



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 8 ماي 1945 قالمة



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: علم الاجتماع

تخصص: علم اجتماع الاتصال

**أثر الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي لدى فئة
الشباب الجامعي
دراسة ميدانية على طلبة قسم علم الاجتماع - قالمة-**

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم اجتماع الاتصال

الأستاذ المشرف:

أ.د/ فاتح ديبش

من إعداد الطالبتين:

شلاغمية إيمان

بلحيرش مروة

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
بلعادي إبراهيم	أستاذ تعليم عالي	رئيسا
فاتح ديبش	أستاذ محاضر ب	مؤظرا
بخوش لامية	أستاذة محاضرة ب	ممتحنا

السنة الجامعية 2022/2021

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



الشكر والتقدير

نحمد الله عزوجل الذي ألهمنا الصبر والثبات وأمدنا بالقوة والعزم على مواصلة مشوارنا الدراسي وتوفيقه لنا في إنجاز هذا العمل، فحمدك اللهم ونشكرك على نعمتك وفضلك ونسألك البر والتقوى، ومن العمل ما ترضى، وسلام على حبيبه وخليفه الأمين عليه أسمى الصلاة والسلام

كما نتوجه بجزيل الشكر والتقدير إلى الأستاذ الفاضل " دبيش فاتح" لتفضله بالإشراف على هذا البحث وعلى مساعدته لنا في إنجاز هذا العمل وعلى جميل صبره ونصائحه الصائبة فله جزيل الشكر وجزاه الله

كما أتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى السادة أعضاء اللجنة المناقشة على مساهمتهم في مناقشة هذه الرسالة العلمية لإخراجها في أحسن صورة دون أن ننسى توجيه الشكر والاحترام إلى إدارة قسم العلوم الاجتماعية كما لا ننسى جميع أساتذة قسم علم الاجتماع بجامعة 08 ماي 1945 على كل ما قدموه من علم نافع ونصائح وإرشادات قيمة

كما نتقدم بالشكر إلى كل من ساعدنا وقدم لنا النصح والتوجيه، قريباً أو بعيد.





إهداء

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين

أهدي ثمرة جهدي هذا العمل المتواضع

إلى من وصى بهما الرحمن وأمر بطاعتهما.

إلى أول من رأت عيني وأحب قلبي، إلى أول صدر ضمني، إلى التي أفرح برويتها وارتاح للقائها

إلى مدرستي في الحياة، إلى التي تفرح بنجاحي

وتشجعي في كل خطوة أخطوها، إلى " أمي الغالية "

إلى الذي علمني أن الحياة عمل وأمل، إلى من علمني كيف أشق طريقي في الحياة وأن أصبو

دائما لأسمى الغايات إلى الذي رباني على الفضيلة والأخلاق حفظه الله ورعاه " أبي العزيز "

إلى شموع عائلتي وسندي في الحياة إخواني، وأخواتي الأعزاء.

إلى زوجي الذي دعمني وشجعتني طول مشواري الدراسي وسندني والى قرّة عيني

ابنتي حبيبتي " ميرال "

إلى من تقاسمت معها مشاق ومتاعب هذا العمل "مروة".

إلى كل الأحبة والأصدقاء بدون استثناء فلهم مني أخلص الأمناني وأطيب التمني، وفقهم الله في

كل ما تمنوه وسدد خطاهم إلى كل من وسعتهم ذاكرتي ولم تسعهم مذكرتي.

إيمان



إهداء

الحمد لله الذي تتم بنعمته كل الصالحات

اللهم لك الحمد كله ولك الشكر كله ولك الفضل كله

الحمد لله الذي وهبني التوفيق ومنحني الثبات وأعاني على إتمام هذا العمل المتواضع

أتقدم لنفسي بأحر التهاني على ثمرة جهدي ونجاحي

أهدي هذا النجاح الى كل من أمي وأبي

أمي التي أمضت عمرها جاهدا في سبيل تعليمي ولم تبخل عليا بجهدا وعطفها ونصائحها

لتراني دائما الأفضل، أمي الغالية أمد الله عمرها بالصالحات

أبي الذي حصد الأشواك ليمهد لي طريق العلم و المعرفة ، الى القلب الكبير الحنون والدي أطل

الله بقاءه وألبسه ثوب الصحة والعافية ومتعني ببره ورد جميله

الى زوجي نبض قلبي ورفيق دربي الذي دعمني وشجعني في حياتي وأعطاني دفعة نحو الأمام

الى أخي أختي و إخواتي الأعزاء سندي فالحياة حفظهم الله

الى أعز وأفضل و أقرب صديقة "دنيا" الحبيبة

الى زميلتي إيمان التي تقاسمت معي جهد هذا العمل

الى كل من كان عوننا لي خاصة.

مرورة

الى هؤلاء أهدى ثمرة نجاحي

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
-	الشكر والتقدير
-	الإهداء
I - IV	فهرس المحتويات
V - VII	قائمة الجداول
أ - ب	مقدمة
32 - 1	الفصل الأول : الإطار العام للدراسة
2	تمهيد
3	أولاً: إشكالية الدراسة
5	ثانياً: أسباب اختيار الموضوع
5	ثالثاً: أهمية الدراسة
6	رابعاً: أهداف الدراسة
6	خامساً: تحديد المفاهيم للدراسة
14	سادساً: الدراسات السابقة
25	سابعاً: أهم النظريات المفسرة للدراسة
32	خلاصة
61 - 33	الفصل الثاني : مدخل للإعلام الرقمي
34	تمهيد
35	أولاً: مدخل للإعلام الرقمي
35	1- نشأة الإعلام الرقمي
36	2- خصائص الإعلام الرقمي

فهرس المحتويات

39	3- أهمية الإعلام الرقمي
41	4- أشكال الإعلام الرقمي
42	5- وسائل الإعلام الرقمي
49	ثانيا: أساسيات الإعلام الرقمي
49	1- وظائف الإعلام الرقمي
51	2- العوامل الرئيسية للإعلام الرقمي
52	3- إيجابيات وسلبيات الإعلام الرقمي
54	4- التحديات التي تواجه الإعلام الرقمي
56	5- النظريات التي استحدثها الإعلام الرقمي
61	خلاصة
87 - 62	الفصل الثالث: مساهمة الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي الاجتماعي والسياسي للشباب
63	تمهيد
64	أولا : الإعلام الرقمي وتشكيل الوعي الاجتماعي
64	1- مفهوم الوعي الاجتماعي وأبعاده
67	2- أشكال الوعي الاجتماعي
68	3- خصائص الوعي الاجتماعي
71	4- وظائف الوعي الاجتماعي
72	5-الإعلام وتشكيل الوعي الاجتماعي
73	ثانيا : الإعلام الرقمي وتشكيل الوعي السياسي
73	1- تعريف الوعي السياسي
75	2- خصائص الوعي السياسي

فهرس المحتويات

76	3- أهمية الوعي السياسي
79	4- أنماط الوعي السياسي
80	5- الإعلام و تشكل الوعي السياسي
83	ثالثا : دور الاعلام الرقمي في تشكيل الرأي العام لدى الشباب
87	خلاصة
106 - 88	الفصل الرابع: دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على فئة الشباب الجامعي
89	تمهيد
90	أولا : مدخل إلى مواقع التواصل الاجتماعي
90	1- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي
92	2- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
93	3- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
95	4- إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي
97	ثانيا : أساسيات مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الشباب الجامعي
97	1- ضوابط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
98	2- شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام
99	3- شبكات التواصل الاجتماعي وتنمية الوعي السياسي والاجتماعي
102	4- علاقة الشباب بشبكات التواصل الاجتماعي
106	خلاصة
132 - 107	الفصل الخامس: الإطار المنهجي للدراسة وعرض البيانات وتحليلها واستخلاص النتائج
108	تمهيد

فهرس المحتويات

109	أولاً: الإجراءات المنهجية للدراسة
109	1- منهج الدراسة
110	2- مجالات الدراسة
111	3- عينة الدراسة
113	4- أدوات جمع البيانات
114	ثانياً: عرض وتحليل البيانات
128	ثالثاً: مناقشة فرضيات الدراسة
130	رابعاً: عرض نتائج الدراسة
131	خامساً: أهم توصيات
132	خلاصة
133	خاتمة
135	قائمة المصادر والمراجع
-	الملاحق
-	الملخص

قائمة الجداول

قائمة الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	114
02	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	114
03	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	115
04	يوضح توزيع أفراد العينة حسب التخصص	115
05	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية	116
06	يوضح توزيع أفراد العينة حسب مكان الإقامة	116
07	يبين دور الإعلام الرقمي حسب رأي العينة	117
08	يبين مدى ثقة أفراد العينة في المعلومات المنشورة على وسائل الإعلام الرقمي	117
09	يبين ما إذا كانت وسائل الإعلام الرقمية أضافت معلومات جديدة لأفراد العينة	118
10	يبين رأي أفراد العينة إذا يمكن للإعلام الرقمي أن يزيد من وعيهم بشكل فعال	118
11	يبين تأثير الإعلام الرقمي على سلوكيات واتجاهات الشباب الجامعي	119
12	يبين ما هو الإعلام الرقمي في اعتقاد أفراد العينة	120
13	يبين توزيع ما أكثر وسيلة تقوم أفراد العينة باطلاع عليها	120
14	يبين حجم تعرض أفراد العينة لوسائل الإعلام يوميا	121
15	يبين رأي أفراد العينة حول الوسائل الرقمية إذا كانت تعد عنصر مهم يشكل وعي الشباب	122

قائمة الجداول

122	يبين زيادة الإعلام الرقمي من نسبة تفاعل الشباب الجامعي وتلقيهم المعلومات والأحداث	16
123	يبين مدى تأثير الإعلام الرقمي في تشكيل الرأي العام لدى الشباب الجامعي	17
124	يبين إذا كانت وسائل الإعلام الرقمي تقدم القضايا التي تهم الشباب الجامعي	18
125	يبين أهم البرامج التي تقدم قضايا تهم الشباب الجامعي	19
125	يبين إذا كانت مضامين الإعلام الرقمي توفر الذوق العام لفئة الشباب الجامعي	20
126	يبين الجانب الأكثر تأثير لدى الشباب الجامعي	21
126	يبين أثر الإعلام الرقمي على طريقة إدراك الشباب الجامعي	22
127	يبين توزيع نسبة تناقش أفراد العينة حول القضايا السياسية والاجتماعية التي يتناولها الإعلام الرقمي	23
127	يبين نسبة الفئات التي تحرص على الإلمام بالمعارف الاجتماعية والسياسية لحل مشكلات والقضايا السائدة في المجتمع	24

مقدمة

مقدمة :

تعددت اليوم أشكال ومحتويات وسائل الإعلام الحديثة المطبوعة والمسموعة والمرئية وأصبح لها أثرا بالغا في التأثير على الأفراد سواء تعلق الأمر بالجانب الشخصي أو الاجتماعي، فالمضمون الذي توجهه تلك الوسائل سواءً كان إخباريا أو ثقافيا أو سياسيا أو ترفيهيا فهو يؤدي بالضرورة إلى الإدراك وأنه يساهم بشكل كبير في تكوين الحقيقة وحل الإشكاليات، إذا لم يعد إعلاما ناقلا بل موجها للفرد والجماعة وتكوين مواقفهم الفكرية والاجتماعية.

كما ساهمت وسائل الإعلام الإلكترونية في توسيع شبكة العلاقات الاجتماعية على مستوى المحلي والدولي والإقليمي مما ساعد على توسيع زاوية نظرهم للحياة وتعاملهم مع المواقف الحياتية فالإعلام اليوم تحول من مجرد نقل المعلومات والأفكار إلى الإسهام الفعلي في تكوين حياة الرأي العام في أبعادها الاجتماعية والسياسية مما له الدور والقدرة على دعم الاتجاهات لدى الأفراد والجماعات.

يعد الإعلام الرقمي من الظواهر الإعلامية الجديدة التي أصبحت تستقطب شريحة كبيرة من فئات المجتمع خاصة فئة الشباب فقد خصصنا في بحثنا هذا التركيز على فئة الشباب الجامعي الذي يعتبر الأكثر تأثيرا بما يمثله من طاقة وقابلية للتعبير والتطوير كونه يعيش مرحلة تحول كبرى مست جميع مجالات الحياة، محدثة ظواهر جديدة وتأثيرات مباشرة على مختلف التنظيمات والبنى الاجتماعية.

وقد ساهم كل هذا في إتاحة الفرصة لجميع الشباب الجامعي لنقل أفكاره ومناقشة قضايا سواءً كانت علمية أو اجتماعية أو سياسية عبر فضاءات جديدة التي تعتبر من أحدث منتجات تقنية الاتصال والأكثر شعبية وهذا ما شجع على الإقبال عليها إلى أن أصبحت الوسيلة الأولى أو يمكن القول العامل الأول المؤثر في الرأي العام، وبذلك فقد تحول من شبكة اجتماعية لبناء العلاقات إلى شبكة يلجأ إليها العديد من النشطاء بغية إيصال أفكارهم ومواقفهم وأهدافهم في سبيل تشكيل الوعي وتعزيزه، ومن هذا المنطلق جاءت دراستنا التي تبحث في معالجة موضوع أثر الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي لدى فئة الشباب الجامعي، إذ اعتمدنا على خطة منهجية متكونة من جانبين: الجانب النظري والجانب الميداني، مقسمة إلى خمسة فصول جاءت على النحو الآتي :

الفصل الأول: جاء تحت عنوان الإطار العام للدراسة، حيث تم فيه صياغة الإشكالية وتحديد أسباب اختيار الموضوع، أهمية وأهداف الدراسة، بالإضافة إلى تحديد المفاهيم الأساسية بمتغيرات البحث، وفي الأخير عرض الدراسات السابقة وأهم النظريات المفسرة للدراسة.

مقدمة

الفصل الثاني: جاء تحت عنوان مدخل للإعلام الرقمي، احتوى خمسة عناصر، عنوان العنصر الأول مدخل إلى الإعلام الرقمي ثم التعرض فيه إلى نشأته ثم خصائصه وأهميته ثم أشكاله وأخيرًا وسائله، أما العنصر الثاني بعنوان أساسيات الإعلام الرقمي حيث تضمن وظائفه وعوامله ثم أهم الإيجابيات والسلبيات وأخيرًا التحديات التي تواجهه ثم أهم النظريات التي استحدثتها الإعلام الرقمي.

الفصل الثالث: جاء تحت عنوان مساهمة الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي الاجتماعي والسياسي للشباب، وقد عالجتنا من خلاله خمسة عناصر، في البداية تناولنا العنصر الأول مفهوم الوعي الاجتماعي وأبعاده وأشكاله وخصائصه ثم وظائفه، وأخيرًا الإعلام وتشكيل الوعي الاجتماعي، وبعدها تناولنا في العنصر الثاني الإعلام الرقمي وتشكيل الوعي السياسي تضمن مفهوم الوعي السياسي ثم خصائصه وأهميته وأنماطه ثم الإعلام وتشكل الوعي السياسي، وأخيرًا دور الإعلام الرقمي في تشكيل الرأي العام لدى الشباب.

الفصل الرابع: جاء تحت عنوان دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على فئة الشباب الجامعي وقد عالجتنا من خلاله أربعة عناصر، عنوان العنصر الأول مدخل إلى مواقع التواصل الاجتماعي حيث تم التعرض فيه إلى مفهوم ونشأة مواقع التواصل الاجتماعي، ثم خصائصه وأخيرًا أهم الإيجابيات وسلبيات، أما العنصر الثاني بعنوان أساسيات مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الشباب الجامعي، حيث تضمن ضوابط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ثم شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام وأخيرًا علاقة الشباب بشبكات التواصل الاجتماعي.

الفصل الخامس: فجاء تحت عنوان الإجراءات المنهجية للدراسة وعرض البيانات وتحليلها واستخلاص نتائج بدءًا بالتركيز على المنهج المتبع وتحديد مجالات الدراسة بأبعادها المكانية، والزمنية، البشرية وتحديد عينة الدراسة، وكذا عرض أدوات جمع البيانات التي تم الاعتماد عليها ميدانياً، كما قمنا أيضاً في هذا الفصل بتفريغ النتائج وعرضها في جداول إحصائية وتحليل وتفسير البيانات في ضوء الفرضيات التي تم طرحها، وفي الأخير مناقشة النتائج العامة والخروج بتوصيات.

الفصل الأول : الإطار العام للدراسة

تمهيد

أولاً: إشكالية الدراسة

ثانياً: أسباب اختيار الموضوع

ثالثاً: أهمية الدراسة

رابعاً: أهداف الدراسة

خامساً: تحديد المفاهيم الدراسة

سادساً: الدراسات السابقة

سابعاً: أهم النظريات المفسرة للدراسة

خلاصة

تمهيد :

يعتبر الإطار العام من أهم الفصول التي يعتمد عليها الباحث في دراسته، لهذا سوف نشرع في دراستنا هذه بهذا الفصل، الذي يعتبر الركيزة الأساسية في البحث العلمي ففضله نتمكن من فهم الموضوع بدقة، حيث استهل هذا الفصل بالإشكالية وأسئلتها وفرضياتها، كذلك تطرقنا فيه إلى عرض أهم الأسباب التي دفعت بنا إلى اختيار هذا الموضوع دون غيره، ثم تطرقنا إلى تحديد الأهمية وأهداف الدراسة التي تريد الوصول إليها، ثم بعد ذلك قمنا بضبط أهم مفاهيم الدراسة، وبعدها تعرضنا إلى جملة من الدراسات السابقة التي تشبه موضوعنا سواء في المتغير واحد أو متغيرين، وفي آخر هذا الفصل تحدثنا عن أهم المقاربات النظرية التي تناسب دراستنا، وبهذا العناصر نستطيع أن نقول أننا تمكنا من الموضوع بشكل جيد، وأن هذه الدراسة تقريبا أخذت قيمتها العلمية.

أولاً : إشكالية الدراسة

تعيش المجتمعات المعاصرة تحولات هائلة في مجال الإعلام والاتصال والتي أدت خلال السنوات الأخيرة إلى تغيرات كبيرة في أساليب إنتاج وتوزيع وتلقي المعلومات، ومع ظهور الثورة المعلوماتية تعددت وسائل الإعلام والاتصال في ظل التطور العلمي والتقني الذي جاء نتيجة الحروب العالمية، حيث أصبحت هناك الحاجة إلى الاتصال، فظهر ما يسمى أو ما يطلق عليه بالاستخدامات، فظاهرة التطور لوسائل الإعلام باتت مظهرًا من مظاهر الحداثة، فمنظومة العولمة عملت على توحيد العالم وجعل مجتمعاته مجتمعًا موحدًا، وأن أبرز التحولات الاجتماعية هي تحولات على مستوى الثقافات والقيم وتحول على مستوى الأدوار الاجتماعية، فالإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي لها الدور الكبير في نقل مجريات الأحداث وظهور مجموعة من المؤثرات الإلكترونية التي تنتقل بدورها أفكار متنوعة لأفراد المجتمع، فالرقمنة اليوم أسهمت بنحو كبير في فتح مساحة كبيرة جدا للتعبير والبوح وإبداء الرأي والكشف ونشر المعلومة وقد أسهمت في نشر المعلومات والآراء والتوجهات وتقديم الانتقادات والمعارضات والرفض والتغليب لبعض المبادئ والممارسات التي تقرضها هيمنة الفكر الواحد، كما أسهمت في ارتفاع نسبة الوعي لدى الأفراد وبالأخص فئة الشباب، فالإعلام الرقمي قد حقق مجتمع شبكي متفاعل افتراضيا يدعو إلى كسر الحواجز المطبقة على أرض الواقع، كما أن له الدور في بناء الوعي بمستوياته وبفضله لم تبقى الوسيلة أداة المتسببة في العزلة وانصهار التفاعل الاجتماعي، بل باتت تلك الوسائط الرقمية مصدر لتبادل الآراء والأفكار في جميع المجالات والميادين بشكل علانياً يتميز بالمصداقية والقدرة العالية على الانتشار، وأنهت ذلك العصر الذي كانت فيه الحدود واضحة بين صانع الخبر والمتلقي، حيث أصبحنا اليوم نعيش إعلام المواطن الذي يصنع الخبر ويخرجه، ويدخل عليه ما يشاء من تحديثات ويستقبل به عن كل ما هو رسمي، فالإعلام الجديد إعلام حرر الفرد من قيود والتبعية وساهم في تغيير الواقع، فالفرد حين يشارك في مواقع الشبكات الاجتماعية يتحول من متلقي ومستقبل للمعلومة إلى صاحب رأي، فالإعلام الرقمي وضح رؤى وتصورات جديدة من خلال إضافة صبغة اجتماعية على الشبكة، يأخذ العلاقات الإنسانية والمجتمعية من الواقع وتجسيدها افتراضيا مما شكل زيادة الاهتمام بالنشاطات والتوجهات في الآراء وتكوين وبناء رأي جمعي معبر الاتجاه فئة من أفراد المجتمع حول آراء موقف أو قضية أو مسألة معينة تأثر بصورة مباشرة أو غير مباشرة على مصالحهم وهذا ما أصطلح عليه بـ "الرأي العام" ومن خلال الإشارة إليه يبدأ من تفاعل مجموعة من الأفكار والاتجاهات والأحداث

التي تخص أحد مجالات الحياة سواء كانت الاجتماعية والسياسية، فمع تطور الوسيلة الاتصالية في زمن الرقمنة تبلورت فرصة تشكيل الوعي نتيجة أطر التأثيرات التي يتعرض لها أفراد المجتمع في الواقع التكنولوجي الرقمي الافتراضي بشتى تطبيقاته، أين ساهمت بشكل فعال في التأثير على فئة الشباب وبالخصوص فئة الشباب الجامعي الذي يستخدم وسائل الإعلام الرقمي بصورة كبيرة جدا كونها تبدي اهتماماته وتقدم له مختلف القضايا والتحديات التي تواجهه إلى جانب تفاعله مع الآخرين والذي يعتبر أول دافع من دوافع استخدامه نتيجة تبادل الآراء وحرية التواصل تليها تصفح الاهتمام بالجانب التعليمي المتعلق بتحصيلهم الدراسي فالممارسات التفاعلية لها الدور في تشكيل اتجاهات وسلوكيات الشباب الجامعي، فالعلاقة القائمة بينه وبين وسائل الإعلام الرقمي تعد علاقة ارتباطية لها ردود أفعال متمثلة في تأثير وانعكاس استخداماته المتعلق نحو الانفتاح والاطلاع على ما ينمي درجة وعيه ليعد عنصرا مؤثرا في الحياة بمجرد إسهامه في عملية التفاعل داخل مجتمعه وقدرته على المشاركة في تطوير الحياة الاجتماعية والسياسية والقضاء على المشاكل والأزمات التي تهدد العالم المحيط بهم.

تأسيسا على ما سبق، يمكن إبراز معالم الإشكالية في التساؤل الرئيسي التالي:

كيف يؤثر الإعلام الرقمي في تنمية الوعي الاجتماعي والسياسي لدى الرأي العام الشبابي؟
ويندرج تحت هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية هي كالاتي:

1. ما الدور الذي يلعبه الإعلام الرقمي في تنمية الوعي لدى الشباب الجامعي؟
2. هل يعد الإعلام الرقمي أهم عنصر في تشكيل الوعي لدى الشباب الجامعي؟
3. ماهي تأثيرات الإعلام الرقمي في تشكيل الرأي العام الشبابي؟

من خلال تساؤلات الإشكالية فإن الدراسة استلزمت منا صياغة فرضية عامة وثلاث جزئية.

تمثلت الفرضية العامة في:

- يؤثر الإعلام الرقمي في تنمية الوعي الاجتماعي والسياسي لدى الرأي العام الشبابي من خلال زيادة تعرضهم ومشاركتهم عبر المواقع الإلكترونية لما يدور حولهم من أوضاع.

ولتحقيق هذه الفرضية ثم صياغة ثلاث فرضيات جزئية:

1. يلعب الإعلام الرقمي دور المؤثر على فئة الشباب الجامعي وتنمية وعيهم من خلال تشكيل اتجاهاتهم وسلوكياتهم.

2. يعد الإعلام الرقمي أهم عنصر مشكل للوعي لدى الشباب في كونه العنصر القائم بالأساس على مشاركات الشباب وتفاعلهم وتلقيهم مختلف المعارف والمعلومات والأحداث.

3. تتمثل التأثيرات الإعلام الرقمي في تشكيل الرأي العام الشبابي في كون فئة الشباب هي الأكثر تفاعل في المجتمع خاصة مع ظهور الوسائط الإلكترونية.

ثانياً: أسباب اختيار الموضوع

- الأسباب الموضوعية:

✓ قابلية الموضوع للدراسة والبحث.

✓ حداثة الموضوع في ظل التطور الكبير في تقنية الاتصال الحديث الذي كان له الدور الواسع في تنمية الوعي لدى فئة الشباب الجامعي.

✓ التطرق إلى معرفة الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام الرقمية في تشكيل الوعي لدى فئة الشباب الجامعي.

✓ قلة الدراسات التي تجمع بين الإعلام الرقمي والوعي

✓ التحديات الجديدة التي فرضها الإعلام الرقمي في المجال الإعلامي.

الأسباب الذاتية:

✓ الإحساس بالمشكلة العلمية المطروحة نظر للتطور الكبير الذي شهده الإعلام الرقمي في ظل التطورات التكنولوجية.

✓ الرغبة والميل نحو دراسة موضوع أثر الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي لدى فئة الشباب الجامعي.

✓ الرغبة في إثراء المكتبة الجامعية، إذا تعد هذه الدراسة من المواضيع الجديدة بالنظر لحداثة الإعلام الرقمي باعتباره أكثر الوسائط استخداماً.

✓ مدى إتاحة الوسائط الإلكترونية لفئة الشباب وكثرة تعرضهم لها.

ثالثاً: أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة المتمثلة في أثر الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي لدى فئة الشباب الجامعي من خلال الإجابة على التساؤلات المطروحة نجد أن هذه الدراسة تأخذنا إلى محاولة البحث عن مدى تشكيل الوعي الناتج عن متابعة استخدام الشباب للوسائل الإعلامية الرقمية والتي تتمثل في العديد من المواقع الشبكية الافتراضية التي استطاعت أن تستقطب فئة كبيرة من الشباب إلى حد كبير في فتح فرص أمامهم للتفاعل والمشاركة وانتقاء المعلومات وتشكيل اتجاهاتهم بالإضافة إلى البحث عن طبيعة الدور

الذي يؤديه الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي الاجتماعي والسياسي لدى الرأي العام الشبابي ومدى مساهمة الإعلام الرقمي في التأثير على الشباب الجامعي.

رابعاً: أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف يمكن تلخيصها فيما يلي:

- ✓ التعرف على مفهوم الإعلام الرقمي وأوجه الاختلاف بينه وبين مفاهيم الإعلام الأخرى.
- ✓ الكشف عن الدور الذي يلعبه الإعلام الرقمي في تنمية وتشكيل الوعي لدى فئة الشباب الجامعي.
- ✓ التعرف على الدور وسائل الإعلام الرقمي في عملية بلورة وتشكيل الوعي.
- ✓ التعرف على السلبيات الناتجة عن انتشار الإعلام الرقمي.
- ✓ التعرف على أكثر التطبيقات الإعلام الرقمي استخداماً من قبل الشباب الجامعي.
- ✓ التعرف على الإيجابيات والسلبيات للاستخدام الشباب لوسائل الإعلام الرقمي.
- ✓ عرض الأفكار وتشريح طبيعة العلاقة الجدلية الموجودة بين ظاهري الإعلام الرقمي والوعي الاجتماعي والسياسي لدى فئة الشباب الجامعي.

خامساً: تحديد المفاهيم الدراسة:

يعتبر تحديد المفاهيم خطوة مهمة من خطوات البحث العلمي على اعتبار أن المفهوم أداة بحثية تقود للدراسة من بدايتها إلى نهايتها، وكلما كان البحث محدد المفاهيم زاد الإقبال على قراءته والاستفادة منه، وبالتالي تتضمن هذه الدراسة مجموعة من المفاهيم الأساسية التي تعمل على تكوين فكرة واضحة بصدد طرحها وهي:

1- مفهوم الأثر:

أ- لغة:

من الفعل " أثر " بمعنى أثرا ظاهر، أحداث تأثيراً: أثر في الأجسام أو أعطى نتيجة حسنة، ترك أثر نفسياً أو أحدث انطباعاً وكان له واقع في مثلاً " أثر فلان في نفس فلان، والتأثير هو إحساس يحدثه عامل ما، أو يمارسه شخص على شخص آخر.¹

¹ - لامية صابر: الحملات الإعلامية في باقة MBC ودورها في التوعية الدينية للشباب، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، غير منشورة، قسم الإعلام والاتصال كلية الحقوق، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2009-2010، ص28.

ب - اصطلاحاً:

يعرف بأنه التغيير الذي يطرأ في مستقبل الرسالة كفرد، فقد تلفت الرسالة انتباهه ويدركها وقد تضيف إلى معلومات جديدة وقد تجعله يتصرف بطريقة جديدة أو يعدل سلوكه السابق وهناك مستويات عديدة للتأثير ابتداء من الاهتمام إلى حدوث تدعيم داخلي للاتجاهات إلى حدوث تغيير على تلك الاتجاهات ثم في النهاية إقدام الردّ على سلوك علني.¹

ويقصد بالأثر ما تحدثه الرسالة الإعلامية في نفس المتلقي، وكلما استجاب المتلقي للرسالة الإعلامية قد أحدثت تأثيرها، ويكون القائم بالاتصال قد حقق الهدف من الاتصال، فنحن نتصل لنؤثر، وإذا لم يتحقق ذلك تكون العملية الاتصالية كلها أخفقت وليس بالضروري أن يكون هدف الاتصال فكرياً أو ثقافياً أو تربوياً أو سياسياً، فقد يكون يقصد الترويج، وهنا فإن التأثير أي استجابة المستقبل للعمل يجب أن يتحقق.²

ويقصد أيضاً بالأثر هو نتيجة الاتصال وهو يقع على المرسل والمتلقي على السواء وقد يكون الأثر نفسي أو اجتماعي، ويتحقق أثر وسائل الإعلام من خلال تقديم الأخبار والمعلومات والترفيه والإقناع وتحسين الصورة الذهنية.³

ج - إجرائياً:

هو كل النتائج والآثار السلبية الإيجابية التي يتركها المؤثر مهما كان نوعه على المتأثر سواء كانت هذه الآثار مساوية أو محاسن مع اختلاف مصدرها أو مضمونها وقد يكون التأثير جذرياً أو سطحيًا.

2- مفهوم الإعلام:

أ- لغة:

مصدر الفعل الرباعي المزيد والمجرد الثلاثي "علم" يعلم نقيض الجهل فالعلم هو الحصول على المعرفة ينقلها من ذهن آخر أو ينقلها من الواقع إلى الذهن مباشرة وقد يدل العلم إلى المعرفة الأصلية التي لا تحتاج إلى تجربة ولا إلى نقل.⁴

¹ - لامية صابر: مرجع سابق، ص28.

² - طه أحمد الزبيدي: معجم مصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي، دار النفائس للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2010م، ص63.

³ - حسن عماد مكايي: نظريات الإعلام، دار العربية للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر، 2009 م، ص34.

⁴ - عبد العزيز الشريف: الإعلام الإلكتروني، دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، عمان، 2014م، ص7.

ويعني الإعلام أيضا تبليغ والإبلاغ أي الاتصال يقال بلغت القوم بلاغًا أي أوصلتهم الشيء المطلوب، والبلاغ ما بلغك أي وصلك وفي الحديث "بلغوا عني ولو آية"¹.

ب- اصطلاحا:

يقصد بالإعلام تلك العملية التي يترتب عليها نشر الأخبار والمعلومات الدقيقة التي تركز على الصدق والصراحة، ومخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم السامية، والارتقاء بمستوى الرأي، ويقوم الإعلام على التنوير والتثقيف، مستخدمًا أسلوب الشرح والتفسير والجدل المنطقي. وهو أيضا فن استقصاء الأخبار الآنية ومعالجتها ونشرها على أوسع الجماهير بالسرعة التي تتيحها وسائل الإعلام الحديثة.²

ويؤكد بعض الباحثين بأن الإعلام هو تزويد الناس بأخبار الصحيحة والسليمة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعه من الوقائع أو مشكلة من المشكلات بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم، ويعتقد آخرون أن الإعلام هو تزويد الناس بالمعلومات الصحيحة والحقائق الصادقة بقصد معاونتهم على تكوين الرأي السليم إزاء مشكلة من المشاكل أو مسألة عامة، وهناك من يذهب إلى عمومية أكبر حيث يرى في الإعلام أنه جميع النشاطات الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بجميع الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة في القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية وبدون تحريف مما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة الشاملة لدى فئات جمهور المتلقين للمادة الإعلامية بجميع الحقائق والمعلومات الموضوعية الصحيحة على القضايا والموضوعات بما يسهم في تنوير الرأي العام وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور في الوقائع والموضوعات والمشكلات المثارة والمطروحة.³

ج- إجرائيا:

الإعلام هو نقل الأخبار والمعلومات الصحيحة والحقائق الثابتة للناس بإحدى الوسائل الإعلامية من أجل تكوين رأي صائب حول قضية معينة في المجتمع.

¹ - بسام عبد الرحمن المشاقبة: معجم المصطلحات العلاقات العامة، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2014م، ص72.

² - محمد جمال الفار: معجم المصطلحات الإعلامية، دار أسامة للنشر، ط1، عمان، الأردن، 2014م، ص27.

³ - عبد الرزاق الدليمي: إشكاليات الاتصال والإعلام في العالم الثالث، مكتبة الزائد العلمية، ط1، عمان، الأردن، 2004م، ص18.

1. تعريف الإعلام الرقمي:

أ- لغة:

مصطلح الإعلام الرقمي مكون مقطعين إثنين أولهما الإعلام ويعني إخبار وتزويد الجماهير بالمعلومات اعتمادًا على قنوات اتصالية.

