوديين، بينما تبين أن النخب الأردنية يفضلون إذاعة مونت كارلو عن مثيلتها، وجاءت صوت أمريكا كأقل المحطات استماعاً في البلدين. دراسة **سوزان القليني (1998)** مدى اعتماد الصفوة المصرية على التلفزيون في وقت الأزمات<sup>(34)</sup> حيث انطلقت الباحثة من فرضيات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام للتعرف على مستوى وكثافة اعتماد الصفوة المصرية الأكاديمية والسياسية والإعلامية على التلفزيون المصري في وقت الأزمات في مقابل البدائل الاتصالية الأخرى كالصحف والإذاعات والشبكات الفضائية العربية والأجنبية، وإجراء المقارنات بين هذه النوعيات من النخب وبين البدائل الاتصالية المتوافرة لديهم، وذلك بالتطبيق على حادث الأقصر، وقد خلصت الدراسة إلى أن النخبة السياسية كانت هي أكثر الفئات تنوعاً في مصادر المعرفة والأكثر اعتماداً على البدائل الاتصالية المحلية والدولية، بينما كانت أضعفها النخبة الأكاديمية. كما كانت النخبة الأكاديمية هي أكثر النخب ثقة في التلفزيون المصري الوطني بخلاف النخبة السياسية التي كانت معدلات ثقنتها متدنية جداً، كما اتضح أن التلفزيون الوطني كان هو المبادر لبث الحادث وتكوين البعد المعرفي الأول عنه، وقد شكل هذا محفزاً نحو الاستزادة من المصادر الإعلامية الأخرى الوطنية والدولية مما عمق البعد المعرفي ووجهه، كما اتضح أن عمق التغطية وشمولها ومصداقية الوسيلة تلعب الدور الأساسي في التأثير وهي تأتي في مرحلة لاحقة لمعرفة الحدث، وقد تفوقت فيها وسائل الإعلام الأجنبية، وقد عزز هذه النتيجة أن طبيعة التأثيرات الناتجة عن التعرض لرسائل التلفزيون المصري كانت وجدانية ثم سلوكية ثم معرفية، وهو ما يشير إلى فشل التلفزيون المصري في القيام بالوظيفة المعرفية العقلانية على وجه مناسب.

دراسة **جمال عبد العظيم أحمد 2001**<sup>(35)</sup> دور الصحافة في المشاركة السياسية لدى قادة الرأي.. دراسة ميدانية بالتطبيق على انتخابات مجلس الشعب عام 2000 في إطار نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام. حيث هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تقوم به الصحافة في تفعيل المشاركة السياسية لدى قادة الرأي باعتبارهم يمثلون نخبة مجتمعية تنقل أفكارها ورؤاها إلى الجماهير. وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها 260 مفردة.

(<sup>34</sup>) سوزان القليني (1998) مدى اعتماد الصفوة المصرية على التلفزيون في وقت الأزمات ( المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الرابع، ديسمبر 1998 ) ص ص 33-64.

(<sup>35</sup>) جمال عبد العظيم أحمد : دور الصحافة في المشاركة السياسية لدى قادة الرأي.. دراسة ميدانية بالتطبيق على انتخابات مجلس الشعب عام 2000 في إطار نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام . ( المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الثاني، العدد الأول، يناير - مارس 2001 ) ص ص 161-227

وقد أسفرت الدراسة عن أن معدلات الاعتماد على الصحف كمصدر للمعرفة السياسية يزيد من إيجابية عملية المشاركة السياسية والتفاعل مع الأحداث السياسية في المجتمع لدى قادة الرأي وإن كانت بمعدلات ارتباط تتسم بالضعف النسبي، كما اتضح أن الدافع وراء تصاعد استخدام قادة الرأي لوسائل الإعلام تجاه القضية موضوع الدراسة هو رغبتهم في العمل من أجل الصالح العام. واتضح كذلك أن الاعتماد على الصحف كمصدر للمعلومات السياسية يرتبط بشكل إيجابي مع المعرفة السياسية لدى المبحوثين، وهو ما يشير إلى أن الصحف تمثل مصدراً معلوماتياً ملائماً ومناسباً للحصول على المعرفة السياسية لدى عينة الدراسة.

دراسة محمد عبد الغني 2002<sup>(36)</sup> حيث استهدفت الدراسة تطبيق مدخل الاستخدامات والإشباعات للتعرف على مصادر معلومات النخبة المصرية كهدف أول، وعلاقتهم بالصحافة المصرية والعربية والدولية كهدف ثان. وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها 200 مفردة توزعت بين النخب السياسية والأكاديمية والاقتصادية والثقافية والفنية.

وقد أسفرت الدراسة عن احتلال الصحافة القومية المصرية المرتبة الأولى كمصدر للمعلومات عن الأحداث الجارية تلاها التلفزيون المصري ثم الفضائيات العربية، كما تراجعت مكانة كل من الصحف الحزبية والعربية والدولية كمصادر للمعلومات لدى النخب المصرية بأنواعها.

دراسة وليد فتح الله بركات 2003<sup>(37)</sup> تعرض الصفوة المصرية لبرامج الرأي في القنوات التلفزيونية العربية. حيث استهدفت الدراسة رصد تعرض الصفوة المصرية لهذه النوعية من البرامج وتقييمه لها. وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها 200 مفردة من الصفوة الأكاديمية موزعين على أربع جامعات هي جامعة القاهرة، الأزهر، المنيا، 6 أكتوبر.

وتوصلت الدراسة إلى أن هذه النوعية من البرامج تأتي في المرتبة الرابعة من حيث قوالب البرامج المفضلة لدى العينة، كما اتضح أن التلفزيون المصري بقنواته الأرضية والمتخصصة والفضائية والخاصة جاء في مقدمة القنوات العربية التي يشاهدها المبحوثون، يليه قناة الجزيرة. وقد تبين وجود تأثير لنوع الجامعة، والدراسة في الخارج للحصول على الدكتوراه في مستويات المشاهدة، وفي تقييم هذه البرامج من حيث موضوعاتها ومساحة الحرية فيها.

المحور الثاني: الدراسات المعنية بدراسة تقييم النخبة (الصفوة) لأداء وسائل الإعلام والعوامل المؤثرة في هذا التقييم.

ومن هذه الدراسات:

دراسة هويدا مصطفى 2001<sup>(38)</sup> حول استطلاع رأي عينة من النخبة السياسية والإعلامية حول التغطية التلفزيونية لانتخابات مجلس الشعب لعام 2000. حيث استهدفت الدراسة التعرف على البعد التقييمي للنخبة

(36) محمد عبد الغني علام : النخبة المصرية والصحافة .. دراسة ميدانية في الاستخدامات والاتجاهات ( ماجستير، غير

منشورة، جامعة المنيا، كلية الآداب، قسم الإعلام ) 2002

(37) وليد فتح الله بركات : تعرض الصفوة المصرية لبرامج الرأي في القنوات التلفزيونية العربية ( المجلة المصرية لبحوث الرأي

العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الرابع، العدد المزدوج، يناير - ديسمبر 2003 ) ص 49-75

السياسية والإعلامية نحو أداء وسائل الإعلام وتغطياتها لأحداث انتخابات مجلس الشعب المصري للعام 2000.

وقد أسفرت الدراسة عن عدة نتائج كان من أهمها، أن أغلب العينة على الرغم من نخبويتها كانت ضعيفة التعرض للمواد الإعلامية التي قامت بتغطية الانتخابات وذلك بسبب عدم ملاءمة توقيتات الإذاعة كسبب رئيس، كما اتضح أن 90% من العينة قد أفادوا بعدم كفاية الوقت المتاح لكل حزب لعرض برنامجه الانتخابي في ظل وجود حالة من افتقاد التوازن بين الأحزاب في التواجد على شاشة التلفزيون، كما تبين أن هذه التغطيات لم تنجح في إبراز وجوه حزبية جديدة أو تفعيل الاهتمام الجماهيري بنشاط الأحزاب المختلفة، وبشكل عام فقد اتضح أن المعالجة التلفزيونية للانتخابات فضلاً عن اتسامها بعدم الملاءمة في التوقيتات وأساليب العرض، فقد اتسمت بالجفاف وانعدام التوازن وضعف المصادقية.

دراسة عادل عبد الرازق ضيف 2002<sup>(39)</sup> رأي النخبة حول دور الإعلام في تحسين صورة العرب والمسلمين بالخارج حيث سعت هذه الدراسة إلى التعرف على رأي النخبة تجاه قدرات الإعلام في تحسين الصورة الذهنية للعرب والمسلمين في الخارج، وتقييم الدور الإعلامي الحالي والمستقبلي في هذا الإطار، وقد تمت الدراسة على عينة قوامها 150 مفردة من الأكاديميين والإعلاميين والنخب التكنوقراطية، وتوصلت الدراسة إلى أن نوعية النخبة تؤثر في رؤيتهم حول مسؤولية الغرب تجاه تشويه صورة العرب والمسلمين، كما اختلفت وجهات نظرهم في قضية صراع الحضارات وكيفية التعامل معها، وقدرة الإعلام في تحسين صورة العرب والمسلمين في الخارج، وتحدد الدور التقييمي في ضرورة أن تقوم وسائل الإعلام بدورها في إطار من التوازن والموضوعية في عرض وجهات النظر جميعها دون التركيز على وجهة نظر أحادية.

دراسة هويدا مصطفى 2002<sup>(40)</sup> اتجاهات الصفوة المصرية نحو تغطية الإعلام المصري لأحداث 11 سبتمبر وتداعياتها.. دراسة استطلاعية على عينة من الصفوة المصرية.

حيث استهدفت الدراسة التعرف على طبيعة استخدامات الصفوة المصرية لوسائل الإعلام المختلفة في استقاء المعلومات عن أحداث 11 سبتمبر، وتأثير اعتمادهم على هذه الوسائل في تشكيل اتجاهاتهم ومواقفهم إزاء الأحداث، والتعرف على البعد التقييمي لأداء وسائل الإعلام المصرية في تناولها ومعالجتها تجاه هذه الأحداث، وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها 72 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى أن الصفوة المصرية تعتمد بنسبة عالية على وسائل الإعلام المصرية في متابعتها لهذه الأحداث، كما تبين أن الصفوة يرون أن المعالجة الإعلامية

<sup>(38)</sup> هويدا مصطفى : استطلاع رأي عينة من النخبة السياسية والإعلامية حول التغطية التلفزيونية لانتخابات مجلس الشعب لعام 2000 ( المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الثاني، العدد الأول، يناير - مارس 2001 ) ص 123-159

<sup>(39)</sup> عادل عبد الرازق ضيف (2002) مرجع سابق.

<sup>(40)</sup> هويدا مصطفى اتجاهات الصفوة المصرية نحو تغطية الإعلام المصري لأحداث 11 سبتمبر وتداعياتها .. دراسة استطلاعية على عينة من الصفوة المصرية ( المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الثالث، العدد الرابع، أكتوبر - ديسمبر 2002 ) ص 53 - 108.

المصرية تأثرت بالمعالجات العربية والغربية للأحداث، وعلى الرغم من هذا فقد تبين على المستوى التقييمي ضعف الثقة في أداء وسائل الإعلام المصرية وما تبثه من معلومات وأخبار وتحليلات عن الأحداث إضافة إلى ضعف العقلانية والحيادية والتوازن في هذه المعالجات، كما اتضح ضعف عمق التناول في عرض المعلومات والأخبار، وغياب الأطر التفسيرية لهذه الأحداث، كما اتضح أن معيار الموضوعية قد ارتبط بمعدلات الاعتماد على الوسائل الإعلامية المصرية بشكل طردي.

دراسة أحمد عثمان وسامي النجار 2002<sup>(41)</sup> اتجاهات الصفوة المصرية نحو صورة الإنسان العربي في الصحف وقنوات التلفزيون الغربية.

حيث استهدفت الدراسة التعرف على اتجاهات الصفوة المصرية نحو الصورة الإعلامية للإنسان العربي في الصحف وقنوات التلفزيون الغربية، وأجريت الدراسة على ثلاثة أنواع من الصفوة المصرية هي الصفوة الإعلامية، والصفوة السياسية، والصفوة الأكاديمية، وبلغت عينة الدراسة 150 مفردة.

وقد أسفرت نتائج الدراسة عن وجود اتجاهات رافضة قوية للصورة الإعلامية للإنسان العربي في وسائل الإعلام الأجنبية، كما اتضح أن هذه الاتجاهات لا تتأثر بكثافة التعرض لهذه الوسائل، وهو ما يشير إلى رسوخها، كما تبين عدم تأثر الصورة الإعلامية للإنسان العربي بنوع الصفوة التي ينتمي إليها المبحوثون مما يؤكد وجود اتساق بين المكونات المعرفية والوجدانية والإدراكية للمبحوثين، إضافة إلى وجود اتجاه ثابت وراسخ نحو تحيز وعدم موضوعية وسائل الإعلام الأجنبية في تعاملها مع الشخصية العربية في رسائلها الإعلامية.

دراسة إيمان فاروق 2003<sup>(42)</sup> اعتماد النخبة المصرية على وسائل الإعلام في أوقات الأزمات.. دراسة مقارنة بين الوسائل المصرية والدولية.

حيث قامت الباحثة بتطبيق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بهدف التعرف على تأثير الاعتماد على الوسائل الإعلامية الدولية وقت الأزمات على معدلات اعتمادهم الكمية والكيفية على وسائل الإعلام المحلية، وقد أجريت الدراسة على عينة بلغت 120 مفردة من النخب السياسية والأكاديمية والاقتصادية.

وقد توصلت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام الدولية كانت هي الأكثر فعالية وقدرة على تغطية أخبار الأزمات والكوارث، وأن تقدير عنصر الفورية في نقل الحدث كان مرتفعاً للغاية بها في مقابل وسائل الإعلام المحلية، وهو ما رفع معدلات الاعتماد عليها، وقد توصلت الدراسة إلى إثبات الفرضية الرئيسية وهي وجود علاقة عكسية بين الاعتماد على الوسائل الأجنبية في مقابل الوسائل الوطنية إزاء أخبار الأزمات والكوارث، وحظيت هيئة الإذاعة البريطانية على أعلى مرتبة تلتها قناة الجزيرة ثم شبكة CNN الأمريكية.

دراسة سهام نصار 2003<sup>(43)</sup> تأثير المصادقية على علاقة النخبة بالصحافة المصرية.

( 41 ) أحمد أحمد عثمان وسامي السعيد النجار : اتجاهات الصفوة المصرية نحو صورة الإنسان العربي في الصحف وقنوات التلفزيون الغربية (بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الثامن لكلية الإعلام جامعة القاهرة المنعقد تحت عنوان " الإعلام وتحسين صورة العرب والمسلمين، مايو 2002 ) ص 457-504

( 42 ) إيمان فاروق الصياد : اعتماد النخبة المصرية على وسائل الإعلام في أوقات الأزمات .. دراسة مقارنة بين الوسائل المصرية والدولية ( ماجستير، غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم الإعلام وعلوم الاتصال، 2003).



حيث استهدفت الدراسة التعرف على تقييم النخبة لعنصر المصداقية في الصحافة المصرية، وقياس تأثير هذا التقييم على علاقة النخبة بالصحف، وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها 150 مفردة من النخب السياسية والفكرية والاقتصادية.

وقد توصلت الدراسة إلى أن مفهوم المصداقية يرتبط بعدة عوامل مهمة هي سمعة الصحيفة، ودرجة الاعتماد عليها، إضافة إلى عوامل تتعلق بمعالجة الرسالة الإعلامية المتمثلة في الشمولية، والحدثة، والاهتمام بمصلحة الجماهير، والتنوع، والتحيز، والمبالغة والتهويل.

وقد تبين أن الصحف القومية كانت أعلى في مصداقيتها فيما يتعلق بثراء المادة وشموليتها واهتمامها بمصالح الجماهير، بينما كانت الصحف الحزبية أكثر مصداقية في عرض الاتجاهات المتنوعة، في مقابل اتسام معالجاتها بالتحيز في عرض المعلومات والانتقاء المخل، بينما اتسمت الصحف الخاصة بالتهويل والمبالغة، واكتسبت مصداقيتها عبر مصداقية من يكتبون فيها. وبشكل عام جاءت الصحف القومية كأعلى الصحف في معدلات التعرض لها والاعتماد عليها.

دراسة خالد صلاح الدين 2004<sup>(44)</sup> اتجاهات النخبة المصرية نحو إدارة القنوات التلفزيونية الإخبارية للأزمات العربية في إطار مدخل إدارة الصراع.

حيث تستهدف الدراسة رصد وقياس اتجاهات النخبة المصرية نحو إدارة القنوات الإخبارية العربية (النيل للأخبار والجزيرة والعربية) للصراعات والأزمات التي تمس الأنظمة والشعوب والمقدرات العربية على المستوى العام والفرعي بالتطبيق على أزمة العراق وأزمة الجدار العازل في فلسطين. وقد ركزت الدراسة على البعد التقويمي المتعلق بالتعامل المهني مع المادة الإخبارية وأطر صياغتها، وعلاقتها بالبيئات المحيطة، إضافة إلى البعد التقويمي المتعلق بالقيم الإخبارية المتمثلة في التوازن والموضوعية والحياد والمصداقية والالتزام بالخصوصية الثقافية العربية، ووعي القائم بالاتصال بهذه المتغيرات.