أما كلمة رقمي فهي تشير على الاعتماد على التكنولوجيا الرقمية كمواقع الويب والفيديو والنصوص وغيرها والتي تقوم بنقل كافة المعلومات من صور وأصوات رقمياً.¹

ب- اصطلاحاً:

فهو يعتبر أداة من الأدوات الإلكترونية الجديدة التي تعتمد على عالم الأرقام **Digital World** والذي يمكن ان يعتبر نتاج خلاصة الثورات الثلاث التي مر بها العالم والتي تشمل ثورة المعلومات، وثورة الاتصال، وثورة الحاسبات الإلكترونية، ومن خلال ثم وضع كافة الوسائل الاتصالية في إطار تكنولوجي واحد، وبذلك فالإعلام الرقمي يمثل نقطة الفصل بين وسائل الاتصال الحديثة والوسائل التكنولوجية، كما يقوم الإعلام الرقمي على ترجمة المعلومات المختلفة وتخزينها ونقلها في هيئة سلاسل أو تشكيلات رمزية، تشمل كل من الصوت والنصوص والصور وغيرها من العناصر.²

كما تعرفه اللجنة العربية للإعلام الإلكتروني بأنه: أي الخدمات والنماذج الإعلامية الجديدة التي تتيح نشأة وتطوير محتوى وسائل الاتصال الإعلامي، آلياً أو شبه آلي، في العملية الإعلامية باستخدام التقنيات الإلكترونية الحديثة الناتجة عن اندماج تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات كنواقل إعلامية غنية بإمكانياتها في الشكل والمضمون.³

¹ - حناشي سوسن، برمضان ريان: الإعلام الرقمي وتأثيره في الأمن اللغوي، الصحافة الإلكترونية نموذجاً، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، غير منشورة، قسم اللغة والأدب العربي، كلية الآداب واللغات، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، الجزائر، 2019-2020م، ص3.

² - عبيد الرحباني: الإعلام الرقمي الإلكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2012م، ص40.

³ - عامر إبراهيم قنديلجي: الإعلام الإلكتروني، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2015م، ص70.

فهو إعلام رقمي لأنه يستخدم تقنية الأنترنت في نشر وتبادل الأخبار والمعلومات والاتصال من خلال الأجهزة الإلكترونية المتصلة بالأنترنت بهدف التواصل الاجتماعي والثقافي والسياسي والإعلامي، ومن ثم فإن مصطلح الإعلام الرقمي يقصد به كل الاتصالات والأخبار التي تنقل عبر المراسلات البريدية والمواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي وغيرها.¹

كما يعرف الإعلام الرقمي بأنه: أي وسائل إعلام، تُرمز وتقرأ بشكل الي، ويمكن إنتاجه ورؤيته، وتوزيعه وإجراء التغييرات عليه وحفظه على الكمبيوتر مثل الصورة الرقمية Digital Imager والفيديو الرقمي Digital Vidéo وغيرها.²

يعرف حسين شفيق: بأن الإعلام المعتمد على التكنولوجيا الرقمية مثل مواقع الويب Websites، الفيديو الصوت والنصوص وغيرها وبالتالي فهو العملية الاجتماعية التي يتم فيها الاتصال عن بعد، بين أطراف يتبادلون الأدوار في بث الرسائل الاتصالية المتنوعة واستقبالها، من خلال النظم الرقمية ووسائل لتحقيق أهداف معينة، وهو بهذا يشمل كل وسائل الإعلام التي تعمل وفق النظم الرقمية بما فيها التلفزيون التفاعلي، أو التلفزيون غير التفاعلي الذي يستخدم النظم الرقمية في إنتاج وبث المضامين الإعلامية.³

ج- إجرائيا:

الإعلام الرقمي هو نوع جديد من الإعلام أتاحتها خدمة الأنترنت والتقنيات الجديدة ويركز على أساسيات الإعلام التقليدي ويختلف من حيث أساليب وأشكال عرض المضامين الإعلامية.

2. تعريف الوعي:

أ- لغة:

وعي الوَعْي، حفظ القلب الشيء، ووعي الشيء والحديث يعيه وعيا وأوعاه حفظه وفهمه وقلبه، فهو واع، وفلان أوعى من فلان أي أحفظ وأفهم، الوعي، الحافظ الكيس الفقية.⁴

¹ - حمدي بشير محمد علي: الإعلام الرقمي واقتصاديات صناعته، ورقة عمل تحت عنوان، منتدى الإعلام والاقتصاد، تكامل الأدوار في خدمة التنمية، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، الرياض، السعودية، 2016م، صص 6، 7.

² - غالب كاظم جواد الدعوي: الإعلام الجديد، اعتمادية متصاعدة ووسائل متجددة، دار أمجد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2017م، صص 60.

³ - حسين شفيق: الإعلام الجديد والجرائم الإلكترونية، التسريبات، التحسس، الإرهاب الإلكتروني، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر، 2014م، صص 28، 29.

⁴ - شعباني مالك: دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه، قسم علم اجتماع الديمغرافيا، غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2005-2006م، صص 38.

الوعي يعني الفهم وسلامة الإدراك كما يشير كلمة الوعي إلى إدراك الإنسان لذاته ولما يحيط به، وهو أساس كل معرفة، وقالت العرب وعي فلان الشيء بمعنى جمعه وحواه، وقلب وتدبره وحفظه. ويدل مصطلح الوعي كما عرضه الكيلاني وزميل في اللغة اللاتينية والألمانية على معنى واحد، هو معرفة الموضوع من قبل شخص ما والأصل اللاتيني لكلمة وعي هو "conscience" هي كلمة مركبة من scienbcom ويقابل الكلمة الإنجليزية consciousness وتعني جميع الخبرات الخاصة .Marts escperience of every kind

ب- اصطلاحاً:

يعني أن الوعي هو عبارة عن درجات ومستويات من المعرفة وهو إدراك لذاته وما يحيط به. ويعرف قاموس "اكس فورد" الوعي بأنه المعرفة المتبادلة بين الأشخاص أو المعرفة والإيمان الراسخ والحجيج والقناعة التي تؤدي إلى الاقتناع بصحة الشيء، أو مجموعة الأفكار والانطباعات والمشاهدة الموجودة في الشخص الواعي، والوعي هو الصفة التي تميز مقدرة الأفراد أو الأشخاص على التفكير.¹

أطلق علماء النفس على أول أشكال الوعي اسم الوعي، الانتباه، ولهذا المعنى فإن كون المرء واعياً يعني أنه حاضر في العالم، أو أنه في حالة يقظة، فلا هو نائم ولا هو في حالة الإغماء، ولا الهلوسة، أنا واع لوجود حاجز على طريقي، بدليل أنني أقوم بتحويل السير، وبشارك الإنسان والحيوان بهذا النوع من الوعي، الانتباه فهو ليس خاصاً بالإنسان فقط، ثمة تطور ثالث لكلمة "الوعي" وهو يكمن من الفعل التفكير "أي تداول الأفكار والتمثلات العقلية بشكل عقلي وإلى هذا النمط من الوعي، يحيل معظم العلماء النفس المعرفيين، ويتحدث أندل تولفينغ عن الوعي اللاعقلي الخاصة باليقظة، الانتباه والوعي العقلي ومن اختصاص الكائنات البشرية دون ما عادلها.²

ج- إجرائياً:

هو إدراك وفهم الفرد لذاته ولما يحيط به إدراكاً مباشراً فهو نتاج إدراك الأفراد وتصورتهم للعالم المحيط بم وفهمه فهما صحيحاً ومن ثم الاستجابة له.

¹ - إسماعيل سليمان، أبو جلال: الإذاعة ودورها في الوعي الأمني، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2012م، ص ص14،15.

² - جان فرنسوا دورتيه: ترجمة جورج كتورة، معجم العلوم الإنسانية، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط1، بيروت، لبنان، 1430هـ - 2009م، ص ص1128،1129.

3. تعريف الشباب:

أ- لغة:

الشباب: جمع شاب، وكذلك الشبان، والشباب أيضاً الحداثة، وكذلك الشبيبة، وهو خلافُ الشَّيبِ، تقول شَبَّ الغلامُ لَشَيْبٍ بالكسر، شَبَابًا وشبيبةً.

والشباب: من أدرك سن البلوغ ولم يصل إلى سن الرجولة، جمع شبان: وهي شابة، وجمع شواب، والشباب، الفتاء والحداثة، وشباب الشيء: أوله، وشاب: جمع شبان وشباب وشبيبة، من هو في سن الشباب، وقيل الغلام من البلوغ إلى الثلاثين.¹

ب- اصطلاحاً:

عرفت الجمعية العامة للأمم المتحدة لدى التحضير لإقامة السنة الدولية للشباب التي وافقت العام 1995 فئة الشباب على أنهم، الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين 15-24 سنة، وبهذا أصبحت جميع المنظمات التابعة للجمعية العامة للأمم المتحدة تعتمد هذه الفئة العمرية للتعبير عن الشباب، وهذا السن هو المستخدم في مجمل الإحصائيات العالمية للتعبير عن الشباب.

وعرف معجم العلوم الاجتماعية الشباب: بأنهم الأفراد في مرحلة المراهقة أي الأفراد بين مرحلتي البلوغ الجنسي والنضج، ويستعمله بعض العلماء ليشمل المرحلة من العاشرة حتى سن الحادية عشر، إلا أن الفترة التي تنتهي منها مرحلة الشباب غير محددة وقد قيدها البعض إلى سن الثلاثين.²

الاتجاه البيولوجي: يركز هذا الاتجاه بصفة أساسية على الناحية البيولوجية للشباب كمرحلة عمرية أو مرحلة من مراحل التنمية البشرية، حيث يكتمل النضج العضوي، والنضج العقلي والنفسي، والذي يبدأ من سن 15_24 أو حتى سن 30 في بعض الحالات.

الاتجاه النفسي: هذا الاتجاه يرى الشباب، كعمر يعتمد على النمو البيولوجي من جهة وثقافة المجتمع من جهة أخرى، فيبدأ من سن البلوغ إلى مرحلة دخول الفرد إلى عالم الكبار والراشدين، حيث ثم الانتهاء من عملية التطبيع الاجتماعي، ويأتي ذلك محاولة في دمج متطلبات العمر والثقافة المكتسبة من المجتمع.

¹ - محمد إبراهيم خاطر: الشباب ودورهم في التغيير والإصلاح، دار الوفاء لنديا للطباعة والنشر، ط1، الإسكندرية، مصر، 2014م، ص15.

² - ليلي أحمد جرار: الفيس بوك والشباب العربي، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 1433هـ-2012م، ص87.

الاتجاه الاجتماعي: يُنظر للشباب من هذا الاتجاه باعتباره حقيقة اجتماعية وليست مجرد ظاهرة بيولوجية، بمعنى أن هناك مجموعة من السمات والخصائص إذا توافرت في فئة من السكان كانت تلك المرحلة تسمى مرحلة الشباب.¹

الاتجاه السيكولوجي: يرى هذا الاتجاه أن الشباب حالة عمرية، تخضع لنمو بيولوجي والثقافة المجتمع بداية من بلوغ الإنسان إلى سن الراشدة وقد تطول هذه المرحلة العمرية أو تقصر وقد تتعدم في بعض الأحيان، وذلك حسب الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية، وأيضا حسب الاختلاف داخل المجتمع الواحد أو من مجتمع لآخر، فهي المجتمعات العربية الحديثة قد تطول، بل وتمتد على ما يقارب ويتجاوز عشر سنوات.²

ج- إجرائيا:

يقصد بالشباب تلك الفئة العمرية المفعمة بالحماس والنشاط والحيوية في المجتمع، القادرة على أداء أدوارها ووظائفها فيه، تتمتع هذه الفئة بعدة خصائص، سيكولوجية وعقلية وفيزيولوجية، وتتحدد هذه الفئة العمرية من سن 18 إلى سن 30.

د- الشباب الجامعي:

فئة اجتماعية من فئات المجتمع هي جزء من فئة الشباب لاتزال خارجة عن دائرة العمل، هي حالة تكوين ثقافي جامعي موجه أساسا لتكوين النخبة والإطارات المستقبلية. كما يعرف الشباب هم الطلبة الجامعية الذي تنحصر أعمارهم ما بين 18-29 سنة تميزهم الحيوية والنشاط والقابلية للنمو العقلي والجسمي والاجتماعي، ولهم القدرة التعلم والمرونة العالية في التواصل، ويمكن اعتبارهم طاقة بشرية أو رأسمال بشري يعتمد على تنمية المجتمع كونهم طلبة جامعة يتلقون تكويننا يؤهلهم لممارسة أدوارهم الاجتماعية حاضرا ومستقبلا.³

¹ - نزمين السطاني: أثر شبكات الانترنت على اتجاهات الشباب في عصر العولمة ببلومانيا للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر، 1440هـ-2010م، ص16.

² - وفاء كودمين : الشباب والتنمية المفاهيم والاشكاليات جيل الدراسات السياسية والعلاقات الدولية العدد 11، ص125.

- WWW ; http://jitre .com.14 :12_18/02/2022

³ - دواخة سهام: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي، دراسة ميدانية بجامعة 8 ماي 1945 قالمة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع الاتصال، غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم الاجتماع، جامعة قالمة، الجزائر، 2019-2020م، ص14.

هـ - إجرائيا :

المقصود به هو الشباب الحاصل على شهادة البكالوريا، والذي دخل الجامعة ويتابع دراسته في أحد التخصصات العلمية بالجامعة أو مؤسسات التعليم العالي، ويعيش تفاعلات ثقافية وصراع بين خصوصياته التاريخية وطموحاته العصرية.

سادسا: الدراسات السابقة

نُحاول في هذا المبحث عرض الدراسات السابقة والمتشابهة للموضوع، باعتبار أن لكل بحث أسس ومرتكزات يقوم عليها والدراسات السابقة أحد أهم المرتكزات، فهي تكتسي أهمية كبيرة للباحث لأنها تفيد في الكثير من المراحل التي تمر بها، وفيما يلي سنتطرق إلى هذه الدراسات والتي تم ترتيبها وفق التسلسل الزمني كآتي :

* الدراسات المحلية:

- الدراسة الأولى¹: جاءت هذه الدراسة تحت عنوان: دور الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي السياسي للجمهور الجزائري دراسة ميدانية تحليلية لمواقع الجزيرة نت نموذجا.

تمثلت إشكالية الدراسة في معرفة حدود وطبيعة تأثير وسائل الاعلام الرقمي المواقع الإخبارية على تشكيل الوعي السياسي للجمهور الجزائري تطبيقا على مواقع الجزيرة " نت" وقد تم بناء إشكالية من التساؤلات التالية:

▪ ما الدور الذي يقوم به الإعلام الرقمي (المتمثل في موقع الجزيرة نت) في عملية تشكيل الوعي السياسي للجمهور الجزائري؟

▪ ما هي المضامين السياسية التي يقدمها الموقع؟ وهل يمثل موقع الجزيرة نت مجال للفضاء العام؟

▪ كيف تساهم هذه المضامين في عملية تشكيل الوعي السياسي للجمهور الجزائري؟

- ما هو حجم الاهتمام والتفاعل للجمهور الجزائري مع القضايا والموضوعات السياسية عبر موقع

الجزيرة نت؟

- ماهي درجة التأثير موقع الجزيرة نت في اكتساب المعرفة السياسية للجمهور الجزائري؟

¹ - ريم فتيحة قدوري: دور الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي السياسي للجمهور الجزائري (دراسة وصفية تحليلية لموقع " الجزيرة نت" نموذجا)، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه، غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والإسلامية، جامعة أحمد بن بلة، وهران، الجزائر، 2017-2018م.

- وهل ساهم توفر التفاعلية وأدواتها على تشجيع الجمهور الجزائري على الاهتمام والتفاعل مع القضايا السياسية.

اعتمدت هذه الدراسة على منهجين هما المنهج الوصفي، وتحليل المضمون ومن أهم الأدوات الدراسة الملاحظة المباشرة، المقابلة المقننة الموجهة، استمارة الاستبيان، المعالجة الإحصائية للبيانات، فكان مجتمع الدراسة يتحدد في موقع الجزيرة نت " عبر شبكة الأنترنت كنموذج للإعلام الرقمي، أما عينة الدراسة تمثلت في المعاينة الإلكترونية العشوائية، من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:

• ارتفاع حجم الاهتمام السياسي للجمهور الجزائري المتصفح لموقع الجزيرة نت، إلا أن تفاعل الجمهور يعتبر محدود نوعاً ما مع ما يقدمه الموقع من مضامين سياسية، وذلك نستنتجه من ضعف التفاعل للجمهور الجزائري مع ما يقدمه الموقع، وعدم اهتمام الجمهور بمشاركة ما ينشره الموقع عبر البريد الإلكتروني وصفحات شبكات التواصل الاجتماعي.

• عرض وتقديم مضامين سياسية تهتم بالقضايا الداخلية "المحلية" والعلاقات الدولية والدبلوماسية وتساهم هذه المضامين في تكوين اتجاهات إيجابية نحو مواضيع السياسة.

• اعتماد موقع الجزيرة نت لاتخاذ موقف من حدث أو قضية سياسية.

• البحث عن الدور الذي يقوم به الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي السياسي للجمهور الجزائري المتصفح والمطالع لموقع الجزيرة نت.

• تنامي عدد الجمهور الجزائري المعتمد على الإعلام الرقمي، وصعوبة حصر هذا الجمهور ودراسة خصائه في ظل المجتمع الرقمي المتحول والمتجدد.

❖ التعقيب:

تتشابه هذه الدراسة مع موضوع دراستنا كونها تتضمن نفس المتغيرين كونهما يركزان على الوعي وعلاقته بالإعلام الرقمي، كون هذا الأخير أحد أهم التكنولوجيات المؤثرة على الوعي، واختلفت هذه الدراسة مع دراستنا من حيث العينة.

- الدراسة الثانية:¹ جاءت هذه الدراسة تحت عنوان: أثر الاعلام الرقمي على اقتصاديات القنوات الفضائية العربية قناة نسمة والشروق tv نموذجا.

تمثلت إشكالية الدراسة في إمكانية معرفة أثر الإعلام على اقتصاديات القنوات الفضائية العربية ضمن بيئة تواصلية رقمية، تهيمن فيها وسائل التواصل الاجتماعي على كل اهتمامات المعنيين، وهروب جماهيري إلى الإعلام الرقمي وبحث طبيعة العلاقة بينهما، ومن هنا جاءت تساؤلات الإشكالية على النحو التالي:

- ما واقع الإعلام الرقمي العربي؟
- ما طبيعة الأثر الذي تحدثه تكنولوجيا الإعلام الرقمي على اقتصاديات القنوات الفضائية العربية؟
- ما هي الاستراتيجيات الاقتصادية التي تعتمد لها القنوات الفضائية لضمان استمراريتها؟
- ما هو مصير اقتصاديات القنوات الفضائية العربية في ظل التحولات التكنولوجية والمهنية في الإعلام الرقمي؟

اعتمدت هذه الدراسة على منهج دراسة حالة باعتبار المنهج مناسب أو ملائما لمثل هذه المواضيع بحيث يعتمد على وصف الظاهرة كما هي ثم يحلل أبعادها، ومن أدوات الدراسة الملاحظة، والمقابلة، فكان مجتمع الدراسة يتمثل في القنوات الفضائية العربية، قناة نسمة الفضائية التونسية وقناة الشروق الفضائية الجزائرية نموذجا، أما فيما يخص العينة كانت عينة قصدية. من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- خلفت التطورات التكنولوجية لوسائل الإعلام والاتصال منافسة بين الاعلام الرقمي والتقليدي.
- نستنتج أن الإعلام الرقمي أثر بشكل إيجابي وفعال على اقتصاديات القنوات الفضائية العربية.
- تسعى القنوات الفضائية العربية على إنشاء مواقع إلكترونية لمواكبة التطورات وتنويع وتعزيز مصادر دخلها.
- نستنتج أن المؤسسات الإعلامية تعتمد على الإعلان التلفزيوني كمصدر أساسي وحيوي للتمويل.
- ساعد الاعلام الرقمي على تحقيق الاستفادة الاقتصادية للوسائل الكلاسيكية.
- نستنتج أن وسائل الاعلام العربية تعاني من هشاشة الاقتصاديات.

¹ - نوادرية كلثوم، وآخرون: أثر الإعلام الرقمي على اقتصاديات القنوات الفضائية العربية (قناة نسمة والشروق نموذجا)، مذكرة لنيل شهادة الماستر، غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، الجزائر، 2018-2019م.

- أحدثت وسائل الاعلام الرقمي تغييرات في عمليات الإنتاج والتسويق والاعلان للمنتجات الإعلامية الفضائية.

❖ التعقيب:

تبرز العلاقة بين هذه الدراسة وموضوع دراستنا في كونها ركزت على طبيعة الأثر الذي تحدثه تكنولوجيا الإعلام الرقمي لكنها تختلف معها في المتغير التابع، إذا أنا دراستنا الحالية تركز على علاقة الإعلام الرقمي بالوعي لدى الشباب غير أن الدراسة السابقة تركز على علاقة الإعلام الرقمي باقتصاديات الفضائية العربية اختلفت هذه الدراسة مع دراستنا من حيث المنهج والعينة والأدوات.

- الدراسة الثالثة¹: جاءت هذه الدراسة تحت عنوان: دور الإعلام الرقمي في صناعة الرأي العام

دراسة مسحية لاستخدامات قادة الرأي لمنصة الرئيس الأمريكي دونالد ترمب، نموذجاً.

تمثلت إشكالية الدراسة في تجلي الإعلام الرقمي بالمنصة تويتتر كمتغير مهم في بناء وصناعة الرأي العام الأمريكي، وأثبت قدرته على مقارعة وسائل الاعلام الجماهيرية في التفسير والتحكّم في هذا المفهوم "الرأي العام" وتأتي هذه الإشكالية لتسلط الضوء على الدور الذي يلعبه الاعلام الرقمي في صناعة الرأي العام الأمريكي من خلال منصة تويتتر إذا تتطرق إشكالية الدراسة من التساؤل التالي: كيف ساهم الإعلام الرقمي في صناعة الرأي العام الأمريكي من خلال نشاط الرئيس الأمريكي دونالد ترمب عبر منصة تويتتر؟

اعتمدت هذه الدراسة على منهج الوصفي التفسيري باعتباره المنهج الملائم لهذا النوع من الأبحاث، اعتمد الباحث في إنجاز الدراسة على أداة تحليل المضمون، أما مجتمع الدراسة تمحور حول آلية الإعلام الرقمي أو المنصة السوسيو - رقمية تويتتر أما فيما يخص العينة كانت عينة قصدية، من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:

- وضع برامج إعلامية رقمية محددة بمجال التخصص، تتصدى للظواهر المختلفة التي تنتمي لذلك المجال بالاعتماد على : التكرار العددي في التغريد حول الموضوع الذي يدفع لتبني الخطاب على المدى المتوسط والبعيد.

¹ - أحمد بودادة: الإعلام الرقمي في صناعة الرأي العام (دراسة مسحية لاستخدامات قادة الرأي لمنصة الرئيس الأمريكي دونالد ترمب- نموذجاً)، مذكرة لنيل شهادة دكتوراه، غير منشورة، قسم العلوم الإنسانية، شعبة علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، بسكرة، الجزائر، 2019-2020م.

- ثبات عادات ونمط الاستخدام سمح لترتب بالمراقبة الآتية لحركية التغيرية في خصم التفاعل الذي تحدثه، ما مكنه من معرفة التوجه المبدئي حول الموضوع المُثار والتعامل مع ذلك التوجه إما بالدعم أو بزيادة الحشد له.
 - إعداد وإنتاج محتويات رقمية مُدعمة لتحقيق هدف البرنامج بالرأي العام.
 - تحفيز الشعور الجمعي للفرد المتعرض نحو البرنامج باستخدام شعارات دعائية بسيطة قابلة للفهم والانتشار.
 - خلق تجانس في الرأي حول البرامج بين مختلف الفئات والطبقات المكونة للمجتمع في ظل الخلفيات التراثية المتعددة المكونة للفضاء الثقافي العام.
 - يُتيح خلق تجانس في الآراء وإمكانية التنبؤ بردود فعل المجتمع حيال أي مشكلة قد تعرقل مسار البرامج.
- ❖ التعقيب:

تكمن العلاقة بين هذه الدراسة وموضوع دراستنا كونها هي الأخرى قد ركزت على الإعلام الرقمي، لكنها تختلف معها في المتغير التابع، إلا أنها ركزت على كيفية صناعة الرأي العام الأمريكي، بينما تهتم دراستنا بكيفية تشكيل الوعي لدى فئة الشباب الجامعي، وتختلف أيضا هذه الدراسة عن دراستنا في المنهج والأدوات والعينة.

* الدراسات العربية:

- الدراسة الرابعة:¹ جاءت هذه الدراسة تحت عنوان: دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني (دراسة ميدانية على عينة من طلاب كلية الآداب جامعة الأزهر غزة)

تمثلت إشكالية الدراسة أن وسائل الإعلام تعتبر من الوسائل المؤثرة في تشكيل الوعي الاجتماعي وخاصة الشباب وقد دفع ذلك الباحثين إلى الاهتمام بما تقدمه وسائل الإعلام، وتتبع الآثار التي يمكن أن تتركها المادة الإعلامية، ومضامينها في أنماط تفكير، سلوك الجمهور المشاهد وفي مقدمتهم الشباب

¹ - موسى عبد الرحيم حلس، ناصر علي مهدي: دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني (دراسة ميدانية على عينة من طلاب الآداب جامعة الأزهر)، مجلة الأزهر بغزة، فلسطين، سلسلة العلوم الإنسانية، المجلد 12، العدد 2، 2010م.

ومن هنا جاء التساؤل الرئيسي التالي: ما دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني ولقد اندرج تحته عدة أسئلة فرعية:

- ما الوسائل الإعلامية الأكثر شيوعاً والتي تتعرض لها شباب الفلسطيني؟
- ما حجم يتعرض طلاب جامعة الأزهر - غزة لوسائل الإعلام؟
- ما حقيقة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في التأثير على الوعي الاجتماعي لطلاب جامعة الأزهر.
- ماهي أشكال الوعي، ومدى تعرض الشباب للوسائل الإعلامية المرئية وعلاقتها في بلورة مستوى، معرفتهم ووعيهم بالقضايا المجتمعية.
- ما مستوى إدراك الطلاب للقضايا الأساسية الخاصة بالفرد والمجتمع الفلسطيني؟
- ما نوعية المعرفة والبرامج التي يُقبل على مشاهدتها الشباب الجامعي؟
- ما دور وسائل الإعلام في نقل التراث الاجتماعي المتمثل في القيم والمعايير والتقاليد الاجتماعية؟ اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الاجتماعي والذي يعد من أنسب المناهج ملائمة لمثل هذه الدراسة، ومن أهم الأدوات الدراسة لجمع المعلومات، تصميم الاستبانة، أما مجتمع وعينة الدراسة، قام الباحثين بتطبيق الدراسة ميدانياً على عينة طبقية عشوائية مقدارها حوالي 10% من طلبة كلية الآداب، جامعة الأزهر فلسطين والتي بلغ قوامها 219 مفردة.
- من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:
- يتضح من خلال نسبة تعرض الطلاب لوسائل الإعلام مدى تأثير وسائل الإعلام على الوعي الطلابي حيث وصلت نسبة الذين يتعرضون دائماً وأيضاً 92,7% مما يؤكد نسبة ارتفاع في دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي.
- الفقر والبطالة من أهم القضايا التي تهتم أفراد العينة.
- وحول دور وسائل الاعلام في مستوى الإدراك للقضايا الأساسية الخاصة بالفرد والمجتمع، يتضح مدى تأثيرها في فهم قضايا الشباب ومشاكلهم من خلال وسائل الإعلام حيث بلغت نسبة الباحثين الذين يرون في وسائل الإعلام وسيلة لدعمه الاجتماعي 86,3%.
- تعتبر الأسرة من أهم الوسائل الإعلام في تنمية الوعي الاجتماعي.
- ساهمت وسائل الإعلام في إضافة معارف جديدة لدى عينة الدراسة بنسبة 80,8%

- تعتبر مشاكل الشباب والمراهقين من أهم القضايا التي تجذب انتباه الشباب في وسائل الإعلام.
- تساهم وسائل الإعلام في نقل التراث والثقافة ولكن ليس بشكل جيد بل بحد متوسط.

❖ **التعقيب:**

تتماثل هذه الدراسة مع دراستنا كونها تتطوي على نفس المتغيرين، فهي أفادت دراستنا من حيث معرفة الوسائل الإعلامية التي يتعرض لها الشباب، والدور الذي تقوم به في التأثير على وعيهم وما تخلفه من آثار اجتماعية، لكنها تختلف مع موضوعنا في المنهج والأدوات والعينة.

- **الدراسة الخامسة:**¹ جاءت هذه الدراسة تحت عنوان: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق على عينة من طلبة جامعات كل من الموصل والأنبار وتكريب.

تمثلت إشكالية الدراسة في تأثير المواقع التواصل الاجتماعي متمثلة , Youtube, Twitter, Facebook, على تشكيل الاتجاهات السياسية لطلبة الجامعات العراقية في كل من الموصل والأنبار وتكريب في طرح قضايا معاصرة التي تهمهم، إذا تنطلق إشكالية الدراسة من خلال التساؤلات التالية:

- ما طبيعة استخدام طلبة جامعات الموصل والأنبار وتكريب لمواقع التواصل الاجتماعي Facebook, Twitter, Youtube وأثرها في تشكيل الاتجاهات والسلوكيات والفكر السياسي لديهم ؟
- كيف يقيم طلبة جامعات الموصل والأنبار وتكريب مواقع التواصل الاجتماعي Facebook ? Youtube ? Twitter , من بين وسائل الإعلام الأخرى.

- هل تسهم مواقع التواصل الاجتماعي (Facebook, Twitter, Youtube) في طرح قضايا معاصرة تهم الشباب الجامعي لطلاب جامعات الموصل والأنبار وتكريب؟

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي والذي يحاول من خلاله التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي على طلبة جامعات الموصل والأنبار وتكريب، حيث اعتمدت هذه الدراسة في جمع البيانات والمعلومات على مصدرين أساسيين : المصادر الأولية لمعالجة الجوانب التحليلية والمصادر الثانوية، الكتب والمراجع العربية والأجنبية، من خلال أداة الاستبانة،

¹- رأفت مهند عبد الرزاق: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي (دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق على عينة من طلبة جامعات كل من الموصل والأنبار وتكريب)، رسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، غير منشورة، قسم الصحافة والإعلام، كلية الآداب والعلوم، جامعة البترا الأردنية، الأردن، 1434هـ -2013م.

تكون مجتمع الدراسة من طلبة الجامعات كل من الموصل والأنبار وتكريب، اعتمدت هذه الدراسة على عينة العشوائية، من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- إن مواقع التواصل الاجتماعي (Facebook, youtube , Twitter) تسهم في تشكيل الاتجاهات السياسية لطلاب جامعات الموصل والأنبار وتكريب.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0,05) في أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الاتجاهات السياسية للشباب الجامعي باختلاف متغيرات (النوع، مكان السكن، المرحلة الدراسية، الكلية، الفئة العمرية).

- أظهرت نتائج الدراسة لاستخدام ثلاثة مواقع التواصل الاجتماعي وهي الفيسبوك بنسبة (75,5 %) وتويتر بنسبة (11,75 %) ويوتيوب بنسبة (12,75 %).

- أظهرت النتائج أن نسبة (80.0 %) من أفراد العينة هم مقتنعين بأن شبكات التواصل الاجتماعي كانت محرضاً أساسياً على بعض التغيرات في الساحة السياسية العربية بينما كانت نسبة (20 %) من أفراد العينة مثلت الرفض.

- أظهرت النتائج أن نسبة (62,8 %) من أفراد العينة زاد وعيهم السياسي نتيجة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، بينما كانت نسبة (37,2 %) لأفراد العينة التي لم يتأثر وعيهم السياسي.

❖ التعقيب:

تتشرك هذه الدراسة مع موضوعاً في محاولة معرفة الدور الكبير الذي يلعبه الإعلام الرقمي في التأثير على الوعي، كذلك محاولة التعرف على التأثيرات الإيجابية والسلبية التي يحدثها الإعلام الرقمي على تشكيل الوعي، حيث تتفق هذه الدراسة مع دراستنا في المنهج وتختلف في العينة.

- الدراسة السادسة¹: جاءت هذه الدراسة تحت عنوان : أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية.

تمثلت إشكالية الدراسة في مدى الأثر الذي تحدثه مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى شريحة طلبة جامعة النجاح الوطنية، إذا تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دوراً هاماً في حياة الطالب الجامعي سواء في حياته الدراسية، ومن هنا تنطلق إشكالية الدراسة

¹ - شدان يعقوب خليل أبو يعقوب: أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، غير منشورة، كلية الدراسات العليا جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2015م.

من السؤال الرئيسي: ما أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية من وجهة نظر طلبة جامعة النجاح الوطنية وللإجابة عن هذا السؤال توجد مجموعة أسئلة فرعية تحاول الدراسة الإجابة عليها.

- ما مستوى الوعي السياسي لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية؟
- ما هو حجم تعرض طلبة جامعة النجاح الوطنية لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما هي أبرز مظاهر تحول مواقع التواصل الاجتماعي من طابع اجتماعي بحث إلى ذات طابع سياسي؟

- ما هو المحتوى الثقافي التي تبنيه مواقع التواصل الاجتماعي باتجاه طلبة جامعة النجاح الوطنية؟
- ما هو حجم اعتماد طلبة جامعة النجاح الوطنية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات السياسية؟

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لوصف وتحليل أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية من وجهة نظر طلبة جامعة النجاح الوطنية، كما اعتمدت الدراسة أيضا على أداة الاستبيان كوسيلة للبحث، وشمل مجتمع الدراسة جميع طلبة جامعة النجاح الوطنية، وقد بلغت عددهم (19000) طالبًا وطالبة، أما فيما يخص العينة فقد كانت عينة طبقية عشوائية.

من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:

- تبين من خلال الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي أفضل وأسرع الآليات للحصول على المعلومات.
- وفرات مواقع التواصل الاجتماعي مجالاً رحباً لكافة المستخدمين لممارسة حرية التعبير والرأي في كافة القضايا المجتمعية، بعيد عن احتكار المعلومات.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية سن متوسط درجات الذكور ومتوسط درجات الإناث في مستوى الانتماء والهوية، لصالح الذكور.
- مواقع التواصل الاجتماعي ليست وسيلة منفصلة عن باقي وسائل الإعلام التقليدية، بل هي وسيلة مكتملة لها تخطت الحدود الجغرافية التي لا يمكن الوصول إليها من خلال الإعلام التقليدي.

- تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي السياسي وتدعيم القيم والمشاركة السياسية وتوعية الناس بما يدور حولهم من أحداث تمس القضية الفلسطينية.
- بالرغم من أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في دعم القضية الفلسطينية إلا أنها لم تكن حيادية في نشر الأخبار والمعلومات.
- ما يتم تداوله عبر مواقع التواصل الاجتماعية من أخبار وفيديوهات وصور جعلها تفقد مصداقيتها في بعض الأحيان.

❖ **التعقيب:**

- هناك تشابه إلى حد ما بين هذه الدراسة ودراستنا حيث أنها تحمل نفس المتغير التابع وتختلف في المتغير المستقل، حيث اتفقت معنا في المنهج وأدوات الدراسة.
- **الدراسة السابعة:¹ جاءت هذه الدراسة تحت عنوان: دور الإعلام الرقمي في تنمية الوعي السياسي لدى المراهقين.**

تمثلت إشكالية الدراسة في التعرف على الدور الذي يلعبه الإعلام الجديد في ظل التطورات المتسارعة والانتشار الجرم في الارتفاع بالوعي لدى المراهقين وتنمية المهارات ولعل الإعلام الرقمي بوسائطه المختلفة يلعب دوراً محورياً في الحياة عامة وفي نشر الثقافة السياسية بصفة خاصة، إذا نتطرق إشكالية الدراسة من التساؤل الآتي: ما الدور الذي يلعبه الإعلام الرقمي في تنمية الوعي السياسي لدى المراهقين؟

ومن هنا جاءت التساؤلات الإشكالية على النحو الآتي:

- ما واقع الإعلام الرقمي في ظل التطورات التكنولوجية المتسارعة وتأثيراته في حياة الأفراد؟
 - ما الآثار المعرفية والسلوكية والوجدانية الناجمة عن تعرض المراهقين لوسائط الإعلام الرقمي ؟
 - كيف يسهم الإعلام الرقمي في الارتفاع بالوعي السياسي لدى المراهقين؟
- اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي، ومن بين الأدوات التي اعتمدت عليه أداة الاستبيان وعلى أساليب المعالجة الإحصائية Spss، أما مجتمع وعينة البحث تمثل في (50) مفردة من المراهقين من طلبة المدارس (ذكور وإناث).

¹- سيف الدين، سهير سيف الدين عبده، دور الإعلام الرقمي في تنمية الوعي السياسي لدى المراهقين، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، المعهد الدولي للإعلام بالشروق، المملكة العربية السعودية، العدد الحادي عشر، 2020م.

من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:

- يأتي الإعلام الرقمي في مقدمة المصادر التي يعتمد عليها المراهقين في التعرف على الأحداث العامة والسياسية بنسبة (64 %) بينما جاء التلفزيون في المركز الثاني بنسبة (32 %)، وجاء الراديو في المركز الثالث بنسبة (4 %) بينما لم تظهر الصحف ضمن قائمة اختبارات المراهقين للمصادر التي يعتمدون عليها في التعرف على الأحداث.
- تستحوذ مواقع التواصل الاجتماعي على اهتمام المراهقين بنسبة (56 %) جاءت في مقدمة وسائط الإعلام الرقمي بالنسبة لهم، بينما احتل التدوين المصغر المركز الثاني بنسبة (40 %)، وجاءت المدونات في المركز الرابع بنسبة (10 %).
- يستخدم المراهقين الإعلام الرقمي لعدة أسباب في مقدمتها التواصل مع الأهل والأصدقاء.
- يقضي المراهقين لأكثر من ثلاث ساعات في استخدام الإعلام الرقمي يوميًا في المركز الأول بنسبة (62 %).
- يعتقد المراهقين أن وسائط الإعلام الرقمي لها دور كبير في تنمية الوعي السياسي لدى طلاب المدارس بنسبة (76 %).
- يرى المراهقين أن الاهتمام بتنمية الوعي السياسي يعزز مبدأ الديمقراطية بنسبة (74 %).
- يرى المراهقين أن الاهتمام بتنمية الوعي السياسي هو الأساس للمشاركة السياسية في المراحل اللاحقة بنسبة (76 %).

❖ التعقيب:

هناك اتفاق وشبه كبير بين دراستنا وهذه الدراسة، يكمن الاختلاف فقط لكونها لم تمس جميع جوانب الوعي، وهناك اختلاف في الصياغة والمنهج، على الرغم من هذا الاختلاف يوجد اتفاق في الأداة.

سابعاً: أهم النظريات المفسرة للدراسة

1. نظرية الاستخدامات والإشباع:

تعتبر من أهم نظريات الاتصال الحديثة التي تفسر الدور الذي يلعبه الجمهور في عملية الاتصال مع وسائل الإعلام، ويعتقد أصحابها أن الحاجات والدوافع من العوامل المحرك للاتصال، وبصفة خاصة تلك الحاجات والدوافع التي يتوقع الفرد أن يشبعها أو يلبيها له الآخرون لتحقيق التكيف مع البيئة، ويعتبر إشباع الحاجات وتلبية الدوافع ضرورة لدى الفرد حتى يتحقق له الاتزان النفسي الذي يساعد على استمرار التواصل مع الغير.¹

جاء ظهور نظرية الاستخدامات والإشباع في مجال الدراسات الإعلامية كبديل لتلك الأبحاث التي تتعامل مع مفهوم التأثير المباشر لوسائل الاتصال على جمهور المتلقين، وقد عرفت نظرية الاستخدامات والإشباع بأنها دراسة جمهور وسائل الاتصال التي يتعرضون بدوافع معينة لإشباع حاجات فردية معينة، وقد أكد "كاتز" وهو واحد رواد هذه النظرية أن استخدام وسائل الاتصال يتيح بصورة واضحة حينما نوجه اهتماماً بما يفعله الجمهور بتلك الوسائل.²

وتسعى نظرية الاستخدامات والإشباع التي تحقق ثلاث أهداف رئيسية وهي:

✓ التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستخدم الوسيلة التي تشبع حاجاته وأهدافه.

✓ توضيح دوافع استخدام وسيلة بعينها من وسائل الإعلام والتفاعل مع نتيجة هذا الاستخدام.

✓ فهو التركيز على أن فهم الاتصال الجماهيري يأتي نتيجة لاستخدام وسائل الاتصال الجماهيري.³

ويرى "كاتز وزملاؤه"، أن نظرية الاستخدامات والإشباع تعتمد على خدمة فروض وتتضمن ما

يلي:

¹ - منال هلال المزاهرة : نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، عمان، الأردن، 1433هـ - 2012م، ص169.

² - عبد النبي عبد الله الطيب: فلسفة ونظريات الإعلام، دار العالمية للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر، 2014م، ص145.

³ - مصطفى كافي: الرأي العام ونظريات الاتصال، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 1436هـ-2015م، صص 215، 216.

✓ إن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.

✓ يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.

✓ التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال، وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.

✓ يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم، وبالتالي، يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.

✓ يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.¹

2. نظرية الاعتماد:

ترتكز نظرية الاعتماد على أن العلاقات بين وسائل الإعلام والجمهور والنظام الاجتماعي تتسم بخصائص اجتماعية من الاعتماد المتبادل الذي تفرضه سمات المجتمع الحديث، حيث يعتمد أفراد الجمهور على وسائل الإعلام كنظام فرعي لإدراك وفهم نظام فرعي آخر هو المحيط الاجتماعي من حولهم، وبذلك تمثل وسائل الإعلام مصادر رئيسية يعتمد عليها أفراد الجمهور في استقاء المعلومات عن الأحداث الجارية وتتزايد درجة الاعتماد بتعرض المجتمع لحالات من عدم الاستقرار والتحول والصراع يدفع أفراد الجمهور لاستقاء المزيد من المعلومات من وسائل الإعلام لفهم الواقع الاجتماعي من حولهم.²

ومن هنا لخصت الفكرة الأساسية لنظرية الاعتماد على النحو التالي:

"إن قدرة وسائل الاتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز ومكثف وهذا الاحتمال سوف يزداد قوته في حالة تواجد عدم الاستقرار البنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير بالإضافة إلى ذلك فإن

¹ - حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، دار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة، مصر، 1998م، ص ص240،241

² - علي عبد الفتاح علي: نظريات الاتصال والإعلام الحديثة، دار الأيام للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2015م، ص ص140،141.

فكرة تغير سلوك ومعارف ووجدان الجمهور يمكن أن تصبح تأثيراً مرتد التغيير كل من المجتمع ووسائل الاتصال وهذا هو معنى العلاقة الثلاثية بين وسائل الاتصال والجمهور والمجتمع.¹

إن علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام تقوم على ركيزتين أساسيتين هما:

أ- الأهداف: هناك أهدافاً للأفراد والجماعات والمنظمات يسعون لتحقيقها من خلال المعلومات التي توفرها مصادر الاتصال المختلفة التي يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات والعكس بالعكس.

ب- المصادر: يسعى الأفراد والمنظمات إلى مصادر مختلفة لتحقيق أهدافهم، وتقوم وسائل الإعلام بثلاث أدوار حيال المعلومات: أولهما جمع المعلومات ثم تنسيقها وتنقيحها، وآخرها نشر وتوزيع المعلومات، ويستخدم ديغليير وروكتيش مفهوم المعلومات للإشارة إلى الرسائل الإعلامية.²

وتم رصد العديد من الآثار من قبل "سانداربول" و"ملفين ديلفير" 1982م والتي نتجت عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام.

الآثار المعرفية:

وهي ناتج عن نقص معلومات في حدث معين يترتب عليه عدم معرفة التفسير الصحيح للحدث من قبل الجمهور، وتكشف وسائل الإعلام الغموض من خلال تقديم التفسير الواضح للحدث أو زيادة المعلومات في حادثة معينة.

- تكوين الاتجاه:

حيث تكون وسائل الإعلام الاتجاه لدى الجمهور مع عدم إغفال الدور الانتقائي للفرد في تكوين الاتجاه لديه.

- ترتيب الأولويات:

ولهذا الأثر نظرية مستقلة تحمل الاسم نفسه، حيث أن وسائل الإعلام تبرز قضايا، وتقوم بنفس الوقت بإخفاء قضايا، مما يشكل أهمية لدى الجمهور من جراء تسليط الضوء على الإعلام في قضية دون أخرى.

- اتساع الاهتمامات:

وذلك أن تقوم وسائل الإعلام بتعليم الجمهور أشياء ومعارف لا يدركونها من قبل، مما يشكل لهم أهمية، وذلك مثل الحرية في التعبير، والمساواة.

¹ - محمود حسن إسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، دار العالمية للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 2003م، ص279.

² - كمال الحاج: نظريات الإعلام والاتصال، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020م، ص145.

• التأثيرات العاطفية (الوجدانية):

وهي مشاعر الحب والكراهية، ويقصد بالتأثيرات العاطفية المشاعر والعواطف التي يكونها الإنسان تجاه ما يحيط به، ويظهر هذا التأثير عندما تقدم معلومات معينة من خلال وسائل الإعلام، تؤثر على مشاعر الأفراد واستجاباتهم بالتالي في الاتجاه الذي تستهدفه الرسائل الإعلامية، ومن أمثلة هذه التأثيرات:

- الانخفاض العاطفي:

وهو كثرة التعرض لوسائل الإعلام يؤدي بالفرد إلى الشعور بالفتور العاطفي وعدم الرغبة بمساعدة الآخرين، وهذا نتيجة التعرض لمشاهد العنف التي تصيب الفرد بالتبدل.

- الخوف والقلق:

إن التعرض لمشاهدة العنف يصيب الفرد المتلقي بالخوف والقلق والرعب من الوقوع في هذه الأعمال.

- الدعم المعنوي:

وهي أن وسائل الإعلام عندما تقوم بأدوار اتصال رئيسية ترفع الروح المعنوية لدى الجمهور نتيجة الإحساس بالتوحد، والاندماج بالمجتمع.¹

• التأثيرات السلوكية:

يعد التغيير في الاتجاهات والمعتقدات والوجدان، من التأثيرات التي يهتم بها المجتمع كأعلى درجات التأثير الواضح على السلوك ومن أهم تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام، التأثير على السلوك ويشمل ما يلي:

- التنشيط:

فالرسالة الإعلامية تنشط السلوك الاجتماعي لدى الأفراد الذين يتعرضون لها بكثافة وتحفزهم لاتخاذ مواقف أو أفعال جديدة، سواء كانت إيجابية أو سلبية.

- الخمول:

قد ينتج عن عملية التعرض لمحتوى الرسالة الإعلامية بعض المواقف السلبية لدى الأفراد، مثل الخمول واللامبالاة، نتيجة لعدم الثقة أو لقلّة الاهتمام.²

¹ - رأفت مهند عبد الرزاق: المرجع السابق، ص ص21،22.

² - سعد آل سعود: الاتصال والإعلام السياسي، دار الكتاب الحديث، ط1، الرياض، السعودية، 1431هـ - 2010م، ص109.

3. نظرية ترتيب الأجندة:

تشير فكرة نظرية ترتيب الأجندة إلى أن هناك علاقة طردية موجبة بين درجة تركيز وسائل الإعلام على قضية من القضايا، وبين درجة اهتمام الجماهير بتلك القضية، أي كلما زاد تركيز وسائل الإعلام على تلك القضية، زاد اهتمام المتلقين بها والعكس صحيح.

وتنطلق هذه النظرية من فرضية أن لوسائل الإعلام تأثير كبيراً في تركيز انتباه الجمهور نحو الاهتمام بموضوعات وأحداث وقضايا معينة، وطرح رؤى تراعي المساواة في النوع، يمكن أن تؤدي إلى اهتمام الجمهور بهذه القضايا.

تدعي نظرية الأجندة أن لوسائل الإعلام تأثيراً كبيراً على المشاهد والحياة الاجتماعية، فوسائل الإعلام هي التي تحدّد المواضيع التي تقف على الأجندة الجماهيرية وتقرر أهميتها.

ومن أهم وسائل الإعلام حسب نظرية الأجندة تقرر للجمهور بماذا يفكر وبماذا لا يفكر، وبحسب نظرية الأجندة، يدور الحديث حول ثلاثة أجندات وهي:

- **الأجندة الإعلامية:** جدول الأعمال اليومي لوسائل الإعلام، والذي يقرر أي المواضيع ستحظى بتغطية إعلامية، أي المواضيع سيتم التشديد عليها، وأي المواضيع سيتم تجاهلها، أي المواضيع المتناولة في وسائل الإعلام.

- **الأجندة السياسية:** هو جدول الأعمال على مستوى السياسي، المواضيع التي يتناولها السياسيون، والتي تتوافق مع الحاجات والاحتياجات الوطنية الواسعة أو مصالح ضيقة.

- **الأجندة الجماهيرية:** المواضيع التي يتحدث بها الناس فيما بينهم، في البيوت مثلاً. هناك تأثيرات متبادل بين الأجندات الثلاثة:

- **الأجندة الإعلامية تصمم الأجندة الجماهيرية:** وذلك نتيجة لقدراتها على جذب الجمهور لها.¹

- **الأجندة الإعلامية تصمم الأجندة السياسية:** السياسيون متأثرون جداً بالأجندة الإعلامية لأنهم يعتبرون الأجندة الإعلامية تعبير للرأي العام.

- **الأجندة السياسية تصمم الأجندة الإعلامية:** خاصة في المواضيع المتعلقة بالسياسية والحكومة والتي يتوجب على الإعلام تغطيتها بهدف نقل المعلومات للجمهور، وإطلاعه على ما يجري في الدولة على مستوى السياسي.

¹ - عبد الرزاق الدليمي: نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرون، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2016م، صص 187، 188.

- الأجندة الجماهيرية تصمم الأجندة السياسية: السياسيون يهتم معرفة الرأي العام ومتأثرون بالجمهور، لذلك الجمهور في هذه الحالة يصمم للسياسيين جدول أعمالهم.
 - الأجندة الجماهيرية تصمم الأجندة الإعلامية: هناك المواضيع على المستوى الجماهيري التي توجب وسائل الإعلام على تغطيتها بسبب أهميتها مثل: الكوارث الطبيعية.¹
4. نظرية دوامة الصمت:

تعد هذه النظرية من أكثر نظريات الإعلام علاقة بتكوين الرأي العام في المجتمع، هذه النظرية طورتها الباحثة الألمانية إليزابيث نوبل نيومان، ويشير إلى أن عملية تكوين الرأي العام تتداخل فيها عوامل نفسية واجتماعية وثقافية وسياسية، بالإضافة إلى تأثير وسائل الإعلام في تكوين الاتجاه السائد حول القضايا المثارة في المجتمع.²

تعتمد نظرية دوامة الصمت على افتراض رئيسي فحواه أن وسائل الإعلام حين تتبنى آراء أو اتجاهات معينة خلال فترة معينة، فإن معظم الأفراد (الجمهور) سوف يتجهون ويتحركون في الاتجاه الذي تدعمه وسائل الإعلام وبالتالي يتكون الرأي العام بما يتناسق مع الأفكار التي تدعمها وسائل الإعلام.

أما نيومان فقدت الفرض العام لنظرية الصمت بالقول يخشى معظم الناس من العزلة وهذا الخوف يدفعهم إلى إتباع الأغلبية في محاولة للتوحد معهم حتى ولو كان ذلك على حساب إخفاء وجهة نظرهم التي قد تختلف مع الأغلبية وبالتالي التزام الصمت حولها، ليزداد هذا الصمت عندما تعمل وسائل الإعلام على تدعيم آراء الأغلبية ومما سبق يتضح أن نيومان من خلال هذه الفرضية أدمجت جملة من الفرضيات الفرعية التي نستنتجها كما يلي:

- إن الرأي العام لدى الجمهور المتلقي ينقسم إلى رأي الأغلبية المدعومة لمضمون وسائل الإعلام ورأي الأغلبية المعرضة والتي تلتزم الصمت خوفا من العزلة.
- الرؤية الاجتماعية للقضايا إذا أن الأفراد يرون الأحداث بما تراه الجماعة ويتمسكون بهذه الرؤية (يرى الأفراد الأحداث بعين الجماعة التي تسيطر عنها وسائل الإعلام).
- إن وسائل الإعلام تقوم بنشر وتعزيز وجهات النظر السائدة والمهيمنة على الرأي العام.
- إن معظم الأفراد يخشون من العزلة الاجتماعية عن بيئتهم ويرغبون في أن تكون آرائهم مدعومة من المجتمع قصد كسب الاحترام فيه.³

¹ - عبد الرزاق الدليمي: مرجع سابق، ص190.

² - محمد بن سعود البشر: نظريات التأثير الإعلامي، دار العبيكان، ط1، الرياض، السعودية، 1435هـ-2014م، ص141.

³ - باديس مجاني، مرابط فريدو: نظريات الاتصال، الناشر ألفا للوثائق، ط1، قسنطينة، الجزائر، 2019م، ص83،82.

وقد لاحظ بعض الباحثين أن وسائل الاتصال الجماهيرية تتخذ أحياناً جانباً متسقاً من إحدى القضايا أو الشخصيات، ويؤدي ذلك إلى تأييد معظم الأفراد للاتجاه الذي تتبناه وسائل الإعلام بحثاً عن التوافق الاجتماعي، أما الأفراد المعارضين لهذه القضية أو ذلك الاتجاه، فإنهم يتخذون موقف الصمت تجنباً لاضطهاد الجماعة وخوفاً من العزلة الاجتماعية، وبالتالي إذا كانوا يؤمنون بأراء مخالفة لما تعرضه وسائل الإعلام، فإنهم يحجبون آرائهم الشخصية، ويكونون أقل رغبة في التحدث عن هذه الآراء مع الآخرين، أما إذا كان هؤلاء الناس لديهم آراء منسجمة مع ما تبثه وسائل الإعلام، فإنهم يميلون أكثر إلى الإعلان عن هذه الآراء والتحدث بشأنها للحصول على القبول الاجتماعي.

ونظراً لأن عدداً كبيراً من الناس يعتقد أن الجانب الذي تؤيده وسائل الإعلام يعبر عن الاتجاه السائد في المجتمع Mainstreaming، فإن الرأي الذي تتبناه وسائل الإعلام يظل يقوي، وربما يسبب ضغوطاً أكبر على الأفراد المخالفين لهذا الرأي، والذين يلجؤون غالباً إلى تفضيل الصمت بحثاً عن التوافق الاجتماعي، وهكذا نحصل على أثر "لولبي" Spiral يزداد ميلاً تجاه الجانب السائد الذي تتبناه وسائل الإعلام، بغض النظر عن الموقف الحقيقي للجمهور.¹

وترى "نيومان أن هناك عوامل عديدة تجعل الناس يحرصون على إبداء نظريهم والمشاركة بآرائهم

منها:

- ✓ شعور الفرد بالانتماء إلى رأي الغالبية.
- ✓ الميل إلى التخاطب مع من يتفقون معنا في الآراء أكثر من الذين يختلفون معنا.
- ✓ الشعور بتقدير الذات يحث الفرد على إبداء رأيه.
- ✓ يميل الأفراد من الرجال متوسطي الأعمار من الطبقة الوسطى إلى الحوار والمشاركة بسهولة.
- ✓ تشجيع معظم القوانين الأفراد على إبداء آرائهم عندما يشعرون أنهم أكثر عدداً، ويمثلون الأغلبية.²

¹ - حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: المرجع السابق، ص ص281، 282.

² - باديس مجاني، مرابط فريدة: المرجع السابق، ص83.

خلاصة :

مما سبق يمكن القول أن هذا الفصل مهما، لأنه يساهم وبشكل كبير في توجيه الباحث إذا يعد مرحلة مهمة من المراحل الأولى التي يبني من خلالها الباحث الإطار النظري للدراسة وحتى يتسنى لنا الانطلاق في إعداد بحثنا بكل موضوعية والوصول إلى نتائج جديدة، حيث تطرقنا إلى تحديد إشكالية الدراسة التي تعتبر بمثابة الركن الأساسي في البحث العلمي، كما سعينا إلى تحديد الأهداف، وأهمية وأسباب الدراسة، إضافة إلى تحديد مفاهيم والدراسات السابقة ثم اختتمنا هذا الفصل بأهم نظريات الدراسة.

الفصل الثاني : مدخل للإعلام الرقمي

تمهيد

أولاً: مدخل للإعلام الرقمي

1- نشأة الإعلام الرقمي

2- خصائص الإعلام الرقمي

3- أهمية الإعلام الرقمي

4- أشكال الإعلام الرقمي

5- وسائل الإعلام الرقمي

ثانياً: أساسيات الإعلام الرقمي

1- وظائف الإعلام الرقمي

2- العوامل الرئيسية للإعلام الرقمي

3- إيجابيات وسلبيات الإعلام الرقمي

4- التحديات التي تواجه الإعلام الرقمي

5- النظريات التي استحدثتها الإعلام الرقمي

خلاصة

تمهيد:

شهد العالم خلال النصف الثاني من القرن العشرين العديد من التطورات التكنولوجية الحديثة في إحداث مشهد جديد في سوق الإعلام يطلق عليها الإعلام الرقمي حيث جعل العالم قرية كونية صغيرة بفضل وسائله وخدماته المتطورة التي ألغت الحواجز بين المرسل والمتلقي.

فخصصنا هذا الفصل للإحاطة أكثر بالإعلام الرقمي من خلال لمحة تاريخية عن نشأته والتركيز على أهم خصائصه ثم أهم وسائل الإعلام الرقمي ثم الانتقال إلى الإيجابيات وسلبيات التي يتميز بها الإعلام الرقمي وفي الأخير تحديات الإعلام الرقمي وأهم نظرياته.

أولاً: مدخل للإعلام الرقمي

1- نشأة الإعلام الرقمي :

نشأ الإعلام الرقمي بعد مراحل تطور الشبكة المعلوماتية (الأنترنت) وتوسعت استخداماتها وقد ظهرت بواكره مع ظهور الأنترنت عام 1969 في الولايات الأمريكية عندما قام مجموعة من الباحثين من جامعة كاليفورنيا وبأمر من وزارة الدفاع الأمريكية، بتجربة علمية تهدف إلى ربط جهاز حاسب آلي في مدينة لوس أنجلوس بجهاز آخر بمدينة متلوبارك بواسطة خط هاتفي، بحيث يستطيع الجهازان العمل معا، وكانت هذه التجربة جزءا من متطلبات إيجاد شبكة اتصالات فاعلة وتستمر حتى في وجود حالة هجوم نووي، وحققت تلك الأبحاث القاعدة الأساسية لشبكة المعلومات العالمية، والتي بدأت تقدم خدماتها سنة 1985¹.

سهلت الأنترنت طرق الوصول إلى المعلومات وتبادلها بين مختلف أفراد المجتمعات وأصبحت أداة للسلطة والحكومات والأفراد على حد سواء، وازدادت استخدامها في الحياة اليومية لعدد كبير من الأشخاص عبر العالم، فلا تجد بيتا إلا ووصل بشبكة الأنترنت.

يقال إن لكل عصر وسيلة إعلامية وتواصله، وأقر العالم مارشيل ما كلوهان بفكرة الحتمية التكنولوجية، فمرحلة الانتقالات التي أسست لها الأنترنت وتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة خلفت حالة انقلاب في النظم الاتصالية في المجتمع الدولي والمحلي وظهر ما يعرف بالإعلام الرقمي.

تعتمد وسائل الإعلام الإلكترونية على الأنترنت وتقنية المعلومات، وبفضل خاصية الآنية والسرعة التي تتميز بها في نقل المعلومات، كانت مجالا خصبا للتواصل بين المستخدمين في نقل خبراتهم، إضافة إلى الدمج بين الوسائل الإعلامية التقليدية والوسائل الحديثة بهدف إيصال المضامين بأشكال متميزة ومؤثر، فأتاحت الأنترنت للإعلاميين فرصة لتقديم مضامين إعلامية بطرق إلكترونية مختلفة.

فبدأ ظهور الإعلام الرقمي ليشمل عدد الصحف والمجلات الإلكترونية، والتي اعتبرت وقتها ظاهرة إعلامية جديدة، ومع ظهور التطبيقات والمدونات الإلكترونية التي خلفت آفاقا جديدة للجمهور باعتبارها وسائل إعلامية جديدة سريعة الانتشار وبأقل تكلفة.

¹ - ماهر عودة الشمالي، وآخرون: الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2015، صص 17، 18.

وظهرت مواقع التواصل الاجتماعي فايسبوك، تويتر، يوتيوب كوسيلة مفضلة لدى السياسيين لاستخدامها، بعد المشاكل المادية التي كانت تعاني منها شركة آبل، وبعدها حققت شبكات التواصل الاجتماعي ثورة هائلة في وسائط الاتصال.

وبينت دراسة أجريت بجامعة دبي بالإمارات العربية المتحدة عام 2011 أن مواقع التواصل الاجتماعي فايسبوك وتويتر لعبت دورًا كبيرًا في ثورات بعد أن منعت تلك الدول وسائل الإعلام التقليدية من نشر تلك الأحداث.¹

2- خصائص الإعلام الرقمي:

إن الإعلام الرقمي يتمتع بمجموعة من الخصائص التي تميزه عن بقية أنواع الإعلام الأخرى وبالخصوص التقليدية منها ومن هنا يمكن إيجازها فيما يلي:

- **خاصية التوفر:** فهذه الخاصية جعلت من الإعلام الرقمي متوفر دائماً، إذ أصبح بإمكان الإعلامي أو أي مواطن أن يحصل على أية معلومة ثم نشرها على موقع الكتروني أو صحيفة الكترونية دون طلب الرخصة لإعطائه تلك المعلومة، وفي أي وقت كان، وأن يوفر أرشيفاً إلكترونياً للجميع دون قيود.

- **خاصية الشمولية:** أي التنوع والشمول في المحتوى، إذا كان الإعلامي في الإعلام التقليدي يعاني من مشكلة عدم وجود فسحة كافية أو مساحة مخصصة لطرح موضوع أو انجاز عمل إعلامي أو كتابة مقالة في الوسائل المقروءة أو المسموعة أو المرئية، لكن بفضل الأنترنت أصبح من الممكن إنشاء مواقع ومدونات وصحف ومجلات إلكترونية غير محددة الحجم.²

- **خاصية المرونة:** تبرز خاصية المرونة بشكل جيد بالنسبة للمتلقي مستخدم الأنترنت من خلال قدرته على تجاوز العديد من المشكلات الإجرائية التي تصادفه إذا كان لديه معرفة باستخدام الكمبيوتر والأنترنت، أما على المستوى الإعلامي فتظهر خاصية المرونة، من خلال قدرة المستخدم على الوصول بسهولة إلى عدد كبير من مصادر المعلومات والمواقع وهذا ما يتيح له فرصة انتقاء المعلومات التي يراها جيدة وصادقة، والتميز بينها وبين المواقع التي تقدم معطيات مزيفة مع العلم أن القدرة على تزييف

¹ - مروى عصام صلاح: الإعلام الإلكتروني الأسس وأفاق المستقبل، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 1436هـ-2015م، ص ص149، 150.

² - يوسف عبد علي حسين، حنين حاتم عبد الله: الإعلام الإلكتروني، دار دجلة ناشرون وموزعون، ط1، عمان، الأردن، 2016م، ص25.

المعلومة قد ازدادت كثيرًا مع ظهور الأنترنت التي سهلت كثيرًا من عملية تركيب الصور، وتعديل الأصوات وغيرها.¹

• **خاصية التعددية الثقافية:** فالإعلام الرقمي يسر موضوع التعبير عن الذات والحوار الحضاري، إذ روح لثقافة احترام الرأي الآخر عن طريق إتاحة فرص التفاعل والتواصل بين الإعلامي والجمهور.

• **خاصية التواصلية:** ساهم الإعلام الرقمي بشكل ملحوظ في بناء جسور من التواصل بين القائم بالاتصال ومستقبل الرسالة، مما كان له بالغ الأثر في تفاعل كل من الجانبين مع الآخر، حيث أتاحت التكنولوجيا الرقمية أداة تمكن الجمهور من التعبير عن رأيه حول المادة المقدمة من حيث تبادل التعليقات وتشكيل شبكة الاتصالات والتواصل وتنمية الحوار الهادف.²

• **خاصية التفاعلية:** التفاعل هو قدرة وسيلة الاتصال الجديدة على الاستجابة لحديث المستخدم تمامًا كما يحدث في عملية المحدثه بين شخصين، هذه الخاصية أضافت تباعداً جديداً لوسائل الإعلام الجديدة.

في السابق كانت قدرة المستخدمين على التفاعل تقتصر على دائرة رجع الصدى للمحتوى المنشور على المواقع الإلكترونية عبر إضافة، التعليقات وتدوين الملاحظات على سجلات الزوار مثلاً، ثم انتقلت العلاقة بعد ذلك إلى التحرر نسبياً مع وجود المنتديات ومجموعات الأخبار والقوائم البريدية، غير أنها لم تتح للجمهور حرية الممارسة الإعلامية المطلقة إلا بعد ظهور المدونات وشبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الفيديو... فهذه العناصر تمثل بشكل بارز مرحلة التفاعلية.³

كما تتيح هذه الخاصية إمكانية التحكم بالمعلومات والحصول عليها وإرسالها وتبادلها عبر البريد الإلكتروني.⁴

¹ - مصطفى يوسف كافي: الإعلام المعاصر وتحديات العولمة، النشر ألفا للوثائق، ط1، قسنطينة، الجزائر، 2017م، ص50.

² - يوسف عبد علي حسين، حنين حاتم عبد الله: المرجع السابق، ص27.

³ - نسرين حسونة: الإعلام الجديد المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف، ط1، شبكة الألوكة، الرياض، السعودية، 2014م، ص9.

⁴ - علي عبد الفتاح: إدارة الإعلام، دار البازوري، ط1، عمان، الأردن، 2014م، ص14.

• **خاصية اللاتزامية:** وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم للاتصال، ففي حالة البريد الإلكتروني يمكن توجيه الرسائل في أي وقت بغض النظر عن وجود متلقي الرسالة في وقت معين.¹

• **خاصية قابلية التحريك أو الحركية:** هناك وسائل اتصالية كثيرة يمكن الاستفادة منها في الاتصال في أي مكان إلى آخر أثناء حركية مثل هاتف المحمول، هاتف سيارة، هاتف المدمج في ساعة اليد، وهناك آلة تصوير المستندات، وجهاز فيديو صغير، وجهاز فاكسميل، وحاسب آلي نقال مزود بطابعة.²

• **خاصية المشاركة والانتشار:** يتيح الإعلام الجديد لكل شخص يمتلك أدوات بسيطة أن يكون ناشراً يرسل رسالته للآخرين.

• **خاصية الانتباه والتركيز:** نظراً لأن المتلقي في وسائل الإعلام الجديد يقوم بعمل فاعل في اختيار المحتوى، والتفاعل معه، فإنه يتميز بدرجة عالية من الانتباه والتركيز، بخلاف التعرض لوسائل الإعلام التقليدي الذي يكون عادة سلبياً وسطحياً.³

• **خاصية التنوع:** كان الصحفي يواجه مشكلة المساحة المخصصة لإنجاز مقالة إخبارية في الصحافة التقليدية الورقية، ذلك أن هذه الأخيرة تعيش على التوازن بين الفضاءات المخصصة للتحليل والمساحات الأخرى كإشهار، فكان الصحفي يحاول التوفيق بين المساحة المخصصة للتحليل، وبين تلبية حاجيات الجمهور.⁴

ولكن الإعلام الرقمي سهل المهمة بظهور الصحف الإلكترونية ذات حجم غير محدد يمكن من خلالها يستخدم أنماطاً مختلفة من المقاربات والوسائل الإعلامية ترتبط فيما بينها جميعاً بشبكة من المراجع.⁵

• **خاصية اتساع التمدد الجغرافي:** لا حدود جغرافية تقف بوجه الإعلام الرقمي عبر شبكة الأنترنت إذا تمكن المواقع الإلكترونية من الوصول إلى مختلف أنحاء العالم على عكس عدد كبير جداً من وسائل

¹ - عبيدة صيطي: الإعلام الجديد والمجتمع، المركز العربي للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 2018م، ص49.

² - عبد الرزاق الدليمي: الإعلام الرقمي والمجتمعات المعاصرة، الابتكار، للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2019م، ص274.

³ - الرقابة القانونية على الإعلام الرقمي، تقرير قانون الإعلام الرقمي مركز هردو دعم التعبير الرقمي، القاهرة، مصر، 2016م، ص ص8،9.

⁴ - مصطفى يوسف كافي: الإعلام المعاصر وتحديات العولمة، المرجع السابق، ص49.

⁵ - علي عبد الفتاح: المرجع السابق، ص12.

الإعلام التقليدي التي تكون مقيدة في أغلب الأحيان بحدود جغرافية محدودة، لذا تسعى غالبية الوسائل الإعلامية إلى شق طريقها واستحداث نسخة إلكترونية لها في الأنترنت، مما يعني إيصال الرسالة الإعلامية إلى مدى عالمي يتجاوز القيود التقليدية التي تعيق التلفزيون والصحافة المطبوعة.¹

• **خاصية الانتقال من النظام التماثلي إلى النظام الرقمي:** في النظام الرقمي يتم نقل المعلومة على شكل أرقام منفصلة هي صفراً وواحدًا، وعند وصول المعلومة إلى المستقبل يقوم بترجمتها إلى صوت أو صورة أو غير ذلك.