وقد توصلت الدراسة إلى أن القنوات الإخبارية قد وظفت الهوية العربية بوصفها مرجعية رئيسية حال إدارتها للأزمات من وجهة نظر النخبة، كما تبين على مستوى القضايا الفرعية المتعلقة بالأزمة العراقية والجدار العازل أن النخبة قد رأت أن القنوات العربية الثلاث قد دأبت على توظيف نمط الصراع المصيري في إدارة الأزمة العراقية في مقابل نمط الصراع الثانوي بالنسبة لأزمة الجدار العازل. كما رأى أفراد النخبة المصرية أن القنوات الثلاث قد وظفت نمط نظرية المؤامرة في معالجاتها الإعلامية نحو الأزمات العربية على مستويها العام والفرعي.

دراسة حنان سليم 2005<sup>(45)</sup> اتجاهات الصفوة المصرية نحو واقع ومستقبل القنوات الإخبارية العربية.

( 43 ) سهام نصار : تأثير المصداقية على علاقة النخبة بالصحافة المصرية ( بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي السنوي التاسع

لكلية الإعلام، جامعة القاهرة تحت عنوان " أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق " مايو 2003 ) ص 1385-1467.

( 44 ) خالد صلاح الدين حسن على : اتجاهات النخبة المصرية نحو إدارة القنوات التلفزيونية الإخبارية للأزمات العربية في إطار

مدخل إدارة الصراع ( بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي العاشر لكلية الإعلام جامعة القاهرة تحت عنوان " الإعلام لمعاصر والهوية

العربية، في الفترة من 4-6 مايو 2004 ) ص 943 - 1027.

وقد استهدفت الباحثة التعرف على اتجاهات الصفوة المصرية الأكاديمية والإعلامية والسياسية نحو واقع ومستقبل قنوات النيل للأخبار، والجزيرة، والعربية، وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها 150 مفردة موزعة بالتساوي على أنواع الصفوة الثلاث.

وقد أسفرت نتائج الدراسة عن عدة أمور مهمة هي:

1. وجود اتجاه إيجابي لدى الصفوة المصرية نحو مكونات الأداء الإعلامي للقنوات الثلاث، حيث احتلت قناة الجزيرة المرتبة الأولى من حيث الفورية، والجرأة، والمصداقية، والدقة، والتوازن، والحياد، والموضوعية، بينما مثلت أعلى درجات المبالغة والتهويل. وقد تلتها في القيم الإيجابية قناة العربية ثم النيل للأخبار التي تبين فيها ضعف الفورية والموضوعية والجرأة.
2. عكست النتائج كذلك تجاهل قناة الجزيرة للإيجابيات وتركيزها على الموضوعات السلبية بسمت انفعالي، بينما جاءت معالجات العربية والنيل للأخبار أكثر نمطية وثباتاً.
3. تبين أن قناة النيل للأخبار هي الأكثر خضوعاً للضغوط والتوجهات السياسية للحكومة المصرية.
4. رأت العينة أن قناتي الجزيرة والعربية هما الأكثر قدرة على منافسة الخدمات الإخبارية الأجنبية.
5. على الجانب المستقبلي رأت عينة الدراسة ضرورة تصعيد سقف الالتزام المهني بجودة المعالجة، وضرورة التأكيد على الهوية العربية، إضافة إلى ضرورة الاهتمام بتوثيق الأحداث بشكل ممنهج، وضرورة أن تعمل القنوات العربية على تصحيح صورة الإنسان العربي، ودعم التقاليد والقيم العربية.

### تحديد مشكلة الدراسة:

وبناء على فرضيات النظريات السالفة والمعالجات البحثية السابقة تحددت مشكلة الدراسة فيما يلي:  
أن النخب تمثل قادة رأي تؤثر في محيطها الاجتماعي وتشكل اتجاهاته، وأن علاقتها بوسائل الإعلام تحدد بالتالي طبيعة هذا التأثير. وعليه فقد تحددت مشكلة الدراسة في التعرف على علاقة النخبة الأكاديمية النسائية بوسائل الإعلام السعودية وتقييمها لأدائها الاتصالي كمتغيرات رئيسة والتعرف على العلاقات التبادلية بين هذه المتغيرات، إضافة إلى دراسة المتغيرات ذات الصلة ووضعها قيد الاختبار كالمتغيرات الديموجرافية والوظيفية ودراسة تأثيرها على علاقة هذه النخبة بوسائل الاتصال.

### أساليب المعالجة البحثية:

وعلى هذا الأساس فإن هذه الدراسة تقوم على معالجة مشكلة الدراسة وفق الخطوات التالية:

1. التعرف على المتغيرات الديموجرافية والوظيفية لعينة الدراسة.

(<sup>45</sup>) حنان أحمد سليم : اتجاهات الصفوة المصرية نحو واقع ومستقبل القنوات الإخبارية العربية (بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر لكلية الإعلام، جامعة القاهرة، تحت عنوان " مستقبل وسائل الإعلام العربية " في الفترة من 2-5 مايو

2. التعرف على سمات العلاقة بوسائل الاتصال السعودية عبر تحديد استخدامات النخبة الأكاديمية النسائية لهذه الوسائل والإشباع المتحققة منها ومستويات التفاعل معها.
3. اختبار علاقة المتغيرات الديموجرافية والوظيفية بالاستخدامات والإشباع ومستويات التفاعل.
4. اختبار علاقة تقييمات أداء الإعلام السعودي بكل من الاستخدامات والإشباع ومستويات التفاعل.

### **تساؤلات الدراسة وفروضها:**

#### **أولاً تساؤلات الدراسة:**

تستهدف تساؤلات الدراسة التعرف على طبيعة الخصائص الديموجرافية والوظيفية لعينة الدراسة، وطبيعة استخداماتها لوسائل الاتصال السعودية:

#### **أولاً: ما خصائص عينة الدراسة الديموجرافية والوظيفية؟ وتشمل**

- من حيث نوع التخصص الأكاديمي.
- من حيث الدرجة العلمية.
- من حيث السن.
- من حيث الحالة الاجتماعية.

#### **ثانياً: ما استخدامات النخبة الأكاديمية النسائية لوسائل الإعلام السعودية وطبيعتها؟ وتشمل:**

- أ. مصادر المعرفة الإعلامية.
- ب. كثافة التعرض.
- ج. نوع الإشباع المتحققة.
- د. مستوى تحقق الإشباع.
- هـ. نوع التفاعل مع وسائل الإعلام.
- و. مستوى التفاعل مع وسائل الإعلام.
- ز. عوائق التفاعل مع وسائل الإعلام.

#### **ثالثاً: اختبار فروض الدراسة:**

تستهدف فروض الدراسة التعرف على العلاقة بين المتغيرات الديموجرافية والوظيفية ومستويات التعرض والإشباع والتفاعل، والأبعاد التقييمية لأداء وسائل الإعلام السعودية.

وقد تم بناء الفروض الرئيسة على ثلاثة مستويات، تفرع عنها عشرة فروض فرعية على النحو التالي:

#### **الفرض الرئيس الأول:**

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموجرافية والوظيفية واستخدامات النخبة الأكاديمية النسائية لوسائل الإعلام السعودية والإشباع المتحققة منها.

#### **الفرض الفرعي الأول:**

يؤثر التخصص الأكاديمي في طبيعة مصادر المعرفة الإعلامية، وكثافة التعرض، ومستوى تحقق الإشباع، ومستوى التفاعل، وطبيعة عوائق التفاعل مع وسائل الإعلام السعودية.

**الفرض الفرعي الثاني:**

تؤثر الدرجة العلمية في طبيعة مصادر المعرفة الإعلامية، وكثافة التعرض، ومستوى تحقق الإشباع، ومستوى التفاعل، وطبيعة عوائق التفاعل مع وسائل الإعلام السعودية.

**الفرض الفرعي الثالث:**

تؤثر الحالة الاجتماعية في طبيعة مصادر المعرفة الإعلامية، وكثافة التعرض، ومستوى تحقق الإشباع، ومستوى التفاعل، وطبيعة عوائق التفاعل مع وسائل الإعلام السعودية.

**الفرض الفرعي الرابع:**

يؤثر السن في طبيعة مصادر المعرفة الإعلامية، وكثافة التعرض، ومستوى تحقق الإشباع، ومستوى التفاعل، وطبيعة عوائق التفاعل مع وسائل الإعلام السعودية.

**الفرض الرئيس الثاني:**

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض، ومستوى تحقق الإشباع، ومستوى التفاعل.

**الفرض الفرعي الخامس:**

يتأثر مستوى تحقق الإشباع بكثافة التعرض.

**الفرض الفرعي السادس:**

يتأثر مستوى التفاعل مع وسائل الإعلام بكثافة التعرض.

**الفرض الفرعي السابع:**

يتأثر مستوى التفاعل بمستوى تحقق الإشباع.

**الفرض الرئيس الثالث:**

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض، ومستوى تحقق الإشباع، ومستوى التفاعل، وبين الأبعاد التقييمية لوسائل الإعلام السعودية.

**الفرض الفرعي الثامن:**

تتأثر التقييمات المتعلقة بتوازن التغطية الإعلامية بكل من كثافة التعرض، ومستوى تحقق الإشباع، ومستوى التفاعل.

**الفرض الفرعي التاسع:**

تتأثر التقييمات المتعلقة بكفاءة العرض الموضوعي بكل من كثافة التعرض، ومستوى تحقق الإشباع، ومستوى التفاعل.

**الفرض الفرعي العاشر:**

تتأثر التقييمات المتعلقة بمعالجة الرسالة الإعلامية (المصدقية، الدقة، المبالغة، الجرأة) بكل من كثافة التعرض، ومستوى تحقق الإشباع، ومستوى التفاعل.

**أداة الدراسة:**

تم اعتماد أسلوب الاستقصاء كأداة بحثية، حيث تم تصميم استمارة شملت متغيرات البحث، وبعد إجراء اختبارات الصدق والثبات تم تطبيقها على عينة الدراسة.

1. **الصدق:** حيث تم عرض الاستمارة على عدد من المحكمين الذين أقرروا بصلاحيتها للتطبيق، وقدرتها على تحقيق أهداف الدراسة<sup>(46)</sup>.

2. **الثبات:** وقد تنوع قياس الثبات بين أمرين هما:

أ - ثبات الأداة: حيث تم قياس الثبات بأسلوب إعادة الاختبار على عينة مثلت 11.8% من مفردات العينة بواقع عشر مفردات بعد أسبوعين من ملء الاستمارة الأولى، وقد بلغت نسبة الثبات 93.2% وهي نسبة تشير إلى ثبات الاستمارة.

ب - ثبات المقياس: حيث تم تصميم عدد من المقاييس التجميعية شملت مقياساً لمستوى التعرض، ومقياساً لمستوى تحقق الإشباع، ومقياساً لمستوى التفاعل، وقد جاءت جميع المفردات الداخلية للمقاييس وفق معامل Alpha الإحصائي أعلى من قيمة معامل Alpha القياسي لكل مقياس حيث تراوحت نسب الثبات المعياري بين 0.8133 و 0.9268 وهو ما يشير إلى وجود اتساق داخلي قوي بين المفردات الداخلية لكل مقياس.

### عينة الدراسة:

تحددت عينة الدراسة في النخبة الأكاديمية النسائية من الحاصلات على الدكتوراه المقيمت في منطقة الرياض بالمملكة.

وتشير الإحصاءات الرسمية<sup>(47)</sup> إلى أن مجموع أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية من حملة الدكتوراه من الإناث في مدينة الرياض يبلغ 384 مفردة يتوزع على ثلاث جامعات هي:

- جامعة الملك سعود (199).

- جامعة الرياض للبنات (كليات التربية سابقاً) (169).

- جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (16).

وقد استهدف الباحث الوصول إلى عينة قوامها 25% وفق التمثيل النسبي لكل جامعة، وعليه فقد تم توزيع الاستمارات بهدف الحصول على 96 استمارة، إلا أنه قد تم استبعاد بعض الاستمارات لوجود خلل في البيانات الشخصية ولعدم استكمال بعض الأسئلة مما وصل بمجموع الاستمارات القابلة للتطبيق 85 مفردة بنسبة 22.14% وهي نسبة تتيح قابلية لتعميم النتائج.

### التحليل الإحصائي للبيانات:

(46) تم عرض الاستمارة على عدد من أساتذة الإعلام بجامعة الإمام والمملكة سعود والفاخرة والأزهر ومصر الدولية و6 أكتوبر).

(47) وزارة التعليم العالي، إحصاءات التعليم العالي في المملكة العربية السعودية، العدد الثامن والعشرون، الرياض 1425 -

اعتمد الباحث في عمليات التحليل الإحصائي على برنامج SPSS v.11 حيث تم إدخال البيانات على الكمبيوتر، وتمت المعالجة الإحصائية لهذه البيانات عبر تطبيق العديد من المعاملات الإحصائية التي جاءت على النحو التالي:

#### أولاً: المقاييس الوصفية وتشمل:

الجدول والتوزيعات التكرارية: حيث قام الباحث بعرض متغيرات الدراسة في جداول تهدف إلى الكشف عن التكرارات والنسب فقط. وهو ما يوفر المؤشرات الكمية المطلوبة للتعرف على مجتمع البحث. متوسط الوزن المرجح: ويستهدف التعرف على القيم الوزنية لمفردات كل مقياس بهدف التعرف على ترتيب تمثيل كل منها لدى عينة الدراسة.

#### ثانياً: تصميم المقاييس التجميعية:

حيث تم تصميم عدد من المقاييس التي شملت مقياس التعرض، ومقياس تحقق الإشباع ومقياس التفاعل مع وسائل الإعلام.

#### ثالثاً: الاختبارات الإحصائية:

أما على صعيد الاختبارات الإحصائية التي تقيس مدى وجود فروق بين متغيرات الدراسة فقد تمثلت في المتغيرات الوزنية Scale ذات المصدقية الأعلى بين الاختبارات الإحصائية وتمثلت أهم هذه الاختبارات في:

- اختبار T.Test لقياس الفروق الوزنية بين مجموعتين فقط.
  - اختبار F One Way ANOVA لقياس الفروق الوزنية بين أكثر من مجموعتين.
- مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة: اعتمد الباحث على مستوى دلالة يبلغ 0.05 وذلك لاعتبار الفروق ذات دلالة إحصائية من عدمه.

#### نتائج الدراسة الميدانية:

#### أولاً: خصائص عينة الدراسة الديموجرافية والوظيفية:

جدول رقم (1) يوضح توزيع عينة الدراسة من حيث نوع التخصص الأكاديمي:

النسبة المئوية	التكرار	التخصص الأكاديمي
10.6	9	تطبيقي
89.4	76	نظري
100	85	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

ارتفاع تمثيل التخصصات النظرية بمعدلات عالية للغاية، إذ بلغت نسبتها 89.4% وهو ما يشير إلى أن نسبة كبيرة من الأكاديميات السعوديات يفضلن التخصص في العلوم النظرية التي تعد أكثر ملاءمة للطبيعة النسائية من جهة، ومن جهة أخرى تشير هذه النتيجة إلى وجود قصور واضح في تواجد النخبة الأكاديمية على صعيد العلوم التطبيقية، وهي ظاهرة في عموم المملكة حيث أشارت نتائج الإحصاء السكاني الثالث إلى أنه خلال السنوات العشر الماضية بلغت نسبة الخريجين في عموم المملكة من الذكور والإناث 80-85% في

التخصصات النظرية في مقابل 15-20% في التخصصات العملية، وهو ما يجعل هذه النتيجة طبيعية خصوصاً وأن ميل الإناث أكثر نحو التخصصات النظرية. وهو ما أكدته دراسة الخطيب 2004<sup>(48)</sup> حيث أكدت أن تخصص التربية والتعليم يستحوذ على 78.4% من عدد الطالبات في الجامعات يليه العلوم الإنسانية بنسبة 10.2%، ثم الدراسات الإسلامية بنسبة 4.7% بينما تأتي بقية التخصصات بما فيها التخصصات التطبيقية لتمثل 6.7% فقط، مع ملاحظة اختفاء العديد من التخصصات التطبيقية كتخصصات الهندسة والعمارة والتخطيط وعلوم الأرض، والبحار، وعلوم البيئة والتخطيط، والطب البيطري والثروة الحيوانية وغيرها. وذلك وفق بيانات عام 1420هـ.

جدول رقم (2) يوضح توزيع عينة الدراسة من حيث الدرجة العلمية

الدرجة العلمية	التكرار	النسبة المئوية
أستاذ مساعد	65	76.5
أستاذ مشارك	20	23.5
أستاذ	-	-
المجموع	85	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

أن نسب تمثيل الأساتذة المساعد بلغت 76.5% وهي نسبة عالية، بينما اختفت نسبة تمثيل درجة أستاذ، وهو ما يشير إلى أن نسبة كبيرة من الأكاديميات في المملكة لا يتابعن المسيرة البحثية بحيث يصلن إلى درجة أستاذ، كما تشير هذه النتيجة إلى أن تنامي الأكاديميات السعوديات تطور بشكل ملحوظ في فترات قريبة زمنياً مما لم يسمح للعديد منهن أن يصلن إلى مرتبة أستاذ التي تستغرق فترة زمنية لا تقل عن 10 سنوات على الإطلاق بعد الحصول على درجة الدكتوراه، وهو ما يتفق مع التوزيع العمري للعينة الآتي بعد.