يقوم النظام التماثلي من ناحية أخرى بنقل المعلومة على شكل موجات متسلسلة، ونظرًا لكون الإشارة الرقمية إما صفراً أو واحدًا دون أي قيم بينهما فإن النظام الرقمي يكون أشد بقاءً وخالياً من التشويش.

ميزة أخرى للنظام الرقمي هو تطابقه وإمكانية دمج مع أنواع أخرى من التكنولوجيا مثل الحاسوب وهو ما يصعب القيام به في النظام التماثلي، فالنظام الرقمي لا يفرق بين المعلومات سواء كانت صوت أو صورة أو نص أو فيديو بل يتعامل معها في مجرى واحد مما يجعل تخزين، الرسائل وتحريرها ونقلها واستقبالها يتم بسرعة.²

3- أهمية الإعلام الرقمي:

نال الإعلام الرقمي العديد من الموصفات التقنية التي تختلف عن غيره من الوسائل الإعلامية الأخرى، مما أكسبه أهمية بالغة وبناءً على هذا يمكن توضيحها فيما يلي:

- أصبح الإعلام الرقمي محور الحياة المعاصرة، لماله من أهمية كبيرة في احتواء قضايا الفكر والثقافة، وبات يطلق عليها (ثقافة التكنولوجيا) أو ثقافة الأنترنت إذا جعل من مستخدموا الشبكة العنكبوتية في تزايد مستمر، كما أصبح وسيلة اقتصادية لتبادل المعلومات حيث أن شبكة الأنترنت أصبحت موجودة في كل مكان.³

- إمكانية نشر الأفكار والرؤى عن طريق المواقع الخاصة في شكل مظاهره لخلق رأي العام ضد قضية ما.

¹ - عباس ناجي حسين: الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 1437هـ-2016م، ص104.

² - سميرة شبحاني: الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، قسم الإعلام، المجلد 26، العدد الأول + الثاني، سوريا، 2010م، ص ص444، 445.

³ - عامر إبراهيم قنديلجي: المرجع السابق، ص88.

- إن الإعلام الإلكتروني يعطي القارئ فرصة إطلاع أكبر من الناحية الكمية ففي جلسة واحدة أمام الكمبيوتر يستطيع القارئ أن يطالع عشرات المصادر الإعلامية، في جميع أنحاء العالم، وبدون تكلفة مادية تذكر.
- إن الإعلام الرقمي يعطي القارئ حرية الانتقاء، والمقاربة من خلال الاطلاع السريع على العديد من المصادر مختلفة الرؤى والخلفيات، ثم يستخلص لنفسه النتيجة التي يراها أقرب إلى الحقيقة.
- إنه يُمكن القارئ من القراءة المتخصصة، فلم يعد من اللازم استنزاف الوقت والجهد في تصفح الصحف بحثاً عن موضوع معين، أو انتظار برنامج معين في إحدى القنوات التلفزيونية، بل أصبح الإعلام الرقمي يُمكنك من الاطلاع على الموضوع الذي تريد وفي الوقت الذي تريد.
- أنه يوصل الرسالة الإعلامية إلى مدى عالمي ويتجاوز القيود التقليدية التي تقيد التلفزيون والصحافة المطبوعة التي تحدها حدود الزمان والمكان وحدود (الإمكان) فلا يستطيع الجميع الوصول إليها لأنها غير مجانية، خلاف الأنترنت فهو مجاني أو شبه مجاني.
- التمكن من إيصال الرسالة الإعلامية بالشكل الذي يريده المرسل دون تدخل موجه من أبطارية الإعلام الذين اعتادوا التصرف في المعلومات التي تصلهم وصياغتها وإخراجها بالطريقة التي تخدمهم.¹
- انتشاره الواسع بين الناس دون استثناء وخصوصاً فئة الشباب التي تعتبر هي الفئة الأهم بالمجتمع.
- إمكانية الوصول للمعلومات والأخبار القديمة أيضاً، حيث أن وسائل الإعلام الأخرى تركز على المعلومات الحديثة والأخبار الحديثة، وهذا يعني أن الإعلام الرقمي يوثق أحداث كثيرة مرت على هذا العالم.
- الإعلام الرقمي حرر الإنسان من أجهزة التوجيه الإعلامي التي تسيطر على عقله، فله مطلق الحرية يتلقى أي معلومات أو إرسال أي معلومات دون قيود.
- إمكانية التغيير في المجتمع والشباب نحو الأفضل، حيث أنه عندما يتحررون من التبعية الإعلامية يصبح لديهم الأفق الواسع الذي يجعلهم يغيرون مجتمعاتهم وبلدانهم نحو الأفضل.²

¹- لؤي الزعبي: الإعلام والاتصال الإلكتروني، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020، ص ص21،22.

²- فيصل أبو عيشة: الإعلام الإلكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2014، ص ص136،137.

4- أشكال الإعلام الرقمي:

- النشر الإلكتروني: يتم فيه استخدام التكنولوجيا الحديثة في عملية نقل وتبادل المعلومات باستخدام الوسائط المتعددة التي يتعدد بين النص والصوت والصورة والفيديو وذلك كله، بطريقة إلكترونية عبر الشبكة العنكبوتية.
- الصحف الإلكترونية: تتمثل في مواقع إلكترونية لها عناوين مثبتة، تقدم خدماتها الصحفية عبر الشبكة فتنتشر من خلالها الأخبار والوثائق المتصلة والمتعلقة بها وكذا التقارير الصحفية ومختلف التحقيقات والمقالات وتصدر في مواعيد محددة.
- المدونات الإلكترونية: تعتبر كإحدى التطبيقات الأنترنت وتشمل المذكرات، والمقالات واليوميات وغيرها باستخدام الوسائط المتعددة التفاعلية.
- مواقع عرض المواد المرئية والمسموعة: وهي تتمثل في مواقع على الأنترنت لبث وتبادل مختلف المواد المرئية والمسموعة وتبادلها.¹
- الإعلانات الإلكترونية: تشمل خدمات النشر الإعلامي عبر مختلف المواقع على شبكة الأنترنت سعياً للانتشار.
- خدمة البث على الهاتف المحمول وتشمل: البث الحي على الهاتف الجوال، وكذلك بث الرسائل الإعلامية القصيرة والإعلانات عبر خدمتي الرسائل النصية ال SMS وال MMS وغيرها وبث خدمات الأخبار العاجلة.²
- المواقع الشخصية: وهي تعتمد على إنشاء مواقع من طرف أصحابها من أجل عرض سيرهم الذاتية واهتماماتهم وكذا لتمكينهم من الاتصال والتواصل مع الأصدقاء.
- المجموعات البريدية: وهي تتمثل في مواقع تقدم خدمات التواصل عبر البريد الإلكتروني بين مجموع من الأفراد والهدف من ذلك نشر ما يهتمون به من معلومات وتبادلها الوثائق فيما بينهم.
- المنتديات الإلكترونية: وهي عبارة عن مواقع إلكترونية تسمح لمستخدميها الأعضاء بطرح مواضيع متنوعة تكون ذات صلة ، وتبادل الأفكار والوثائق ويتم كل ذلك باستخدام الوسائط المتعددة من خلال إجراءات يتم تحديدها من طرف المسؤول أو صاحب المنتدى.

¹ - حارث عبود، مزهر العاني: الإعلام والهجرة إلى العصر الرقمي، دار الحامد، للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2015م، ص ص85،84.

² - مروى عصام صلاح: المرجع السابق، ص156.

- **غرف الحوارات:** هي عبارة عن تطبيق للحوار عبر الأنترنت يسمح بالتواصل مع شخصين أو أكثر من ذلك باستخدام تقنيات الوسائط المتعددة ويصور متعددة تنظمها قواعد محدد الاستخدام.¹
- **خدمة الأرشفة الإلكترونية:** مع تحول معظم الخدمات الأرشيفية إلى خدمات إلكترونية، كتخزين مقالات الكتابية في الصحف وما تنشره الصحيفة من أخبار متعددة ومتنوعة، يستطيع أي شخص من خلالها أن يعود للمكتبة الأرشيفية في أي وقت دون بذل أي جهد.²
- **الإذاعة الإلكترونية والتلفزيون الإلكتروني:** خدمات البث الحي للإذاعات والقنوات التلفزيونية على مواقع خاصة على الشبكة ومن خلال "حزم البث الإذاعي والتلفزيوني" والتي تحملها الشبكة إلى المتلقي مباشرة وإلى مختلف المواقع.
- **بث خدمات الأخبار العاجلة.**³

5- وسائل الإعلام الرقمي:

تعددت وسائل الإعلام الرقمي وأدواته وهي تزداد تنوعاً وتداخلاً مع مرور الوقت ومن هذه الوسائل ما يلي:

- **الإذاعة الرقمية:**

نشأ مفهوم الإذاعة من الإشارة مبكرة للبحرية الأمريكية بتوصيل الأوامر إلى الأسطول البحري لم تكن الإذاعة استثناء من بين وسائل الإعلام التي بادرت إلى إدخال التكنولوجيا الرقمية في مجال عملها، بل كانت سبابة إلى هذا التحديث إذا أن بيئة العمل بها ذات قاعدة تكنولوجية وتقنية جاهزة مسبقاً تؤهلها للتعامل مع النظام الرقمي بسهولة.⁴

إن التطور التكنولوجي الإذاعي امتد من الإذاعة العادية التقليدية، إلى إذاعة دولية، إلى إذاعة فضائية، إلى إذاعة إلكترونية ليصل إلى ما يسمى الآن بـ"الإذاعة الرقمية".⁵

¹ - حارث عبود، مظهر العاني: المرجع السابق، ص 85.

² - عبير الرجباني: المرجع السابق، ص 43.

³ - عبد الله قاسم محمود باشا كريشان: أثر الثورة المعلوماتية الإعلامية في نشر الوعي السياسي (لدى الشباب الأردني)، دار الجنان للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2016م، ص 40.

⁴ - إبراهيم إسماعيل: المرجع السابق، ص 111.

⁵ - عبير الرجباني: المرجع السابق، ص 66.

- التلفزيون الرقمي:

يعتبر التلفزيون من أهم وسائل الإعلام التي قربت المسافات وساعدت في نقل الأخبار والمعلومات إلى الجماهير يُعرفه أحد الباحثين بقوله هو ذلك الجهاز الذي ينقل ملايين البشر إلى أماكن بعيدة عنهم، من خلال نقل صورة العالم إلى داخل الغرفة التي يجلسون فيها".

دخل التلفزيون ميدان المناقشة من خلال استخدام الأقمار الصناعية في البث التلفزيوني الذي يمثل ثورة جديدة في مجال الاتصال، فالإرسال التلفزيوني أصبح منذ التسعينيات إرسالات بلا حواجز، لا يعرف قيود ولا يعترف بحدود.¹

إن التلفزيون الرقمي يمثل ثورة في عالم البث التلفزيوني، بما يملك من إمكانيات بث ثماني قنوات في الحيز الترددي لقناة تلفزيونية.

ويوفر البث الرقمي نوعية صورة عالية الدقة، والوضوح ويضمن صوت أنقى وسعراً أرخص وقد تم استخدامه أوائل 1933م، وفي ضوء ذلك ظهرت القنوات المتخصصة للبرامج والجمهور.²

- الأقمار الصناعية الرقمية:

والقمر الصناعي (Satellite) هو جسم دوار ينطلق من قاعدة على الأرض في مدار معين حول الأرض، ويستمر بالدوران بحكم الجاذبية الأرضية التي توصل إليها نيوتن، ويبذل الجسم يدور في الفضاء بنفس السرعة التي اطلق بها مالم يتدخل عامل خارجي، وغالباً ما يكون القمر الصناعي مزوداً بمحطة استقبال ومحطة إرسال وعدد من الأجهزة الأخرى، كأجهزة التسجيل التي تلتقط البرامج الموجهة إليها وتسجلها لتعيد إرسالها في الوقت المحدد.³

يتم النقل التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية بطريقتين: الأولى تعتمد على توصيل الاتصال من مواقع إلى أخرى مثل: التقارير الإخبارية التي يتم إرسالها من إحدى الدول الأوروبية عن طريق وصلة صاعدة إلى القمر الصناعي، والثانية تقوم على نقل الاتصال من نقطة إلى مجموعة من النقاط عبر مساحة واسعة.⁴

¹ - مجد الهاشمي: تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2004م، ص 190، 191.

² - مصطفى يوسف كافي: الإعلام التفاعلي، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 1437هـ - 2016م، ص 41.

³ - عبير الرحباني: المرجع السابق، ص 68، 69.

⁴ - حسين مكايي: تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، دار المصرية اللبنانية، ط2، القاهرة، مصر، 1997م، ص 117، 118.

- المدونات الإلكترونية:

المدونات (Web log) مصطلح يتكون من مقطعين (ويب) أي الشبكة الدولية للمعلومات (ولوج) أي التسجيل أو الدفتر وبذلك يكون معناها " سجل التدوين".

المدونة هي صفحة أنترنت عليها تدوينات صاحبها أو أصحابها وفق نظام ، مؤرخة، مرتبة ترتيباً تصاعدياً أو تنازلياً وفق آلية لأرشفة التدوينات القديمة، ولكل تدوينه عنوان دائم يمكن الرجوع إليها في أي وقت، وتعطي الحق للقراء في التعليق مباشرة أو عبر البريد الإلكتروني الخاص بالمدون.¹

تُعرف المدونات الإلكترونية العربية بأنها الحيز الإلكتروني الذي تستضيفه مواقع الويب العربية والأجنبية، والتي تمكن المستخدمين، من مختلف أنحاء الدول العربية مع إضافة صور وصوت وفيديو ونصوص باللغة العربية بصفة دورية تتصرف في محتواها إلى العديد من الاهتمامات الشخصية والسياسية.²

- الصحافة الإلكترونية:

كانت الصحافة في الماضي تنقل الأخبار والمعلومات باستخدام مادتين رئيسيتين: الحبر والورق إضافة إلى آلة الطباعة، كان الهدف الأول من إنشاء الصحف هو نشر الأخبار.

وفي خضم الثورة التكنولوجية تأثرت صناعة الصحافة بشكل ملحوظ، إذا ظهر ما يعرف بالصحافة الإلكترونية التي أخذت تسميات كثيرة منها: الصحيفة الافتراضية، الصحيفة خارج الخط.

من تعريفاتها: هي الصحافة غير الورقية مقروءة ومسموعة ومرئية تبت محتوياتها عبر مواقع لها على شبكة المعلومات العالمية.³

وتعرف أيضاً: بأنها إحدى وسائل النشر التي تستفيد من تكنولوجيا الاتصال الحديثة، فهي تجمع بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتحرر الصحفي المعروف، وتتخذ من شبكة الأنترنت العالمية مكاناً للبت كمطبوع مقروء من خلال الشاشة المعنية للوسيلة المستخدمة.⁴

¹ - مصطفى يوسف كافي: الإعلام التفاعلي، المرجع السابق، ص 97.

² - فوزي شريطي: التدوين والإعلام الجديد، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2015م، ص 129.

³ - مصطفى يوسف كافي: الإعلام التفاعلي، المرجع السابق، ص 245.

⁴ - الشفيق عمر حسين: الصحافة الإلكترونية (المفهوم والخصائص والانعكاسات)، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، ط1، أبوظبي، الإمارات، 2011م، ص 12.

من أهم ما تتصف به الصحيفة الإلكترونية التفاعلية خدمات المراسلة عبر المواقع، الرد على الأخبار والمقالات وما ينشر في الصحيفة غير خدمات البريد الإلكتروني.¹ بدءاً من سبتمبر عام 1995م سعت الصحف العربية إلى الاستفادة من شبكة الأنترنت في نشر نسخ إلكترونية من إصدارتها المطبوعة حيث ظهرت النسخة الإلكترونية من صحيفة الشرق الأوسط تليها النهار اللبنانية 1996م.²

- الأنترنت:

الأنترنت INTERNET مشتقة من شبكة المعلومات الدولية، اختصاراً للاسم الإنجليزي INTERNATIOAL NET Work ويطلق عليها تسميات منها شبكة Net أو الشبكة العالمية World Net، أو الشبكة العنكبوت The web، أو الطريق الإلكتروني السريع ويتم تعريفها في الكتاب الصادر عن برامج التنمية التابع للأمم المتحدة عام 1994 إنها شبكة اتصالات دولية، تتألف من مجموعة من شبكات الحاسبات، وترتبط بين أكثر من (35) ألف شبكة من مختلف شبكات الحاسب في العالم.³ تُعرف الأنترنت على أنها شبكة اتصال جماهيري عالمية ضخمة عبر مركزية تشبه الأخطبوط، وهي وسيلة ذات وسائل متعددة الاستخدامات تقوم بنقل المعلومات الرقمية (رسائل، أخبار، صور...) وتقديم الخدمات (الدرشة، مواقع إلكترونية، مواقع الاجتماعي) التي تتم عن طريق عقدتين (مرسل ومستقبل) على أن يكون لكل منهما عنوان مميز، وتبادلها واسترجاعها ومعالجتها دون التقيد بحواجز زمنية أو مكانية.⁴

وتعرف أيضاً بأنها شبكة تربط بين العديد من الشبكات المنتشرة في العالم كله، من شبكات حكومية وشبكات جامعات ومراكز بحوث شبكات تجارية وخدمات فورية ونشرات إلكترونية وغيرها، يصل إليها أي شخص يتوافر لديه جهاز كمبيوتر ومودم وخط تليفوني، ليحصل على عدد لا متناه من المعلومات.⁵

¹ - الشفيق عمر حسين: مرجع سابق، ص17.

² - علي عبد الفتاح كنعان: الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2014م، ص22.

³ - ماهر عودة الشمالية، محمود عزت اللحام وآخرون: تكنولوجيا الإعلام والاتصال، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2015م، ص181.

⁴ - عبيد الرحباني: المرجع السابق، ص133.

⁵ - رضا عبد الواحد أمين: الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر، 2007م، ص67.

يعد الأمريكي جون بيري بارلو من أوائل من استخدم الإنترنت، وكان يكتب في الصحف بصفة مستمرة مرغباً في القراءة بتجربة هذا العالم الفضائي الشاسع الذي لا حدود له، ومن ضمن ما كتبه في بداية التسعينيات الميلادية مقالة في مجلة وايرد Wired ذكر فيها قوله: تخيل اكتشاف قارة شاسعة لدرجة أن أبعادها ربما تكون بلا نهاية.¹

- شبكات التواصل الاجتماعي:

تعد شبكات التواصل الاجتماعي من أكثر وأوسع المواقع انتشار على شبكة الأنترنت التي ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم (web2)، حيث تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم وفقاً لاهتماماتهم أو انتماءاتهم (بلد، أو جامعة أو مدرسة أو شركة) ويتم هذا كله عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل، أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين، ومعرفة أخبارهم والمعلومات المتاحة للعرض.

تُعرف بأنها: مواقع الأنترنت يتواصل من خلالها ملايين البشر الذين تجمعهم اهتمامات أو تخصصات معينة، ويتاح لأعضاء هذه الشبكات مشاركة الملفات، والصور، وتبادل مقاطع الفيديو، وإنشاء المدونات، وأنها تتيح التواصل مع الأصدقاء، وزملاء الدراسة وتقوي الروابط بين أعضاء هذه الشبكات في فضاء الأنترنت.²

أبرز مواقع التواصل الاجتماعي:

فيسبوك Face book :

انطلق موقع الفيسبوك عام 2004 من داخل جامعة هارفود ثم أصبح شركة عملاقة من أهم شركات واد السيليكون، يعتبر الفيسبوك أكبر شبكة إجتماعية على الأنترنت.³ حيث يعد هذا موقع اجتماعي الأكثر استخداماً وتأثيراً على مستوى العالم، ومصطلح الفاييسبوك كما هو معروف في أوروبا يشير إلى دفتر ورقي، يحمل صور أو معلومات لأفراد في جامعة معينة،

¹ - فهد بن عبد العزيز الغفيلي: الإعلام الرقمي (أشكاله ووظائفه وسبل تفعيله وملحق به مشاريع وتطبيقات ميدانية)، دار المجدد، للنشر والتوزيع، ط1، الرياض، السعودية، 1438هـ-2018م، ص23.

² - حسين محمود هتمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2015م، ص ص82-84.

³ - وسام كمال: الإعلام الإلكتروني والمحمول بين المهنية وتحديات التطور التكنولوجي، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر، 2014م، ص54.

وتعتبر هذه الطريقة شائعة لتعريف الأشخاص ببعضهم خصوصاً في الجامعات الأجنبية، حيث يتفصح المنتسبون إلى الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن الطلبة الموجودين في نفس الكلية.¹ كما يمكن الإشارة إلى أن مواقع الفيسبوك يهدف إلى إعطاء الناس القدرة على المشاركة في جعل عالمهم أكثر انفتاحاً، ويتيح لهم فرصة التواصل فيما بينهم، حيث يصبح الناس عند استخدامهم للفيسبوك، قادرين على الاتصال المستمر مع أصدقائهم وعائلاتهم، ويبقيهم على إطلاع دائم بما يجري في العالم من حولهم، ويمكنهم من تبادل مشاعرهم، وهمومهم الحياتية، ولكنه، في الوقت نفسه، يجعل بعضهم يُراقب بعضهم الآخر.²

- تويتر (TWITTER):

هو موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغر وهو تدوين يسمح بعدد محدود من المدخلات نجد أقصى مئة وأربعين حرف فقط، للرسالة الواحدة، ويمكن إرسال هذه التحديثات مباشرة من تويتر أو على شكل رسائل SMS وهي رسائل نصية مختصرة ترسل عن طريق الهاتف النقال، وتظهر هذه التحديثات على صفحة المستخدم لموقع تويتر ويمكن لأصدقاء المستخدم قراءة هذه التحديثات على صفحتهم الرئيسية أو عند طريق الملف الشخصي للمستخدم أو عن طريق البريد الإلكتروني. وظهر موقع تويتر عام 2006 كمشروع بحثي قامت به شركة Obvious الأمريكية ثم أطلق رسمياً للمستخدمين في نفس العام.³

- الإنستغرام (instagram) :

إنستغرام هو أحد أشهر مواقع التواصل الاجتماعي، وهو عبارة عن تطبيق يسمح للمستخدم بأخذ الصور وإجراء التعديلات الرقمية والفلتر عليها حسب الرغبة، ثم مشاركتها مع الأصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدأ تطوير هذا التطبيق في عام 2010 بشكل خاص لأجهزة أبل، ipod phoneipad بهدف تقديم طريقة مباشرة لمشاركة الصور الموجودة على الأجهزة مع قائمة الأصدقاء الخاصة على مواقع التواصل الاجتماعية المختلفة، وحين لقي هذا التطبيق رواجاً بدأ بتطوير نسخة أخرى

¹ - وائل مبارك حضر فضل الله: أثر الفيسبوك على المجتمع، فهرسة المكتبة الوطنية، ط1، الخرطوم، السودان، 2011م، ص12.

² - حسان أحمد قَمَحِيَّة: الفيسبوك تحت المجهر، دار النخبة للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر، 2017م، ص24.

³ - علي خليل شقرة: الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2014م، ص75.

منه للعمل على الأجهزة التي تدار باستخدام نظام التشغيل قام بتحميل هذا التطبيق على جهازه خلال 12 ساعة فقط من طرحه.¹

- اليوتيوب: **YouTube**:

هو موقع لمقاطع الفيديو متفرع من (قوقل)، يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، وهناك أعداد كبيرة يملكون حسابات فيه ويزوره الملايين من البشر يوميا، تأسس موقع يوتيوب عام 2005م في كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية، ويشمل المواقع على مقاطع متنوعة من أفلام السينما والتلفزيون، والفيديو والموسيقى، وأصبح اليوتيوب عام 2006 شبكة التواصل الأولى حسب مجلة (تايم) الأمريكية.²

صنفته موقع (أليسا Alexa) ثالث أكبر المواقع زيارة على شبكة المعلومات الدولية، إن (اليوتيوب) يعتمد على عرض مشاهدة الفيديو على تقنية (أدوب فلاش Adobe flash)، ويشمل المواقع متنوعة من أفلام السينما والتلفزيون والفيديو والموسيقى، وقامت (جوجل) عام 2006 بشراء المواقع مقابل (1,65) مليار دولار أمريكي، ويعد موقع (اليوتيوب) من الجيل الثاني أي من مواقع الويب (2,0)، وأصبح في عام 2006 موقع التواصل الأول حسب اختيار مجلة (تايم) الأمريكية.³

- فايبر:

وهو تطبيق يعمل على الهواتف الذكية متعددة المنصات، وقد تم إطلاق برنامج يعمل على جهاز أيفون في 2 كانون الأول 2010 ويتيح للمستخدمين المراسلة الفورية وإجراء مكالمات هاتفية مجانية وإرسال رسائل نصية، وصور، وفيديو وصوت، بشكل مجاني إلى شخص لديه هذا البرنامج، وهو من تطوير شركة فايبر ميديا يعمل على شبكات الجيل الثالث 3 G والشبكات Wifie على حد سواء ويتوفر البرنامج بـ 10 لغات من بينها اللغة العربية، وأصبح برنامج فايبر من أكبر البرامج المستخدمة على مستوى العالم في الوقت الحالي وبشكل كبير وأصبح يحل محل الهاتف العادي في الكثير من المكالمات وأكدت مجموعة من الأبحاث أن عدد مستخدمي فايبر قد وصل إلى أكثر من (100) مليون مستخدم على مستوى العالم.⁴

¹ - رضا أمين: الإعلام الجديد، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر، 2015م، ص121.

² - عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2015م، ص65.

³ - خير الله سبهان عبد الله الجبوري: مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات السياسية، شركة دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 1440هـ - 2019م، ص31.

⁴ - سعد سلمان المشهداني، فراس حمود العبيدي: مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الإعلامية الجديدة، دار أمجد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2020م، ص106.

ثانيا: أساسيات الإعلام الرقمي

1- وظائف الإعلام الرقمي:

تكمن وظائف الإعلام الرقمي فيما يلي:

• الوظيفة الإخبارية:

من خلال العدد الهائل من المواقع الإلكترونية الإخبارية ومواقع التواصل الاجتماعي أصبح الإعلام الجديد مصدرا مهما من مصادر الأخبار وأصبح من السهولة في أي وقت ومن أي مكان الحصول على معلومة الأتية، إذا تتوفر العديد من المواقع الإعلامية التي تقدم الأخبار ونشر الوقائع والأحداث، التي تقع في مختلف بقاع العالم وفي لحظة وقوعها، كما أن أغلب القنوات التلفزيونية والمحطات الإذاعية، أحدثت مواقع إخبارية لها على شبكة الأنترنت من أشكال التكامل بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد.¹

• وظيفة التوجيه:

حيث تستطيع وسائل الإعلام المختلفة إكساب الجماهير اتجاهات جديدة أو تعديل القديم منها، ولكن هذا التعديل في ظل شروط معينة، وهي حسن اختيار المادة الإعلامية وملاءمتها للجمهور المستقبل وتقديمها في ظروف مناسبة.

• وظيفة الدعاية:

تهتم الحكومات المختلفة باستخدام وسائل الإعلام في الدعاية، ويأتي اهتمام الحكومات من جانبها لتعريف الدول الأخرى بفلسفتها ووجهة نظرها في النواحي الداخلية والخارجية، ويرافق ذلك الاهتمام بما تطرحه الدول الأخرى لكي تتفادى خطر وصول شيء لشعبها يشوش الأفكار ويعوق تنمية مواردها الموجهة على وفق إيديولوجيتها التابعة من ظروفها الخاصة.

• وظيفة التثقيف:

هو زيادة المعرفة بغير الأسلوب الأكاديمي المتبع في المدارس خاصة فيما يتصل بنواحي الحياة العامة، والتثقيف عن طريق وسائل الإعلام دون قصد أو تخطيط سابق، أما عارضًا أو مقصودًا فهو حصيلة اتجاه الفرد إلى وسائل الإعلام وتفاعله معها بهدف معين وبخطه مسبقا ويكون باتجاهين موجه من قبل مرشد، أو اتجاه حر من خلال رغبة ذاتية لدى الأفراد.

¹ - بلقاسم السهلي: الإعلام الرقمي الجديد بين المثالية الذكية ومتغيرات الواقع، مجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد (04)، العدد 01، الجزائر، جوان 2021م، ص24.

• وظيفة التعارف الاجتماعي:

فوسائل الإعلام تقوي الصلة الاجتماعية بين الأفراد عن طريق إظهار تعاطفهم في أسلوب رقيق يعبر عن مشاعرهم أو تقديم الشخصيات الشهيرة المحببة إلى نفوس الناس.

• وظيفة الإعلان:

ومهمة وسائل الإعلام هذا هي تعريف الجماهير بالسلع المختلفة ومكانها وكذلك حثهم على تجربتها وشرائها.¹

• وظيفة التعليمية:

توسعت دائرة استخدام الإعلام الجديد في مجال التعليم، من خلال البرامج التعليمية عبر شبكة الأنترنت أو من خلال استخدام الوسائل التعليمية الرقمية في عملية التعليم فقد ساهمت التقنيات الرقمية الجديدة في تطوير وسائل التعليم الإلكترونية الرقمية والابتعاد عم الصيغ التقليدية في التعليم باستبدال الألواح الخشبية والبلاستيكية بالألواح الرقمية الذكية المحملة ببرامج ومقررات تعليمية مختلفة.²

• وظيفة التسلية والترفيه:

يقوم الإعلام بهذه الوظيفة للتأثير على القراء تأثيراً نفسياً حميداً، ولأهمية هذه الوظيفة لا تجد وسائل الإعلام غضاضة في تخصيص صفحات وبرامج ومواقع كاملة للأخبار والمواد الحقيقية التي لا وظيفة لها سوى الإمتاع، فضلاً عن الأبواب الأخرى المعروفة كالرياضة والفنون، وتتخذ الصحف خصوصاً هذا النهج رغم وجود من ينتقدونه، إذا يرون أن وظيفة الترفيه قد تفسد الخبر لأنها تصرف الجماهير عن الأحداث الجادة وتقتل فيهم روح النقد وتخلق باباً يهربون منه بدلاً من مواجهة المشكلات الحقيقية والتفكير في القضايا الملحة.³

¹ - علي عبد الفتاح كنعان: الإعلام والمجتمع، دار اليازوي العلمية للنشر والتوزيع، ط 1، عمان، الأردن، 2010م، ص 5، 6.

² - بلقاسم السهلي: المرجع السابق، ص 24.

³ - إبراهيم إسماعيل: الإعلام المعاصر (وسائله، مهارته، تأثيراته، أخلاقياته)، وزارة الثقافة والفنون والتراث، ط 1، الدوحة، قطر، 2014م، ص 48.

2- العوامل الرئيسية للإعلام الرقمي:

وراء ظاهرة الإعلام الرقمي عوامل تقنية واقتصادية وسياسية يمكن تلخيصها فيما يلي:

- العامل التقني:

التمثل في التقدم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر، تجهيزاته وبرمجياته، تكنولوجيا الاتصالات ولا سيما ما يتعلق بالأقمار الصناعية وشبكات الألياف الضوئية، فقد اندمجت هذه العناصر التكنولوجية في توليفات اتصالية عدة إلى أن أفرزت شبكة الشبابة (الأنترنت) التي تشكل حاليًا لكي تصبح وسيطًا يطوي بداخله جميع وسائل الاتصال الأخرى، المطبوعة والمسموعة والمرئية، وكذلك الجماهيرية والشخصية، وقد انعكس أثر هذه التطورات التكنولوجية على جميع قنوات الإعلام صحافة وإذاعة وتلفاز، وانعكس كذلك وهو الأخطر على طبيعة العلاقات التي تربط بين منتج الرسالة الإعلامية وموزعها ومتلقيها، فقد انكمش العالم مكانًا وزمانًا وسقطت الحواجز بين البعيد والقريب، وكادت تكنولوجيا الواقع الخيالي أن تسقط الحاجز بين الواقعي والوهمي وبين الحاضر والغائب وبين الاتصال مع كائنات الواقع الفعلي والكائنات الرمزية التي تقطن فضاء المعلومات.

- العامل الاقتصادي:

التمثل في عولمة الاقتصاد وما يتطلبه في إسراع حركة السلع ورؤوس الأموال وهو ما يتطلب بدوره الإسراع وهو ما يتطلب بدوره الإسراع في تدفق المعلومات. وليس هذا لمجرد كون المعلومات قاسمًا مشتركًا يدعم جميع النشاطات الاقتصادية دون استثناء، بل لكونها أي المعلومات سلعة اقتصادية في حد ذاتها تتعاظم أهميتها يومًا بعد يوم، بقول آخر، إن عولمة نظم الإعلام والاتصال هي وسيلة القوى الاقتصادية لعولمة الأسواق وتنمية النزعات الاستهلاكية من جانب، وتوزيع سلع صناعة الثقافة من موسيقى وألعاب وبرامج تلفازية من جانب آخر.

- العامل السياسي:

التمثل في الاستخدام المتزايد لوسائل الإعلام من قبل القوى السياسية بهدف إحكام قبضتها على سير الأمور والمحافظة على استقرار موزاين القوى في عالم شديد الاضطراب زاخر بالصراعات والتناقضات.

وقد تداخلت هذه العوامل التقنية والاقتصادية والسياسية بصورة غير مسبقة، جاعلة من الإعلام الجديد قضية شائكة جدًا، وساحة ساخنة للصراعات العالمية والإقليمية والمحلية.¹

¹ - رضوان مفلح العلي وآخرون: مدخل إلى وسائل الإعلام الإلكتروني والفضائي، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 1437هـ-2016م، صص28،29.

3- إيجابيات وسلبيات الإعلام الرقمي:

- إيجابيات:

- ✓ لا تتطلب تكاليف مادية كبيرة (جهاز كمبيوتر).
- ✓ أعطى الناس فرصة للتعبير عن أنفسهم وتقديم تقرير عن عالم كان لا يمكن تصوره.
- ✓ انتشار وجهات النظر مختلفة وحقائق منعت من قبل.
- ✓ جعلت الناس أكثر ثقة في استخدام التكنولوجيا.
- ✓ مساعدة الأفراد الذين يفتقرون إلى الثقة في بناء علاقات إجتماعية مباشرة ليشرع بمقابلة الأصدقاء والاتصال عن بعد.
- ✓ عزز التضامن بين الجماعات وأصحاب القضايا المشتركة.
- ✓ ساعد على التغلب على طغيان المسافة في مجال الاتصالات، على سبيل المثال: المغتربين وأهليهم.
- ✓ يساعد الصحفيين في معرفة اتجاهات الرأي العام.
- ✓ يساعد القوى وحركات التحرر على التواصل واستخدامه كمنصة إخبارية في البلدان السلطوية.
- ✓ تمكن أي فرد من إنشاء المحتوى الخاص به ومشاركته مع الآخرين بسهولة.¹

- سلبيات:

- رغم الإيجابيات والخصائص والسمات العديدة التي يتجلى بها الإعلام الرقمي إلا أن هناك مجموعة من السلبيات والعقبات التي تواجهه وتحد من تطوره وانتشاره ومن أهمها:
- ✓ صعوبة الوثوق والتحقق من صحة ومصداقية العديد من البيانات والمعلومات التي تحويها بعض المواقع في ظل الحاجة إلى التعزيز المتواصل للقدرات الثقافية والتعليمية للمتلقي.
- ✓ ضعف ضبط الضوابط الضرورية لضمان عدم المساس بالقيم الدينية والإجتماعية والثقافية للمجتمعات.
- ✓ ضعف ضوابط السيطرة على نشر العنف والتطرف والإرهاب.

¹ - أحمد عبد الغفار بسيوني: الإعلام الرقمي الجديد (الإعلام البديل ودوره في دعم المجتمع المدني وأثر التقنيات الحديثة على تشكيل الرأي العام المدونات الإلكترونية، مواقع التواصل الاجتماعي)، مؤسسة شباب الجامعة ط1، الإسكندرية، مصر، 2018م، ص16.

- ✓ عدم التوازن بين حجم ونوعية الرسائل الإعلامية الموجهة وبين استعداد المتلقي لهما فيما يتعلق بالرأي والرأي الآخر.¹
- ✓ ندرة المهارات والمعارف اللازمة لممارسة نشاط ومهام عمل الإعلام التي تتطلب الاحترافية في الإعلام الجديد.
- ✓ كذلك المنافسة الشديدة بين المواقع الإعلامية الإلكترونية، وأدوات الإعلام الجديد الرقمي.
- ✓ صعوبات الحصول على التمويل.
- ✓ غياب التخطيط للإعلام الرقمي نوعاً ما، وعدم وضوح الرؤية المستقبلية له.
- ✓ عدم توفر الإمكانيات التقنية في بعض الدول، مما أثر على عملية تقدم وتطور الإعلام الرقمي.
- ✓ السرعة في البث الإلكتروني، نتج عنها عدم تحري الدقة، وقد تكون النتيجة هي الفشل.
- ✓ انعدام القوانين والضوابط الخاصة بعمل الإعلام الرقمي الجديد، وعدم خضوعه للرقابة.
- ✓ انتهاك حقوق النشر والملكية الفكرية وسهولة الترويج للمعلومات الزائفة.
- ✓ التأثير السلبي في الحياة الأسرية والاجتماعية.
- ✓ مؤسسات الإعلام الرقمي عملت على تناقض عدد الموارد البشرية في المؤسسة الإعلامية، وبالتالي زادت في حجم البطالة وعدم توفر فرص العمل.²
- كما تشمل مساوئ وسلبيات الإعلام الرقمي في عدم التحميص في المواد المنشورة وعدم الثقة بالأخبار والمواد الموجودة أيضاً من بين المخاطر المتعلقة بالإعلام الرقمي هناك مخاطر متعلقة بالأمن كالفكر الإرهابي ونشر ثقافة العنف، مخاطر متعلقة بإشاعة الفوضى ونشر ثقافة إسقاط الأنظمة، مخاطر متعلقة بإثارة النعرات الطائفية والعنصرية، ومخاطر متعلقة بالجريمة الجنائية الرقمية.
- ومن سلبيات أيضاً: انتحال الشخصية والذم والتحفيز والإهانة عبر الشبكة من مختلف المواقع.
- النصب والاحتيال في المعلومات، وكذلك انتهاك البيانات الشخصية الإلكترونية، إضافة إلى التحرش والمضايقة عبر برامج أنشطة الاعتداء على الخصوصية وهي تتعلق بجرائم الاختراق.³

¹ - عبد الرزاق الدليمي: الإعلام الرقمي والمجتمعات المعاصرة، المرجع السابق، ص 283.

² - مصطفى يوسف كافي: الإعلام المعاصر وتحديات العولمة، المرجع السابق، ص 63.

³ - أحمد عبد الغفار بسيوني: المرجع السابق، ص ص 15، 16.

4- التحديات التي تواجه الإعلام الرقمي:

تحل وسائل الإعلام موقعا هاما في المجتمع وتعد قوة مستقلة ذات تأثير كبير على الصعيد الاقتصادي والإعلامي من خلال ما تقدمه من مواد إعلامية اتصالية تلعب دورا مؤثرا في كافة مسالك الحياة، ونظر للتطور في الوضع الراهن الذي يعمل فيه الإعلام الرقمي فهو يؤثر عليه بشكل آخر، وأبرز معه مظاهر إعلامية جديدة من خلال وفرت قنوات جديدة تسهم بدورها في إحداث تغييرات معاصرة في الممارسة الإعلامية منتجة في الوقت ذاته، مصدر لكثير من التخوفات في الوسط الإعلامي الرقمي وفي كثير من الأحيان يصاحبها جملة من التحديات التي تدفع إلى تجديد قواعد العمل في الإعلام الرقمي، ومن التحديات التي تواجه الإعلام الرقمي نذكر:

- التحديات الاقتصادية:

• اقتصاد المجانية:

حيث أصبحت المجانية في النموذج الاقتصادي المهيمن على شبكة الأنترنت، فمع انتشار ثقافة المجاني خلال السنوات الأخيرة دون دفع قيمة المحتويات التي يتم الحصول عليها تصبح رهان يواجه الإعلام الرقمي لأن مسألة صناعة الإعلام لها ثمن ثقافة المجانية التي تسود جعلت الأخبار والأحداث سلعة يمكن الوصول إليها مجانا وتضع تحدي جديد أمام الإعلام الرقمي والقائمون على إعداد الرسالة الإعلامية في الوسائل الرقمية ويطرح إشكال أمام المنتج الإعلامي الرقمي ومدى فعاليته في ظل المجانية.¹

• اقتصاد الوفرة أو الطابع اللامحدود لاقتصاديات الوفرة:

نعيش اليوم منطلقا اقتصاديا تختفي فيه الندرة كأهم ميزة للظفرة التكنولوجية، لأن الخاصية الإيجابية التي جاءت بها الأنترنت هي لا حدود لاقتصاد الحجم المتعلق بالاقتصاد الجديد، حيث كلما زاد الطلب على المنتج زاد امتصاص التكاليف الثابتة، وكلما زادت المبيعات خفضت المؤسسة أسعار البيع ومن ثم زيادة المبيعات فتتحقق للأرباح وتندعم التكلفة وهذه الخاصية خلفت تغذية عكسية، إيجابية على اقتصاد الإعلام الرقمي وهو ما يترجح في زيادة الزبائن وزيادة حصة الإعلام الرقمي بمختلف وسائله في السوق، حيث يتم تقديم الخدمة للعديد من العملاء في آن واحد فالخدمة الرقمية لا توفر الخدمة للجميع في مجال أو سوق معينة في نفس الوقت فحسب بل أنه يمكن أن يقدمها في المجالات والأسواق المختلفة

¹ - نوادرية كلثوم وآخرون: المرجع السابق، ص38.

والمتابينة وهو ما يؤثر على انعدام التكلفة وانخفاضها في الإعلام الرقمي وزيادة العوائد، لكن هذا له آثار رجعية على مدى أو درجة إمكانيات الإعلام الرقمي المتاحة، كذلك يخلف تحدي انخفاض التكلفة التأثير على جانب العرض في ظل منافسة وسائل الإعلام الرقمي الأخرى.¹

• اقتصاد الانتباه:

حيث دفع تصاعد وتيرة التحول إلى أنشطة الإعلام الرقمية باقتصاد الانتباه إلى الواجهة خاصة فضاء الأعمال لأن مسألة المنافسة على اجتذاب انتباه المستخدمين والزبائن هي التي تشكل قاعدة أو جوهر العمل الإعلامي الرقمي، والاستحواذ على الانتباه الكافي الذي يحقق الجدوى الاقتصادية.² وفي ظل اقتصاد الانتباه هذا يصبح التحدي أمام وسائل الإعلام الرقمي هو كيفية التي يتم التحكم بها هذا الانتباه وفق مجال زمني محدود بالإضافة إلى اشتداد المنافسة بين وسائل الإعلام التقليدية والميديا الجديدة على ذلك المجال الزمني بما يسمح لاحقا للإعلام الرقمي من جذب المعلنين وبيع المساحات الإعلامية.³

• الممارسات الاحتكارية لشركات تكنولوجيا المعلومات:

تنترامن تحولات العصر الرقمي مع صعود قوة اقتصادية احتكارية لا ترى في الإعلام الرقمي إلا مجرد سلعة ضمن منتجات أخرى. هذا الاحتكار قد يكون له تأثير سلبي على الإنتاج والاستهلاك في صناعة الإعلام الرقمي بدرجة تنافسية تؤثر على هيكل الممارسات الاحتكارية لشركات تكنولوجيا المعلومات الكبيرة وبالأخص سياسة تسعير برامج الأنترنت.⁴

• التحديات المالية والإدارية:

ويعود ذلك إلى صعوبة الحصول على رؤوس أموال كافية مستندة إلى دراسات جدوى اقتصادية لتضمن التدفقات النقدية الكفيلة بالاستمرارية والتطور والنمو وذلك لصعوبة تحويل محتوى الإعلام التقليدي إلى الإعلام الرقمي الأمر الذي يحصر جل المداخيل في الإعلانات أو الصرف من رأس المال هذا يعود إلى العمل بطاقتهم إداري قليل لا يتناسب مع المعطيات التشغيلية، وكذلك عدم توفر البنية التحتية

¹ - نوادرية كلثوم وآخرون: المرجع السابق، ص39.

² - رايح عمار: الصحافة الإلكترونية وتحديات الفضاء الإلكتروني، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، غير منشورة قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة وهران أحمد بن بلة، الجزائر، 2016-2017م، ص190.

³ - مرجع نفسه، ص193.

⁴ - نوادرية كلثوم وآخرون: المرجع السابق، ص40.

والتقنية التي تمكن الإعلام الجديد من ممارسة التجارة الإلكترونية، لأنه غالباً ما تتكون البنية التحتية الفعالة من نظام بنكي متطور وشبكة أنترنت متوفرة وتشريعات ملائمة وحماية إلكترونية قوية، ونجد أيضاً ضعف معرفة مسيري الإعلام الجديد بمطلوبات إدارة المؤسسات الإلكترونية واحتقار بعضهم للمهارات اللازمة للتعامل مع البيئة الرقمية الجديدة والمتطورة والمتسارعة على مستوى الأجهزة والبرمجيات والاستهلاك وأساليب الترويج، مع غياب الإمكانيات اللازمة لتطوير الموارد البشرية حتى تواكب التطور المتنامي في المجال المنافسة.¹

5- النظريات التي استحدثها الإعلام الرقمي:

من أبرز النظريات التي استحدثها الإعلام الجديد ما يلي:

- نظرية التحول الرقمي :

تعد نظرية التحول الرقمي من أهم النظريات الجديدة في الإعلام الجديد، وتكاد تكون النظرية الوحيدة التي اتفق عليها الباحثون في الاتصال على أنها نظرية في الإعلام الجديد، وتشرح النظرية التي طورها فيلدر عام 1997م العلاقة بين وسائل الإعلام الجديدة وبين وسائل الإعلام التقليدية، ورغم أن البحث حول هذه النظرية مازال محدوداً، إلا أننا يمكن في ضوء التوجيهات البحثية أن تبلور المنطلقات والأفكار الرئيسية لهذه النظرية فيما يلي:

• إن وسائل الإعلام الجديد لا تنشأ تلقائياً وبشكل مستقل عن الوسائل السابقة عليها، ولكنها تظهر تدريجياً نتيجة التحول العضوي.

• إن وسائل الإعلام تستجيب مثل الأنظمة الأخرى للضغوط الخارجية، وتتجه إلى إعادة تنظيم نفسها، وتتطور مثل الكائنات الحية لكي تزيد من فرض بقائها على قيد الحياة، وعندما يظهر نمط اتصالي جديد، ويتطور فإنه يؤثر على مر الزمن وبدرجات متفاوتة في تطور كل أنماط الاتصال القائمة، ودعمت البحوث القليلة التي تناولت هذه النظرية الأفكار الرئيسية فيها وطورت مفاهيم مثل " التحول الرقمي، ومفهوم إحلال وسائل الإعلام والإحلال الوظيفي، كما مدت بحوث أخرى هذه الأفكار إلى مجالات أخرى، مثل مجال البحث الإعلامي، لتأكيد أن كل أشكال بحوث الاتصال سوف توجد معاً في نظام معقد ومنتسج من التبني، يسمح لكل نوع جديد من البحث بالظهور والتطور.²

¹ - نوادية كلثوم وآخرون: المرجع السابق، ص40.

² - محمد علي القعاري: المدخل النظرية في دراسات الإعلام الرقمي، مجلة علوم الاتصال، جامعة أم درمان الإسلامية، السودان، العدد 6، ديسمبر، 1442هـ - 2020م، ص ص25، 26.

- نظرية الفجوة الرقمية:

عبر العديد من الباحثين عن قلقهم مما أطلقوا عليه الفجوة الرقمية وهي نمط من فجوة المعرفة ولكن في الفضاء الإلكتروني، ويستخدم هذا المصطلح لوصف الاختلاف بين الأفراد والجماعات والدول في الوصول إلى القدرة على استخدام تكنولوجيا المعلومات الحديثة مثل الهاتف والتلفزيون والإنترنت، وتقوم هذه الفجوة الرقمية بين هؤلاء الذين يقطنون في المدن والذين يقطنون في المناطق الريفية، وبين المتعلمين وغير المتعلمين، وبين أصحاب الدخل الكبيرة وأصحاب الدخل المنخفضة، وبين الدول المتقدمة والدول النامية والدول المتخلفة، ويشكل أكثر تحديدًا فإن الفجوة الرقمية تشير إلى الاختلاف بين الناس الذين يملكون وصولاً سهلاً إلى الإنترنت وبين الذين لا يملكون هذا الوصول، ويمثل عدم الوصول ميزة سلبية لهؤلاء الذين يقفون على الجانب السلبي من الفجوة الرقمية لأن كماً كبيراً جداً من المعرفة الإنسانية أصبح لا يمكن الوصول إليه إلا من خلال الإنترنت ووسائل الإعلام الجديدة.

وفي السنوات الأخيرة ثم توسيع مفهوم الفجوة الرقمية حتى لا يقتصر فقط على إمكانية الوصول إلى الإنترنت، ولكي يشمل الوصول إلى الإنترنت، ولكي يشمل الوصول إلى تكنولوجيات المعلومات والاتصالات ICT لوجه عام ووسائل الإعلام الجديدة التي يمكن لمختلف قطاعات المجتمع الوصول إليها، ونظر الباحثون إلى متغير الوصول إلى الإنترنت باعتباره متغيراً واحداً ضمن متغيرات أخرى تؤثر في الفجوة الرقمية، مثل الجودة الاتصال بالإنترنت وتوافر الخدمات المساندة لاستخدام الإنترنت، وتكلفة الاتصال بأسعار معقولة.¹

- نظرية الشبكات:

يطلق على نظرية الشبكة (Network Theory and Growth of web) مدخل الشبكة، أو تحليل الشبكة الاجتماعية، أو ممثل الشبكة، وهي كلها مستمدة من علوم الحاسب، و تم استخدامها في مجال الإعلام الجديد لتوصيف وتشخيص أشكال التشبيك الاجتماعي على الإنترنت ولتعرف العلاقات التي ترابط المواطنين بالتكنولوجيا الجديدة، ومحاولة الوصول إلى التغيرات الاجتماعية والثقافية المعاصرة في ضوء مفاهيم الفردية واللامركزية.

وترجع جذور نظرية الشبكة إلى عالم الرياضيات السويسري ليونارد ايلر (Leonharg Euler) الذي قدم الدراسة عن الرسوم البيانية، والشبكات، وذلك عن دراسته لمشكلة تتعلق بالجسور والكتل

¹ - محمد علي القعاري: مرجع سابق، ص 26، 27.

الأرضية بينما طبقها كل من برزبي وريكا عام 1999، وترى النظرية أن كل صفحة من صفحات الويب لها عدد من الروابط تربطها بصفحات أخرى، قد تكون هذه الروابط كثيرة أو قليلة، أي أن الصفحة الواحدة يمكن أن ترتبط بصفحة واحدة، أو يمكن أن ترتبط بعشرات الصفحات، ومن ثم تهتم هذه النظرية بعدد الروابط الموجودة في الصفحة، وطرحت هذه النظرية صيغ توضح العلاقة بين الموضوعات وعدد الروابط المناسبة لكل فن من الفنون الصحفية، فيمكن من خلالها تحديد الروابط في الأخبار المحلية، والدولية، وعدد الروابط في الأخبار والمقالات والأحاديث والتحقيقات والموضوعات القصيرة وغيرها، وهذا ما أشار إليه ليونارد في البداية حين تكلم عن الرسوم البيانية والتي تنطبق على الشبكة العنكبوتية.¹

- نظرية الفضاء الديمقراطي:

تعد نظرية الفضاء الديمقراطي (Cyber Democratic Theory) إحدى النظريات الحديثة في مجال الاتصال السياسي التي تتماشى مع الأنترنت بوصفها بديلاً لوسائل الإعلام التقليدية في تقديم ديمقراطية تخيلية.

وتفترض هذه النظرية أن وسائل الإعلام الإلكترونية من خلال استخدامها للأدوات التفاعلية مثل: المنتديات، وحجرات الدردشة تقوم بعمل ديمقراطية تخيلية للقارئ يستطيع أن يعبر فيها عن آرائه بحرية كاملة، ويستطيع أن يقول من خلالها ما لا يستطيع قوله من خلال وسائل الإعلام التقليدية، فالأنترنت يمكن لها أن تزيل الحواجز الطبيعية، ويمكن للرسالة الإلكترونية أن تصل إلى أي شخص في أي وقت، وتؤكد هذه النظرية على دور المجتمعات الافتراضية والاستفتاءات الإلكترونية في القيام بدور الديمقراطية الإلكترونية التخيلية عوضاً عن الديمقراطية التي تقابل بالقمع خاصة في دول العالم الثالث، ويمكن الاستفادة من هذه النظرية في الموضوعات المتصلة بالإعلام السياسي ورصد حرية التعبير عبر المنتديات والاستفتاءات، كما يمكن الاستفادة منها في دراسة المواقع المعارضة للحكومات بوصف مواقع الأنترنت بديلاً لوسائل الإعلام التقليدية، مثل مواقع الأحزاب والجمعيات المحظورة.²

- نظرية التلاقي:

تعتبر نظرية التلاقي أو الدمج (Convergence Theory) من بين أهم الأطر المستحدثة التي تسعى لتقديم فهم كامل ومخطط لظاهرة الإعلام الجديد، وهي عبارة عن خلاصة لأهم إسهامات هنري جينكتر وجون بافليك وفريدريك كيتلر الذين يعدون حالياً من أبرز منظري هذه الظاهرة، ويدور محتوى

¹ - محمد علي القعاري: مرجع سابق، ص 27، 28.

² - المرجع نفسه، ص 28، 29.

النظرية حول جملة من الافتراضات الرئيسة أهمها: أن هناك تغييرات جسيمة تحدثها تكنولوجيات الإعلام الجديد على طبيعة التواصل البشري من حيث طرق التواصل وكافة أوجه الحياة.

ويقدم "جينكنز" المفاهيم الرئيسية للنظرية الثلاثة للنظرية، وهي: التلاقي أو الدمج والذكاء الجماعي وثقافة المشاركة والمقصود بالتلاقي بحسبه هو التدفق المتداخل لمختلف الجماهير التي أصبحت لها القدرة على إنتاج وانتقاء المحتويات ويصف جينكنز "هذا التدخل بالنظام الشامل للإعلام الجديد، ومن بين المفاهيم الرئيسية التي أنجزت عن هذا التصور للذكاء الاجتماعي نذكر مفهوم التعبئة الذي لوحظ بشكل حثيث أثناء ما يسمى بثورات: الربيع العربي"، حيث كانت الجماهير تقود المظاهرات عبر شبكات التواصل الاجتماعي بشكل أثار العديد من التساؤلات.¹

- نظرية الكبسة الواحدة:

تشكل نظرية الكبسة الواحدة (One Click Theory) النظرة المستجدة للجماهير التي كان راسل نيومان وآخرون يسمونها بـ "الجماهير المفتتة والسلبية لما يتعلق الأمر بالإعلام التقليدي، حيث تغيرت موازين القوى بفضل: السمة التحريرية" للإعلام الجديد، والتي تعني بأن الجماهير أصبحت أكثر نشاطاً وقدرة على صناعة المحتويات أو على الأقل الاختيار بين المحتويات المعروضة عليها، وتشير أنا أيفرت "Anna Everett" وجون كالدويل "John Caldwell" إلى أن الخصائص التي توفرها المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي ومحركات البحث المدمجة فيها تسمح للجمهور بالوصول إلى أي محتوى عن طريق كبسة زر واحدة، وذلك لابد من التعرض لمحتويات معينة كانت مفروضة ضمن نطاق الإعلام التقليدي، ويضيف الباحثان بأن هذه النظرية تعتبر مفتاحاً رئيسياً لفهم مجمل طرق إنتاج واستهلاك المواد والخطابات المتناقلة عبر الميديا الجديدة وذلك بفضل جملة من المفاهيم الرئيسية على غرار المشاركة، الانتقاء التفاعلية، التخصيص.²

- نظرية الرقمنة:

تتشارك نظرية الرقمنة (digitalization theory) إلى حد ما مع نظرية التلاقي أو الدمج من حيث نظرتها إلى التداخل بين مختلف أنواع المحتويات التي كانت إلى حد ما مفصولة في الإعلام التقليدي، حيث تشكل الأنترنت بحسب فريديريك كيتلر platform شاملة لمختلف أنواع المواد الإعلامية، غير أن هذه النظرية تهتم أكثر بالجانب التقني والإدراكي للعالم وتأثيره على حساب الجانب الثقافي الذي

¹ - محمد علي القعاري: مرجع سابق، ص، ص28، 29.

² - المرجع نفسه، ص29، 30.

أولاه جينكنز اهتمامًا أكبر، حيث تعتبر أعمال كيتلر استكمالًا معلنا لأعمال مارشال ماكلوهان ولكم بنزعة معايشة للتكنولوجيا الحديثة للإعلام القائمة على الأنترنت والتشبيك.

ويقدم كيتلر مفهوم نشوة الجهاز Hardware euphoria، كمحور رئيسي لنظريته، وهو يعادل في منظره، مفهوم الحتمية التكنولوجية عند ماكلوهان، ويفسره هذا المفهوم بتقديم تفسير تاريخي لتطور الاتصال عند الإنسان مختلف عن ذلك قدمه ماكلوهان فالأهم برأيه أن الإنسان لم ينتقل من تعلم الهجاء إلى الطباعة إلى الاتصال الإلكتروني، وإنما هناك نقطة فاصلة في تاريخ البشرية، وهي اكتشاف التماثل analogy واختراع الهاتف ومسجل الصوت والمذياع والسينما والتلفزيون مكن الإنسان من الانتقال إلى طور يحتك فيه مباشرة مع محتويات يدركها بالسمع أو البصر ونهاية هذا الانتقال كانت من خلال الرقمنة digitalization التي أضحت تجمع القدرة على مماثلة الصوت أو الصورة.¹

¹ - محمد علي القعاري: مرجع سابق، ص ص30،31.

خلاصة:

انطلاقاً مما سبق نستنتج أن الإعلام الرقمي بوسائله وخصائصه المتعددة، قد فرض واقعا إعلاميا جديدا بكل مقاييس، حيث انتقل بالإعلام إلى مستوى السيادة المطلقة، من حيث الانتشار واختراق كافة الحواجز المكانية والزمانية والتنوع اللامتناهي في الرسائل الإعلامية والمحتوى، لما يملكه من قدرات ومقومات الوصول، والنفوذ للجميع، وامتداده الواسع بتقنياته وأدواته واستخداماته وتطبيقاته المتنوعة على الفضاء الإلكتروني المترامي الأطراف بلا حدود أو حواجز أو فوارق.

الفصل الثالث

مساهمة الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي

الاجتماعي والسياسي للشباب

تمهيد

أولاً : الإعلام الرقمي وتشكيل الوعي الاجتماعي

1- مفهوم الوعي الاجتماعي وأبعاده

2- أشكال الوعي الاجتماعي

3- خصائص الوعي الاجتماعي

4- وظائف الوعي الاجتماعي

5- الإعلام وتشكيل الوعي الاجتماعي

ثانياً : الإعلام الرقمي وتشكيل الوعي السياسي

1- تعريف الوعي السياسي

2- خصائص الوعي السياسي

3- أهمية الوعي السياسي

4- أنماط الوعي السياسي

5- الإعلام و تشكل الوعي السياسي

ثالثاً : دور الاعلام الرقمي في تشكيل الرأي العام لدى الشباب

خلاصة

تمهيد :

يعد تعميق الوعي الاجتماعي والسياسي أحد عوامل استقرار المجتمعات الديمقراطية كما تعد عاملا أساسيا في تهيئة متطلبات هذه الأخيرة ونوعا جديدا من أنواع الاتصال الذي نشأ وتبلور في بيئة الأنترنت وتكنولوجيا الوسائط المتعددة، ومظهرا من مظاهر الإعلام الجديد الذي أصبحت مصدرا رئيسيا لجمع وتحليل وانتقاء المعلومات وإعادة نشرها لدى الرأي العام الشبابي الذي فتحت أمامه ساحة مفتوحة يقوم من خلالها بالتواصل والتقارب وتطوير حرية تعبيره من أجل التغيير الاجتماعي والإصلاح السياسي.

أولاً : الإعلام الرقمي وتشكيل الوعي الاجتماعي

1- مفهوم الوعي الاجتماعي وأبعاده :

أ- المعنى اللغوي :

بالرجوع إلى بعض المعاجم والقواميس العربية وجد أن الوعي جاء في معجم اللغة العربية المعاصر، ووعي، يعي، وعيا فهو واع، ووعي الشخص الأمر أي أدركه على حقيقته، ووعي أهمية المشروع، وإدراكه الموضوع، والوعي القومي، أي الشعور القومي القومية وعقل لا واع أي عقل باطن لا شعوري، ووعي الشخص حديثا، أي حفظه وقبله و فهمه و تدبره. وبذلك فإن الوعي في اللغة يدل على فهم الشيء وإدراكه وفقهه والإحاطة به وفي القواميس كامبردج بأنه معرفة وجود شيء ما، أو فهم موقف أو موضوع الوقت الحالي بناءً على المعلومات أو الخبرة. وتتعدد مرادفات الوعي في القاموس الحر حيث يشير الوعي إلى المعرفة والإدراك والوعي الذاتي والشعور البيهيمي، والإحساس، والعلم، والإلمام، والفهم، والاعتراف، والانتباه إلى الشيء والتعارف على الشيء أو الحالة، وبذلك يتضح أن مصطلح الوعي في القواميس، والمعاجم اللغوية يدور حول المعرفة والفهم، والإدراك، والشعور بالأشياء والمواقف والأوضاع والحقائق.

ب- المعنى الاصطلاحي للوعي الاجتماعي :

يعرف - آك - أوليدوف الوعي الاجتماعي بأنه : إعادة إنتاج البشر للواقع الاجتماعي في شكل أفكار تصورات ورؤى في مرحلة معينة من التطور التاريخي: فالوعي الاجتماعي هو إذن الإحاطة بالواقع من قبل طبقة محددة أو فئة اجتماعية أو المجتمع بأسره.

ويعرف محمد عبد الله بأنه الحصيلة المستمرة لعملية الإدراك الشاملة للواقع الاجتماعي، والتي تشمل إدراك الفرد وتصوره للقضايا الاجتماعية سواء المجتمعية العامة أو الخاصة النوعية، والتي يأخذ منها موقفا إما تسليما أو رفضا بناءً على تفسيره لهذا الموقف، وبهذا فإن الوعي الاجتماعي يمكن الفرد من إدراكه لذاته والواقع المحيط.¹

¹ - زينب محمود شعبان: أزمة الوعي الاجتماعي لدى الطالب المعلم ودور مؤسسات الإعداد في مواجهتها، مجلة البحث في التربية وعلم النفس، المجلد الرابع والثلاثون، العدد الثاني، الجزء الأول، كلية التربية، جامعة المنيا، مصر، أبريل 2019م، ص ص115،116.

الفصل الثالث : مساهمة الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي الاجتماعي والسياسي للشباب

وهناك من يعرفه بأنه، جملة المفاهيم والأفكار والثقافات التي يحملها الأفراد والتي تتشكل لديهم بواسطة عوامل مختلفة، وتجعلهم يتفاعلون مع قضايا مجتمعهم المختلفة بالتقييم وإعطاء الحلول والمشاركة في خطط التحسين ولهذا يختلف الوعي الاجتماعي من مجتمع لآخر باختلاف المفاهيم المهيمنة على أفراد وطبيعة فهمهم لتلك المفاهيم ذات الصلة بحاضرهم ومستقبلهم وقيمهم العليا.

يلخص من التعريفات السابقة أن :

- الوعي الاجتماعي يعد المحدد الرئيس للسلوك الإنساني في المجتمعات ويتشكل لدى الفرد من خلال تفاعله مع مؤسسات المجتمع، وأن الوعي لا يقتصر عند حد المعرفة بالمواقع ولكن يتعداها إلى التقييم الواقعي ونقده بل وتحسينه.

- الوعي الاجتماعي يختلف من مجتمع لآخر ومن فترة تاريخية لأخرى وفقا للأفكار البرنامجية المهيمنة، كما أن هناك علاقة ديناميكية بين الوعي والوجود الاجتماعي فالوجود هو الذي يشكل الوعي يعكس الوجود، والوعي هو الدافع للتعامل مع الوجود ومعالجة مشكلاته وتعديله.

- تعد النظرة إلى العالم أحد جوانب الوعي، وهي تشمل المعتقدات والافتراضات والمواقف والقيم والأفكار التي تشكل نمودجا شاملا للمواقع و تؤثر في كيفية فهم العالم من حولهم والتفاعل معه، كما تؤثر تأثيرا بارزا على الأهداف والرغبات الفردية والجماعية وتشكيل التصورات والدوافع، كما تشكل السلوك البشري في التفاعلات الاجتماعية.¹

كما يعد مفهوم الوعي الاجتماعي من أهم المفاهيم التي تناولها البحث و علماء الاجتماع وتعددت وجهات نظرهم حول المفهوم، من خلال تركيز كل باحث على مفهوم الوعي الاجتماعي من زاوية واحدة تختلف حسب الموضوع والهدف، والتي ترى بأن الوعي الاجتماعي هو وعي الفرد بالمشكلات المجتمعية المختلفة التي تطرح عبر قنوات التواصل الاجتماعي من خلال مجموعة المفاهيم والتصورات والآراء والمعتقدات الشائعة عبر تلك القنوات في حين يرى البعض الآخر الوعي الاجتماعي بأنه جملة من المفاهيم والأفكار وثقافات التي يحملها الأفراد والتي تتشكل لديهم بواسطة عوامل مختلفة، وتجعلهم يتفاعلون مع قضايا مجتمعهم بالتقييم وإعطاء الحلول والمشاركة في خطط التحسين.

مما سبق نستنتج بأن الوعي الاجتماعي يختلف من مجتمع لآخر باختلاف المفاهيم المهيمنة على أفراد وطبيعة فهمهم لتلك المفاهيم ذات الصلة بحاضرهم ومستقبلهم وقيمهم العليا ومع اختلاف الآراء

¹ - زينب محمود شعبان: مرجع سابق، ص116.

الفصل الثالث : مساهمة الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي الاجتماعي والسياسي للشباب

حول مفهوم الوعي الاجتماعي إلا أنهم لا يختلفون على أنه مجموعة من المفاهيم والأفكار والثقافات التي يكتسبها الفرد والتي تمثل انعكاسا لمفهومه الشامل لذاته وقضايا مجتمعه والعلاقات الاجتماعية فيه وتاريخه وحاضره، واختلاف الوعي الاجتماعي يكون حسب نوع المفاهيم والأفكار والثقافات السائدة في المجتمع وكذلك حسب فهم وتفسير أفراد المجتمع لها.¹

د- أبعاد الوعي الاجتماعي :

ويتكون الوعي الاجتماعي من ثلاثة أبعاد، الوعي الفردي، والذي يعبر عن فرد محدد له لظروفه النوعية الخاصة، ويعكس وجودا فرديا عيانيا محددًا، أي أن الإنسان مدرك لتصرفاته وجميع أنشطته المادية والروحية وأما البعد الثاني هو الوعي الجماعي والذي يشير إلى وعي بطريقة محددة أو مجتمع محدد، وهو إدراك وتصور طبقان للمجتمع والطبيعة.

ويشير البعد الثالث إلى الوعي المجتمعي الذي يمثل انعكاس للوجود ككل، ويشير إلى إدراك وتصور القضايا المجتمعية الأساسية، وتأتي هذه الأبعاد على ثلاثة مستويات، ليشير المستوى الأول الوعي اليومي المباشر الذي يعبر عن خبرة الحياة اليومية المباشرة وحاجات البشر اليومية، أي أنه بعدا تفصيليا ويتسم بالتلقائية إذ ينشأ من الشروط التطبيقية للحياة الاجتماعية، كما يرتبط بالخصائص النفسية الاجتماعية للبشر، أما المستوى الثاني هو الوعي النظري الإيديولوجي الذي يعكس وجودا طبقيا محددًا، ويأتي إدراكا وتصورا للمجتمع وما يحويه من علاقات وتناقضات، ويحاول من منظور تاريخي ومعاصر فهم جوهر الواقع الاجتماعي وظاهرته والقوانين الأساسية التي تحكم سيرورته.

ويمثل الوعي العلمي الذي طورته قوى الإنتاج وتوظفه لخدمة مصالح إنتاجية وإيديولوجية، وهو أيضا نتاج لتراكمات الماضي والاتصال العلمي مع مجتمعات أخرى، إن استعاره أو تبعية أو تطويعا، ويعتبر من الوعي الاجتماعي بالمشاركة الاجتماعية وتكوين تصور عن المسائل الاجتماعية، وتبني اتجاه سياسي محدد ودعمه مثل التصويت وعضوية التنظيمات الاجتماعية، ولا يقتصر الوعي الاجتماعي على الإدراك والمعرفة بل يتعدى ذلك إلى الفهم والتقييم وردود الفعل والتصرف من قبل الفاعلين.²

¹ - فاطمة حسن سالم خليفة: وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الوعي الاجتماعي، مجلة كليات التربية كلية التربية الزاوية، جامعة الزاوية، العدد الثاني العشرون، ليبيا، 2021م، ص185.