جدول رقم (3) يوضح توزيع عينة الدراسة من حيث السن.

السن	التكرار	النسبة المئوية
35 فأقل	14	16.5
36 حتى 46	68	80.0
أكثر من 46	3	3.5
المجموع	85	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

ارتفاع نسبة تمثيل فئات السن المتوسط من 36-46، حيث بلغت 80%، تلتها الفئة العمرية الأصغر بنسبة بلغت 16.5% ثم الأكبر بنسبة 3.5% وهو ما يتسق مع توزيعات الدرجة العلمية السابق الإشارة إليها.

(48) محمد شحات الخطيب: المرأة حقوقها وواجباتها وعلاقة التعليم بذلك. (بحث مقدم إلى مؤتمر " حقوق وواجبات المرأة

جدول رقم (4) يوضح توزيع عينة الدراسة من حيث الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة المئوية
متزوجة	67	78.8
آنسة	18	21.2
أرملة	-	-
المجموع	85	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

ارتفاع نسبة تمثيل الأنسات بشكل كبير حيث بلغت نسبة غير المتزوجات 21.2% في حين أن نسبة من في هذا السن من الإناث ممن لم يسبق لهن الزواج طبقاً لبيانات مصلحة الإحصاءات العامة والمعلومات التابعة لوزارة التخطيط تفيد بأن نسبة هذه الفئة في مدينة الرياض تمثل 2.9% فقط (49) وهو ما يؤكد بوضوح أن طبيعة العمل الأكاديمي تؤثر في الحالة الاجتماعية لمن يعمل فيها من النساء بما يقلل فرص زواجهن بشكل كبير.

### ثانياً: استخدامات وسائل الإعلام وطبيعتها:

أ. مصادر المعرفة:

جدول رقم (5) يوضح مصادر المعرفة الإعلامية لدى عينة الدراسة

مصادر المعرفة	متوسط الوزن المرجح
صحف	4.0706
تلفزيون	4.0706
كتب مطبوعة	4.0118
مجلات علمية مطبوعة	3.5176
مواقع إعلامية إلكترونية	3.1176
مجلات	3.0471
مجلات علمية على الإنترنت	2.8706
إذاعة	2.6118
كتب على الإنترنت	2.5294

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

(49) مصلحة الإحصاءات العامة والمعلومات .. وزارة التخطيط



- جاءت الصحف والتلفزيون بمتوسط واحد وهو ما يشير إلى أن الصحف والتلفزيون يحتلان الأهمية ذاتها لدى عينة الدراسة في الحصول على المعرفة الإعلامية، وهو أمر طبيعي يتسق بالنسبة للصحافة مع طبيعة العينة كجمهور مثقف ونخبوي، ويتسق مع نتائج الدراسات العامة التي تشير إلى أن التلفزيون يعد المصدر الرئيس للمعرفة الإعلامية بين الجمهور العام بكافة شرائحه.
- جاءت الكتب المطبوعة في المرتبة الثانية بفارق كبير عن أقرب بديل، وهي نتيجة تتسق مع الطبيعة الأكاديمية النخبوية للعينة، حيث تعد الكتب المصدر الرئيس للمعرفة بكافة أشكالها.
- جاءت المجالات العلمية في المرتبة الثالثة وهو ما يتسق كذلك مع الطبيعة الأكاديمية النخبوية في الاعتماد على المجالات العلمية كمصادر للاطلاع على أحدث الاتجاهات العلمية والبحثية.
- تفوقت مصادر الإنترنت العامة ممثلة في المواقع العامة على مثيلاتها ذات الطابع الأكاديمي ممثلة في الكتب الإلكترونية والمجلات العلمية الإلكترونية على الشبكة، وهو ما يشير إلى أن استخدامات هذه النخبة الأكاديمية تقترب من الاستخدامات العامة للشبكة، في مقابل تقلص واضح للاعتماد عليها كمصدر للمعرفة العلمية.
- جاءت المجالات العامة في مرتبة متأخرة، كذلك الإذاعة المسموعة، وهو ما يشير إلى تقلص اهتمام هذه النخبة النسائية بهذين المصدرين الرئيسيين للمعرفة الإعلامية، وقد يرجع هذا إلى أن أغلب المجلات السعودية ذات طابع ذكوري عام، أما المجلات النسائية المتخصصة فمجالات اهتمامها لا تتقارب مع اهتمامات هذه النخبة ولا تلبي احتياجاتها، بينما يمكن تفسير تراجع دور الإذاعة المسموعة كنتيجة عامة لتقلص دورها في المجتمع السعودي على النحو الذي أشارت إليه بعض الدراسات السابقة ومنها دراسة للباحث<sup>(50)</sup>.

#### ب . كثافة التعرض:

جدول رقم (6) يوضح كثافة تعرض العينة للإعلام السعودي

النسبة المئوية	التكرار	كثافة التعرض
4.7	4	ضعيف
51.8	44	متوسط
43.5	37	عال
100	85	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

( 50 ) عبد الله بن محمد الرفاعي: اعتماد الشباب السعودي على وسائل الإعلام التقليدية الوطنية والمستحدثات الاتصالية .. دراسة مقارنة على عينة من الشباب في مدينة الرياض.

جاءت نسب التعرض المتوسط أعلى النسب تلتها بفروق طفيفة نسب التعرض الكثيف، بينما بلغت نسبة التعرض الضعيف 4.7% فقط، وهو ما يشير إلى أن معدلات تعرض العينة لوسائل الإعلام السعودية متوازنة، وأن علاقتهن بالإعلام السعودي علاقة راسخة وثابتة.

### ج. نوع الإشباعات المتحققة:

جدول رقم (7) يوضح نوع الإشباعات المتحققة جراء التعرض للإعلام السعودي

متوسط الوزن المرجح	نوع الإشباعات المتحققة
4.4118	معرفة الأخبار المحلية الرسمية
3.9882	معرفة حركة ونشاطات المجتمع المختلفة
3.9647	معرفة الشؤون المحلية وعلاقتها بالشؤون الدولية
3.8118	الحصول على الثقافة العامة
3.6824	معرفة اتجاهات أصحاب الرأي في الشأن المحلي
3.3529	معرفة اتجاهات أصحاب الرأي في الشأن العربي والدولي
3.2118	الحصول على الترفيه
3.0706	الحصول على التعليم

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

الاهتمام العالي بالشأن المحلي بكافة جوانبه، حيث مثلت أعلى المتوسطات على الإطلاق، سواء على مستوى معرفة الأخبار أو معرفة حركة ونشاطات المجتمع أو معرفة الشؤون المحلية وعلاقتها بالشؤون الدولية (وجميعها مثل وظيفة الإعلام ووظيفة مراقبة البيئة)، تلاها الحصول على الثقافة وهو ما يتسق مع الطبيعة الأكاديمية النخبوية للعينة، ثم يأتي الاهتمام بالشأن العربي والدولي، وأخيراً الحصول على الترفيه وهو وظيفة هامة من الوظائف الإعلامية كانت جديرة بالحصول على متوسط عال، ولكنه يتسق كذلك مع طبيعة العينة النخبوية، وفي النهاية الحصول على التعليم وهو أمر يراه الباحث طبيعياً حيث أن الرسائل الإعلامية التي تستهدف التعليم لا ترتقي في كثير من الأحيان لإفادة نخبة أكاديمية تخصصها الأساسي في التعليم.

### د. مستوى تحقق الإشباعات:

جدول رقم (8) يوضح مستوى تحقق الإشباعات لدى أفراد العينة

النسبة المئوية	التكرار	مستوى تحقق الإشباعات
-	-	ضعيف
77.6	66	متوسط
22.4	19	عال
100	85	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

جاء مستوى تحقق الإشباع الناتج عن التعرض للإعلام السعودي في مستوى متوسط بنسبة كبرى بلغت 77.6% في مقابل 22.4% لتحقيق الإشباع بشكل عالٍ وهو ما يشير إلى أن الإعلام السعودي لديه القدرة على تحقيق إشباع هذه الفئة النخبوية على نحو كافٍ ومتميز، وذلك في مقابل اختفاء فئة ضعيف الإشباع تماماً، وهو ما يؤكد هذه القدرة.

#### هـ نوع التفاعل مع وسائل الإعلام:

جدول رقم (9) يوضح نوع التفاعل الذي تقوم به أفراد العينة مع وسائل الإعلام

متوسط الوزن المرجح	نوع التفاعل مع وسائل الإعلام
3.4471	النقد الفاحص والدقيق للقضايا المطروحة في الراديو والتلفزيون ومناقشتها مع آخرين
3.3765	القراءة الفاحصة الناقدة لما يكتب في الصحف ومناقشتها مع آخرين
2.8353	القراءة الفاحصة الناقدة لما يكتب في مواقع الإنترنت ومناقشتها مع آخرين
2.7882	كتابة المقالات
1.8941	التعليق المكتوب على ما يطرح بالراديو والتلفزيون
1.8000	الرد على ما ينشر في الصحف
1.6118	المشاركة في البرامج الإذاعية والتلفزيونية
1.5294	المبادرة بالاتصال بالتلفزيون في البرامج المباشرة
1.4706	المشاركة في التعليق على القضايا الإخبارية
1.2706	تقديم برامج في الراديو والتلفزيون

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

إن التفاعل الساكن كان هو الغالب عن التفاعل الديناميكي المباشر مع وسائل الإعلام، ومقصود التفاعل الساكن هو التجاوب مع الرسالة الاتصالية بقدر عالٍ من العمليات المعرفية كالانتباه والإدراك والتذكر ومن ثم مناقشة محتوى الرسالة الإعلامية مع الآخرين، وهو ما يعزز الفكرة القائلة بأن دور النخبة الأكاديمية كقادة رأي في المجتمع قادرة على نقل المعلومات على مرحلتين دور أصيل وثابت وقديم، وقد حصل هذا الدور في التلفزيون على متوسط أعلى من كل من الصحف ثم الإنترنت، وهو ما يشير إلى أن قدرًا لا بأس به من القيام بدور التفاعل الساكن يرجع إلى وجود تعرض مزدوج بين النخبة الأكاديمية النسائية ومحيطها الاجتماعي، وهو ما يتناسب مع عادات التعرض التابعة للتلفزيون التي تتسم بقدر لا بأس به من الثبات والمتابعة.

وقد جاءت كتابة المقالات في الصحف والمجلات في المرتبة الأولى بالنسبة للتفاعل الديناميكي، وهو ما يعني أن الصحف والمجلات السعودية تفرد مساحات لا بأس بها للنخبة النسائية الأكاديمية على صفحاتها، كذلك جاءت التعليقات المكتوبة على برامج الراديو والتلفزيون، ثم الردود على ما ينشر في الصحف كدليل آخر على أن الصحافة تمثل الرافد الرئيس من روافد التعبير لدى النخبة الأكاديمية النسائية في المملكة.

بينما جاءت المشاركات في التلفزيون والراديو في مراتب متأخرة، سواء من حيث المشاركة كضيوف في البرامج، أو المبادرة بالاتصال لتوضيح وجهات النظر، أو المشاركة في التعليق على الأحداث، وهو ما يشير إلى وجود

مساحة ما كنافذة للتعبير في هذه الوسائل الإعلامية الأكثر انتشاراً وجماهيرية، بينما جاء تقديم البرامج في نهاية أشكال التفاعل، وتمثيل هذا الشكل في حد ذاته يعد دليلاً على وجود مساحة تعبيرية عالية ومهمة لدى النخبة الأكاديمية النسائية في وسائل الإعلام الجماهيرية.

#### و. مستوى التفاعل مع وسائل الإعلام:

جدول رقم (10) يوضح مستوى التفاعل مع وسائل الإعلام

النسبة المئوية	التكرار	مستوى التفاعل مع وسائل الإعلام
67.1	57	ضعيف
32.9	28	متوسط
-	-	عال
100	85	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

انحصر مستوى التفاعل العام مع وسائل الإعلام في فئة ضعيف التي تمثلت 67.1% تلتها فئة متوسط بنسبة 32.9%، بينما اختفت فئة عال في العينة بجميع مفرداتها، وهو ما يشير إلى أن عملية التفاعل مع وسائل الإعلام هي عملية متقطعة وليست مستمرة في جميع الأشكال، بشكل يمكن القول معه بأن مفردات العينة تقوم بكافة أشكال التفاعل بأنواعها المتعددة، وهو ما يشير إلى مظهرين مختلفين هما:

الأول: أن مفردات العينة تقوم بأنواع محددة من التفاعل مع وسائل الإعلام ونادراً ما تقوم إحداهن بممارسة عدة أنواع، وهنا يظهر دور الاعتياد والتمرس في عملية التفاعل التي تعيق تجربة أنواع جديدة من التفاعل. الثاني: إن عملية التفاعل عملية متقطعة تتم على مدى زمني غير ثابت قد تستدعيه الظروف، وطبيعة القضية التي يتم التفاعل بشأنها.

#### ز. عوائق التفاعل مع وسائل الإعلام:

جدول رقم (11) يوضح عوائق التفاعل مع وسائل الإعلام لدى عينة الدراسة

متوسط الوزن المرجح	عوائق التفاعل
4.1529	طبيعة العمل الأكاديمي
3.4824	وجود ارتباطات عمل إضافية
2.9059	عدم وجود اهتمام شخصي
2.6824	ضعف اهتمام وسائل الإعلام بالأكاديميين
2.6706	ضعف اهتمام وسائل الإعلام بالشأن المحلي
2.6471	ضعف تقدير وسائل الإعلام المادي
2.5176	صعوبة الوصول إلى وسائل الإعلام

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

احتلت ظروف العمل المتعلقة بطبيعة العمل الأكاديمي ووجود ارتباطات عمل إضافية أعلى المتوسطات بما يشير إلى أن قلة الوقت الناتجة عن ظروف العمل تعد عائقاً أساسياً أمام التفاعل مع وسائل الإعلام بكافة أشكاله، وهذا بلا شك متغير موضوعي لا يتعلق بتقييم كفاءة وسائل الإعلام ومدى إتاحتها للفرص أمام النخبة الأكاديمية النسائية للتفاعل معها، بينما جاء عدم الاهتمام الشخصي في المرتبة الثالثة بفروق عالية عن المتغيرين السابقين، وهو كذلك متغير يتعلق بطبيعة القضايا المثارة ذاتها في وسائل الإعلام. بينما جاءت المتغيرات المتعلقة بأداء وسائل الإعلام والتحفظات بشأن تعاملها مع النخبة الأكاديمية النسائية في المراتب المتأخرة، وجاء على رأسها ضعف اهتمام وسائل الإعلام بالأكاديميين كنخبة لها الحق في عرض وجهات نظرها المبنية على أسس علمية وخبرات كبيرة، تلاها ضعف الاهتمام بالشأن المحلي وهو متغير عام يؤثر تحفظات لدى النخبة بترتيب أجندة وسائل الإعلام السعودية، ثم متغير يتعلق بالمادة وهو ضعف تقدير وسائل الإعلام للنخبة الأكاديمية في مقابل غيرها من النخب مما يثير لدى أفرادها حالة من النفور النسبي من المشاركة، وأخيراً متغير ذاتي يكمن في صعوبة الوصول إلى وسائل الإعلام من قبل أفراد النخبة، وحصول هذا المتغير على المرتبة الأخيرة يدل على أنه نسبي رغم وجوده.

### ثالثاً: اختبار فروض الدراسة:

#### الفرض الرئيس الأول:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموجرافية والوظيفية واستخدامات النخبة الأكاديمية النسائية لوسائل الإعلام السعودية والإشباع المتحققة منها.

#### الفرض الفرعي الأول:

يؤثر التخصص الأكاديمي في طبيعة مصادر المعرفة الإعلامية، وكثافة التعرض، ومستوى تحقق الإشباع، ومستوى التفاعل، وطبيعة عوائق التفاعل مع وسائل الإعلام السعودية.