² - رولا عودة السوالفة، ميساء نصر الرواشدة: أثر الإعلام الإلكتروني في تشكيل الوعي الاجتماعي، مجلة دراسة في المعلوماتية الاجتماعية، دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 47، العدد 3، الأردن، 2020م، ص218، 219.

2- أشكال الوعي الاجتماعي :

أ- الوعي الاجتماعي :

وعي عام يشتمل على إحاطة أفراد المجتمع بمجمل القضايا الاجتماعية والسياسية، والاقتصادية ومن العلمية التي لها دخل في حياتهم.

ب- الوعي السياسي :

إن الحياة الاجتماعية هي المكان الذي يعيش فيه الإنسان، فهو بحاجة إلى السياسة فالحكم طبيعة في الإنسان لما فيه من طبيعة الاجتماع كما يقول ابن خلدون : "فلا بد من نظم سياسية ينتظم بها أمر العمران البشري".

فالوعي السياسي خبرة عامة نحتاجها من أجل شؤون المجتمع، كما يلعب الوعي السياسي دورا هاما في إنارة الطريق للممارسة السياسية.

ج- الوعي الاقتصادي :

يعبر الوعي الاقتصادي عن نفسه في التصورات النظرية واليومية مثل : تنظيم وإدارة وسائل الإنتاج على المستوى، وفاعليه البشر وروابطهم في عملية الإنتاج والتوزيع والتبادل والاستهلاك

د- الوعي الديني :

يمثل الدين جزء لا يتجزأ من السلوك الاجتماعي وينظر إليه باعتباره مجموعة من المعتقدات الإلهية والشعائر والثواب والعقاب التي تؤثر في أشكال ودرجات ومستويات الوعي الفردي والجماعي.

هـ- الوعي الثقافي :

الثقافة في مجملها هي المعرفة والتعليم وأن الوعي بهما يرقى بالفرد إلى مستوى اجتماعي أفضل، والوعي الثقافي يعني الوعي بالحياة اليومية بما يشمل من عادات وتقاليد وأعراف وتدين، وأحكام وتفاعل وصور النشاط العام التلقائي المنظم، وهناك أشكال أخرى من أشكال الوعي وهي الوعي الأخلاقي والوعي القانوني، والوعي العلمي، والوعي الجماهيري، والوعي بالذات، والوعي الطبقي.¹

¹ - موسى عبد الرحيم حلس، و ناصر على مهدي: المرجع السابق، ص ص 147، 148.

و - الوعي الصحي :

هو معرفة المجتمع للمعلومات والحقائق الصحية وإحساسهم بالمسؤولية نحو صحتهم وصحة الآخرين، وإدراك المشكلات الصحية التي يعاني منها المجتمع وكيفية علاجها وتوفير العلاج والإرشادات والنصائح الطبية اللازمة لها.

ي - الوعي الأخلاقي :

وهو جملة من الأفكار والتصورات والسلوك المطلوب والمستحسن، والمبادئ والنظم التي تحكم هذا السلوك في إطار ربط مصالح الفرد والجماعة، وضبط الصراع القائم بين الاتجاهات والأفكار المختلفة التي تهدد قيم المجتمع وظهور قيم جديدة لا تتفق مع ثقافة المجتمع وتحسين الفرد بالأخلاق الحسنة مما يدفع سلوكه إلى الاتجاه نحو الصواب.¹

3- خصائص الوعي الاجتماعي :

يرتبط الوعي الاجتماعي بنشاط الإنسان الذي يعتبر الشرط الأساسي لنشوء المجتمع بالمعنى الاصطلاحي الدقيق للكلمة، فقد أظهرت الدراسات التجريبية أن العمليات النفسية تتبادل التأثير بما يحيط الناس من ظروف مختلفة، وأن العمليات والمخزونات النفسية لا توجد فعلا إلا إذا وجدت بنية مادية يظهر النشاط الإنساني من خلالها، وهذا يعني بنية الوعي بشقيه الفرد والجماعي مندمجة.

بنية النشاط البشري العام بما هو فاعلية اجتماعية على نحو تتداخل فيه محتويات الوعي الفردي والوعي الجماعي ومعطيات الواقع المجتمعي المحيط والمؤثرات الناتجة عن الممارسات والتجارب الاجتماعية، وينتقل ذلك إلى جميع الأدوات والوسائل التي يستخدمها الأفراد والجماعات في نقل مخزوناتهم المعرفية ومعلوماتهم من جيل سابق إلى آخر لاحق بطريق مباشر أو غير مباشر.²

ونظرا للعدد غير المحدود من الحالات التي يمكن أن ينتقل بها ذلك المخزون الكبير من المعارف، فإننا نتوقع تعقدا غير يسير في تحديد مجالات تكوين الوعي الاجتماعي عبر الممارسات غير المحدودة للناس في أي مجتمع، وهذا ما ينسب على النشاط الاجتماعي نفسه، من الناحية المواجهة،

¹ - سعود بن سهل القوس: دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي (دراسة ميدانية على عينة من الشباب السعودي بمنطقة الرياض)، مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية، العدد 10، الجزء الأول، جامعة شقراء، السعودية، 2018م، ص10.

² - محمد ياسر شرف: الوعي الاجتماعي والتقدم، ملاحظات تحول علاقة الوعي الاجتماعي بالتطوير الصناعي، الطليعة العربية في تونس، ط1، في سبيل مجتمع عربي موحد حر وديمقراطي، تونس، 2010م، ص14.

الفصل الثالث : مساهمة الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي الاجتماعي والسياسي للشباب

قابلية التأثر بما تنتجه الأنشطة والممارسات الإنسانية من روابط وعلاقات مرشحة للتعدد والتكرار، آخذين بالاعتبار أن تكرر العلاقات الاجتماعية وتعددتها لا يعنيان في أي حال من الأحوال إعادة نسخها، كما لو كانت صورة على الورق أو شيئاً قريباً من هذا.

فمجالات الوعي الاجتماعي تمثل تحديات افتراضية خاصة لرؤية ما هو عام غير قابل للإحاطة التفصيلية الكاملة، ولذا تشكل الوظائف الاجتماعية التي يحققها الوعي صفة نوعية لأي تحديد افتراضي خاص من تلك التحديات لأن الوعي الاجتماعي متضمن في فاعليات الناس ويعبر عنها في الوقت نفسه.

ويتضح بهذا أن الوعي الاجتماعي يقوم بوظائف متعددة، في شرح الأوضاع والعلاقات والقوانين والأغراض والأفكار والتصورات حتى العواطف وغيرها، من ما يمكن الإشارة إليه في تكوينات الوعي الاجتماعي بدرجات متفاوتة من خلال ارتباط أي منها بالحاجات المجتمعية في وقت معين كما يتضح الدور المهم الذي تلعبه التربية في المجتمع، مهما يكن الزمان والمكان اللذان يحددان وجوده الواقعي، فكل مجتمع يهتم بتطوير المعرفة، ويتوصل إلى التجربة الاجتماعية بالتحكم بالعلاقات، فيعمد إلى ممارسة ما يدعى "تنظيم الإنتاج الفكري" الذي يشكل وعي أبنائه.

وتتعدد الطرق إلى هذه الغاية كما تختلف الوسائل وتتمايز الأدوات، ويبدو للباحث أن الاحتمالات الممكنة في تصنيف النتائج ليست من ما يندرج تحت عنوان واحد أو عدد قليل من العناوين إلا حين يكون القصد من ذلك هو تبسيط المسألة المطروحة بغرض الدراسة دون سواه، فأول الأمثلة على الاختلافات الكثيرة الممكنة في التصدي لدراسة الوعي الاجتماعي، من خلال إشارة التفريق التي ألمحنا إليها في التربية - مثلا - التي هي بعض مجالاته ما نراه من أنساق معرفية مختلفة متعارضة يحاول كل مجتمع أن يدخل فيها ما يريد له الاستمرار في الوعي الاجتماعي بدعوى أن نسقه، ما يسمى "بيداغوجيا" في أرقى الحالات كفيل بتحقيق ذلك الوعي، ويتم تسخير الإمكانيات المتوافرة واستحداث الأساليب والأدوات التي تحقق هذه الغاية، فلا يكون هذا - في نهاية المطاف - سوى نوع من تقييد النشاط البشري في المجتمع، بقصد خدمة أغراض معينة دون سواها أي منع ممارسة بعض أنواع النشاط البشري.¹

وربما كان أحد أكثر الشواهد التاريخية دلالة في هذا الشأن ما يمكن ملاحظته من مبادئ أساسية ارتكزت عليها الأنظمة الاقتصادية الطبقية، والإقطاعية والرأسمالية والاشتراكية، لتحقيق مصالح أفراد كل

¹ - محمد ياسر شرف: مرجع سابق، ص 15.

طبقة، من خلال ممارستها التربوية المجتمعية العامة وعبر الفاعليات الإعلامية والثقافية والفنية والرياضية وتكريسها العادات والتقاليد والأعراف والاتجاهات التي تخدم ذلك بدرجات متفاوتة وتعتبر "الايديولوجيا" واحدا من المجالات التي يتبنى فيها غير قليل من الجهود التي بذلت لوضع الوعي الاجتماعي في صورة واضحة، وإن اتخذ ذلك اتجاهات غرضية متعددة وصلت إلى درجة التناقض الجذري، فلم تسلم من ذلك الكتابات الكثيرة في مجالات الحياة جميعا، سواء كان ذلك بالنسبة لأصحاب دعوات اقتصادية أم سياسية أم دينية أم اجتماعية أم أخلاقية أم غير هذا كله.

كما أن دراسة المخزون الجماعي المشترك بين الناس، من مشاعر أو أهواء وآراء واتجاهات وعواطف سائدة في مجتمع أي ما يسمى "السيكولوجية الاجتماعية" تكشف لنا غير قليل من مجالات الوعي الاجتماعي والممارسات الفعلية التي يمكن أن تكون مرتبطة بالظروف المرافقة لأي حالة من الحالات التي نعرضها، ورغم ما تنطوي عليه عبارة السيكولوجية الاجتماعية من غموض في التحدي. أدى إلى اختلافات حول المقصود بها تماما، فإن القول إنها "العتبة الأولى للوعي الاجتماعي" وإنها "جزء من البنية التكوينية للوعي الاجتماعي"، أو إنها "وعاء التكوينات الفكرية المتنوعة التي تضع تحت مستوى الآراء والأفكار" يجعلها تساعد - جميعا في تحديد مجال استخدام هذا المصطلح في دراسة مجالات الوعي الاجتماعي، بغية تعميق معرفتنا وتدقيق محتوى البحث.

ولا يفوتنا أن نلاحظ وجود أنماط وأوضاع مختلفة للوعي الاجتماعي، إضافة لوجود أنواع ومجالات متميزة، تساعدنا دراستها في تعميق معارفنا المتصلة بوجودنا الاجتماعي نفسه إلى جانب ما تحققه على صعيد الوعي المنشود.

ونرى أن أهم القضايا المتصلة بموضوع أنماط الوعي الاجتماعي، أن نبحث عن الأسباب التي تكمن وراء استمرار مخلفات الماضي في وعي البشر، في مجتمعات تختلف في ما بين بعضها البعض على صعيد كل من أنظمتها الاقتصادية والسياسية ومرتكزاتها الأخلاقية والأحداث التاريخية التي مرت بها ويمكن لطريقة "الدراسة التاريخية للوقائع" أن تقدم لنا واحدة من أفضل السبل التي تساعد في رسم لأوضاع الظواهر الاجتماعية عبر المراحل التاريخية المتتابة والتي تكشف بدورها عن أوضاع العادات والأعراف والتقاليد في مجتمع معين. وما ارتبط بها من أنواع الوعي الاجتماعي في فترة محددة أو موقع جغرافي دون آخر.¹

¹ - محمد ياسر شرف: مرجع سابق، ص ص 15-17.

وهناك طرق أخرى عديدة لدراسة الأنماط الاجتماعية، والذي قصدناه هو التشبيه إلى أن الحالة التي يكون فيها الوعي منصبا على جملة من الأفكار والآراء والتصورات والعواطف الجماعية في مجتمع ما. خلال فترة زمنية محددة، من أوضاع الوعي الاجتماعي، يصطبغ فيه بصيغة يمكن تعيينها ويمكن أن يرد إلى نمط بعينه دون آخر.¹

4- وظائف الوعي الاجتماعي :

تتعد وظائف الوعي الاجتماعي في المجتمع، ويمكن توضيحها في ما يلي :

أ- وظيفة معرفية :

وتتمثل في شرح مصالح الفئات الاجتماعية، وما هو قانوني أو غير قانوني، وما يتوافق مع الأعراف والتقاليد والعادات أو لا يتوافق معها.

ب- وظيفة تربية :

حيث تعد التربية إحدى الوظائف المهمة للوعي، وشرطا ضروريا لاستمرارية الحياة الاجتماعية، فهي التي تنقل الأفكار "البرنامجية" بما تحويه من رؤى وتصورات وأفعال واتجاهات أخلاقية و معارف نظرية وتقنية ومهارات و تجارب اجتماعية وخصائص نفسية وعادات وتقاليد سلوكية" من جيل إلى جيل أي نقل كل الإرث الثقافي والاجتماعي.

ج- وظيفة سيكولوجية :

وتتمثل في العمل على تحقيق القناعات والمواقف والاتصال والروابط بين البشر.

- و يمكن أن يصنف البحث وظائف أخرى الوعي الاجتماعي تتمثل في :

1/ وظيفة نقدية :

حيث يساعد الوعي الاجتماعي الحقيقي الأفراد على نقل الواقع المجتمعي عندما تحاول فئات معينة فرض أفكارها والترويج لها لدى أفراد المجتمع وتزييف وعي الأفراد سواء بالفهر أو بالإغراء.

2/ وظيفة نفعية (باراجماتية) :

حيث توظف بعض الطبقات والقوى المهيمنة اجتماعيا الوعي الاجتماعي في تحقيق مصالحها ورغباتها وأهدافها من خلال تبرير الأوضاع القائمة وإضفاء طابع الشرعية عليها.²

¹ - محمد ياسر شرف: مرجع سابق، ص 17.

² - زينب محمود شعبان: المرجع السابق، ص ص 121، 122.

3/ وظيفة قومية :

حيث يسهم الوعي الاجتماعي الحقيقي في تعزيز الهوية القومية والتماسك الاجتماعي والانتماء من خلال القضاء على محاولات تعزيز الطبقية، وعدم المساواة، وتحقيق الاستقرار في المجتمع، ومواجهة التهديدات الداخلية والخارجية والقضاء عليها.¹

5-الإعلام وتشكيل الوعي الاجتماعي :

يعمل الإعلام على تزويد الإنسان في مجتمعه بجميع الحقائق والمعلومات المعرفية التي تشكل الوعي الاجتماعي، التي تحرك السيرورة التفاعلية مؤثرة ومناثرة. وفي ذات السياق يلفت عبد الباسط عند عبد المعطي الانتباه إلى أهمية الدور الذي يقوم به الإعلام في نقل المعلومات لكافة الناس في جميع بقاع المجتمع وتزويدهم بالمستجدات الضرورية للحياة الاجتماعية وتناميه والذي زاد من سرعة وقوة تأثير الإعلام التطور الرهيب للوسائل التكنولوجية حيث "أن التحولات في التكنولوجيا لها تأثيرها الواضح في التنظيم الاجتماعي وعلى المشاعر الإنسانية ويتحدد النظام الاجتماعي بطبيعة وسائل الإعلام وبالتالي يعد الإعلام بوسائله المختلفة آلية المجتمع في تشكيل الوعي الاجتماعي، وفي المقابل يتزايد دور الإعلام وطأة في تنمية الوعي الاجتماعي لدى الأفراد وزيادة معلوماتهم وتطلعاتهم التي تؤثر على تكيف علاقاتهم، فهي تلعب دورا مؤثرا في تشكيل وعي المواطنين حيث تؤثر هذه الوسائل في الطريقة التي يدرك بها الأفراد والأمور كما "ترسم الصورة الذهنية لدى الأفراد عن الدول، القضايا والأحداث المحيطة به والتي تؤثر على حياته وعلاقته ...، وبالتالي فإن الإعلام يعمل على توضيح الصورة الحقيقية للمواطنين.²

توافقا لما سبق، يبرز عالم الاجتماع رايت ميلز خطورة وسائل الإعلام الجماهيرية وكيفية تعادل تأثيرها في صياغة، وتشكيل أفكار الأفراد (جوهر الوعي الاجتماعي) والتأثير في آرائهم أو تكوين وعيهم إذ قال "إن جانبا ضئيلا فقط مما نعرضه من حقائق اجتماعية عن العالم قد توصلنا إليه بنفسنا، والجانب الأكبر عن طريقة الإعلام والاتصال الجماهيري، بمعنى أن الخبرات الشخصية والرصيد المعرفي الذاتي جزء ضئيل مقارنة بالتي نقلها الإعلام لأنه يعمل على تلخيص تلك الخبرات زمنيا وكما وبالتالي وسائل

¹ - زينب محمود شعبان: مرجع سابق، ص122.

² - مليكة عرعور، سامية حميدي: دور الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي حيال محاربة الإرهاب، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، جامعة بسكرة، الجزائر، 2016م، ص71.

الإعلام تحدث تراكما معرفيا يصبح ذخيرة الفرد في المجتمع لفهم ما يحدث حوله من تفاعلات وعلاقات ومواقف والقضايا الاجتماعية خاصة وعامة.¹

ثانيا : الإعلام الرقمي وتشكيل الوعي السياسي

1- تعريف الوعي السياسي :

هو الإدراك الصحيح لمجريات الواقع السياسي وكما يحصل فيه من أحداث وتطورات وعبارة أخرى هو المعرفة الدقيقة لغايات القوى المؤثرة في العالم المحيط بنا، ومعرفة الأهداف المستمرة وراء مواقفها وتحركاتها ومشاريعها. وبالرغم من بساطة هذا التعريف إلا أن صعوبة تحقيقه تظهر من الشروط المفروضة فيه :

- فالإدراك ينبغي أن يكون صحيحا ليس نابعا من أوهام أو الأعيب.
- المعرفة ينبغي أن تكون للغايات والأهداف المستترة وليس للظواهر.
- المعرفة متعلقة بالقوى المؤثرة وليس بالقوى المنفصلة.²

ويعرف الوعي السياسي أيضا بأنه إدراك الفرد لواقع مجتمعه ومحيطه الإقليمي والدولي ومعرفة الظروف السياسية والاجتماعية والاقتصادية التي تحيط به ومعرفة مشكلات العصر المختلفة، وكذلك معرفة القوى الفاعلة والمؤثرة في صناعة القرار وطنيا وعالميا.

والوعي السياسي هو طريق الفرد لمعرفة ما له من حقوق وما عليه من واجبات في كل الأنظمة الديمقراطية، فالمجتمعات التي تسعى إلى التحول إلى النظام الديمقراطية لحاجة إلى منظومة من المعارف السياسية التي تتضمن قيم واتجاهات سياسية مختلفة، يستطيع الفرد من خلالها التعرف على الظروف والمشاكل التي تحيط به محليا ودوليا والتي تتيح للإنسان أن يدرك أوضاع مجتمعه ومشكلاته ويحللها ويحكم عليها ويحدد موقفه منها والتي تدفعه للتحرك من أجل تغييرها وتطويرها.³

¹ - مليكة عرعور، سامية حميدي: مرجع سابق، ص71.

² - عمار حمادة: الوعي والتحليل السياسي، دار الهادي للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، بيروت، لبنان، 2005م، ص30، 29.

³ - لينا العلمي: العضوية في مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في تحسين الوعي السياسي لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية، مذكرة تخرج لنيل درجة البكالوريوس للعلوم السياسية، فلسطين، 2011م، ص16.

الفصل الثالث : مساهمة الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي الاجتماعي والسياسي للشباب

يعرف الوعي السياسي بأنه مدى معرفة الإنسان بواقعه السياسي، وواقع مجتمعه ومنطقته والعالم من حوله، ومدى معرفته وإلمامه بالبدائل السياسية الممكنة والمتاحة كأطر حياة عامة وحلول ومدى معرفته للسياسة وفهمه للمفاهيم والمصطلحات السياسية الرئيسية السائدة، وبالتالي يمكننا القول بأنه مجموعة من القيم والاتجاهات والمبادئ السياسية التي تتيح للفرد أن يشارك مشاركة فعالة في مجتمعه ومشكلاته يحلها ويحكم عليها، ويحدد موقفه منها، وتتحرك من أجل تطويرها وتغييرها. ولا يقتصر على عنصر الإدراك والمعرفة، بل يتعدى، ذلك إلى الفهم والتقييم وردود الفعل والتصرف من قبل الفاعلين، لذلك يمكن أن يعكس الوعي السياسي معرفة المواطن لحقوق السياسية، وما يجري حوله من أحداث سياسية حيث يكون لدى المواطن القدرة الكافية على تصور الواقع المحيط به. وبالتالي القدرة على القيام بالواجبات والمسؤوليات اتجاه مجتمعه ووطنه ومن هنا تبرز أهميته لأفراد المجتمع.

ومن ناحية أخرى يعتبر الوعي السياسي أحد فروع الوعي الشامل والمتكامل الذي يعد مستوى من مستويات الوعي، وهو يعني أن يكون الفرد واعيا بالأمر والقضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية في مجتمعه الحي يكون قادرا أيضا على المشاركة السياسية، ولفعيل هذا يجب على المؤسسات التعليمية والتنقيفية في المجتمع أن تحرك كوامن الوعي داخل من تضمهم بين جوانبها ويتأثر مفهوم الوعي السياسي بالهوية السياسية والفكرية التي تمتلكها الشعوب لذلك تختلف التعاريف والمفاهيم التي تناولت الوعي السياسي، وذلك حسب الاختلاف السياسي والفكري للمجتمعات البشرية ونوعيتها. فمنهم من يكون وعيه السياسي يركز على البعد القومي. أو على البعد الاقتصادي. أو يأخذ منحى دينيا، أو حسب الايديولوجية التي يتبناها النظام القائم.¹

¹ - أوان طحللو: تخصص العلوم السياسية على الوعي السياسي لدى طلاب جامعة مريدين،
اطلع عليه بتاريخ 2022/04/19م، على الساعة 22:00. <https://www.ccsd.ngo>

2- خصائص الوعي السياسي :

يتسم الوعي السياسي بخصائص وسمات متعددة نذكر بعضها منها :

* النظرة المنهجية المنظمة :

وهنا نفترض هذه النظرة أن يكون التفكير في القضايا وحل المشاكل على قدر واضح من التنظيم وسلسلة من الخطوات تتكامل فيما بينها وأن يكون لهذا التفكير أساليب منهجية يكون نجاحها مضمون أي لا تكون عشوائية.

* النظرة الهادفة :

وهنا يشترط في التفكير أن تكون هناك أهداف ذات أهمية عند تناول المشاكل والمسائل الأساسية في المجتمع، لا أن يكون التفكير في المجتمع مجرد نشاط عفوي أو عابث وبالتالي يكون للتفكير أهمية معرفية أو أهمية مجتمعية حاضرا ومستقبلا تهدف للحصول على نتائج تحل المشاكل الموجودة.

* النظرة الواقعية :

هنا يفترض أن يكون التفكير واقعا هنا أو بما هو ناجم عن الواقع، أي لا ينشغل التفكير بما هو غير واقعي، وأن لا يكون تفسير الظواهر معتمدا على أفكار غير متحقق من صحتها وصدقها منهجيا. حتى لا تكون أفكار وهمية.

* النظرة الموضوعية :

وهذه النظرة تعني أن ينصرف التفكير إلى الموضوع بأبعاده و ظروفه وعلاقاته دون الانشغال بما هو دخيل وما يتعلق بالذات، أو بالأفكار الجاهزة أو النمطية أو اللجوء إلى الأحكام المسبقة.

* النظرة التحليلية التركيبية :

وهنا لا بد للتفكير أن يقوم على التحليل لأن المشكلات والظواهر تكون مركبة من عناصر وعلاقات متعددة و عليه فإن النظرة التركيبية تأتي محكمة للنظرة التحليلية وبالتالي فإن التفكير قدرة على إعادة تركيب العناصر بهدف التحقق أو التثبت من صدق التحليل.

* النظرة المرنة :

وهذه النظرة تعني أن يتصف التفكير بالمرونة حتى يكون الوعي علميا خصوصا أن هناك أحكاما حول مجال المرونة في حياة مجتمعاتنا العربية، بما في ذلك المؤسسات التعليمية.¹

¹ - بوطغان شيماء: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري الفيسبوك نموذجا -دراسة ميدانية لعينة من طلبة جامعة المسيلة، مذكرة ماستر، غير منشورة، قسم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، تخصص اتصال، مسيلة، 2019-2020م، ص ص28،29.

وللوعي السياسي خصائص و ميزات نجملها في ما يلي :

- للوعي السياسي إدراك قائم على إحسان بالمجتمع.
- يهتم الوعي السياسي بمعرفة المشكلات والأسباب والآثار المترتبة عليها.
- يتكون الوعي السياسي ويتبلور أثناء مراحل نمو الأفراد ومسيرة حياته.
- الوعي السياسي هو خطوة مهمة في تكوين الاتجاهات السياسية والسلوك السياسي.
- يتوقف الوعي السياسي لفرد على ثقافة السياسة، حيث يتكون نتيجة ما يتوفر للفرد من معرفة وفهم الأمور.
- ينمو ويتطور هذا الوعي خلال سنين عمر الفرد المختلفة ليصبح محصلة للمؤثرات الثقافية التي يتعرض لها الفرد.
- يعتمد الوعي السياسي على الإدراك بصفة أساسية، حيث أن الإدراك عملية عقلية يقوم الفرد من خلالها بعملية انتقاء الفرد للمعلومات وتنظيمها وتفسيرها.
- يتلازم المكون المعرفي والمكون الوجداني في الوعي السياسي، حيث أن الوعي ينبع من الوجدان ومشبع بالمعرفة.¹

3- أهمية الوعي السياسي :

تأتي أهمية الوعي السياسي في تعزيز دور الأفراد في المشاركة بالعملية الديمقراطية الداعمة للقضايا الوطنية والعالمية، كذلك في التأثير على رؤيته تصرفه اتجاه الظروف والمواقف المجتمعية عن طريق تحليلها بطريقة واعية وفعالة، من هنا يظهر لنا بأن أهمية الوعي السياسي منبثقة من التطبيق الفعلي والحقيقي للديمقراطية داخل المجتمعات وبالتالي فإن أي انخفاض في هذا الوعي سوف يؤثر سلبا على العملية الديمقراطية وسلوك الأفراد اتجاه هذه القضايا والمواقف، فالوعي السياسي هو الأساس المتين في تنوير بصيرة المواطنين بحقوقهم القانونية والمدنية وواجباتهم والتزاماتهم في المجتمع.²

¹ - إبراهيم اسماعيلي، عبد الحكيم غناي: تنمية الوعي السياسي للطلبة الجامعيين من خلال البرامج السياسية في قناة الجزائرية الثالثة (دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم العلوم الإنسانية بجامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي)، مذكرة ماستر اتصال وعلاقات عامة، غير منشورة، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2017-2018م، ص47.

² - إياد جاسر دويكات: دور الحركات الطلابية الفلسطينية في تنمية الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات الفلسطينية، أطروحة ماجستير، غير منشورة، كلية الدراسات العليا جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2018م، ص39.

الفصل الثالث : مساهمة الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي الاجتماعي والسياسي للشباب

ويشير الباحث هنا إلى أن أهمية الوعي السياسي في قدرته على المساعدة في استقرار المجتمع بصورة واضحة، وذلك من خلال ما يقدمه من أفكار ومبادئ تساعد بشكل مستمر في توضيح جميع القضايا والشؤون المرتبطة بالأفراد وبالتالي تفادي الضعف والانهيار أمام القضايا المستجدة باستمرار، وهذا يظهر واضحا بين الأمم والمجتمعات المتميزة بوعيها السياسي من خلال معرفتها للواقع الذي تعاصره وامتلاكها للقدرة على رصد الأحداث وتحليلها بشفافية.

ومن جانب آخر يعد غياب الوعي السياسي دليلا على الفراغ السياسي وانخفاض مستوى المعرفة بالأمور السياسية، وبالتالي يؤدي هذا الغياب إلى عدم اكتراث الأفراد بالأحداث الوطنية والقومية، وهذا دليل على انحصار فكر الأفراد وعدم القدرة على التحليل الواقعي، بالإضافة إلى ظهور بعض السلوكيات الغير الصحيحة المترتبة على عدم الانتماء وزيادة الإحساس بالاغتراب والضعف في المجتمع.¹

يعتبر الوعي السياسي في الوقت الراهن ضرورة إنسانية ملحة في ظل الظروف السياسية والاقتصادية الصعبة التي تمر بها العديد من الدول. والأکید إن غيابه ينعكس سلبا على بناء المجتمع سياسيا وديمقراطيا وأن أي تراجع أو ضمور في مسيرة بنائه يعطل دور المجتمع، ذلك أنه في ظل غياب الوعي لا يمكن لأي شعب أو مجتمع التعرف على واقعه ورصد مواطن القوة والضعف والعوامل المؤثرة فيه، كما أن غياب الوعي السياسي يضع الديمقراطية المنشودة والواعدة في خطر، ويفتت مفهومها ويفقد سلوكها السليم ويضيع الفرص المناسبة على أفراد الشعب للالتحاق بمصاف الدول المتقدمة ديمقراطيا، فالوعي السياسي للمجتمعات يعد بمثابة الأساس الفعلي والتطبيقي للديمقراطية، أو أن أي انخفاض في مستواه للأفراد والمواطنين يهدد الديمقراطية لمفهوم وسلوك أيضا كونه يعرف المواطن بما له من حقوق مدنية وقانونية وما عليه من واجبات والتزامات تجاه وطنه وخدمة مجتمعه، كما يوطد الوعي السياسي العلاقة بين الفرد والعملية السياسية، فتواجهه في المجتمعات يدل على أن أفراد تلك المجتمعات يتميزون بقوة الشعور بالولاء الوطني والمواطنة الصالحة والمسؤولة، كما يساهم في جعل الأفراد ينهضون بمجتمعاتهم التي ينتمون إليها.

فلا بد للقوى السياسية الاهتمام بالوعي السياسي لإنجاز مشروع الديمقراطية وتعزيز مفهومها بشكل صحيح لكونه يرفع مستويات الإحساس بضرورة المشاركة السياسية لدى الأفراد، ليبادروا في اتخاذ دور إيجابي في الحياة السياسية، وذلك بأن يساهموا في وضع الأهداف العامة للمجتمع واقتراح أفضل

¹ - إياذ جاسر دويكات: مرجع سابق، ص 39.

الفصل الثالث : مساهمة الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي الاجتماعي والسياسي للشباب

الطرق لإنجازها أو ممارسة نشاطات سياسية أخرى كتوليهم مناصب سياسية أو الانخراط في عضوية حزب سياسي أو قيامهم بترشيح أنفسهم للانتخابات أو التصويت للأفضل لمن يرون أنه قادر على خدمة مجتمعهم والنهوض ببلدهم أو الاشتراك في المناقشات والحملات السياسية.¹

- الوعي السياسي يجعل المواطن واعيا بحقوقه وواجباته السياسية وواعيا كذلك بما يجري حوله من أحداث ووقائع.

- كذلك يجعله قادرا على تصور الواقع المحيط به كحقيقة كلية مترابطة العناصر .

- يجعل المواطن قادرا على تجاوز خبرات الجماعة أو الجماعات الصغيرة التي ينتمي إليها ليعانق خبرات ومشكلات المجتمع السياسي ككل.

- تساعد على النهضة الحضارية من خلال معرفة الأفراد بالظروف والتطورات ودور التكنولوجيا الحديثة في مجال التزويد بالمعلومات، والنهضة الحضارية والفكرية لا يمكن تحقيقها دون الربط بين الوعي التاريخي والوعي بالأمور التي يمر بها الفرد، لأن الخلفية الثقافية غالبا ما ترتبط بمعرفة الأحداث التاريخية المدنية في عقول الجيل الجديد لتمكينه من إحداث التغيير في جميع المجالات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، لأن الوعي السياسي لا يمكن أن يتحقق في مرحلة وإنما يتطلب بناؤه عدة مراحل لا بد من توفرها للنهوض بالواقع السياسي للمجتمع.

- الوعي السياسي العلمي يعمل على تحليل الأحداث بصورة موضوعية وعلمية بعيدة عن العواطف وتأثيرات البيئة، حيث يساعد على تحليل الأمور السياسية من زوايا متعددة تعطي الواقع مشهدا علميا وأكاديميا يخدم الدارسين في هذا المجال.

- يساعد في القضاء على الاستبداد السياسي الذي يعد من أهم وأخطر المشاكل والأزمات التي تمر بها مجتمعاتنا إذ يعد الاستبداد السياسي السبب الرئيسي للتخلف في المجالات الأخرى الاجتماعية والثقافية والاقتصادية.²

¹ - محمد صالح بوعافية، عائشة إيدير: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي في الجزائر، دفا تر السياسة والقانون، المجلد 13، العدد 1، جامعة قاصدي مرياح ورقلة، الجزائر، 2021م، ص 507، 508.

² - ثروت مكي: الإعلام والسياسة (وسائل الاتصال والمشاركة السياسية)، عالم الكتب، ط 1، القاهرة، مصر، 2005م، ص 76.

4- أنماط الوعي السياسي :

أ- المتابعة اليومية للأحداث :

توفر معرفة الأحداث شكل يومي سعة الاطلاع الضرورية لفهم ترابط الأحداث فيما بينها، كما تساعدنا على معرفة التأثيرات المتبادلة فيها والتميز بين السبب والمتسبب والفعل ورد الفعل، وتتم هذه المتابعة من خلال قراءة الجرائد اليومية والمجلات الأسبوعية والدوريات المتخصصة والكتب السياسية والاستماع لنشرات الأخبار بالإضافة إلى الاطلاع على شبكة الانترنت، كما يمكن أن تكون المتابعة من خلال الاطلاع المباشر والمعاشية.