#### علاقة مصادر المعرفة الإعلامية بالتخصص:

جدول رقم (12) يوضح علاقة مصادر المعرفة الإعلامية بالتخصص الأكاديمي

مستوى الدلالة	درجات الحرية	قيمة T	المتوسط الحسابي	العدد	التخصص	مصادر المعرفة الإعلامية
0.046	83	2.030	4.6667	9	تطبيقي	صحف
			4.0000	76	نظري	
0.221	83	1.234	3.3333	9	تطبيقي	مجلات
			3.0132	76	نظري	
0.007	83	2.764	3.3333	9	تطبيقي	إذاعة
			2.5263	76	نظري	
0.202	83	1.286	4.3333	9	تطبيقي	تلفزيون
			4.0395	76	نظري	

0.958	83	0.053	4.0000	9	تطبيقي	كتب مطبوعة
			4.0132	76	نظري	
0.120	83	1.570	4.0000	9	تطبيقي	مجلات علمية مطبوعة
			3.4605	76	نظري	
0.050	83	1.956	3.6667	9	تطبيقي	مواقع إعلامية إلكترونية
			3.0526	76	نظري	
0.022	83	2.503	3.3333	9	تطبيقي	مجلات علمية على الإنترنت
			2.8158	76	نظري	
0.688	83	0.403	2.6667	9	تطبيقي	كتب على الإنترنت
			2.5132	76	نظري	

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- أن التخصص الأكاديمي يؤثر في طبيعة المصدر الإعلامي الذي تعتمد عليه أفراد العينة على صعيد كل من: الصحف: حيث تبين وجود فروق دالة بين التخصص والتعرض للصحف، إذ يتضح أن أصحاب التخصصات التطبيقية هم الأعلى تعرضاً للصحافة في مقابل التخصصات النظرية، وهي نتيجة مستغربة نسبياً ليس على صعيد أصحاب التخصص التطبيقي ولكن العكس، فمن المتوقع أن يكون أصحاب التخصصات النظرية هم الأكثر اعتماداً واستخداماً للصحف. وقد كانت الفروق ذات دلالة إحصائية حيث ثبتت العلاقة عند مستوى دلالة 0.046
- الإذاعة: حيث تبين كذلك تفوق أصحاب التخصصات التطبيقية في التعرض للإذاعة، وهو ما قد يتناسب مع طبيعة التخصص التطبيقي الذي يستلزم وقتاً أكثر في مجال العمل، وبالتالي تكون طبيعة الوسيلة الإعلامية المسموعة أسهل في التعرض إليها أثناء العمل من أصحاب التخصصات النظرية، وقد كانت الفروق ذات دلالة إحصائية حيث ثبتت العلاقة عند مستوى دلالة 0.007
- المواقع الإعلامية الإلكترونية: حيث ارتفعت متوسطات أصحاب التخصصات التطبيقية عن النظرية كذلك، وهو ما يشير إلى أن نوع التخصص التطبيقي قد يسهل من عمليات التعرض الاعتيادي للإنترنت لمتابعة التطورات في الحقول التطبيقية التي تتسم بتغيراتها الكثيرة في مقابل التخصصات النظرية، وهو ما يجعل التعرض الاعتيادي سبباً للتعرض العام للإنترنت كوسيلة إعلامية، وقد كانت الفروق ذات دلالة إحصائية حيث ثبتت العلاقة عند مستوى دلالة 0.050.
- المجلات العلمية على الإنترنت: حيث تفوق أصحاب التخصصات التطبيقية، وهو ما يؤكد النتيجة السابقة، حيث طبيعة التخصص التطبيقي تستلزم متابعة التطورات العلمية العالمية باستمرار وهو ما يزيد من تعرض أصحابها للإنترنت سواء على مستوى علمي متخصص كما هي الحالة هنا أو على مستوى عام كما تبين سلفاً، وقد يرجع تفوق أصحاب التخصصات التطبيقية كذلك في التعرض للمجلات العلمية إلى بعد آخر يكمن في أن هذا النوع من التخصص الأكاديمي يستلزم وجود مستوى عالٍ من

الإتقان للغات الأجنبية، ذلك أن أغلب المجالات العلمية على الشبكة بلغات غير عربية، وهو ما يسهل التعرض لها بين أصحاب التخصصات التطبيقية عن أقرانهم من أصحاب التخصصات النظرية، وقد كانت الفروق ذات دلالة إحصائية حيث ثبتت العلاقة عند مستوى دلالة 0.022

• لم تكن الفروق ذات دلالة إحصائية على صعيد المصادر الإعلامية الأخرى المتمثلة في المجالات العامة، والتلفزيون، والكتب المطبوعة، والمجلات العلمية المطبوعة، والكتب الإلكترونية على الإنترنت، وهو ما يشير إلى أن طبيعة التخصص لا تؤثر في التعرض لهذه المصادر، خصوصاً وأن الكتب بنوعها والمجلات العلمية تمثل مصادر معرفة أساسية وجوهرية لدى الفئتين، كما أن التلفزيون يعد المصدر الرئيس للمعرفة الإعلامية لدى العينة.

• تبين تفوق التخصصات التطبيقية في التعرض لجميع أشكال المصادر الإعلامية حيث ارتفعت متوسطهم عن التخصصات النظرية، وهو ما يؤكد أن هذه الفئة أكثر تنوعاً واستخداماً للمصادر الإعلامية بشكل عام، وأن طبيعة التخصص التطبيقي تزيد من قدرة المستخدم على التعرض لكافة أشكال المصادر من جهة، وتزيد دافعية الشخص للتعرض للمصادر الإعلامية المتنوعة.

علاقة مستوى التعرض بالتخصص:

جدول رقم (13) يوضح علاقة مستوى التعرض بالتخصص

مستوى التعرض	التخصص	العدد	المتوسط الحسابي		قيمة T	درجات الحرية	مستوى الدلالة
			تطبيقي	نظري			
	تطبيقي	9	4.6667	1.851	83	0.049	
	نظري	76	4.0921				

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

إن مستويات تعرض أصحاب التخصصات التطبيقية لوسائل الإعلام السعودية على المستوى الكمي أعلى، وهو ما يعزز النتيجة السابقة ويؤكد أن التعرض لا يتسم فقط بالتنوع في المصادر وإنما يتسم بكثافة كمية أعلى في التعرض، وهي نتيجة لا تتسق مع طبيعة عمل أصحاب التخصصات التطبيقية الذين من المفترض أن يكونوا أكثر انشغالاً بالعمل الأكاديمي من أقرانهم من أصحاب التخصصات النظرية، وبالتالي تكون الفرصة سانحة أكثر لأصحاب التخصصات النظرية في التعرض بكثافة أعلى، وقد كانت الفروق ذات دلالة إحصائية حيث

ثبتت العلاقة عند مستوى دلالة 0.049

علاقة الإشباع بالتخصص:

جدول رقم (14) يوضح علاقة مستوى تحقق الإشباع بالتخصص

مستوى تحقق الإشباع	التخصص	العدد	المتوسط الحسابي		قيمة T	درجات الحرية	مستوى الدلالة
			تطبيقي	نظري			
	تطبيقي	9	28.3333	1.522	83	0.132	
	نظري	76	26.1974				

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية وإن ارتفعت متوسطات التخصصات التطبيقية، وهو ما يشير إلى أن مستوى تحقق الإشباعات لا يتأثر بطبيعة التخصص الأكاديمي سلباً ولا إيجاباً.

علاقة مستوى التفاعل بالتخصص:

جدول رقم (15) يوضح علاقة مستوى التفاعل بالتخصص.

مستوى الدلالة	درجات الحرية	قيمة T	المتوسط الحسابي	العدد	التخصص	مستوى التفاعل
0.987	83	0.016	22.0000	9	تطبيقي	
			22.0263	76	نظري	

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

إن التفاعل مع وسائل الإعلام لا يتأثر مطلقاً بطبيعة التخصص الأكاديمي، وهو ما يعني أنه بغض النظر عن تنوع مصادر المعرفة وكثافة التعرض التي اتسمت بها عينة التخصصات التطبيقية فإن هذا لا يؤثر في زيادة مستوى تفاعلها مع وسائل الإعلام بأي حال.

علاقة عوائق التفاعل بالتخصص:

جدول رقم (16) يوضح علاقة عوائق التفاعل بالتخصص.

مستوى الدلالة	درجات الحرية	قيمة T	المتوسط الحسابي	العدد	التخصص	عوائق التفاعل
0.050	83	1.930	4.0000	9	تطبيقي	طبيعة العمل الأكاديمي
			4.1711	76	نظري	
0.451	83	0.767	3.3333	9	تطبيقي	وجود ارتباطات عمل إضافية
			3.5000	76	نظري	
0.248	83	1.209	3.0000	9	تطبيقي	ضعف تقدير وسائل الإعلام المادي
			2.6053	76	نظري	
0.941	83	0.074	2.6667	9	تطبيقي	ضعف اهتمام وسائل الإعلام بالأكاديميين
			2.6842	76	نظري	
0.295	83	1.053	3.0000	9	تطبيقي	ضعف اهتمام وسائل الإعلام بالشأن المحلي
			2.6316	76	نظري	
0.653	83	0.452	2.6667	9	تطبيقي	صعوبة الوصول إلى وسائل الإعلام
			2.5000	76	نظري	
0.021	83	2.361	2.0000	9	تطبيقي	عدم وجود اهتمام شخصي
			3.0132	76	نظري	



تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أغلب أنواع عوائق التفاعل، وهو ما يشير إلى أن عوائق التفاعل مع وسائل الإعلام لا تتأثر بطبيعة التخصص الأكاديمي، وإنما تمثل عوائق عامة.
- كانت الفروق ذات دلالة إحصائية على صعيد طبيعة العمل الأكاديمي، حيث ارتفع متوسط أصحاب التخصصات النظرية، وهي نتيجة غير منطقية إذ من المفترض أن يكون عبء العمل الأكاديمي في التخصصات التطبيقية أعلى من أعباء التخصصات النظرية، وقد كانت الفروق ذات دلالة حيث ثبتت العلاقة عند مستوى دلالة 0.050.
- تفوق التخصصات النظرية في عدم وجود اهتمام شخصي بفروق عالية عن أصحاب التخصصات التطبيقية، وهو متغير ذاتي كما سبقت الإشارة إليه، وقد كانت الفروق ذات دلالة حيث ثبتت العلاقة عند مستوى دلالة 0.021.

#### نتيجة اختبار الفرض الفرعي الأول:

تبين تأثير التخصص في نوعية المصادر الإعلامية التي يعتمد عليها أفراد العينة باستثناء التليفزيون والكتب بأنواعها والمجلات بنوعيتها، كما تبين تأثير التخصص في كثافة التعرض للمصادر الإعلامية السعودية لصالح أصحاب التخصصات التطبيقية، كذلك تبين تأثير التخصص في عوائق التفاعل على مستوى طبيعة العمل الأكاديمي وعدم وجود اهتمام شخصي، بينما تبين عدم تأثير التخصص في مستوى تحقق الإشباع، وفي مستوى التفاعل، وفي بقية المتغيرات المتعلقة بعوائق التفاعل، وعليه يمكن القول بأن تأثير التخصص في هذه المتغيرات ليس تأثيراً عاماً وإنما تأثير نسبي، وعلى هذا يمكن قبول الفرض جزئياً.

#### الفرض الفرعي الثاني:

تؤثر الدرجة العلمية في طبيعة مصادر المعرفة الإعلامية، وكثافة التعرض، ومستوى تحقق الإشباع، ومستوى التفاعل، وطبيعة عوائق التفاعل مع وسائل الإعلام السعودية.

علاقة مصادر المعرفة الإعلامية بالدرجة العلمية:

جدول رقم (17) يوضح علاقة مصادر المعرفة الإعلامية بالدرجة العلمية

مصادر المعرفة الإعلامية	الدرجة العلمية	العدد	المتوسط الحسابي	قيمة T	درجات الحرية	مستوى الدلالة
صحف	أستاذ مساعد	65	4.0923	0.379	83	0.706
	أستاذ مشارك	20	4.0000			
مجلات	أستاذ مساعد	65	3.0615	0.324	83	0.747
	أستاذ مشارك	20	3.0000			
إذاعة	أستاذ مساعد	65	2.5231	1.733	83	0.087
	أستاذ مشارك	20	2.9000			

0.003	83	3.053	4.1846	65	أستاذ مساعد	تليفزيون
			3.7000	20	أستاذ مشارك	
0.654	83	0.450	4.0308	65	أستاذ مساعد	كتب مطبوعة
			3.9500	20	أستاذ مشارك	
0.495	83	0.686	3.4769	65	أستاذ مساعد	مجلات علمية مطبوعة
			3.6500	20	أستاذ مشارك	
0.645	83	0.463	3.0923	65	أستاذ مساعد	مواقع إعلامية إلكترونية
			3.2000	20	أستاذ مشارك	
0.885	83	0.145	2.8615	65	أستاذ مساعد	مجلات علمية على الإنترنت
			2.9000	20	أستاذ مشارك	
0.297	83	1.049	2.4615	65	أستاذ مساعد	كتب على الإنترنت
			2.7500	20	أستاذ مشارك	

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

إن الدرجة العلمية لا تؤثر في طبيعة المصدر الإعلامي الذي تستخدمه النخبة الأكاديمية النسائية، باستثناء التليفزيون الذي تبين زيادة اعتماد درجة أستاذ مساعد عن درجة أستاذ مشارك في استخدامها له والاعتماد عليه كمصدر إعلامي، ولا يمكن تفسيره سوى في إطار خصائص الوسيلة ذاتها حيث التليفزيون هو الوسيلة الوحيدة تقريباً التي تتسم بالتزامن بمعنى ضرورة التعرض له وقت البث، وهي عملية تنتقي معها عملية استرجاع الرسائل وفق رغبة المستخدم بخلاف وسائل الإعلام الأخرى، وهو ما يؤكد أن عمل الأستاذ المساعد يتسم بقدر ما من الروتينية والنظام، بينما تزداد ارتباطات الأستاذ المشارك بما لا يسمح له بالتعرض المنتظم في أوقات محددة، وقد كانت الفروق ذات دلالة إحصائية حيث ثبتت العلاقة عند مستوى دلالة 0.003

علاقة مستوى التعرض بالدرجة العلمية:

جدول رقم (18) يوضح علاقة مستوى التعرض بالدرجة العلمية

مستوى التعرض	الدرجة العلمية	العدد	المتوسط الحسابي	قيمة T	درجات الحرية	مستوى الدلالة
	أستاذ مساعد	65	4.2462	1.756	83	0.083
	أستاذ مشارك	20	3.8500			

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

عدم وجود فروق ذات دلالة في كثافة التعرض، وهو ما يعني أن الدرجة العلمية لا تؤثر في مستوى التعرض للإعلام السعودي بين النخبة الأكاديمية النسائية، وإن لوحظ ارتفاع متوسطات الأستاذ المساعد عن المشارك. علاقة الإشباع بالدرجة العلمية:

جدول رقم (18) يوضح علاقة مستوى تحقق الإشباع بالدرجة العلمية

مستوى الدلالة	درجات الحرية	قيمة T	المتوسط الحسابي	العدد	الدرجة العلمية	مستوى تحقق الإشباعات
0.592	83	0.537	26.5538	65	أستاذ مساعد	
			26.0000	20	أستاذ مشارك	

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

عدم وجود فروق ذات دلالة في مستوى تحقق الإشباعات، وهو ما يعني أن الدرجة العلمية لا تؤثر في مستوى تحقق الإشباعات الناتجة عن التعرض للإعلام السعودي بين عينة الدراسة، وقد لوحظ تقارب متوسطات الأستاذ المساعد والمشارك.

جدول رقم (19) يوضح علاقة مستوى التفاعل مع وسائل الإعلام بالدرجة العلمية.

مستوى الدلالة	درجات الحرية	قيمة T	المتوسط الحسابي	العدد	الدرجة العلمية	مستوى التفاعل
0.000	83	4.770	20.8462	65	أستاذ مساعد	
			25.8500	20	أستاذ مشارك	

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

ارتفاع متوسط تفاعل الأستاذ المشارك عن المساعد، وهو ما يعني أن ارتفاع مستوى الدرجة العلمية يسهل من حالة التفاعل مع وسائل الإعلام بصورها المختلفة، ويزيد من فرص سعي الوسائل الإعلامية للأستاذ الجامعي ودعوتها له للمشاركة والتفاعل وإبداء الرأي، فضلاً عن تبلور وارتقاء الشخصية العلمية للأستاذ المشارك بما يسمح له بالوصول إلى مكانة قائد رأي بمعدلات أعلى على مستوى عمليات التفاعل الساكن السابق الإشارة إليها. وقد كانت الفروق ذات دلالة إحصائية حيث ثبتت العلاقة عند مستوى دلالة 0.000

علاقة عوائد التفاعل بالدرجة العلمية:

جدول رقم (20) يوضح علاقة عوائد التفاعل بالدرجة العلمية

مستوى الدلالة	درجات الحرية	قيمة T	المتوسط الحسابي	العدد	الدرجة العلمية	عوائد التفاعل
0.714	83	0.368	4.1692	65	أستاذ مساعد	طبيعة العمل الأكاديمي
			4.1000	20	أستاذ مشارك	
0.241	83	1.182	3.4000	65	أستاذ مساعد	وجود ارتباطات عمل إضافية
			3.7500	20	أستاذ مشارك	
0.001	83	3.622	2.3846	65	أستاذ مساعد	ضعف تقدير وسائل الإعلام المادي
			3.5000	20	أستاذ مشارك	
0.013	83	2.533	2.4769	65	أستاذ مساعد	ضعف اهتمام وسائل الإعلام بالأكاديميين
			3.3500	20	أستاذ مشارك	

0.053	83	1.989	2.5538	65	أستاذ مساعد	ضعف اهتمام وسائل الإعلام بالشأن المحلي
			3.0500	20	أستاذ مشارك	
0.008	83	2.709	2.3538	65	أستاذ مساعد	صعوبة الوصول إلى وسائل الإعلام
			3.0500	20	أستاذ مشارك	
0.213	83	1.256	3.0000	65	أستاذ مساعد	عدم وجود اهتمام شخصي
			2.6000	20	أستاذ مشارك	

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- لم تمثل العوائق الشخصية والمتعلقة بالعمل الأكاديمي متغيرات ذات دلالة وفقاً للدرجة العلمية حيث ثبت عدم وجود فروق دالة على مستوى طبيعة العمل الأكاديمي، ووجود ارتباطات العمل، وعدم وجود اهتمام شخصي، إضافة للمتغير الموضوعي بضعف الاهتمام بالشأن المحلي.
- بينما مثلت المتغيرات المتعلقة بطبيعة تعامل وسائل الإعلام مع الأكاديميين، متغيرات ذات دلالة وفق الدرجة العلمية، وهو ما يشير إلى أن تقييم عوائق التفاعل الناتجة عن تعامل وسائل الإعلام مع النخبة الأكاديمية يتأثر بالدرجة العلمية، وهي المتغيرات المتعلقة بضعف التقدير المادي، وضعف الاهتمام بالأكاديميين، وصعوبة الوصول إلى وسائل الإعلام، وفي جميع هذه المتغيرات ارتفعت متوسطات الأستاذ المشارك عن المساعد بفروق معتبرة، وقد يرجع هذا إلى عدة أمور:

- الأول: وجود تجارب سابقة للأستاذ المشارك مع وسائل الإعلام بما يسمح له بتقييم التعامل.
- الثاني: ارتفاع سقف الطموح في التعامل مع وسائل الإعلام بعد هذه التجارب السابقة مما يجعل ثبات التعامل في حد ذاته أمراً سلبياً.
- الثالث: الإحباط الناتج عن تجاهل وسائل الإعلام لهذه الفئة بعد الوصول إلى هذه الدرجة العلمية الأعلى.

وقد كانت الفروق ذات دلالة إحصائية حيث ثبتت العلاقة عند مستوى دلالة 0.001 بالنسبة لضعف التقدير المادي، و 0.013 بالنسبة لضعف الاهتمام بالأكاديميين، و 0.008 بالنسبة لصعوبة الوصول إلى وسائل الإعلام.

#### نتيجة اختبار الفرض الفرعي الثاني:

تبين عدم تأثير الدرجة العلمية في مصادر المعرفة باستثناء التلفزيون، كما تبين عدم تأثيرها في معدلات التعرض وكثافته، ومستوى تحقق الإشباع، إلا أنه اتضح تأثيرها العالي على صعيد التفاعل مع وسائل الإعلام، حيث ثبت أن الدرجات العلمية الأعلى هي الأكثر تفاعلاً، وهي في الوقت ذاته الأكثر تحفظاً على أسلوب تعامل وسائل الإعلام مع الأكاديميين. وعليه يمكن قبول الفرض جزئياً على مستوى التفاعل وعوائقه فقط.

#### الفرض الفرعي الثالث:

تؤثر الحالة الاجتماعية في طبيعة مصادر المعرفة الإعلامية، وكثافة التعرض، ومستوى تحقق الإشباع، ومستوى التفاعل، وطبيعة عوائق التفاعل مع وسائل الإعلام السعودية.

علاقة مصادر المعرفة الإعلامية بالحالة الاجتماعية:

جدول رقم (21) يوضح علاقة مصادر المعرفة الإعلامية بالحالة الاجتماعية

مصادر المعرفة الإعلامية	الحالة الاجتماعية	العدد	المتوسط الحسابي	قيمة T	درجات الحرية	مستوى الدلالة
صحف	متزوجة	67	4.0448	0.482	83	0.631
	آنسة	18	4.1667			
مجلات	متزوجة	67	2.9254	3.075	83	0.003
	آنسة	18	3.5000			
إذاعة	متزوجة	67	2.7761	3.636	83	0.000
	آنسة	18	2.0000			
تلفزيون	متزوجة	67	4.1791	3.116	83	0.003
	آنسة	18	3.6667			
كتب مطبوعة	متزوجة	67	3.9254	2.253	83	0.027
	آنسة	18	4.3333			
مجلات علمية مطبوعة	متزوجة	67	3.6567	2.600	83	0.011
	آنسة	18	3.0000			
مواقع إعلامية إلكترونية	متزوجة	67	3.1045	0.257	83	0.798
	آنسة	18	3.1667			
مجلات علمية على الإنترنت	متزوجة	67	2.8358	0.597	83	0.552
	آنسة	18	3.0000			
كتب على الإنترنت	متزوجة	67	2.5373	0.130	83	0.897
	آنسة	18	2.5000			

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية على مستوى استخدام الصحف والإنترنت بأشكالها الثلاث. وهو ما يشير إلى أن التعامل مع هذه المصادر تعامل عام يتسم بقدر أساسي من الاعتياد على استخدام هذه المصادر دون أن يكون للحالة الاجتماعية دخل في هذا الأمر.

- تبين أن الأنسات كن أكثر تعرضاً للمجلات حيث ارتفع متوسطهن الحسابي عن المتزوجات وقد يرجع إلى وجود قدر ما من التفرغ النسبي للتعرض للمجلات التي تتطلب قدرًا من التركيز والوقت. وقد كانت الفروق ذات دلالة إحصائية حيث ثبتت العلاقة عند مستوى دلالة 0.003.
- كانت المتزوجات أعلى في التعرض لكل من الإذاعة والتلفزيون، وهي الوسائل الاتصالية التي تتطلب قدرًا من الاعتياد على التعرض من جهة بما يشبه الروتين اليومي، إضافة إلى عدم احتياجها لقدر عالٍ من التركيز والتفرغ، وقد كانت الفروق ذات دلالة بالنسبة للإذاعة حيث ثبتت العلاقة عند مستوى دلالة 0.000، بينما كانت 0.003 بالنسبة للتلفزيون.
- كانت الأنسات أكثر تعرضاً للكتب المطبوعة، في مقابل كون المتزوجات أعلى في التعرض للمجلات العلمية المطبوعة، والتعرض للكتب المطبوعة تعرض عام قد لا يرتبط بشكل مباشر بطبيعة التخصص أو العمل، وهو ما يستلزم وقتاً أكبر وتركيزاً أعلى، بينما التعرض للمجلات العلمية هو تعرض تتطلبه مقتضيات الوظيفة والعمل الأكاديمي في الأغلب، وقد كانت الفروق ذات دلالة بالنسبة للكتب المطبوعة حيث ثبتت العلاقة عند مستوى دلالة 0.027، وعند مستوى دلالة 0.011 بالنسبة للمجلات العلمية.
- يتضح أن الحالة الاجتماعية بالنسبة للتعرض لمصادر المعرفة الإعلامية تؤثر وفق مدى ما نتيجته الالتزامات الأسرية، بمعنى أن الأنسات يتعرضن للمصادر الإعلامية التي تتطلب وقتاً وجهداً وتفرغاً، بينما يقل تعرض المتزوجات لهذه المصادر في مقابل استخدامهن للمصادر الإعلامية التي لا تتطلب الجهد ولا الوقت وتتسم بطبيعتها الطقوسية.

#### علاقة مستوى التعرض بالحالة الاجتماعية:

جدول رقم (22) يوضح العلاقة بين كثافة التعرض والحالة الاجتماعية

مستوى التعرض	الحالة الاجتماعية	العدد	المتوسط الحسابي	قيمة T	درجات الحرية	مستوى الدلالة
متزوجة	متزوجة	67	4.1493	0.073	83	0.942
	أنسة	18	4.1667			

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

إن الحالة الاجتماعية لا تؤثر في كثافة معدلات التعرض لوسائل الإعلام السعودية، حيث لم تكن الفروق ذات دلالة إحصائية، وهو ما يشير إلى أن كم التعرض وكثافته أمر ثابت وإن اختلفت طبيعة المصادر التي يتم التعرض لها.

#### علاقة الإشباع بالحالة الاجتماعية:

جدول رقم (23) يوضح العلاقة بين مستوى تحقق الإشباع والحالة الاجتماعية

مستوى تحقق الإشباع	الحالة الاجتماعية	العدد	المتوسط الحسابي	قيمة T	درجات الحرية	مستوى الدلالة
--------------------	-------------------	-------	-----------------	--------	--------------	---------------

0.379	83	0.884	26.2239	67	متزوجة
			27.1667	18	آنسة

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتزوجات والآنسات في تحقق الإشباع الناتجة جراء التعرض لوسائل الإعلام السعودية، وهو ما يعني أنه على الرغم من تنوع المصادر الإعلامية التي يتم الاعتماد عليها واستخدامها بين الفئتين إلا أن معدلات تحقق الإشباع بينهما كانت متقاربة للغاية.

علاقة مستوى التفاعل بالحالة الاجتماعية:

جدول رقم (24) العلاقة بين مستويات التفاعل والحالة الاجتماعية

مستوى الدلالة	درجات الحرية	قيمة T	المتوسط الحسابي	العدد	الحالة الاجتماعية	مستوى التفاعل
0.291	83	1.063	22.2985	67	متزوجة	
			21.0000	18	آنسة	

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية، وهو ما يعني أن التفاعل مع وسائل الإعلام لا يتأثر بالحالة الاجتماعية، وأن التفرغ النسبي الناتج عن عدم الزواج لا يدعم عملية التفاعل مع وسائل الإعلام بأنواعها.

علاقة عوائق التفاعل بالحالة الاجتماعية:

جدول رقم (25) العلاقة بين عوائق التفاعل مع وسائل الإعلام والحالة الاجتماعية

مستوى الدلالة	درجات الحرية	قيمة T	المتوسط الحسابي	العدد	الحالة الاجتماعية	عوائق التفاعل
0.023	83	2.324	4.0597	67	متزوجة	طبيعة العمل الأكاديمي
			4.5000	18	آنسة	
0.000	83	3.768	3.2537	67	متزوجة	وجود ارتباطات عمل إضافية
			4.3333	18	آنسة	
0.943	83	0.072	2.6418	67	متزوجة	ضعف تقدير وسائل الإعلام المادي
			2.6667	18	آنسة	
0.233	83	1.203	2.7761	67	متزوجة	ضعف اهتمام وسائل الإعلام بالأكاديميين
			2.3333	18	آنسة	
0.415	83	0.820	2.7164	67	متزوجة	ضعف اهتمام وسائل الإعلام

			2.5000	18	آنسة	بالشأن المحلي
0.108	83	1.625	2.6119	67	متزوجة	صعوبة الوصول إلى وسائل الإعلام
			2.1667	18	آنسة	
0.721	83	0.358	2.8806	67	متزوجة	عدم وجود اهتمام شخصي
			3.0000	18	آنسة	

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- إن العوائق المتعلقة بطبيعة العمل الأكاديمي كانت أعلى بالنسبة للآنسات، وهو ما يعني أنهن متفرغات أكثر للعمل الأكاديمي، وهذا التفرغ هو ما يمنعهن من التفاعل مع وسائل الإعلام بشكل كافٍ، وبمعدلات تفوق المتزوجات حيث ثبتت العلاقة عند مستوى دلالة 0.023 بالنسبة لطبيعة العمل الأكاديمي، 0.000 بالنسبة لوجود ارتباطات عمل إضافية، وهو ما يعزز النتائج السابقة التي تفيد بأن الحالة الاجتماعية تمنح وقتاً أكثر وتفرغاً أعلى للآنسات في مقابل المتزوجات، وهو ما يدفعهن للاستغراق بمعدلات أعلى في العمل.
- لم تكن الفروق ذات دلالة إحصائية على صعيد العوائق الشخصية أو المتعلقة بتعامل وسائل الإعلام مع الأكاديميين أو مدى اهتمامها بالشأن المحلي.

#### نتيجة اختبار الفرض الفرعي الثالث:

تبين أن الحالة الاجتماعية تؤثر في نوع مصادر المعرفة الإعلامية التي تعتمد عليها مفردات الدراسة، وذلك وفق فرضية مؤداها أن المتزوجات أقل تفرغاً نتيجة للالتزامات الزوجية التي تستهلك وقتاً لا بأس به، في مقابل الآنسات اللاتي كن أكثر تفرغاً وبالتالي أكثر تعرضاً لمصادر الإعلام التي تتطلب الوقت والجهد والتفرغ، كما تبين أن الآنسات أكثر استغراقاً في العمل بما يمنعهن من التفاعل مع وسائل الإعلام بأنواعها. بينما لم يثبت تأثير الحالة الاجتماعية على صعيد كثافة التعرض، ومستوى تحقق الإشباع، ومستوى التفاعل، وعليه يمكن قبول الفرض بشكل جزئي.

#### الفرض الفرعي الرابع:

يؤثر السن في طبيعة مصادر المعرفة الإعلامية، وكثافة التعرض، ومستوى تحقق الإشباع، ومستوى التفاعل، وطبيعة عوائق التفاعل مع وسائل الإعلام السعودية.

علاقة مصادر المعرفة الإعلامية بالسن:

جدول رقم (26) يوضح العلاقة بين مصادر المعرفة الإعلامية والسن

مصادر المعرفة الإعلامية	السن	العدد	المتوسط الحسابي	قيمة F	درجات الحرية	مستوى الدلالة
صحف	أقل من 35	14	3.1429	11.161	2، 82	0.000
	35-50	68	4.2206			
	أكثر من 50	3	5.0000			



			4.0706	85	المجموع	
0.000	82 ،2	9.441	2.4286	14	أقل من 35	مجلات
			3.1324	68	50-35	
			4.0000	3	أكثر من 50	
			3.0471	85	المجموع	
0.000	82 ،2	17.628	2.2857	14	أقل من 35	إذاعة
			2.5735	68	50-35	
			5.0000	3	أكثر من 50	
			2.6118	85	المجموع	
0.039	82 ،2	3.379	4.0000	14	أقل من 35	تلفزيون
			4.0441	68	50-35	
			5.0000	3	أكثر من 50	
			4.0706	85	المجموع	
0.000	82 ،2	14.574	3.2143	14	أقل من 35	كتب مطبوعة
			4.1765	68	50-35	
			4.0000	3	أكثر من 50	
			4.0118	85	المجموع	
0.007	82 ،2	5.325	2.7857	14	أقل من 35	مجلات علمية مطبوعة
			3.6471	68	50-35	
			4.0000	3	أكثر من 50	
			3.5176	85	المجموع	
0.041	82 ،2	3.323	2.5714	14	أقل من 35	مواقع إعلامية إلكترونية
			3.2353	68	50-35	
			3.0000	3	أكثر من 50	
			3.1176	85	المجموع	
0.126	82 ،2	2.129	2.3571	14	أقل من 35	مجلات علمية على الإنترنت
			2.9706	68	50-35	
			3.0000	3	أكثر من 50	
			2.8706	85	المجموع	
0.628	82 ،2	0.467	2.3571	14	أقل من 35	كتب على الإنترنت

			2.5441	68	50-35
			3.0000	3	أكثر من 50
			2.5294	85	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

إن السن يعد عاملاً رئيساً وحاسماً في التعرض لمصادر المعرفة الإعلامية وذلك على النحو التالي:

- تبين وجود تراتب تصاعدي بين متوسطات التعرض للصحف والمجلات والسن، بمعنى أنه كلما ارتفع السن زاد التعرض للصحف والمجلات، فعلى حين جاءت فئة أقل من 35 سنة أقل من المتوسط النهائي للمجموع العام، ارتفعت فئات السن المتوسط ثم العالي عن المتوسط النهائي للمجموع العام، وقد يرجع هذا إلى أن الفئة العمرية الأصغر قريبة العهد بالحصول على الدكتوراه مما يجعل تعرضها للمصادر الإعلامية الصحفية لا تزال في طور التشكل والتكوين، بينما يبدأ الاستخدام يرتفع بمعدلات لا بأس بها في الفئة العمرية الوسطى، ليتحول إلى اعتماد عالٍ بالنسبة للفئات العمرية الأعلى. وقد كانت الفروق ذات دلالة إحصائية حيث ثبت العلاقة عند مستوى دلالة 0.000 بالنسبة لكل من الصحف والمجلات.
- جاءت فئة أكثر من 50 سنة هي الوحيدة الأعلى من المتوسط النهائي للمجموع العام بالنسبة للإذاعة، وهو ما قد يرجع إلى أن هذه الفئة عاصرت مرحلة ازدهار الإذاعة كمصدر إعلامي، مما يجعلها أكثر اعتياداً على التعرض له من فئات السن المتوسطة والصغرى، وقد كانت الفروق ذات دلالة إحصائية حيث ثبتت العلاقة عند مستوى دلالة 0.000
- تبين كذلك ارتفاع معدلات استخدام التلفزيون كمصدر إعلامي لدى الفئة العمرية الأعلى، بينما اقترب متوسط الفئة الوسطى من المتوسط النهائي للمجموع العام، وهو ما يشير إلى أن ارتفاع السن يزيد من التعرض للتلفزيون والاعتماد عليه، وهو ما يؤكد أن التعرض للتلفزيون يزيد من عمليات إعادة التعرض وتكراره مرة أخرى ليشكل منحني صاعداً يبدأ من مرحلة سنوية أقل ويتصاعد بتقدم السن خاصة وأنه يمثل وسيلة أقل جهداً في التعرض. وقد كانت الفروق ذات دلالة إحصائية حيث ثبتت العلاقة عند مستوى دلالة 0.039
- جاءت الفئة المتوسطة كأعلى الفئات تعرضاً للكتب المطبوعة بمتوسط أعلى من المتوسط النهائي للمجموع العام، تلتها الفئة الأعلى عمراً ثم الأصغر وكلاهما انخفض متوسطه عن المتوسط النهائي للمجموع العام، وقد يرجع هذا إلى أن الفئتين المتوسطة والأعلى مع بلوغهما هذا السن يزداد لديهما دافع السعي للإسهام العلمي العام المتمثل في توافر فرص نشر الكتب الخاصة بهما مما يجعلهما أكثر حرصاً على متابعة ما ينشر من كتب. وقد كانت الفروق ذات دلالة إحصائية حيث ثبتت العلاقة عند مستوى دلالة 0.000
- جاءت الفئتين الأعلى والمتوسطة أكثر تعرضاً للمجلات العلمية المطبوعة، وهو ما يمكن تفسيره أن هاتين الفئتين أكثر سعياً للاطلاع على المجلات العلمية إذ تتزامن هذه المراحل العمرية مع السعي للترقية العلمية في مقابل الفئة الأقل عمراً حديثة العهد بالحصول على الدكتوراه، وهو ما يفعل من

تعرضهما للمجلات العلمية كسبيل للتواصل مع الاتجاهات العلمية الحديثة. وقد كانت الفروق ذات دلالة إحصائية حيث ثبتت العلاقة عند مستوى دلالة 0.007.