هذه المتابعة ضرورية لتحصيل الوعي الذي نستقيه من المعلومات والوقائع، ولا يمكن القول أن كل من حصل على المعلومات فقد حصل الوعي السياسي، لأن تقديم المعلومات قد يحمل بين طياته معاني خفية تهدف إلى صرف القارئ إلى اتجاهات معينة وبالتالي حمل انطباعات مخالفة للواقع لذلك لا بد لمن يريد تحصيل الوعي التدرج على القراءة بين السطور والتميز بين الخبر الموجه والخبر الموضوعي.

ب- التعرف على القضايا المفصلية في العالم :

الأحداث الجزئية والتفصيلية في العالم كبيرة ومرتبطة بقضية واحدة أو مجموعة قضايا، لذا يتوجب على صاحب الشخصية الواعية سياسيا إذا اطلع على إحدى هذه الحوادث الجزئية لا يقوم بدراسة مستقلة عن القضية الأساسية التي ترتبط بها وبالتالي فهو بحاجة إلى معرفة أهم القضايا المفصلية الموجودة في العالم حتى يفهم بعمق الحوادث والتفاصيل.

ج- الاطلاع على الجغرافيا السياسية والمواقع الاستراتيجية في العالم :

الجغرافيا السياسية هي البعد الذي تكتسبه العامل الجغرافي، فوجود الأنهار والموانئ ووجود الثروات الباطنية كلها قضايا تعطي للمناطق التي توجد فيها قيمة سياسية مهمة بحيث يحصل حولها التنافس وتضعها الدول في أولوياتها للوصول إليها أو الحفاظ عليها وهكذا تحصل الحروب والمعاهدات وتتشكل التحالفات بناء على هذه القيمة السياسية.¹

¹ - درصاف شريفي وآخرون: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي اتجاه الحراك الشعبي الجزائري (دراسة تحليلية من صفحات من الفيسبوك)، مذكرة ماستر، غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، شعبة علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة، قالمة، الجزائر، 2019-2020م، ص70.

د- الإلمام ببعض المسائل الاقتصادية :

للمسائل الاقتصادية تأثير واضح على السياسة ونستطيع القول أن الاقتصاد هو العامل الأساسي في السياسة والمحرك الأساسي للدول في قيامها بالنشاط الدبلوماسي لذا فمن يريد أن يلم بالمسألة السياسية من نواحيها المختلفة لا بد من امتلاك تصور عن القضايا الاقتصادية ومعرفة حجم تأثير المعطيات الاقتصادية في كل الظواهر السياسية التي يريد فهمها واتخاذ موقف منها.

هـ- الحوار والمناقشات :

في عالم السياسة تكثر وتنفرع الآراء والتحليلات وعند اعتماد المرء على نفسه فيما يقرأه و يحلله قد تختلك عليه بعض المسائل أو قد يلتبس عليه تحليل بعض المعطيات فيصل إلى النتائج الخطأ ولهذا فإن للحوار والمناقشة مع الآخرين دور مهم في حسن وصول المرء إلى النتائج وفي صحة امتلاكه للوعي السياسي.¹

5- الإعلام و تشكل الوعي السياسي :

إن الوعي لا يمكن أن يتكون لدى الإنسان في مدة زمنية قصيرة جدا، لأنه عملية طويلة المدى تستغرق وقتا يتعرض خلاله الفرد للعديد من التجارب والمواقف بصورة مباشرة، أو معرفته من خلال عدة وسائل ومنها وسائل الإعلام على اختلاف أنواعها، ويطور الوعي بصورته الإيجابية بتطور درجة تعليم الشخص واهتمامه بتمية الوعي السياسي لديه، وإن كان ذلك يختلف من وسيلة محددة الخطاب، أو كما بينا سابقا حسب انتقائه لوسيلة الإعلام التي يفضل مشاهدتها، أو ربما من كل وسائل الإعلام على اختلافها.

وللأفراد إمكانية الحصول على وعي سياسي عالي، وأن يحوزوا على ملكة النفوذ وراء الأحداث، وذلك لأن الأمر ليس علما خاصا أو موهبة مميزة كما يرى أحد الباحثين وإن كانت تتفاوت بين الأفراد بالاعتماد على درجة الاستعداد لكل شخص يرى أن هناك عاملين يساعدان على تشكيل الوعي الكامل للفرد وهما التحسس للظلم الموجود في عالمنا، ومن ثم متابعة الشأن السياسي.²

¹ - درصاف شريفى وآخرون: مرجع سابق، ص70.

² - حسن هادي رشيد: أثر وسائل الإعلام في تشكيل المعرفة والوعي السياسي، مجلة العلوم السياسية، جامعة بغداد، العدد 58، العراق، 2019م، ص ص374،375.

الفصل الثالث : مساهمة الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي الاجتماعي والسياسي للشباب

وإذا كان ذلك بالنسبة للفرد وكيفية حصوله على الوعي دون تأثيرات خارجية فإن ما يهمنا هنا كيف تؤثر العوامل الخارجية في تشكيل الوعي لديه فهذه العوامل تؤثر في وعيه لأنها تشكل الجزء الأكبر من المعلومات التي يحصل عليها، وتتعدد وتتعد أدوات التنشئة السياسية التي تلعب أدوارا رئيسية في عملية تكوين الوعي السياسي ومن ذلك : الأسرة، مؤسسات التعليم، المدرسة، والجامعة، جماعة الرفاق، النوادي الاجتماعية الثقافية دور العبادة، مؤسسات المجتمع المدني، وسائل الاتصال، وتمثل وسائل الإعلام بمختلف أنواعها عنصرا مؤثرا في حياة المجتمعات باعتباره الناشر والمروج الأساسي للفكر والثقافة ويسهم الإعلام بفاعلية في عملية تشكيل الوعي السياسي وذلك من خلال ما يسهم به، من اطلاعهم وتعريفهم بالقضايا المثارة من خلال نشراتها وبرامجها الإخبارية، حيث أصبحت من المصادر الرئيسية والمهمة في تنمية وعي الأفراد السياسي حيث تزود وسائل الإعلام الأفراد من تكوين النظام السياسي من خلال ما تقدمه من معلومات وتصورات عن هذا النظام.

ولقد أصبح واضحا لأن وسائل الإعلام تمتلك من القوة والحرية ما يؤهلها لكي تلعب دور بارزا في رسم السياسات تؤثر وتتأثر بها، ونلاحظ من خلالها الدور الفاعل للنخب السياسية القادرة على بناء تصورات الناس وإملاء سلوكهم، وهم الذين تسمح لهم مواقعهم بالسيطرة على المعلومات ومن ثم على آراء الشعب وتسهم وسائل الإعلام في زيادة الوعي واتجاهاته، ويرى أحد الباحثين أنه لا يوجد إعلام مستقل بقولهم : "وقد أثبتت التجربة العلمية أنها من إعلام حر ومستقل بالطلق فكل أجهزة الإعلام تخضع لنظم رقابية تمارس أشكالاً من التدقيق والحجب على مضمون الرسائل، ففي وقت نأخذ فيه أغلب الأنظمة الرقابية أشكالاً سياسية أو قانونية أو اقتصادية، بدأت بعض الدول بوضع رقابة غير مباشرة تأخذ صيغ تقنية، ومنها : عدم تجديد رخص البث أو حجب تردداته لفرض سياسات إعلامية معينة، ومنها الولايات المتحدة، وتزداد تلك النظم تشدد في الدول النامية التي توجه الإعلام لأغراض التعبئة السياسية ومواجهة التحديات التي تواجه نظمها السياسية، فضلا عن التنشئة السياسية وتعميق الولاء السياسي لدى مواطنيها.¹

وهكذا نجد أن للإعلام دور في تشكيل الوعي السياسي وربط المستقبل بالأحداث المثيرة داخليا وخارجيا، وأن وسائل الإعلام باعتبارها طرقا لنشر الوعي السياسي تختلف باختلاف أنواعها وهي ذلك تبعا لتبعية تلك الوسائل، ففي داخل الأنظمة الشمولية تكون كل وسائل الإعلام بيد الحزب الحاكم

¹ - حسن هادي رشيد: مرجع سابق، ص 375، 376.

الفصل الثالث : مساهمة الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي الاجتماعي والسياسي للشباب

والسلطة المنفردة بحيث يفرض إرادته على أفكار العامة، على عكس ما نراه في الأنظمة الديمقراطية حيث تفترض وسائل الإعلام آرائها وإرادتها على الحكومات وسياساتها، وإذا كنا نذهب مع من يقول بأنه لا يوجد إعلام مستقل، فإن الأنظمة الديمقراطية تنشر ما تؤمن به من أفكار، وإذ كانت تتعارض مع قيم ومعتقدات الشعوب الأخرى الذي يصل إليها الإعلام، بعد أن أصبحت أكثر الدول لديها فضائيات تبث بلغات مختلفة وجهة لتؤثر في سلوكهم ووعيهم ويتم ذلك من خلال كافة الوسائل إلا أنها وبسبب قلة المساحة المتاحة في البحوث، فستقتصر الأمر على وسيلتين فقط كونهما الأكثر تأثيراً من غيرهما :

أ- تأثير القنوات الفضائية في تغيير القيم الاجتماعية :

إن شاشة التلفزيون وسيلة عرض لا أكثر، ولكنها حينها تخدم مضمونا معيناً فإنها تتلبس به وتأخذ صفته وبهذا تتحول من تكنولوجية فقط إلى تكنولوجيا ذات طابع إيديولوجي، وقد تتضامن التكنولوجيا مع الإيديولوجيا حينما يكون هدف الاتصال ذا طابع معين وبشكل خاص جانبه السلبي وهو ما نحاول التأكيد عليه، حيث أن التحولات في التكنولوجيا أصبح لها تأثير واضح على التنظيم الاجتماعي وعلى المشاعر الإنسانية، ويتحدد النظام الاجتماعي بطبيعة وسائل الإعلام التي تتم من خلالها عملية الاتصال فبدون فهم الأسلوب الذي تعمل بمقتضاه وسائل الإعلام لا نستطيع الوصول إلى المعرفة لكيفية التغيرات الاجتماعية، والثقافية التي تطرأ على المجتمعات من خلال ما تنشره هذه الوسائل، ويستفيد جهاز تشكيل الوعي الشديد التنوع والذي يستخدم جميع الأشكال المألوفة للثقافة الشعبية - الكتب الهزلية، الرسوم المتحركة، الأفلام السينمائية، برامج الإذاعة والتلفزيون، الأحداث الرياضية، الصحف، المجالات، يستفيد لأقصى حد من هذا المفهوم الخاطئ كلياً، إذ تضع صناعة وسائل الاتصال أدوات مختلفة من التسلية والترفيه المحملة بالقيمة، منكرة طول الوقت وجود أي تأثير فيما وراء الهروب المؤقت من الواقع وحالة الاسترخاء المشتبه، فالإعلام من خلال الصورة وليس المعلومات لا تأثير على النظام السياسي، وصانعي السياسات ومتخذي القرارات إذ لم يكن بصورة مباشرة فمن خلال التأثير على العقل الجمعي، وفي مدركات الرأي العام، وهو ينقل أثره وصداه عبر وسائل الإعلام إلى صانعي ومتخذي القرار وهذا يشمل الأنظمة الليبرالية، لأن الأنظمة الشمولية هي من تسيطر على الإعلام أقله المحلي وهي ما تفرض ما يبيث.¹

¹ - حسن هادي رشيد: مرجع سابق، ص، ص376، 377.

ب- العولمة والأنترنت في تغيير الوعي :

نعقد بوجود ترابط زمني وفكري بين العولمة ووسائل الإعلام بصورة عامة والأنترنت بصورة خاصة، وأن ما لم نستطيع أن تجسده وسائل الإعلام التقليدية قد تحقق شيء منه عبر الأنترنت، وقديم الزمان سيزيد من فرض أهداف العولمة لأن إحداها يكمل الآخر.

يعتقد أحد الباحثين أن من سلبيات العولمة على المستوى الإعلامي والثقافي هي مسألة التماثل والتنميط الذي تحاول أن تفرضه بالعولمة الإعلامية التي تسعى من خلال تكنولوجيا الثورة الاتصالية إلى نشر - مبدأ التماثل - وتحميه ليصبح بذلك أمرا واقعا، وتحويل المجتمع إلى كتل متشابهة وتكون ذلك من خلال : تنميط الحياة اليومية بحكم فراغ ما يسمى بالخيال الجماعي وخوائه وظهور نمط واحد من الواقع المعيشي يتصف بالتماثل السكوتي.¹

ثالثا : دور الاعلام الرقمي في تشكيل الرأي العام لدى الشباب

بالرجوع إلى البناء المعلوماتي الذي يميز الفضاء الافتراضي الذي يختص بتشكيل التوجهات نجده يتمحور بالأساس في حملات إعلامية عفوية تدعو بوسائل للتفكير في مهمات للفعل البشري لأثناء مواجهته لمؤثرات تحفيزية للسلوك وغالبا ما تكون منبثقة من مصادر غير رسمية تكون على الغالب شاهدة على مواطن الحدث زمن وقوعه والغرض منها لا يكون توعويا بالضرورة أكثر منه نشر يهدف للدفع نحو التفاعل في أبسط صورة وهي كرسائل افتراضية تخضع لخاصية الوسيلة الجديدة وهي التفاعل وبالتالي تدفع للتأثير المباشر والآني وهو ما يميزها كآليات لبناء المضمون الإعلامي أكثر فعالة من وسائل الإعلام و الاتصال التقليدية (راديو - جرائد - تلفزيون).²

والجدير بالذكر أن نشاط سلطات التنفيذ والتشريع في مجال الإعلام الرقمي الذي ينزع نحو ربط وسائل الإعلام والاتصال بالشبكية العالمية والتي كانت لها وأن حققت نوعا من التأثير، لكن نسبة التأثير مرتبطة كما أشارت إليه دراسات إعلامية مختلفة حول نزوع المتعرض لوسائل الإعلام الجديدة للمواقع التواصل الاجتماعي أكثر بالمقارنة مع المواقع الإلكترونية وأيضا بما أشارت له مقارنة ماكلوهان في حتميته التكنولوجية من خلال مسلمته التي نرى أن العصر هو الذي يدفع لاستخدام الفرد بوسيلة معينة

¹ - حسن هادي رشيد: مرجع سابق، ص378.

² - بودادة أحمد: دور الإعلام الرقمي في تشكيل الرأي العام لدى الشباب في الجزائر، مجلة المعيار، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، مجلد 23، العدد 46، 2019م، ص512.

الفصل الثالث : مساهمة الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي الاجتماعي والسياسي للشباب

وفي الوقت الراهن الذي هو وقت شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الذكية يحتم على السلطات الرسمية الاستفادة من هذه الشبكات بما تتيحه للقيام بالتوعية لاستخدامات هذا المتغير وما يدور في فلكه من متغيرات أخرى.

والحقيقة أن الرأي العام كمفهوم يبعث على تحصيل واجبات في التعامل واستحقاق في التلقي العادل للمعلومة، يكاد يكون مغيبا عند فئة كبيرة من المجتمع وينعكس ذلك في التجاوزات التي تعكس مخاطر كبيرة على الفرد والمجتمع، فالأمر يحتاج إلى تغيير بعض السلوكيات والقناعات والاعتقادات الخاطئة وهذا لمن يتم فقط من خلال تطبيق أساليب الردع والتي تثبت إحصائيات الجرائم الإلكترونية وكذا في أروقة العدالة ضعف فعاليتها بل من خلال جملة إعلامية رقمية طويلة المدى تقوم بها الهيئات المختلفة للتوعية الشاملة التي تشمل كافة الجوانب التي ترتبط بالاستخدام الحسن لما يتضمنه هذا المتغير من خلال حسابات رسمية فعالة تمثل تلك الأجهزة على مدار اليوم في مواقع التواصل الاجتماعي تحمي بها أولا مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الاستقاء العشوائي للمعلومات والذي يدفع في الغالب لتغذية الإشاعات وتهديم جهود تكوين رؤى موحدة حول قضايا جديّة، ومن ثم تكون مصدر ثقة ومصداقية للمستخدم يرجع إليها في حالة الوقوع في الإشكال المعرفي وتقوم هذه الحسابات بمهام الإعلام والتوجيه والتوعية ويكون نجاحه مؤكد بالنظر لسيكولوجية الفرد الاتصالية التي تلتفت حول قائد الرأي الذي يوفر لها قاعدة الأمن والأمان المعلوماتية.

ويجب التنويه بكثافة استخدامات المجتمع بمختلف فئاته وأطيافه للهواتف الذكية كونها وسائط أو بيكيتارية (الجوالة) نافذة إلى مختلف الثقافات العالمية يمكن تكييفها في نشر ثقافة التعبير الأمن الذي يعد أحد مؤشرات صناعة الرأي العام الإيجابي من خلال تطبيقات ذكية مختصة في تعليم أو التذكير بمختلف ما يقتضيه هذا المتغير من نصوص ومواد بإضفاء جو المسابقة والتسلية في التعامل معها كتطبيقات خاصة وأنها أثبتت فعاليتها كآلية تعليم في دول أوروبية وإفريقية متعددة تكون فيها الهيئات المعنية المشرف أو الراعي وذلك من أجل تأطير محكم في ظل كثافة التجاوزات خاصة ببلدان مختلفة.¹

وبالرجوع إلى فئة الشباب كمؤشر مهم في قياس عمق تحصيله للرؤى المكونة حول أي موضوع فهو مرتبط بثنائية تجمع بعض الظروف والوضعيّات "غير المريحة" التي تميز البناء الاجتماعي، لكنها لم تستحوذ على اهتمام الرأي العام أو الغالبية الكبيرة من المجتمع، ومدى إحساسه وإدراكه العقلي بالواقع

¹ - بودادة أحمد: مرجع سابق، ص512.

العام الذي يميز البناء الاجتماعي الذي يخول له الحكم على هذه الظروف والوضعيات بالإيجاب أو بالسلب مع الإشارة إلى دور قادة الرأي ودوائر صنع القرار في إدراك أثر هذه الظروف والمتغيرات، هذه الأخيرة تحاول تسليط الضوء على هذه المؤثرات بتسخير آليات التأثير وتكوين رأي عام منمط يجد حلولاً لهذه المشاكل ويراعي مصالح جماعات الضغط فتُفعل وسائل إدراك الحقيقة "تلفزيون (عام/خاص)، إذاعة ، جريدة، في ظل تحكم هذه الجماعات في سلسلة تكوين هذه "الحقيقة" والتي لا تعبر بالضرورة عن الواقع، بإضافة إلى طابع البناء الاجتماعي الذي يتميز بعدم الاستقرار والمؤشر بدورية الأزمات والاحتجاجات العنيفة المحدودة بمجال زمني عشوائي من حيث الزمن والدورية المعبر به عن عدم رضا اتجاه النمط السياسي المنتهج، وهو ما يفعل آلياً كثافة في طلب المعلومات والنزوع نحو الوسائط الرقمية التي تسد تلك الحاجات، أي إنّ الفرد ملازم بصفة لصيقة لوسائط الإعلام الرقمي في فترات التغيير والاستقرار وفي هذه الفترات يعتبر الإعلام الرقمي بديلاً استراتيجياً يشبع احتياجات الجمهور وقد يكون توجهه سلبياً لا يتوافق بالضرورة مع توجه السياسة العامة بالرغم من كثافة القنوات الإعلامية إلا أنها غير قادرة على التمرکز في طبيعة وسائل الإخبار مقارنة بوسائط الإعلام الرقمي.¹

أضف إلى ذلك خصوصية البيئة السياسية فهي تعكف على وسائط الإعلام الرقمي كمصدر رئيسي للمعلومة وتغليب كفته على الملتقيات السياسية المباشرة والندوات والمقابلات مع الفاعلين السياسيين في تحصيل المعلومة وبالتالي تشكيل رأي انطلافاً منها، كون هذه الوسائط هي وسائل استقاء المعلومة السائدة في هذا العصر وهي التي عدّلت الجينة الرئيسية المكونة للمجتمع فأصبحت المؤثر الأساسي في تكوين التوجّه أكثر من المضمون الإعلامي في حد ذاته، و بالتالي فوسائط الإعلام الرقمي هي من تحدّد أجندة المواضيع المثارة وليس دورة القضايا التي تميز الساحة السياسية الوطنية، ولعل الحدث السياسي الذي شهدته الساحة الوطنية في ماي 2017 المنوه الأكبر للدور الذي لعبته تكنولوجيا المباشر (Live) ومواقع التواصل الاجتماعي كأحد أشكال الإعلام الرقي على الوعي السياسي إذا تأثرت على أجندات وسائل الإعلام الرسمية التي هدفت إلى صناعة الرأي عام يُكرس الفعل الانتخابي ومواجهة فكر المقاطعة الذي كان متأصلاً في الرأي العام الوطني، وهي أحد مبادئ الوعي السياسي في البناء الاجتماعي إلا أن دوائر صنع القرار همشت إلى حد معين تحديث نظام بناء وتوزيع المعلومات الذي يتمشى ووسائط الإعلام الرقمي التي تميز العصر وبالتالي ترسيخ فكر المشاركة والانتخاب بالرغم من

¹ - بoudade أحمد: مرجع سابق، ص 513.

إثبات وسائل الإعلام الجديد لدورها في التعبئة الشعبية والتي أقررت في النهاية على ما يسمى بالربيع العربي، في بعض دول المنطقة العربية منذ 2011، ولما خصصت الطبقة السياسية بمختلف أطيافها واتجاهاتها لهامش التحرك الأكبر في وسائل الإعلام التقليدية وتبادل الانتقاد من رواد المعارضة وأحزاب السلطة حول الزمن المخصص لكل فئة على حساب الأخرى مع ظهور "عرضي مراهق" على مواقع التواصل الاجتماعي، ساهمت هذه الأخيرة بشكل كبير في كبح فاعلية برامج تلك الأجنحة بما أتاحتها من خصائص ووظائف للشباب المتفاعل معها لشعورهم (هي أولى مراحل تكوين توجه واعٍ) بأن النظام الحالي لم يحل مشاكلهم الاجتماعية والاقتصادية، وأن النخب السياسية مشغلة في الصراع على السلطة ومكاسيها، فرغ من خلال العديد من صفحات الفيسبوك التي تحظى بعدد كبير من المنتسبين وناقدت بالمقاطعة وأطلقت إشاعات مختلفة ضد المشاركة في الانتخابات ومنها (ما نسوطيش) المعبر عنه بفيلم قصير على موقع التواصل الاجتماعي يوتيوب للممثل الشاب شمس الدين العمراني، هذا وبينت مختلف أشكال الإعلام الرقمي قدرتها على تكوين التوجهات للشباب المتمثل بمختلف الاهتمامات السياسية من نقاشات ومعرفة ومشاركة سياسة، لما تبثه من أخبار سياسية تؤثر إيجابيا على وعيهم السياسي وطريقة فهمهم للأوضاع المعاشة والذي وصل إلى العزوف كشكل من أشكال الرفض والمؤثر في نتائج الانتخابات المعلن عنها.¹

¹ - بoudade أحمد: مرجع سابق، ص 513، 514.

خلاصة :

ومن هنا نستنتج أن الإعلام الرقمي أحدث طفرة نوعية ليس فقط في مجال الاتصال بل في نتائج وتأثير ذلك الاتصال الذي أصبح مؤثرا على المجال الاجتماعي والسياسي وإعطاء قيمة مضافة في الحياة السياسية والاجتماعية، هذا وقد استخدم الشباب في بداية الأمر الإعلام الرقمي للردشة وإخراج الشحن العاطفية، ولكن يبدو أن موجة من النضج انتشرت من أجل المطالبة بتحسين إيقاع الحياة السياسية والاجتماعية.

الفصل الرابع

دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على فئة الشباب الجامعي

تمهيد

أولاً : مدخل إلى مواقع التواصل الاجتماعي

1- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

2- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

3- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

4- إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

ثانياً : أساسيات مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الشباب الجامعي

1- ضوابط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

2- شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام

3- شبكات التواصل الاجتماعي وتنمية الوعي السياسي والاجتماعي

4- علاقة الشباب بشبكات التواصل الاجتماعي

خلاصة

الفصل الرابع : دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على فئة الشباب الجامعي

تمهيد :

تعد مواقع التواصل الاجتماعي ظاهرة إعلامية الأبرز في عالمنا اليوم كونها تسيطر على فئات المجتمع وخاصة فئة الشباب باعتبارهم الأكثر تأثراً والأكثر إقبالاً على تلك المواقع المتعددة من أجل الاستفادة من المزايا والعروض التي تقدمها نذكر منها مثلاً ميزة الاتصال بشكل خاص وعام في جميع الميادين، إلى جانب ممارسة كل الأنشطة التفاعلية والتشاركية بكل حرية، فمواقع التواصل الاجتماعي اليوم تجاوزت ذلك إلى أن شكلت أهم أدوات الإعلام التفاعلي وأصبحت من إحدى عوامل التأثير والتغيير حيث استقطبت شريحة واسعة من الشباب واستثمرت طاقاته وقدراته بالانخراط في القضايا الاجتماعية والسياسية، فبعد أن كانت وسيلة اجتماعية للتواصل بين الناس، باتت وسيلة تزيد من إدراك الشباب ونشر الوعي.

أولاً: مدخل إلى مواقع التواصل الاجتماعي

1- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي :

هي إحدى أدوات الإعلام الرقمي الفاعلة، وهي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ويب 2.0 تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة) كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض.

تصنف هذه المواقع ضمن مواقع الويب 2،0 لأنها بالدرجة الأولى تعتمد على مستخدميها في تشغيلها وتغذية محتوياتها كما تتنوع أشكال وأهداف تلك الشبكات الاجتماعية فبعضها عام يهدف إلى التواصل العام وتكوين الصداقات حول العالم وبعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدد ومنحصر في مجال معين مثل شبكات المحترفين وشبكات المصورين ومصممي الجرافكس، وتقوم الفكرة الرئيسية لمواقع التواصل الاجتماعي على جمع بيانات أعضاء المشتركين في الشبكة ويتم نشر هذه البيانات علناً على الشبكة حتى يتجمع الأعضاء ذوو المصالح المشتركة والذين يبحثون عن ملفات أو صور أي أنها شبكة مواقع فعالة تعمل على تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض وبعد طول سنوات وتمكنهم أيضاً من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توّطد العلاقة الاجتماعية بينهم.

إذاً مواقع التواصل الاجتماعي هي عبارة عن مواقع (ويب) تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل: المحادثة الفورية، الرسائل الخاصة، البريد الإلكتروني، الفيديو، والتدوين ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات، وقد أحدثت تغيراً كبيراً في كيفية الاتصال والتواصل والمشاركة بين الأشخاص والمجتمعات وتبادل المعلومات ومن أشهر الشبكات الاجتماعية الموجودة حالياً (فيسبوك، يوتيوب، ماي سبايس، ماي فايف).¹

¹ - العبيد الطيب عبد القادر أحمد: فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الرأي العام (دراسة حالة التغيرات السياسية في المجتمعات العربية، دار البداية ناشرون وموزعون، ط1، عمان، الأردن، 1438هـ-2017م، ص 26، 27.

الفصل الرابع : دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على فئة الشباب الجامعي

تعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها تلك المواقع التي توجد على شبكة الأنترنت العالمية، وتُتيح للمستخدمين إنشاء حسابات شخصية، وتكوين علاقات مع مستخدمين آخرين للمواقع نفسها ويتم من خلالها تفاعل المستخدمين مع بعضهم بعضاً، وتواصلهم مع أصدقائهم وعائلاتهم وزملائهم ولا ينحصر استخدام هذه الوسائل أو المواقع على الاستخدام الشخصي والاجتماعي فقط، بل تستخدم لأهداف تجارية فقط أصبحت هدفاً للدين يسعون إلى جلب المزيد من الزبائن والعملاء.¹

هي مساحات افتراضية في شبكة الأنترنت تسمح للمستخدمين بإنشاء صفحات شخصية للتعريف بأنفسهم، وممارسة مختلف هواياتهم واهتمامات المشتركة سواء كانوا من الأصدقاء الذين يعرفونهم في الواقع أو الذين يشاركونهم الاهتمام نفسه في الواقع الافتراضي.²

وتعرف أيضاً: بأنها شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت ومن أي مكان وقد ظهرت على شبكة الأنترنت منذ سنوات قليلة وغيرت في مفهوم التواصل والتقارب بين الشعوب واكتسبت اسمها الاجتماعي كونها تفرز العلاقات بين أبناء المجتمع الإنساني، وتعددت في الآونة الأخيرة وظيفتها الاجتماعية لتصبح وسيلة من وسائل النضال السلمي والحضاري، وأصبحت بمثابة سلاح قادر على المساهمة في التغيير السياسي ونشر قيم الديمقراطية وترسيخ فلسفة حقوق الإنسان.³

يعرف زاهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي على أنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء مواقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهويات نفسها.⁴

وتعرف أيضاً على أنها المواقع الإلكترونية التي توفر فيها تطبيقات الأنترنت خدمات لمستخدميها، تتيح لهم إنشاء صفحة شخصية معروضة للعامة ضمن موقع أو نظام معين، وتوفر وسيلة

¹ - حسان شمسي باشا، ماجد حسان شمسي باشا: وسائل التواصل الاجتماعي رحلة في الأعماق، دار القلم، ط1، دمشق، سوريا، 2020م، ص ص23،24.

² - حدادي وليدة: الشبكات الاجتماعية من التواصل إلى خطر العزلة الاجتماعية، مجلة دراسات، جامعة الأغواط، عدد 36، الجزائر، سبتمبر 2015م، ص33.

³ - رضوان قطبي: شبكات التواصل الاجتماعي والحراك السياسي بالمغرب، دراسة ميدانية مجلة الدراسات الإعلامية، المراكز الديمقراطية العربي، العدد 01، المغرب، يناير 2018م، ص ص264،265.

⁴ - سميرة نصري: دور الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية، مجلة العلوم القانونية والسياسية، جامعة خنشلة، الجزائر، المجلد 11، العدد01، 2020م، ص445.

الفصل الرابع : دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على فئة الشباب الجامعي

اتصال مع معارف منشئ الصفحة أو مع غيره من مستخدمي النظام، وتوفر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الأنترنت.¹

2- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي :

في عام 1954م صاغ جون بارنز " John Barnes "، والذي كان باحثاً في العلوم الإنسانية في جامعة لندن مصطلح الشبكات الاجتماعية، للدلالة على أنماط من العلاقات، تشمل المفاهيم التي يستعملها الجمهور بشكل تقليدي، وتلك التي يستخدمها علماء الاجتماع لوصف المجموعات كالعائلات، والأسر.

وفي السبعينيات من القرن الماضي ظهرت بعض الوسائل الإلكترونية الاجتماعية البدائية، فقد كانت هناك شبكات تواصل تضم آلاف من الطرفيات مرتبطة بجهاز حاسوب رئيس يمثل مركز البيانات، ومصدر ذكاء تلك الطرفيات.

وبعد اختراع شبكة المعلومات الدولية (الأنترنت) في منتصف التسعينيات من القرن العشرين، بدأت أول شبكات التواصل الاجتماعي بالظهور بشكلها الحديث مثل (.com Classmatrees) عام 1995م، وهو موقع اجتماعي للربط بين زملاء الدراسة، وكانت الغاية منه مساعدة الأصدقاء والزملاء الذين جمعتهم الدراسة في مراحل حياته معينة، وفرقتهم ظروف الحياة العملية في أماكن متباعدة، وكان هذا الموقع يلبي رغبة هؤلاء الأصدقاء والزملاء في التواصل فيما بينهم إلكترونياً وعضوية هذا الموقع مجانية.

وبعد عامين أطلق موقع SixDegrees.com الذي اخذ اسمه من عبارة ست درجات من الانفصال separation Six degrees of التي أخذت من تجربة العالم الصغير لعالم النفس الأمريكي في جامعة هارفرد ستانلي مليغرام Stanley Milgram، وهو موقع اجتماعي للاتصال والتواصل بين الأصدقاء والمعارف، يسمح للمستخدمين بعمل ملفات شخصية تعريفية، وإدراج قوائم بالأصدقاء، كما أتاح منذ عام 1998م إمكانية تصفح هذه القوائم، وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية بين عام 1999م و2001م التي لم تحقق نجاحاً لعدم جدوتها المادية.²

¹ - محمد الأمين أحمد عبد مرزوك: مواقع التواصل الاجتماعي والحراك الشعبي " الاعتماد المتبادل" الناشر المركز الديمقراطي العربي، ط1، برلين، ألمانيا، 2010م، ص56.

² - حسن محمد هنتيمي: المرجع السابق، ص ص79، 80.

الفصل الرابع : دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على فئة الشباب الجامعي

وفي المدة ما بين عام 2002م وعام 2004م بلغت شعبية الشبكات التواصل الاجتماعي الرقمنة عبر العالم ذروتها من خلال ظهور ثلاثة مواقع كان أولها My space ، يليها موقع Friendster، ثم موقع Facebook الذي ظهر عام 2003م، والذي أصبح بسرعة من أهم هذه المواقع الاجتماعية وأكثرها شعبية، وفي منتصف عام 2005م، كان موقع ماي سبيس My space مقصدًا مشهورًا لطلبة المدارس الثانوية في شتي أرجاء الولايات المتحدة الأمريكية، ولكن المراهقين من البلدان الأخرى كانوا موزعين على مواقع الشبكات الاجتماعية الأخرى وظهرت أنواع أخرى من الشبكات الاجتماعية التي تهتم بالصور مثل موقع "فلوكر" الذي ظهر عام 2004م، وموقع يوتيوب youtube الذي ظهر عام 2005م، ويهتم بنشر مقاطع الفيديو، والواقع أن الشبكات الاجتماعية على الويب هي مواقع أسسها أفراد وتبنتها شركات كبرى فيما بعد، وتهدف هذه الشبكات الاجتماعية إلى جمع الأصدقاء والمعارف والأقارب وزملاء الدراسة والعمل في مكان واحد على الويب والتشارك في الآراء والاهتمامات والتعليقات والأخبار، وتكوين صداقات جديدة وبرؤية اجتماعية خالصة فإن الشبكات الاجتماعية هي بديل افتراضي للجماعات الاجتماعية الحقيقية التي تراجعت بسبب تغير أساليب الحياة وسرعة إيقاعها، وتباعد المسافات العاطفية والنفسية بين البشر بحكم تطور تكنولوجيا الاتصال الحديثة.¹

3- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي :

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بالعديد من الخصائص أهمها:

- **التكامل:** تمثل هذه الشبكات ساحة اتصالية، تجمع بين نظام الاتصال وأشكالها، والوسائل الرقمية المختلفة المحتوى، بأشكاله ووظائفه في منظومة واحدة، توفر للمتلقي الخيارات المتعددة في إطار متكامل، بحيث تتيح للفرد إمكانية التعرض للمواد الإعلامية التي تختارها، أو إعادة إرسالها للآخرين.
- **تجاوز الحدود الثقافية:** وبالتالي تميزت المجالات الاتصالية بالعالمية Globalization، وسقوط الحواجز الثقافية بين أطرافها.
- **تجاوز حدود المكان والزمان:** مما وفر عنصر، المرونة والتفاعل بل إن تطور تقنيات الاتصال إلى أجهزة المحمول سهلة النقل والحمل من مكان إلى آخر، مهما تباعدت المسافات بين أطراف عملية الاتصال.