- كانت الفئة العمرية المتوسطة وحدها هي التي ارتفعت عن المتوسط النهائي للمجموع العام في التعرض لمواقع الإنترنت الإعلامية، وهو ما يشير إلى أنها الأكثر دافعية للتعرض للوسائل الإعلامية الحديثة خاصة بعد تشكل عادات التعرض لديها وثباتها، وقد كانت الفروق ذات دلالة إحصائية حيث ثبتت العلاقة عند مستوى دلالة 0.041

- لم تكن الفروق ذات دلالة إحصائية بالنسبة للتعرض للكتب والمجلات العلمية على الإنترنت.

#### علاقة مستوى التعرض بالسن:

جدول رقم (27) يوضح العلاقة بين كثافة التعرض والسن

مستوى الدلالة	درجات الحرية	قيمة F	المتوسط الحسابي	العدد	السن	مستوى التعرض
0.000	2، 82	26.444	2.9286	14	أقل من 35	
			4.3676	68	50-35	
			5.0000	3	أكثر من 50	
			4.1529	85	المجموع	

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

إن أعلى الفئات تعرضاً للوسائل الإعلامية هي فئة أكثر من 50 سنة، تلتها فئة 35-50 سنة، وكلاهما ارتفعت متوسطاتهن عن المتوسط النهائي للمجموع العام، وهو ما يشير إلى أن التعرض لوسائل الإعلام يزداد بكثافة تدريجية مع تقدم السن، وقد يرجع انخفاض تعرض من هن أقل من 35 سنة إلى حداثة الحصول على درجة الدكتوراه التي تتطلب وقتاً وجهداً وتفرغاً، ثم تبدأ مرحلة الاعتياد على التعرض لوسائل الإعلام لتزداد مع تقدم السن لتصل إلى مرحلة الاعتماد على وسائل الإعلام، وهو ما يدعم النتيجة التي سبقت الإشارة إليها، وقد كانت الفروق ذات دلالة إحصائية حيث ثبتت العلاقة عند مستوى دلالة 0.00

علاقة الإشباعات ومستوى التفاعل بالسن:

جدول رقم (28) يوضح علاقة مستوى تحقق الإشباعات بالسن

مستوى الدلالة	درجات الحرية	قيمة F	المتوسط الحسابي	العدد	السن	معدل تحقق الإشباعات
0.005	2، 82	5.589	23.8571	14	أقل من 35	
			26.7500	68	50-35	
			31.0000	3	أكثر من 50	
			26.4235	85	المجموع	

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

ارتفاع معدلات تحقق الإشباع بدرجة عالية لفئات السن الأعلى، تليها الفئات المتوسطة بفارق طفيف عن المتوسط النهائي للمجموع العام، وهو ما يمكن تفسيره في ظل ارتفاع كثافة التعرض لهذه الفئات من جهة، ومن جهة أخرى فإن الخبرة السابقة لتعامل الفئات ذات السن الأعلى من وسائل الإعلام السعودية على مدى زمني كبير، ونظراً للتطور الحادث في مجالات الإعلام السعودي في الأعوام الأخيرة كماً وكيفاً فإن هذه الفئة القادرة على مقارنة القديم بالحديث تزداد لديها درجة تحقق الإشباع التي كانت مفقودة في القديم وتعززت في الحديث، وقد كانت الفروق ذات دلالة إحصائية حيث ثبتت العلاقة عند مستوى دلالة 0.005

جدول رقم (29) يوضح علاقة مستوى التفاعل بالسن

مستوى الدلالة	درجات الحرية	قيمة F	المتوسط الحسابي	العدد	السن	مستوى التفاعل
0.000	2، 82	10.271	17.5000	14	أقل من 35	
			22.8235	68	50-35	
			25.0000	3	أكثر من 50	
			22.0235	85	المجموع	

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

إن الفئات السنوية الأعلى هي أعلى الفئات تفاعلاً مع وسائل الإعلام، تليها الفئات المتوسطة وكلتا الفئتين ارتفعتا فوق المتوسط النهائي للمجموع العام، بينما انخفضت الفئة العمرية الأقل بفروق عالية للغاية عن المتوسط النهائي للمجموع العام، وقد يرجع هذا إلى أن هذه الفئة كما سبقت الإشارة أقل في التعرض لوسائل الإعلام وفي الاعتماد عليها كمصادر للمعرفة كما أنها لم تنظم علاقتها مع وسائل الإعلام أصلاً، وما زالت حديثة العهد بالعمل في النطاق النخبوي الأكاديمي، وقد كانت الفروق ذات دلالة إحصائية حيث ثبتت العلاقة عند مستوى دلالة 0.000

علاقة عوائد التفاعل بالسن:

جدول رقم (30) يوضح علاقة عوائد التفاعل بالسن

مستوى الدلالة	درجات الحرية	قيمة F	المتوسط الحسابي	العدد	السن	عوائد التفاعل
0.013	2، 82	4.624	3.6429	14	أقل من 35	طبيعة العمل الأكاديمي
			4.2647	68	50-35	
			4.0000	3	أكثر من 50	
			4.1529	85	المجموع	
0.000	2، 82	10.323	2.3571	14	أقل من 35	وجود ارتباطات عمل إضافية
			3.7353	68	50-35	
			3.0000	3	أكثر من 50	

			3.4824	85	المجموع	
0.367	2، 82	1.014	2.2143	14	أقل من 35	ضعف تقدير وسائل الإعلام المادي
			2.7206	68	50-35	
			3.0000	3	أكثر من 50	
			2.6471	85	المجموع	
0.376	2، 82	0.990	2.2143	14	أقل من 35	ضعف اهتمام وسائل الإعلام بالأكاديميين
			2.7647	68	50-35	
			3.0000	3	أكثر من 50	
			2.6824	85	المجموع	
0.007	2، 82	5.351	2.0000	14	أقل من 35	ضعف اهتمام وسائل الإعلام بالشأن المحلي
			2.8382	68	50-35	
			2.0000	3	أكثر من 50	
			2.6706	85	المجموع	
0.721	2، 82	0.328	2.5000	14	أقل من 35	صعوبة الوصول إلى وسائل الإعلام
			2.5000	68	50-35	
			3.0000	3	أكثر من 50	
			2.5176	85	المجموع	
0.013	2، 82	4.584	3.7857	14	أقل من 35	عدم وجود اهتمام شخصي
			2.7206	68	50-35	
			3.0000	3	أكثر من 50	
			2.9059	85	المجموع	

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- جاءت الفئة العمرية المتوسطة أعلى من الفئة العمرية العالية ثم الفئة العمرية الأصغر في العوائق المرتبطة بطبيعة العمل الأكاديمي ووجود ارتباطات عمل إضافية، وهو أمر طبيعي يعزى إلى أن الفئات ذات السن الأعلى لا تسمح لها ظروفها السنوية في كثير من الأحيان بتحمل أعباء عمل إضافية، كما أن الفئات الصغرى تكون في بداية طريقها للعمل الأكاديمي مما يجعل المسؤوليات الملقاة عليها أقل من الفئة المتوسطة الأكثر تمرساً وخبرة، وقد كانت الفروق ذات دلالة إحصائية حيث ثبتت العلاقة عند مستوى دلالة 0.013 بالنسبة لطبيعة العمل الأكاديمي، و0.000 بالنسبة لوجود ارتباطات عمل إضافية.
- لم تكن فروق المتغيرات ذات الصلة بعلاقة وسائل الإعلام بالأكاديميين ذات دلالة إحصائية بين فئات السن، وهو ما يشير إلى أن جميع الفئات العمرية تعاني من هذه المتغيرات بشكل عام.
- جاء التقييم الموضوعي المتعلق بضعف اهتمام وسائل الإعلام بالشأن المحلي أعلى لدى الفئات متوسطة العمر بفروق دالة عن كل من الفئات الأعلى والأصغر، وهو ما يشير إلى وجود طابع نقدي

في تعرض هذه الفئة لوسائل الإعلام..، وقد كانت الفروق ذات دلالة إحصائية حيث ثبتت العلاقة عند مستوى دلالة 0.007

- جاء العائق الشخصي المتعلق بعدم الاهتمام ذا دلالة إحصائية بالنسبة للفئة الأصغر بفروق عالية للغاية عن الفئة الأكبر التي تقاربت مع المتوسط النهائي للمجموع العام، وهو ما يتكامل مع النتائج السابقة من أن الفئة الأصغر أقل اهتماماً وتعرضاً وتفاعلاً وإشباعاً، وقد كانت الفروق ذات دلالة إحصائية حيث ثبتت العلاقة عند مستوى دلالة 0.013.

#### نتيجة اختبار الفرض الفرعي الرابع:

ثبت تأثير السن في التعرض للمصادر الإعلامية، وكثافة التعرض، ومستوى تحقق الإشباع، ومستوى التفاعل لصالح الفئات الأعلى سناً تليها الفئات المتوسطة وأخيراً الفئات الأصغر، كما تنوعت عوائق التفاعل بين فئات العمر حيث احتلت العوائق المتعلقة بالعمل وضعف الاهتمام بالشأن العام مرتبة عليا لدى الفئات المتوسطة، بينما عدم الاهتمام الشخصي لصالح الفئات الأصغر سناً، بينما لم تكن الفروق المتعلقة بتعامل وسائل الإعلام مع الأكاديميين ذات دلالة وهو ما يشير إلى عمومية الاتجاه نحو كيفية التعامل بين فئات السن المختلفة للعينة. وعليه يتم قبول الفرض الفرعي الرابع.

#### النتيجة العامة لاختبارات الفرض الرئيس الأول:

- اتضح تأثر مصادر المعرفة الإعلامية بالتخصص الأكاديمي، والحالة الاجتماعية والسن، بينما لم تتأثر وفق الدرجة العلمية إلا على مستوى التليفزيون فقط.
  - تبين تأثر كثافة التعرض للوسائل الإعلامية السعودية بنوع التخصص الأكاديمي، والسن، في مقابل عدم تأثرها بالحالة الاجتماعية والدرجة العلمية.
  - تبين تأثر مستوى تحقيق الإشباع بالسن فقط دون بقية المتغيرات.
  - تبين تأثر مستوى التفاعل بالدرجة العلمية والسن دون الحالة الاجتماعية والتخصص.
  - تبين تنوع عوائق التفاعل وفقاً لكل متغير من المتغيرات الأربع.
- وعليه يمكن قبول الفرض الرئيس الأول حيث إن المتغيرات الوظيفية والديموجرافية تؤثر في مصادر المعرفة والتعرض والإشباع والتفاعل ونوعية العوائق التي تمنع التفاعل بدرجات نسبية.

#### الفرض الرئيس الثاني:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض، ومستوى تحقق الإشباع، ومستوى التفاعل.

#### الفرض الفرعي الخامس:

ينأثر مستوى تحقيق الإشباع بكثافة التعرض.

جدول رقم (31) يوضح علاقة مستوى تحقيق الإشباع بكثافة التعرض

مستوى الإشباع	مستوى تحقق الإشباع	العدد	المتوسط الحسابي	قيمة T	درجات الحرية	مستوى الدلالة
متوسط	متوسط	66	3.9545	6.322	83	0.000

			4.8421	19	عال	
--	--	--	--------	----	-----	--

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

إن كثافة التعرض تؤثر في مستوى تحقق الإشباع، وهو ما يعني أن زيادة التعرض للمحتوى تزيد من فرص التعرض للرسائل الاتصالية التي تزيد من تحقق الإشباع المختلفة، وهو ما يشير إلى كفاءة الإعلام السعودي في تحقيق الإشباع الاتصالية، حيث اتضح ارتفاع متوسط تعرض الفئات عالية الإشباع بفارق كبير عن الفئات متوسطة الإشباع، وقد كانت هذه الفروق ذات دلالة إحصائية حيث ثبتت العلاقة عند مستوى دلالة 0.000

نتيجة اختبار الفرض الفرعي الخامس: تم قبول الفرض حيث تبين أن زيادة التعرض لوسائل الإعلام السعودية يزيد من مستوى تحقق الإشباع لدى النخبة الأكاديمية النسائية.

#### الفرض الفرعي السادس:

يتأثر مستوى التفاعل مع وسائل الإعلام بكثافة التعرض.

جدول رقم (32) يوضح علاقة مستوى التفاعل بكثافة التعرض.

مستوى الدلالة	درجات الحرية	قيمة T	المتوسط الحسابي	العدد	مستوى التفاعل	كثافة التعرض
0.000	83	4.155	3.8947	57	ضعيف	
			4.6786	28	متوسط	

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

إن كثافة التعرض تزيد من مستوى التفاعل مع وسائل الإعلام السعودية، بمعنى أنه كلما زاد التعرض كلما ارتفعت دافعية المبحوث للتفاعل مع وسائل الإعلام، حيث اتضح أن الفئات متوسطة التفاعل كانت أعلى في معدلات تعرضها للإعلام السعودي بفروق عالية عن الفئات ضعيفة التفاعل، وقد كانت الفروق بين الفئتين ذات دلالة إحصائية حيث ثبتت العلاقة عند مستوى دلالة 0.000.

نتيجة اختبار الفرض الفرعي السادس: تم قبول الفرض حيث تبين أن ارتفاع معدلات التعرض لوسائل الإعلام السعودي تزيد من مستويات التفاعل مع هذه الوسائل بمستوياتها المختلفة.

الفرض الفرعي السابع: يتأثر مستوى التفاعل بمستوى تحقق الإشباع.

جدول رقم (33) يوضح علاقة مستوى تحقق الإشباع بمستوى التفاعل.

مستوى الدلالة	درجات الحرية	قيمة T	المتوسط الحسابي	العدد	مستوى التفاعل	مستوى تحقق الإشباع
0.001	83	3.291	25.4737	57	ضعيف	
			28.3571	28	متوسط	

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

إن ارتفاع مستوى تحقق الإشباع يزيد من معدلات التفاعل مع وسائل الإعلام السعودية، وهو ما يعني أن الإشباع يصير دافعاً للتفاعل مع وسائل الإعلام، حيث يشعر المستخدم بحالة من الانتماء والقرب من الوسائل الإعلامية بما يدفعه للتفاعل معها سواء بشكل ساكن أو ديناميكي. حيث ارتفعت متوسطات فئة متوسط التفاعل عن فئة ضعيف التفاعل، وقد كانت الفروق ذات دلالة إحصائية حيث ثبتت العلاقة عند مستوى دلالة 0.001 نتيجة اختبار الفرض الفرعي السابع: تم قبول الفرض حيث تبين أن ارتفاع معدلات تحقق الإشباع يزيد من فرص التفاعل ومستواه مع وسائل الإعلام السعودية.

نتيجة اختبار الفرض الرئيس الثاني: تم قبول الفرض إذ تبين أن كثافة التعرض تزيد من الشعور بتحقيق الإشباع، كما اتضح أنها تزيد من معدلات التفاعل مع وسائل الإعلام، وتبين أن الإشباع يزيد من معدلات التفاعل مع وسائل الإعلام السعودية.

### الفرض الرئيس الثالث:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض، ومستوى تحقق الإشباع، ومستوى التفاعل، وبين الأبعاد التقييمية لوسائل الإعلام السعودية.

### الفرض الفرعي الثامن:

تتأثر التقييمات المتعلقة بتوازن التغطية الإعلامية بكل من كثافة التعرض، ومستوى تحقق الإشباع، ومستوى التفاعل.

جدول رقم (34) يوضح علاقة التقييمات المتعلقة بتوازن التغطية الإعلامية بكثافة التعرض

مستوى الدلالة	درجات الحرية	قيمة F	المتوسط الحسابي	العدد	كثافة التعرض	توازن التغطية الإعلامية
0.000	2، 82	12.745	9.6258	4	ضعيف	المستوى المحلي
			11.6364	44	متوسط	
			16.7027	37	عال	
			13.2941	85	المجموع	
0.000	2، 82	10.789	7.5332	4	ضعيف	المستوى العربي
			10.3636	44	متوسط	
			13.9189	37	عال	
			11.4235	85	المجموع	
0.000	2، 82	17.711	8.6220	4	ضعيف	المستوى العالمي
			9.0227	44	متوسط	
			14.7568	37	عال	
			11.0941	85	المجموع	

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:



أن الفئات عالية التعرض فقط كانت هي الفئات التي ارتفعت عن المتوسط النهائي للمجموع العام في جميع المتغيرات، تلتها الفئات متوسطة التعرض ثم ضعيفة التعرض، وكلاهما قل متوسطه عن المتوسط النهائي للمجموع العام، وهو ما يشير إلى أنه كلما زاد التعرض لوسائل الإعلام السعودية كلما ازداد الشعور بتوازن التغطية الإعلامية على الأصعدة المحلية والعربية والدولية.

وهو ما يمكن تفسيره أن الفئات متوسطة التعرض وضعيفة التعرض لوسائل الإعلام السعودية غالباً ما تعتمد على قنوات اتصالية غير سعودية في إشباع احتياجاتها الاتصالية، ومع سيادة الفضائيات والصحافة الدولية ومواقع الإنترنت الإعلامية والتي تتسم بقدر كبير من التخصص في المجالات الإعلامية المختلفة من جانب، وفي عمومية المعالجة من جانب آخر فإنه لا يمكن مقارنة رسائلها بإعلام وطني بأي حال، فعلى سبيل المثال فإن القنوات الإخبارية العربية تتسم بتركيز معالجاتها على الصعيد العربي مما يجعلها أكثر فعالية عند المقارنة مع أي إعلام وطني، كما أن الصحف العالمية تركز على الشأن العالمي ومن ثم فإن المقارنة بينها وبين الإعلام الوطني لن تكون في صالح الإعلام الوطني، إضافة إلى أن مفهوم التوازن يعني عدم الإفراط أو التفريط في عرض المحتوى الإعلامي، وهو ما يجعل وسائل الإعلام الوطنية بالنسبة لضعاف ومتوسطي التعرض لها مفرطة في تناول الشأن المحلي مقارنة بالوسائل غير الوطنية.

وعلى هذا يمكن القول بأن الشعور بالتوازن في التغطية الإعلامية لا يتأتى سوى من خلال معدلات تعرض عالية تتناسب مع وضع مستويات التغطية المناسبة وفق منظور وطني غير عربي ولا عالمي. وقد كانت الفروق في جميع الفئات ذات دلالة إحصائية حيث ثبتت العلاقة عند مستوى دلالة 0.000. جدول رقم (35) يوضح علاقة التقييمات المتعلقة بتوازن التغطية الإعلامية بمستوى تحقق الإشباع

توازن التغطية الإعلامية	مستوى تحقق الإشباع	العدد	المتوسط الحسابي	قيمة T	درجات الحرية	مستوى الدلالة
المستوى المحلي	متوسط	66	11.8939	3.189	83	0.002
	عال	19	18.1579			
المستوى العربي	متوسط	66	9.8182	4.523	83	0.000
	عال	19	17.0000			
المستوى العالمي	متوسط	66	9.6515	4.216	83	0.000
	عال	19	16.1053			

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

ارتفاع متوسطات الفئات عالية الإشباع عن الفئات متوسطة الإشباع، وهو أمر طبيعي كذلك، حيث إن الإشباع لا يتحقق إلا في ظل شعور بتحقيق التوازن والحصول على مبتغى الفرد من جراء التعرض، وبما أن الفئات عالية الإشباع هي بالضرورة فئات تتم تغطية احتياجاتها على المستويات المحلية والعربية والدولية، فإنه من الطبيعي

أن يزداد شعورها بالتوازن في هذه التغطيات جميعها، وبالتالي فإنه كما أن معدلات التعرض تزيد من معدلات تحقق الإشباع فإن الشعور بالتوازن الناتج عن كثافة التعرض يزداد هو الآخر بزيادة مستوى تحقق الإشباع. وقد كانت الفروق بين الفئات ذات دلالة إحصائية حيث ثبتت العلاقة عند مستوى دلالة 0.002 على المستوى المحلي، و 0.000 على المستويين العربي والعالمي.

جدول رقم (36) يوضح علاقة التقييمات المتعلقة بتوازن التغطية الإعلامية بمستوى التفاعل

توازن التغطية الإعلامية	مستوى التفاعل	العدد	المتوسط الحسابي	قيمة T	درجات الحرية	مستوى الدلالة
المستوى المحلي	ضعيف	57	11.5614	3.002	83	0.004
	متوسط	28	16.8214			
المستوى العربي	ضعيف	57	10.1053	3.068	83	0.003
	متوسط	28	14.1071			
المستوى العالمي	ضعيف	57	9.5965	3.027	83	0.003
	متوسط	28	14.1429			

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

أن الفئات متوسطة التفاعل كانت أكثر شعوراً بتوازن التغطية الإعلامية بكافة مستوياتها في مقابل الفئات ضعيفة التفاعل، وهي نتيجة طبيعية حيث التفاعل يعد مقابلاً موضوعياً للتغلغل في المحتوى الاتصالي من قبل أفراد العينة، وبالتالي يمكن القول بأن نوع التفاعل الساكن يزيد من حالة الاهتمام بالمحتوى وارتفاع مستوى العمليات الإدراكية أثناء التعرض، وهو ما يجعل الشعور بالتوازن شعوراً موضوعياً تماماً، كما أن التعرض الديناميكي يجعل الفرد مشاركاً في صنع الرسالة الاتصالية ذاتها، وبالتالي فإنه يزيد من شعوره بتوازن التغطية الإعلامية ويجعل اتجاهاته في العموم اتجاهات إيجابية.

وقد كانت الفروق بين الفئات ذات دلالة إحصائية حيث ثبتت العلاقة عند مستوى دلالة 0.004 على المستوى المحلي، و 0.003 على المستويين العربي والعالمي.

**نتيجة اختبار الفرض الفرعي الثامن:**

تم قبول الفرض الفرعي الثامن حيث تبين أن ارتفاع معدلات التعرض والإشباع والتفاعل تؤثر في الشعور بتوازن التغطية الإعلامية على المستويات المحلية والعربية والعالمية.

**الفرض الفرعي التاسع:**

تتأثر التقييمات المتعلقة بكفاءة العرض الموضوعي بكل من كثافة التعرض، ومستوى تحقق الإشباع، ومستوى التفاعل.

جدول رقم (37) يوضح علاقة التقييمات المتعلقة بكفاءة العرض الموضوعي بكثافة التعرض

تقييم كفاءة العرض الموضوعي	كثافة التعرض	العدد	المتوسط الحسابي	قيمة F	درجات الحرية	مستوى الدلالة
----------------------------	--------------	-------	-----------------	--------	--------------	---------------

0.000	82 ، 2	9.905	8.6521	4	ضعيف	سياسية
			10.2727	44	متوسط	
			14.7838	37	عال	
			11.7529	85	المجموع	
0.000	82 ، 2	9.169	6.3456	4	ضعيف	اقتصادية
			9.4091	44	متوسط	
			13.2162	37	عال	
			10.6235	85	المجموع	
0.051	82 ، 2	3.079	8.5528	4	ضعيف	رياضية
			9.3409	44	متوسط	
			10.0541	37	عال	
			9.2118	85	المجموع	
0.001	82 ، 2	8.291	0.49356	4	ضعيف	دينية
			6.3409	44	متوسط	
			10.0541	37	عال	
			7.6588	85	المجموع	
0.009	82 ، 2	4.999	8.1101	4	ضعيف	ثقافية
			9.6818	44	متوسط	
			11.5946	37	عال	
			10.0588	85	المجموع	
0.016	82 ، 2	4.377	7.9942	4	ضعيف	فنية
			8.4773	44	متوسط	
			9.8108	37	عال	
			8.6588	85	المجموع	
0.001	82 ، 2	7.748	6.8923	4	ضعيف	علمية
			7.5227	44	متوسط	
			10.7838	37	عال	
			8.5882	85	المجموع	
0.000	82 ، 2	9.368	7.0019	4	ضعيف	مرآة
			7.6818	44	متوسط	

			11.9189	37	عال	
			9.1647	85	المجموع	

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- لم تكن تقييمات الرياضة ذات دلالة إحصائية، وهو ما قد يرجع إلى أن المحتوى الرياضي قد لا يجذب الفئات النسائية بشكل كبير، مما جعل التقييمات بشأنه لا تتأثر بكثافة التعرض.
- إن الفئات كثيفة التعرض مثلت أعلى الفئات في تقييمها لكفاءة العرض الإعلامي في الإعلام السعودي، وقد كانت هي وحدها الفئة الأعلى من المتوسط النهائي للمجموع العام، بينما جاءت الفئات قليلة التعرض وضعيفة التعرض أقل من المتوسط النهائي للمجموع العام، وهو ما يمكن تفسيره في ظل التفسير السابق المتعلق بأن الفئات كثيفة التعرض غالباً ما يقتصر تعرضها على الإعلام السعودي دون غيره، وهو ما يجعل تقييمها لأداء الإعلام السعودي من حيث الكفاءة عالياً دون مقارنة مع غيره من وسائل الإعلام المتخصصة والتي هي بلا جدال أقدر على تقديم رسائل اتصالية ذات جودة أعلى، هذا من جهة، ومن جهة أخرى يمكن القول بأن كثافة التعرض تزيد من الاتجاهات الإيجابية نحو كفاءة العرض الموضوعي، وهو ما يعني كفاءة الإعلام السعودي وقدرته على تناول جميع الموضوعات والمجالات بقدر عال من الفعالية والتأثير. وقد كانت الفروق ذات دلالة إحصائية حيث ثبتت العلاقة عند مستوى دلالة 0.000 للموضوعات السياسية والاقتصادية وموضوعات المرأة، 0.001 على صعيد الموضوعات الدينية والعلمية، 0.009 على مستوى الموضوعات الثقافية، 0.016 على مستوى الموضوعات الفنية.

جدول رقم (38) يوضح علاقة التقييمات المتعلقة بكفاءة العرض الموضوعي بمستوى تحقق الإشباع

مستوى الموضوعي	تقييم كفاءة العرض	مستوى تحقق الإشباع	العدد	المتوسط الحسابي	قيمة T	درجات الحرية	مستوى الدلالة
سياسية	متوسط	66	10.4848	2.925	83	0.004	
	عال	19	16.1579				
اقتصادية	متوسط	66	9.3182	3.627	83	0.001	
	عال	19	15.1579				
رياضية	متوسط	66	8.1364	2.404	83	0.018	
	عال	19	12.9474				
دينية	متوسط	66	6.7273	2.729	83	0.008	
	عال	19	10.8947				
ثقافية	متوسط	66	9.3182	1.692	83	0.085	
	عال	19	12.6316				

0.041	83	2.078	7.8788	66	متوسط	فنية
			11.3684	19	عال	
0.051	83	1.981	7.8788	66	متوسط	علمية
			11.0526	19	عال	
0.028	83	2.243	8.3030	66	متوسط	مرأة
			12.1579	19	عال	

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية على مستوى الموضوعات الثقافية والعلمية، وهو ما يؤكد أن قدرة هذه الموضوعات على تحقيق الإشباع ضعيفة، وبالتالي يشير إلى ضعف كفاءة الإعلام السعودي في هذين المجالين بالقدر الذي يحقق الإشباع المتوقعة لدى المستخدم.
- تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية على مستوى بقية المجالات، حيث ارتفعت متوسطات الفئات عالية الإشباع في مقابل الفئات متوسطة الإشباع، وهو ما يؤكد أن ارتفاع تقييمات كفاءة العرض ترتبط بمعدلات تحقق الإشباع المتوقعة جراء التعرض، وهو ما يؤكد كفاءة الإعلام السعودي في تحقيق إشباع المستخدمين على مستوى المجالات الإعلامية المختلفة، وقد كانت الفروق ذات دلالة إحصائية حيث ثبتت العلاقة عند مستوى دلالة 0.004 للموضوعات السياسية، 0.001 للاقتصادية، 0.018 للرياضية، 0.008 للدينية، 0.041 للفنية، 0.028 للمرأة.

جدول رقم (39) يوضح علاقة التقييمات المتعلقة بكفاءة العرض الموضوعي بمستوى التفاعل

مستوى الدلالة	درجات الحرية	قيمة T	المتوسط الحسابي	العدد	مستوى التفاعل	تقييم كفاءة العرض الموضوعي
0.008	83	2.932	10.1930	57	ضعيف	سياسية
			14.9286	28	متوسط	
0.000	83	3.957	8.7368	57	ضعيف	اقتصادية
			14.4643	28	متوسط	
0.002	83	3.133	7.4211	57	ضعيف	رياضية
			12.8571	28	متوسط	
0.000	83	4.320	5.8421	57	ضعيف	دينية
			11.3571	28	متوسط	
0.073	83	1.804	9.0526	57	ضعيف	ثقافية

			12.1071	28	متوسط	
0.003	83	3.117	7.1754	57	ضعيف	فنية
			11.6786	28	متوسط	
0.000	83	3.653	6.9649	57	ضعيف	علمية
			11.8929	28	متوسط	
0.005	83	2.936	7.6667	57	ضعيف	مرأة
			12.2143	28	متوسط	

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية على مستوى الموضوعات الثقافية، وهي نتيجة مهمة تشير إلى ضعف أداء الإعلام السعودي على الصعيد الثقافي.
- بينما تبين تأثير مستوى التفاعل مع وسائل الإعلام في التقييمات الموضوعية على مستوى بقية المجالات، حيث ارتفعت الفئات متوسطة التفاعل عن الفئات ضعيفة التفاعل، وهو ما يؤكد أنه كلما ازداد تغلغل وتورط المستخدم في الرسالة الإعلامية على المستويين الساكن والديناميكي كلما ازدادت تقييماته الموضوعية إيجابية. وقد كانت الفروق ذات دلالة إحصائية حيث ثبتت العلاقة عند مستوى دلالة 0.008 للموضوعات السياسية، 0.000 للاقتصادية والدينية، والعلمية، 0.002 للموضوعات الرياضية، 0.003 للفنية، 0.005 للمرأة.

#### نتيجة اختبار الفرض الفرعي التاسع:

تم قبول الفرض حيث تبين تأثير مستويات التعرض والإشباع والتفاعل على التقييمات المتعلقة بكفاءة العرض الموضوعي، بينما اتضح وجود خلل على مستوى المجالات الثقافية. وهو ما يؤكد أنه كلما زاد ارتباط المستخدم بالإعلام السعودي كلما زاد شعوره بكفاءة العرض الموضوعي عبره باستثناء الموضوعات الثقافية التي تشير إلى وجود خلل ما في أداء الإعلام السعودي تجاهها.

#### الفرض الفرعي العاشر:

تتأثر التقييمات المتعلقة بمعالجة الرسالة الإعلامية (المصادقية، الدقة، المبالغة، الجرأة) بكل من كثافة التعرض، ومستوى تحقق الإشباع، ومستوى التفاعل.

جدول رقم (40) يوضح علاقة التقييمات المتعلقة بمعالجة الرسالة الإعلامية بكثافة التعرض

مستوى الدلالة	درجات الحرية	قيمة F	المتوسط الحسابي	العدد	كثافة التعرض	معالجة الرسالة الإعلامية
0.443	82، 2	0.823	31.0000	4	ضعيف	المصادقية
			29.6364	44	متوسط	
			30.6486	37	عال	
			30.1412	85	المجموع	

0.802	2، 82	0.221	31.0000	4	ضعيف	الدقة
			29.8409	44	متوسط	
			29.5135	37	عال	
			29.7529	85	المجموع	
0.000	2، 82	8.897	31.0000	4	ضعيف	المبالغة
			30.7273	44	متوسط	
			27.1081	37	عال	
			29.1647	85	المجموع	
0.911	2، 82	0.093	33.0000	4	ضعيف	الجرأة
			32.4545	44	متوسط	
			32.3243	37	عال	
			32.4235	85	المجموع	

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية على مستوى المصادقية والدقة والجرأة وهي نواح إيجابية في المعالجة الإعلامية، وهو ما يعني أن التعرض لا يؤثر في اتجاهات المستخدم نحو هذه الصفات، وأن الاتجاه نحوها لا يتأثر بمستويات التعرض مما يجعل هذه الاتجاهات تتسم بقدر من العمومية والشمول من وجهة نظر أفراد العينة، وهي نتيجة تعني أن الإعلام السعودي لديه سمعة متوازنة بين أفراد النخبة الأكاديمية النسائية السعودية فيما يتعلق بهذه الجوانب بغض النظر عن مستوى إيجابية هذه السمعة أو سلبيتها.

- تبين أن المبالغة قد حظيت بتقدير عال لدى الفئات ضعيفة التعرض ثم الفئات متوسطة التعرض، وجاءت هاتان الفئتان أعلى من المتوسط النهائي للمجموع العام، بينما جاءت فئة عال التعرض أقل من المتوسط النهائي للمجموع العام، وهي نتيجة مهمة تشير إلى أن هناك اتجاهاً مسبقاً نحو الإعلام السعودي يسمه بالمبالغة، إلا أن هذا الاتجاه يقل بكثافة التعرض ليتبين للمستخدم أن هذا السمة أقل مما كان متصوراً لديه قبل التعرض، وبلا شك فإن هذه النتيجة تثير أمرين:

○ الأول: انخفاض معدلات المبالغة في الإعلام السعودي على أرض الواقع، حيث تقل نسب الاتجاه بزيادة التعرض.

○ الثاني: أن هذا السمة يجب تغييرها إذ هي ناشئة عن تجارب سابقة شكلت اتجاهاً عاماً نحو اتسامه بالمبالغة وهو أمر لا يمكن تغييره سوى بزيادة التعرض.

○ كانت الفروق ذات دلالة إحصائية حيث ثبتت العلاقة عند مستوى دلالة 0.000.

جدول رقم (41) يوضح علاقة التقييمات المتعلقة بمعالجة الرسالة الإعلامية بمستوى تحقق الإشباع

معالجة الرسالة الإعلامية	مستوى تحقق	العدد	المتوسط	قيمة T	درجات	مستوى
--------------------------	------------	-------	---------	--------	-------	-------

الدلالة	الحرية		الحسابي		الإشباع	
0.013	83	2.531	30.6818	66	متوسط	المصدقية
			28.2632	19	عالي	
0.001	83	3.493	30.5909	66	متوسط	الدقة
			26.8421	19	عالي	
0.182	83	1.345	29.5000	66	متوسط	المبالغة
			28.0000	19	عالي	
0.024	83	2.304	32.8182	66	متوسط	الجرأة
			31.0526	19	عالي	

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الاتجاه نحو الشعور بالمبالغة في الرسالة الإعلامية السعودية، وهو ما يعني أن ارتفاع أو انخفاض معدلات تحقق الإشباع لا يؤثر في ارتفاع أو انخفاض الشعور بالمبالغة، وهي نتيجة تتسق مع النتيجة السابقة حيث الفئات متوسطة الإشباع هي الفئات الأقل تعرضاً كما سبقت الإشارة سلفاً.

- تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية على مستوى بقية المتغيرات لصالح الفئات متوسطة الإشباع في مقابل الفئات عالية الإشباع، وهي نتيجة مهمة للغاية، حيث الفئات عالية الإشباع أقل في اتجاهها نحو المصدقية والدقة والجرأة، وهو ما يعني أن الاتجاهات السلبية نحو هذه المتغيرات تتعزز بزيادة الإشباع، وهو ما لا يمكن تفسيره إلا في ظل أمرين:

○ الأول: أن الفئات متوسطة الإشباع تتعرض لبدائل وظيفية غير الإعلام السعودي مما يجعل تقييمها للإعلام السعودي وفق هذه المتغيرات تقيماً محايداً وإيجابياً.

○ الثاني: أن الفئات عالية الإشباع تهتم بتحقيق إشباعاتها بغض النظر عن تقييمها للجوانب الإيجابية أو السلبية في معالجة الرسالة الإعلامية، وهو ما يعني أن الاتجاه نحو هذه الصفات هو اتجاه قديم وأصيل لدى النخبة السعودية مؤداه أن جوانب المصدقية والدقة والجرأة ضعيفة على مستوى الإعلام السعودي، وهو ما يتكامل مع النتيجة السابقة التي أشارت إلى عمومية الاتجاه نحو هذه المتغيرات بغض النظر عن مستوى كثافة التعرض، وبالتالي فإن هذه النتيجة تمثل نتيجة خطيرة هي أن أساليب المعالجة الإيجابية والسلبية في الإعلام السعودي ذات بعد راسخ يتجه نحو السلبية دون الإيجابية، وأن الاتجاهات نحوها كذلك تمثل اتجاهات راسخة وثابتة.

○ كانت الفروق ذات دلالة إحصائية حيث ثبتت العلاقة عند مستوى دلالة 0.013 للمصدقية، و 0.001 للدقة ، و 0.024 للجرأة.

جدول رقم (42) يوضح علاقة التقييمات المتعلقة بمعالجة الرسالة الإعلامية بمستوى التفاعل



مستوى الدلالة	درجات الحرية	قيمة T	المتوسط الحسابي	العدد	مستوى التفاعل	معالجة الرسالة الإعلامية
0.077	83	1.794	29.6316	57	ضعيف	المصداقية
			31.1786	28	متوسط	
0.962	83	0.048	29.7368	57	ضعيف	الدقة
			29.7857	28	متوسط	
0.016	83	2.463	29.9474	57	ضعيف	المبالغة
			27.5714	28	متوسط	
0.501	83	0.675	32.5789	57	ضعيف	الجرأة
			32.1071	28	متوسط	

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- تأكيد النتيجة السابقة حيث تبين عمومية الاتجاه نحو الأبعاد الإيجابية بغض النظر عن مستوى التفاعل، وهو ما يعني أنه حتى على مستويات التفاعل الساكن والديناميكي فإن ذلك لا يغير من اتجاه المبحوث نحو أن الرسائل التي تقدمها وسائل الإعلام السعودية هي رسائل ذات مصداقية ودقة وجرأة محدودة، حيث لم يتبين وجود أية فروق ذات دلالة إحصائية على مستوى هذه الأبعاد.
- تبين كذلك أنه كلما زاد التفاعل مع وسائل الإعلام كلما قل الشعور بالمبالغة، وهي نتيجة تتسق مع الطرح المتعلق بكثافة التعرض، وهذا بعد إيجابي يعني أن هذه السمة تزول مع التفاعل العالي، وقد كانت الفروق ذات دلالة إحصائية حيث ثبتت العلاقة عند مستوى دلالة 0.016

#### نتيجة اختبار الفرض الفرعي العاشر:

تم قبول الفرض جزئياً حيث تبين أن مستويات التعرض والتفاعل لا تؤثر في الأبعاد الإيجابية في مقابل المبالغة كبعد سلبي كما تبين عكس هذه النتيجة على مستوى تحقق الإشباع. إلا أن النتيجة الأهم هي إثبات أن الإعلام السعودي يعاني من وجهة نظر عينة الدراسة من مستوى ضعيف من المصداقية والدقة والجرأة، بينما يتغير الاتجاه نحو المبالغة بزيادة التعرض والتفاعل.

#### نتيجة اختبار الفرض الرئيس الثالث:

تم قبول الفرض حيث تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية على مستوى تقييم توازن التغطية وكفاءة العرض الموضوعي وفقاً لمستويات التعرض والإشباع والتفاعل، بينما تبين قصور الإعلام السعودي على صعيد الأبعاد المتعلقة بمعالجة الرسالة الإعلامية كالمصداقية والدقة والجرأة.

#### النتائج العامة للدراسة:

1. مثلت التخصصات النظرية، كما مثلت درجة أستاذ مساعد، والفئة العمرية 36-46 سنة، والمتزوجات أعلى النسب في عينة الدراسة.

2. جاءت الصحف ثم التليفزيون ثم الكتب المطبوعة أعلى المصادر الإعلامية التي تعتمد عليها عينة الدراسة.
3. تبين ارتفاع مستويات تعرض العينة لوسائل الإعلام السعودي، كما اتضح ارتفاع مستوى تحقق إشباعاتها.
4. جاءت معدلات التفاعل الساكن مع وسائل الإعلام أعلى من معدلات التفاعل الديناميكي المباشر.
5. مثلت العوائق المتعلقة بطبيعة العمل الأكاديمي وارتباطات العمل الإضافية أعلى نسب عوائق التفاعل مع وسائل الإعلام السعودية.
6. اتضح أن تأثير التخصص في نوعية المصادر الإعلامية وكثافة التعرض ومستوى تحقق الإشباعات ومستوى التفاعل وعوائق التفاعل تأثيراً نسبياً وليس عاماً.
7. اتضح أن تأثير الدرجة العلمية ينحصر فقط في مستوى التفاعل وعوائق التفاعل دون غيرها من المتغيرات.
8. اتضح تأثير الحالة الاجتماعية في نوعية المصادر الإعلامية وعوائق التفاعل دون غيرها من المتغيرات.
9. تبين تأثير السن في نوعية المصادر الإعلامية وكثافة التعرض ومستوى تحقق الإشباعات ومستوى التفاعل وعوائق التفاعل بشكل يميل إلى الفئات السنية الأعلى.
10. تبين أن زيادة التعرض لوسائل الإعلام السعودية يزيد من مستوى تحقق الإشباعات لدى النخبة الأكاديمية النسائية.
11. تبين أن ارتفاع معدلات التعرض لوسائل الإعلام السعودي تزيد من مستويات التفاعل مع هذه الوسائل بمستوياتها المختلفة.
12. تبين أن ارتفاع معدلات تحقق الإشباعات يزيد من فرص التفاعل ومستواه مع وسائل الإعلام السعودية.
13. اتضح أن ارتفاع معدلات التعرض والإشباعات والتفاعل تؤثر في الشعور بتوازن التغطية الإعلامية على المستويات المحلية والعربية والعالمية.
14. تبين تأثير مستويات التعرض والإشباعات والتفاعل على التقييمات المتعلقة بكفاءة العرض الموضوعي، بينما اتضح وجود خلل على مستوى المجالات الثقافية.
15. تبين أن مستويات التعرض والتفاعل لا تؤثر في الأبعاد الإيجابية في مقابل المبالغة كبعد سلبي كما تبين عكس هذه النتيجة على مستوى تحقق الإشباع.
16. اتضح أن الإعلام السعودي يعاني من وجهة نظر عينة الدراسة من مستوى ضعيف من المصادقية والدقة والجرأة، بينما يتغير الاتجاه نحو المبالغة بزيادة التعرض والتفاعل.

## مصادر الدراسة ومراجعتها

### أولاً: المراجع العربية:

1. أحمد أحمد عثمان وسامي السعيد النجار: اتجاهات الصفوة المصرية نحو صورة الإنسان العربي في الصحف وقنوات التلفزيون الغربية (بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الثامن لكلية الإعلام جامعة القاهرة المنعقد تحت عنوان " الإعلام وتحسين صورة العرب والمسلمين، مايو 2002 ) ص 457-504.
2. إيمان فاروق الصياد: اعتماد النخبة المصرية على وسائل الإعلام في أوقات الأزمات..دراسة مقارنة بين الوسائل المصرية والدولية (ماجستير، غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم الإعلام وعلوم الاتصال، 2003).
3. جمال عبد العظيم أحمد: دور الصحافة في المشاركة السياسية لدى قادة الرأي.. دراسة ميدانية بالتطبيق على انتخابات مجلس الشعب عام 2000 في إطار نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام. (المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الثاني، العدد الأول، يناير - مارس 2001 ) ص 161-227.
4. حنان أحمد سليم: اتجاهات الصفوة المصرية نحو واقع ومستقبل القنوات الإخبارية العربية (بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر لكلية الإعلام، جامعة القاهرة، تحت عنوان " مستقبل وسائل الإعلام العربية " في الفترة من 2-5 مايو 2005 ) ص 127-185.
5. خالد صلاح الدين حسن على: اتجاهات النخبة المصرية نحو إدارة القنوات التلفزيونية الإخبارية للأزمات العربية في إطار مدخل إدارة الصراع (بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي العاشر لكلية الإعلام جامعة القاهرة تحت عنوان " الإعلام لمعاصر والهوية العربية، في الفترة من 4-6 مايو 2004 ) ص ص 943 - 1027.
6. سهام نصار: تأثير المصادقية على علاقة النخبة بالصحافة المصرية (بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي السنوي التاسع لكلية الإعلام، جامعة القاهرة تحت عنوان " أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق " مايو 2003 ) ص 1385-1467.
7. سوزان القليني (1998) مدى اعتماد الصفوة المصرية على التلفزيون في وقت الأزمات (المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الرابع، ديسمبر 1998) ص ص 33-64.
8. عبد الله بن محمد الر فاعي: اعتماد الشباب السعودي على وسائل الإعلام التقليدية الوطنية والمستحدثات الاتصالية.. دراسة مقارنة على عينة من الشباب في مدينة الرياض.
9. محمد شحات الخطيب: المرأة حقوقها وواجباتها وعلاقة التعليم بذلك. (بحث مقدم إلى مؤتمر " حقوق وواجبات المرأة السعودية المنعقد بالمدينة المنورة في الفترة من 12-حتى 14-6-2004) ص ص 39-44.
10. محمد عبد الغني علام: النخبة المصرية والصحافة.. دراسة ميدانية في الاستخدامات والاتجاهات (ماجستير، غير منشورة، جامعة المنيا، كلية الآداب، قسم الإعلام) 2002.
11. مصلحة الإحصاءات العامة والمعلومات.. وزارة التخطيط

<http://www.cds.gov.sa/statistic/cdsonnet/DemographicMap/scripts/calculator/calc.asp>

12. هويدا مصطفى: استطلاع رأي عينة من النخبة السياسية والإعلامية حول التغطية التلفزيونية لانتخابات مجلس الشعب لعام 2000 ( المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الثاني، العدد الأول، يناير - مارس 2001 ) ص 123-159.
13. هويدا مصطفى اتجاهات الصفوة المصرية نحو تغطية الإعلام المصري لأحداث 11 سبتمبر وتداعياتها.. دراسة استطلاعية على عينة من الصفوة المصرية (المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الثالث، العدد الرابع، أكتوبر - ديسمبر 2002) ص 53 - 108
14. وزارة التعليم العالي، إحصاءات التعليم العالي في المملكة العربية السعودية، العدد الثامن والعشرون، الرياض 1425-1426.
15. وليد فتح الله بركات: تعرض الصفوة المصرية لبرامج الرأي في القنوات التلفزيونية العربية ( المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الرابع، العدد المزدوج، يناير - ديسمبر 2003 ) ص 49-75.

### ثانياً: المراجع الأجنبية:

16. Al- Habib Saleh Abdallah (1996) The perception of Jordanian and Saudi Elites on National and International Radio Services. ( Ph.D , Gaylord college of journalism and mass communication , University of Oklahoma.
17. available online at <http://www.chomsky.info/onchomsky/200310--.pdf>
18. Ball-Rokeach, S.J., & DeFleur, M.L. (1976). A dependency model or mass-media effects. *Communication Research*, 3, 3-21.
19. Ball-Rokeach, S.J., Power, G.J., Guthrie, K.K., & Waring, H.R. (1990). Value-framing abortion in the United States: An application of media system dependency theory. *International Journal of Public Opinion Research*, 2, 249-273.
20. Book Rags: Vilfredo Pareto available online at <http://www.bookrags.com/biography/vilfredo-frederico-damaso-pareto-wom/>
21. Bottomore, T. B. *Elites and Society*. London, 1964.
22. C. Wright Mills: The Power Elite.( Oxford: Oxford University Press. 2000. )
23. Callaghan, K and Schnell, F. (2001). Assess ding the Democratic Debate: How the News Media Frame Elite Policy Discourse. *Political Communication*, Vol 18 , ) p 183-212
24. Chomsky, Noam (1986) *Pirates & Emperors*, New York: Claremont Research and Publications.
25. Chomsky, Noam (1989) *Necessary Illusions*, Boston: South End Press.
26. Chomsky, Noam (1991) *Deterring Democracy*, London: Verso.
27. Coser, Lewis A. 1977. *Masters of Sociological Thought: Ideas in Historical and Social Context*. 2d ed. New York: Harcourt Brace Jovanovich College Publishers , p 396-400
28. David Domke, Taso Lagos, Mark LaPointe, Melissa Meade, and Mike Xenos. "Elite messages and source cues: Moving beyond partisanship ," *Political Communication* (October 2000) 17: 395-402.
29. David Domke. "Strategic elites, the press, and race relations," *Journal of Communication* (winter 2000) Vol 50, No., (1) p 134-136

30. Denis Mcquail (1983) *Mass communication Theory: An Introduction* , ( London: sage ) p 71
31. Encyclopedia Britannica: Elite. available online at <http://www.britannica.com/dictionary?book=Dictionary&va=elite&query=elite>
32. Etzioni-Halevy Eva. 1997. "Elites and the Working Class." Pp. 310-25 in Eva Etzioni-Halevy , ed., *Classes and Elites in Democracy and Democratization*. New York: Garland.
33. Eugene Ehrlich: Webster's Dictionary ( NY: Harper Collins Publishers , 1993 ) p 176
34. Griffin, E. (2000). *A first look at communication theory*.4th ed. (Boston, MA: McGraw-Hill). P 310 and 364
35. Herman, E. S. (2003). The Propaganda Model: A Retrospective. *Against All Reason*, 1: 1-14. Available online at: <http://www.human-nature.com/reason/01/herman.html>
36. Herman, Edward (1982) *The Real Terror Network*, Boston: South End Press.
37. Herman, Edward (1999) *The Myth of the Liberal Media*, New York: Peter Lang Publishing.
38. Herman, Edward, and Chomsky, Noam (1988) *Manufacturing Consent*, New York: Pantheon Books.
39. Herman, Edward, and McChesney, Robert (1997) *The Global Media*, London: Cassell.
40. Herring, E. and P. Robinson (2002). *Too polemical or too critical for the*
41. *mainstream? Chomsky on media-elite relations*. Annual Conference of
42. Mannheim, K. (1940) *Man and Society in an Age of Reconstruction*. London: Routledge.
43. Meisel, James H. *The Myth of the Ruling Class: Gaetano Mosca and the Elite*. Ann Arbor: University of Michigan, 1958.
44. Schiller , Herbert (1975) *The Mind Managers* , NY , Beacon Pr.
45. Schiller , Herbert (1992) *Mass Communications and American Empire (Critical Studies in Communication and in the Cultural Industries)* 2nd Edition , Westview Press.
46. **Suzanne Keller (1968), „Elites” in David Sills (ed.): *International Encyclopedia of the Social Sciences*. Vol.5. London: Macmillan, 26-9.**
47. the Political Studies Association, University of Aberdeen
48. Timothy Glander: *Origins of Mass Communications Research during the American Cold War: Educational Effects and Contemporary Implications*. (Mahwah, NJ , Lawrence Erlbaum Associates. 2000 ) p p 107-108
49. Vilfredo Pareto [1935] *The Mind and Society*, ed. Arthur Livingston trans. Andrew Bongiorno (NewYork: Harcourt, Brace & Co.), Vols. III and IV, Sections 2026-9 and Sections 2233-6.
50. Wikitionary: Elite available online at <http://en.wiktionary.org/wiki/elite>