¹ - ميمي محمد عبد المنعم توفيق: شبكات التواصل الاجتماعي (النشأة والتأثير)، مجلة كلية التربية، جامعة عين الشمس، القاهرة، مصر، العدد 24، ج2، 2018م، ص214.

الفصل الرابع : دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على فئة الشباب الجامعي

- **الاستغراق في عملية الاتصال:** داهمت الشبكات الاتصال الاجتماعي، حياة الأفراد بشكل إجباري وحتمي، بحيث أصبحت هي بحد ذاتها بمثابة محرك بحث، تلجأ لها الأفراد للوصول عما يبحثون عنه.
- **قوة التأثير:** حيث أن الشبكات الاجتماعية لغة العصر، وقد اكتسحت هذه اللغة التقنية الجديدة، جميع لغات العالم، وطوتها في سجلها وأثرت في استعمالها.
- **المشاركة:** وتعني قدرة نقل المعلومات من وسيط لآخر ومن شبكة لأخرى، فوسائل الاعلام الاجتماعي تأتي من الجمهور نفسه، من خلال التشارك والسيطرة على المحتوى، وإضافة التعليقات والروابط، والصور والفيديو، أو الردود على المشاركات من المستخدمين الآخرين، وذلك بفضل تشجيع التفاعل بين المستخدمين بطريقة لم تستطيع أن توفرها أفضل مواقع الويب.
- **إمكانية النشر من قبل المواطنين:** فلقد ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في ظهور الصحفي المواطن، الذي يمكن أن يشارك بفعالية في تلك الشبكات، دون الخضوع لتأثير حارس البوابة، ليصبح للمواطن دور فعال في التأثير، والتغيير والتعبير الحر عن الرأي، دون أي ضابط، أو رادع، تراعي في خصوصية الفرد والمجتمع.
- **الاتصال السريع:** فالشبكات لديها القدرة على نقل الأخبار، والمعلومات بسرعة فائقة، فأى حدث أو موقف يحدث في أي مكان يمكن نقله وتداوله عبر الشبكات الاجتماعية في نفس الوقت.
- **الانتشار:** فالشبكات الاجتماعية من أكبر المواقع وأوسعها على شبكة الأنترنت انتشاراً، واستمراراً، لتقدمها خاصية التواصل بين الأفراد والجماعات المستخدمين لها.¹
- **التفاعلية:** فالفرد فيها كما أنه مستقبل وقارئ، فهو مرسل وكاتب ومشارك فهي تلغي سلبية الإعلام القديم، وتعطي حيزاً للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ.
- **تعدد الاستعمالات:** مواقع التواصل سهلة ومرنة ويمكن استخدامها من قبل الطلاب في التعليم، والعالم لبث علمه وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القراء، وافراد المجتمع للتواصل.
- **سهولة الاستخدام:** فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة، تستخدم الرموز والصور التي تسهل للمستخدم نقل فكرته والتفاعل مع الآخرين.

¹ - علي إسماعيل: مواقع التواصل الاجتماعي بين التصرفات المرفوضة، والأخلاقيات المفروضة، بحث مقدم لجائزة خدمة الدعوة والفقهاء الاسلاميين دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2020م، ص ص45، 46

الفصل الرابع : دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على فئة الشباب الجامعي

• اقتصادية في الجهد والوقت والمال: في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل فالكمل يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي، وليس ذلك حكراً على أصحاب الأموال أو حكراً على جماعة دون أخرى.¹

4- إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي :

أ- الإيجابيات:

✓ نشر العلوم والمعارف صغيرها وكبيرها، تفرغ الموسوعات العلمية والمصنفات والمؤلفات قديمها وحديثها في المدونات الإلكترونية تسمح للجميع الاطلاع عليها ومتابعتها، حيث أن هذه الموسوعات والمصنفات تشمل جميع العلوم لجميع الناس، شريعة بكل أقسامها وعلومها وعلماؤها وطبياً وصيدلية وعلوم وآداباً وتخصصات الاقتصاد وعلوم الفلك والجغرافيا والفضاء وغيرها.

✓ سرعة التواصل مع الآخرين ورؤيتهم عبر الموقع وسماع أصواتهم في جميع أرجاء العالم.²

✓ التواصل مع العالم الخارجي وتبادل الآراء والأفكار ومعرفة ثقافات الشعوب وتقريب المسافات.

✓ ممارسة العديد من الأنشطة التي تساعد على التقرب والتواصل مع الآخرين.

✓ تفتح أبواباً تمكن من إطلاق الإبداعات والمشاريع التي تحقق الأهداف وتساعد المجتمع على

النمو.³

✓ ساعدت مواقع التواصل الاجتماعي على تحسين الوعي العام وتحسين مستوى الثقافة العامة لذا

الأفراد، لاسيما الأخبار اليومية وتحليلات وتعليقات الخبراء، بالإضافة إلى ردود أفعال الجماهير عليها،

وما تحدثه لديهم من انطباعات.⁴

¹ - عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2015م، ص 67.

² - محمد علي صليبي: وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على المجتمع، المؤتمر العلمي الدولي السنوي الرابع لكلية الشريعة، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2014م، ص 83.

³ - إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي: شبكات التواصل والأنترنت والتأثير على الأمن القومي والاجتماعي، الناشر المكتب للمعارف، ط 1، القاهرة، مصر، 2016م، ص 86.

⁴ - عبد الكريم بكار، أولادنا و وسائل التواصل الاجتماعي، دار وجوه للنشر والتوزيع، ط1، الرياض، المملكة العربية السعودية، 1438هـ، 2017م، ص 29

الفصل الرابع : دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على فئة الشباب الجامعي

ب- سلبيات:

- من أهم سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي غياب المسؤولية الاجتماعية والضبط الاجتماعي اللذان يعدان من أهم مقومات السلوك الاجتماعي والتي تؤدي إلى:
- ✓ نشر الإشاعات والمبالغة في نقل الأحداث.
 - ✓ النقاشات التي تتعد عن الاحترام المتبادل وعدم الرأي الآخر.
 - ✓ إضاعة الوقت في التنقل بين الصفحات والملفات دون فائدة.
 - ✓ عزل الشباب والمراهقين عن واقعهم الأسري وعن مشاركتهم في الفعاليات التي يقيمها المجتمع.
 - ✓ ظهور لغة جديدة بين الشباب من نشأتها أن تضعف لغتنا العربية وإضاعة هويتها.
 - ✓ انعدام الخصوصية الذي يؤدي إلى أضرار معنوية ونفسية ومادية.¹
 - ✓ نشر أفكار هدامة وتجمعات مخالفة للقيم والقانون.
 - ✓ عرض المواد الإباحية والفاضحة والخادشة للحياء.
 - ✓ التشهير ونشر الشائعات والمضايقات.
 - ✓ التحايل والابتزاز والتزوير.
 - ✓ انتهاك الحقوق الخاصة والعامة.²
 - ✓ ضعف العلاقات الأسرية والعزلة النسبية للأسرة بحيث أصبحت الأسرة العربية تشهد ضعف وتخللاً في تركيبها وأصبح الطابع الفردي هو السائد بين أفرادها، وهناك انخفاض في التفاعل بين أفراد الأسرة.
 - ✓ شيوع ثقافة الاستهلاك داخل الأسر خاصة بين الشباب، والتطلع إلى ما يفوق قدرات الأسرة المالية، فكل فرد يريد أن يحدث جهاز الهاتف الخاص به، لمجرد الحصول على جهاز آخر متطور ذو إمكانيات أعلى للبقاء دائماً على استخدام التواصل الاجتماعي.³

¹ - عبد الرحمن إبراهيم الشاعر: المرجع سابق، ص 69.

² - صالح العلي، مهارات التواصل الاجتماعي أسس ومفاهيم وقيم، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2015م، 1436هـ، ص 125.

³ - أحمد رشاد علي الرويني: مشاركة الأفراد في وسائل الإعلام، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، ط1، الجزائر، 2018م، ص 96، 97.

ثانيا : أساسيات مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الشباب الجامعي

1- ضوابط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي :

تساعد استخدام شبكة التواصل الاجتماعي دون وعي بقواعد استخدامها، ودون ضوابط تحكم هذه الاستخدامات الأمر الذي نتج عنه العديد من التأثيرات السلبية في مناخ متعددة، وهو ما يتطلب معرفة هذه التأثيرات من ناحية وجهها علميا لرفع الوعي بطرق الاستخدام من ناحية أخرى، ويتطلب التوعية المباشرة وغير المباشرة بالأخطار المترتبة على الاستخدام غير الواعي لهذه الوسائل.

ويجب أن يتم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وفق ضوابط أخلاقية واجتماعية وقانونية، واستخدام تلك الشبكات لنشر معلومات مفيدة وأخبار حقيقية، ومحتوى إيجابي يعزز ثقافة الحوار وقبول الآخر، هذه الضوابط تتضمن أيضا التحلي بالفضيلة ونشر القيم الدينية وتنمية هذه القيم في نفوس أفراد المجتمع، والابتعاد عن نشر الشائعات، ليبقى المجتمع مجتمع متماسك وقوي وقادر على مواجهة الأخطار والقيم الوافدة، والالتزام بالقيم الثقافية الحادة التي تتسم باحترام القواعد الدينية والأخلاقية والقانونية والقيم السليمة المتمثلة بالنزاهة والصدق والإخلاص.

واستخدام شبكات التواصل الاجتماعي يتطلب بوجود ضوابط أخلاقية لتوظيفها بأن تكون إحدى الوسائل المحققة للسير في الحياة ورفاهيتها وسعادتها للإنسان فردا كان أو جماعة، وسنعرض أهم الضوابط التي نراها محققة لهذا الهدف على النحو التالي:¹

- التحلي بالفضيلة ونشر القيم الدينية وتنمية هذه القيم في أفراد المجتمع ليبقى المجتمع متماسكا قويا وقادر على مواجهة الأخطار والقيم الوافدة.
- الالتزام بالتعاليم الشرعية والقيم الاجتماعية والأخلاقية والثقافية والقواعد القانونية عند استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
- البعد عن التحريض وإثارة الفتن الدينية والعرقية فأحكام الإسلام صريحة في الحث على المحبة بين الناس.
- مراعاة الأمانة وتحري الصدق والتثبت في نشر الأخبار ونقلها، وعدم نشر الشائعات وترويجها.

¹ - رضا إبراهيم عبد الله البيومي: مواجهة نشر الشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي في الفقه الإسلامي والقانون الوضعي، المؤتمر العلمي السادس كلية الحقوق جامعة طنطا، مصر، 2019م، ص 18.

الفصل الرابع : دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على فئة الشباب الجامعي

• البعد عن التشهير وتجنب إشاعة الفاحشة وعدم الإساءة للغير بما يمس حياته أو عرضه أو سمعته أو مكانته الأدبية، فمع كفالة الشريعة الإسلامية لحق إبداء الرأي وحق نشره، إلا أنه مقيد بعدم المساس بحقوق الآخرين في سمعتهم. كما لا يجوز الإساءة إلى الغير ولو بالإشارة، قال الله تعالى: (يا أيها الذين آمنوا لا يسخر قوم من قوم عسى أن يكونوا خيرا منهم ولا نساء من نساء عسى أن يكن خيرا منهم ولا تلتزموا أنفسكم ولا تتنازروا بالألقاب بئس الاسم الفسوق بعد الإيمان ومن لم يتب فأولئك هم الظالمون).

- تجنب السب والقذف عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
- البعد عن إفشاء أسرار الآخرين أو التعرض لخصوصياتهم.
- غض البصر عن ما لا يحل النظر إليه.
- مراعاة آداب الحوار مع الآخر، آداب النصيح وفق الضوابط الشرعية.
- استثمار الوقت في الأمور النافعة وعدم الإفراط في ارتياد مواقع التواصل الاجتماعي وتنظيم أوقات خاصة للإفادة منها.
- ممارسة حرية الرأي والتعبير عبر شبكات التواصل الاجتماعي بشكل موضوعي وبدون مخالفة القواعد الشرعية والقانونية لهذه الحرية وبدون النيل من جهات أو أشخاص أو مؤسسات والتشهير بهم، وأن لا تؤدي حرية التعبير عن الرأي إلى الإخلال بالنظام العام.
- الموضوعية ولزوم الصدق والنزاهة والتجرد عن الهوى.
- الالتزام بالمسؤولية والمحافظة على مصالح المجتمع وقيمه.¹

2- شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام :

أصبحت وسائل الاتصال والإعلام الرقمية من الضرورات الحياة إذ تؤدي وسائل الإعلام دورا بالغ الأهمية والخطورة في تشكيل الرأي العام. وفي تعبئة الجماعات وحشدها حول أفكار وآراء واتجاهات معينة، مهما كانت هذه الجماهير متباعدة جغرافيا، أو غير متجانسة ديموجرافيا، وزادت التطورات التكنولوجية الهائلة قدرة وسائل الاتصال الرقمية في تحقيق المزيد من التأثير في الجماهير، وتوجهها نحو آراء وأفكار معينة.²

¹ - رضا إبراهيم عبد الله البيومي: مرجع سابق، ص ص 18، 19.

² - أسامة غازي المدني: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية، ورقة بحثية، جامعة أم القرى نموذجا، قسم الإعلام، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة أم القرى، السعودية، 2015م، ص 402.

الفصل الرابع : دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على فئة الشباب الجامعي

وأسهم الانتشار الحر للمعلومات من خلال شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية في خلق إمكانية كبيرة للتحرك الشعبي على أساس معرفة واسعة ودقيقة بالأحداث السياسية، وتتخذ هذه الشبكات موقفا فريدا في هذه العملية، إذ تمارس تأثيرات قوية في صانعي القرار، وفي تشكيل الرأي العام، فوسائل الاتصال تمثل حلقة وصل بين الرأي العام وصانعي القرار.

ويختلف تأثير وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الرأي العام تبعا للبيئات الاتصالية التي تتم من خلالها عمليات التلقي، إذ تختلف باختلاف وسائل الاتصال المقروءة والمسموعة والمرئية، فلكل وسيلة إعلامية عدد من المزايا تجعلها تختلف من حيث التأثير عن الوسيلة الأخرى وتكرار التعرض لوسائل الاتصال يزيد من قوه تأثيرها في تشكيل اتجاهات الرأي العام، وقد تميزت شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية بقوة التأثير لأنها جعلت كل مزايا وسائل الاتصال التقليدية (المقروءة والمسموعة والمرئية) في الرسالة التي تقدمها، إن هناك اتجاهين مختلفين في دراسة تأثير وسائل الاتصال: الاتجاه الأول يربط بين التغيرات التي تحدث في الرأي العام على المستوى الجمعي Aggregate level changes والتغيرات التي تحدث في محتوى وسائل الإتصال، وعليه فإن وسائل الاتصال حين تقدم اتجاهات مختلفة ومتعارضة بصدد قضية معينة. قد يكون ممكنا قياس تأثير كل من هذه الاتجاهات في الرأي العام.

أما الاتجاه الثاني على المستوى الفردي فيوضح اختلاف تأثير وسائل الإعلام من فرد لآخر، حيث تعتمد التأثيرات على عملية ذات مرحلتين، وهما التعرض لوسائل الاتصال التي تقدمها وسائل الإعلام وفهمها (مرحلة التلقي)، وقبول محتوى هذه الرسالة (مرحلة القبول)، وهاتان العمليتان بدورهما يتأثران بمستوى الوعي السياسي لدى الأفراد.

ومن وجهة نظر جون زيلر وهو أحد الباحثين في العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الرأي العام فإن للميول السياسية والوعي السياسي وخطاب الصفوة دورا في تشكيل الرأي العام، إضافة إلى طبيعة البيئة المعلوماتية التي تقدم من خلالها الوسائل الإعلامية واعتبارها زيلر عاملا مهما في طبيعة التأثير الذي تحدثه وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الرأي العام.¹

¹ - أسامة غازي المدني: مرجع سابق، ص402.

الفصل الرابع : دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على فئة الشباب الجامعي

3- شبكات التواصل الاجتماعي وتنمية الوعي السياسي والاجتماعي :

يؤدي اليوم الإعلام في صورته الجديدة (شبكات التواصل الاجتماعي) دورا في تشكيل الوعي السياسي للشباب عن طريق تزويدهم بالمعلومات السياسية كما يسهم في تكوين وتدعيم أو تغيير ثقافتهم السياسية واستعدادهم للعمل العام إذ يشار إلى الوعي السياسي بوصفه حالة ذهنية يتمثل في إدراك الإنسان للعالم على نحو عقلي أو وجداني ويتجلى الوعي الإنساني في صور شتى تتباين بتباين المجال المدرك أو موضوع الوعي، حيث يعرف الإنسان أشكالا متنوعة من الوعي كالوعي الديني والوعي العلمي والوعي السياسي والوعي الأخلاقي. ومن هذا المنطلق يمكن القول أن الوعي السياسي هو الحالة التي يمثل فيها الفرد أو أفراد المجتمع قضايا الحياة السياسية بأبعادها المختلفة ويتخذون من هذه القضايا موقفا معرفيا وجدانيا في آن الوقت. فهناك من يعرف الوعي السياسي على أنه مجموعة من القيم والاتجاهات والمبادئ السياسية التي تتيح للفرد أن يشارك مشاركة فعالة في أوضاع مجتمعه ومشكلاته يحلها ويحكم عليها ويحدد موقفه منها ويدفعه إلى التحرك من أجل تطويرها وتغييرها وعند الحديث عن التأثيرات السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي يتبادر إلى الذهن أول ما يتبادر الدور الذي لعبته تلك الشبكات في الثورات العربية والتي دار حولها ولا يزال جدل كبير من قبيل المختصين، منذ مطلع العام 2011م، نشرت الكثير من المقالات والدراسات وعقدت الكثير من المؤتمرات والفاعليات التي ناقشت أهمية شبكة التواصل الاجتماعي وقدرتها على التأثير في تحفيز المشاركة الشعبية وتأثيرها على نماذج الحكومة التشاركية والأليات المجتمعية الجديدة، وقد كان النمو الكبير والسريع لشبكات التواصل الاجتماعي والتحويلات في أنماط واتجاهات استخدامها دورا هاما في حشد وتشكيل الآراء والتأثير المباشر على التعبير بين الشباب في المنطقة العربية.¹

وقد شهدت هذه الفترة تحولات واضحة في اتجاهات الاستخدام من الأغراض الاجتماعية والتجارية إلى الأغراض السياسية على مستوى المنطقة، هذا وتشهد بعض الدول العربية تحولات ديمقراطية لكنها بطيئة جدا، ويعتبر دور الشباب حاسما وهاما في ترويج وتعزيز هذه التحولات ولهذا لا بد من العمل على إشراكهم في هذه العملية وتوجيههم وتنظيمهم بشكل مناسب، فالشباب يتميزون بالدافعية والرغبة والقدرة على التغيير، لذا عليهم أن يفقهوا أهمية الديمقراطية وطبيعتها عملها، ويدركوا حقوقهم وواجباتهم والأدوار

¹ - نادية بن ورقلة: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، مجلة دراسات وأبحاث، جامعة زيان عاشور الجلفة، العدد 11، المجلد 5، الجزائر، 2013م، ص ص 206، 207.

الفصل الرابع : دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على فئة الشباب الجامعي

التي يمكن أن يقوموا بها، والمسؤوليات التي عليهم تحملها، هذا سيؤدي بالمقابل إلى نشر مقاربة شبابية تشاركية للديمقراطية والحكم الصالح، لذا فإن تقوية الشباب وتفعيل دورهم يتطلب أيضا انخراطهم في عملية صنع القرار بمشاركة الشباب في هذه العملية هو من صميم النقاش الاجتماعي والسياسي، فمفهوم الحكم الجيد يقع في إطار المبادئ الواسعة التي تتطلب مشاركة كل القطاعات والفئات في عملية الحكم وصنع القرار.

وعلى الرغم من الأهمية التي تعلقها المجتمعات والحكومات العربية على الشباب فإن هذا القطاع الهام لا يشارك عادة في عملية صنع القرار، بل إنهم يعاملون دائما على أنهم الجيل القادم وقادة الغد، هذا الوضع يتطلب من صنّاع القرار إعادة النظر في الطريقة التي ينظرون بها إلى مشاركة الشباب وإعادة النظر هذه لا تشمل فقط صنّاع القرار بل تتعداهم لتشمل الشباب الذين يشكل فقدانهم للتفكير الاستراتيجي والوعي السياسي عقبة متفاقمة أمام مشاركتهم السياسية.

والوعي الاجتماعي عند شالم الهمزاني هو محصلة تفاعل الأشخاص في إطار واقع اجتماعي معين وانصهار مدركاتهم وتصوراتهم وأحاسيسهم الذاتية.

أو الموضوعية في صيغة حقائق معرفية وقناعات إيمانية وتصورات ومسلمات و ميول ومشاعر واتجاهات وأنماط سلوك جماعية تعكس معطيات ذلك الواقع الاجتماعي في الكائن بما يشتمل عليه من أبعاد، متغيرات مسبقة: بشرية سكانية وبيئية واقتصادية مهنية ومعيشية وحضارية، تاريخية وثقافية وتنظيمية إلى غير ذلك من الأبعاد والمتغيرات الأخرى.

وهو يكتسب ويتغير في إطار علاقته التأثيرية التبادلية بهذا الواقع إضافة إلى الدور الكبير الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي على الصعيدين السياسي والتجاري، فإن هذه الشبكات أظهرت قدرات كبيرة في مجالات أخرى مختلفة على الصعيد الاجتماعي مثل: التعليم والرعاية الصحية وتنسيق عمليات التطوع الاجتماعي ومحاربة الغلاء والغش، كما استفادت منها ووظفتها المنظمات الخيرية غير الربحية في أداء أعمالها للوصول إلى المانحين والمستفيدين في نفس الوقت والتعريف بأنشطتها وغير ذلك.¹

ومن استخدامات الشبكات الاجتماعية الإيجابية ما يحصل فيها من التواصل الاجتماعي بين أفراد الدولة أو المدينة أو على مستوى الأسرة والقبيلة، في تواصل اجتماعي إيجابي يعزز قوة المجتمع في ظل

¹ - نادية بن ورقلة: مرجع سابق، ص ص 207، 208.

الفصل الرابع : دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على فئة الشباب الجامعي

زحمة الإعلام والاتجاه العام لاستخدام الشبكات الاجتماعية، من غير تحزب ولا عصبية، ومن غير ازدراء وتحقير للآخرين.

ومن هنا نلاحظ أنه أصبح للإعلام الجديد اليوم دورا أساسيا في نهوض الأمم وتقديم الشعوب نحو تحقيق أهدافها ووصل الأمر بالإعلام الحديث إلى مستوى أصبح هو الفاعل والمؤثر الأقوى في العلاقات الاجتماعية الاقتصادية والإنسانية على وجه العموم.¹

4- علاقة الشباب بشبكات التواصل الاجتماعي :

يمثل الشباب فئة عمرية لها دور وأهميتها داخل المجتمع. ونظرا لأنها تحمل في طياتها الأمل في البناء والمستقبل الزاهر لامتنا، لما تمتلكه من القدرة والحيوية على العمل والتغيير نحو الأفضل فيما يخدم المجتمع، من خلال ما يمكن أن يكتسبه الشباب من خلال الاستخدام الموجه والمدرّس لمواقع التواصل الاجتماعي من المهارات والخبرات والقدرات الاجتماعية المفيدة التي توجد وتنمي المسؤولية الاجتماعية فيهم وتجعل منتجين نافعين، ومن أجل ذلك يمكن أن تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دورا مهما في تنمية الوعي الاجتماعي، وذلك من خلال قيام المجموعات الشبابية بإنشاء صفحات خاصة بهم على هذه المواقع يبينون فيها قضية اجتماعية تقع في صلب اهتماماتهم فيعملوا على نشرها والدفاع عنها باستخدام مهارات التواصل والمناصرة والضغط، لذا يتم التركيز على مرحلة الشباب باعتبارها المرحلة الحاسمة في تقدم المجتمع أو تأخره إذ تعد الأنشطة المختلفة التي يمارسها مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي سواء كانت أنشطة ثقافية أو اجتماعية أو فنية من الأمور المهمة من خلال غرسها وتنميتها للقيم والمعايير الاجتماعية في نفوس الشباب، ويمكن بذلك أن تحقق شبكات التواصل الاجتماعي الوعي الاجتماعي من خلال مراعاة الأهداف التالية:

- أن يدرك الشباب العربي أهمية دوره في المجتمع من خلال "الحقوق والواجبات".
- أن ينمي الشبكات الاجتماعية الإحساس لديه بأهمية المشاركة الاجتماعية.
- أن ينمي الشباب الإحساس بالمسؤولية نحو الذات من خلال الاشتراك في إنشاء صفحة على الفيسبوك تتناول قضية اجتماعية.²

قد تنبه الدارسون لأهمية مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في صقل شخصية الشباب وتنميتها وبخاصة أن الدراسات التي أجريت في عام 2010 دلت نتائجها أن عدد المستخدمين العرب لموقع

¹ - نادية بن ورقلة: مرجع سابق، ص ص207،208.

² - المرجع نفسه: ص ص208،209.

الفصل الرابع : دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على فئة الشباب الجامعي

"الفييس بوك" يصل الى 15 مليون شخص، وفي مصر وحدها بلغ عدد المستخدمين 3,5 مليون بنسبه 4,5 بالمئة من إجمالي عدد السكان، وقد دلت الدراسات الحديثة أن عدد المستخدمين العرب يزداد بمعدل مليون شخص كل شهر، ومن المفارقات اللافتة أن عدد مستخدمي "الفييس بوك" العرب يفوق عدد قراء الصحف في العالم العربي.

وقد يرى بعضهم أن رعاية الشباب تتمثل في توفير ألوان من النشاط أو الخدمات أو اقامة المؤسسات الرياضية والاجتماعية لشغل وقت الفراغ، بيد أن هذه الرعاية لا تمثل سوى جزء من احتياجات الشباب في ظل ما توفره التكنولوجيا الحديثة من إمكانيات ضخمة يمارس من خلالها الشباب نشاطات مختلفة تؤثر في سلوكهم وأنماط شخصياتهم، فالسلوك الإنساني عبارة عن العمليات التي تتم بين الفرد بكل مكوناته العقلية والنفسية والاجتماعية والوسط والبيئة بكل ما يوفر فيها من ظروف ومواقف وعناصر اجتماعية وثقافية، وهو أساس التفاعل بين الأفراد والجماعات والمجتمعات.

فالشباب من خلال مواقع التواصل الاجتماعي يستفيد من الأنشطة والبرامج المتاحة له وتتفاعل مع غيره من الناس من خلال هذه الأنشطة، وبذلك يتبادل أنواعا من السلوك الإنساني مع غيره فيفيد ويستفيد من غيره، ويتعلم أنواعا من السلوك، ويكسب خبرات إيجابية من خلال ذلك التفاعل والأنشطة، ويحاول أن ينمي لنفسه الإحساس بالمسؤولية والاعتماد على الذات من خلال هذه العمليات والأنشطة وهو يقوم بذلك من خلال المشاركة مع الآخرين من الجماعات الأخرى على صفحات الفييس بوك، فالجماعة هي وحدة اجتماعية مكونة من مجموعة من الأفراد ترتبط بينهم علاقات اجتماعية ويحدث بينهم تفاعل اجتماعي متبادل فيؤثر بعضهم في بعض، كما يعتمد بعضهم على بعض.

ومن هنا تتضح أهمية التفاعل مع الآخرين من خلال الأنشطة المختلفة بين الجماعات التي يمكن تكوينها من مواقع التواصل الاجتماعي والتي تتخطى الحواجز والحدود لإحداث التأثير والتأثر واكتساب الخبرات وتنمية المسؤولية في الذات من خلال هذه الأنشطة والتفاعل بين الأفراد. إذ تعد النشاطات الاجتماعية ضرورة ملحة تتطلبها مرحلة الشباب بصورة خاصة فهي تعتبر مصدرا من مصادر الكشف عن مواهب الشباب وإمكانياتهم وميولهم في شتى مجالات الأنشطة الثقافية والاجتماعية.¹

¹ - نادية بن ورقلة: مرجع سابق، ص 209.

الفصل الرابع : دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على فئة الشباب الجامعي

وتعد الأنشطة المختلفة التي يمارسها مستخدموا مواقع التواصل الاجتماعي سواء كانت أنشطة ثقافية أو اجتماعية أو فنية من الأمور المهمة جدا لإيجاد وتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى الشباب وتنميتها وإيجاد المواطن الصالح من خلال غرس وتنمية القيم والمعايير الاجتماعية في نفوسهم. وبناء على ذلك فإن مواقع التواصل الاجتماعي تتيح للشباب فرصة التعليم والقيام بمسؤولياتهم الاجتماعية المناطة بهم داخل المجتمع وذلك من خلال أدوارهم التي يقومون بها داخل الأسرة والمجتمع ولذا كان من الضروري بالبحث عن كيفية تنمية قدرات الشباب وتوجيه استخدامهم لهذه المواقع وإكسابهم المهارات اللازمة لإيجاد المسؤولية الاجتماعية لديهم وتنميتها من خلال الأنشطة والبرامج المختلفة التي يمكن أن توفرها هذه المواقع، ومدى الاستفادة منها في بث روح المسؤولية وزيادة الخبرات والمهارات والاعتماد الذاتي والاجتماعي داخل الحياة من خلال الإدلاء والمشاركة بما يريدون من معلومات حول أنفسهم واهتمامهم ومشاعرهم وصورهم الشخصية ولقطات الفيديو الخاصة بهم ولذلك فإن الهدف من هذا الاختراع هو جعل العالم مكانا أكثر انفتاحا.

هذا وقد دفعت الأنترنت الشباب العربي إلى المشاركة الفعالة في مناقشة قضايا الشأن العام والتعبير عن نفسه بكل حرية بمنأى عن قيود البيئة السلطوية التي رسختها معظم النظم الحاكمة فأتاحت هذه البيئة الجديدة فرص جديدة لم تكن موجودة للشباب المهتم والشباب المنتمي إلى أقليات سياسية وعرقية على نحو تحول معه الفضاء الإلكتروني إلى مجتمع مصغر يناقش تنظيم مواقعهم أو مدوناتهم.¹ إن شبكات التواصل الاجتماعي الإلكتروني (الإعلام الجديد) ذات تأثير على الفعالية لم يتصوره المحللون وخبراء الإعلام والاتصال، بل إنها تفوقت على العديد من الفضائيات في النقل المباشر للأحداث والوقائع فقد بثت أخبارا بلحظتها متضمنة صورا ومقاطع مرئية التقطها شباب من أبناء الجيل الإلكتروني الجديد في سباق إعلامي مع القنوات الفضائية ونشر الدعوات الإيجابية للمشاركة في أعمال تطوعية، بل إن تلك الشبكات أسهمت في صناعة ثقافة التأثير من قبل بعض المؤثرين من مستخدمي الأنترنت، كما كان في الاحتجاجات المصرية التي بدأت إلكترونيا ثم أصبحت ثورة شبابية شعبية على أرض الواقع إن تويتر ويوتيوب وفيسبوك وفليكر وماي سبيس، وبيدو، جومو، ولينجدين... إلخ عوالم افتراضية ومدونات إلكترونية وضعت أخيرا في الحسبان، وباتت وسائل اتصال رئيسية مستخدمة في أنحاء شتى من العالم استطاعت أن تزيد من مهارات التواصل الاجتماعي عبر الأنترنت، وتعزز تواجد

¹ - نادية بن ورقلة: المرجع سابق، ص 210.

الفصل الرابع : دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على فئة الشباب الجامعي

قطاع عريض من الناس في محادثات وتجمعات إلكترونية بين متصفح الشبكة العنكبوتية، واستقطاب أعداد كبيرة من البشر بكافة الأعمار والتوجهات والاتجاهات والسياسات.

بانطلاق مرحلة جديدة من التواصل، وأطرت تلك الشبكات التفاعلية العنقودية لعلاقات إلكترونية أكثر عمقا بين المتصفحين، تبادلت فيها المعلومات وبيانات والآراء والأفكار في شفافية وحرية، وأصبحت إحدى الوسائل المحورية للتعبير عن الرأي لتصنع حراكا اجتماعيا واقعيا، وتركيبية متداخلة بين أفراد وجماعات مختلفة ومتجانسة، وذلك هو الذي خلق صراعا تنافسيا بين المواقع الإلكترونية والعالمية مثل: "جوجل" "مايكروسوفت" سعيا لامتلاك تلك الشبكات التفاعلية.

إن هذا الإعلام الاجتماعي الجديد، الذي يشهد حركة ديناميكية من التطوير والانتشار، كان في بدايته مجتمعا أنترناتيا على نطاق ضيق ومحدود، ثم ما لبث أن ازداد مع الوقت ليتحول من أداة إعلامية نصية عبر الكتابة إلى أداة سمعية وبصرية تؤثر على قرارات المتأثرين واستجاباتهم بضغوط من القوة المؤثرة التي تستخدم في تأثيرها الأنماط الشخصية للفرد (السمعي، البصري، الحسي) كون المتأثر وأنماطه محورا في عملية التأثير.

وبما أن مواقع التواصل الاجتماعي أسهمت في تفعيل المشاركة لتحقيق رغبة كل فئة مشتركة في نفس الاهتمامات والأنشطة فإن لها أيضا دورا في التجييش والتفاعل والتأثير بقيادات غير منظمة، واستطاعت أن تحول الأقوال والأفكار والتوجهات إلى مشروعات عمل جاهزة للتنفيذ لذا لا يمكن أن نعد التواصل عبر الشبكات الاجتماعية موضة شبابية سوف تتغير مع مرور الزمن وبالنظر إلى التعريفات العربية والغربية لمصطلح التواصل نجد أن التعريف الأمثل للتواصل هو أنه : عملية نقل واستقبال للمعلومات بين طرفين أو أكثر عبر عدة قنوات مباشرة وغير مباشرة، من ضمنها شبكات التواصل الاجتماعي الإلكتروني، حيث يتفاعل داخل محيطها المرسل والمستقبل في إطار رسالة معينة عبر قناة تجمع طرفين فيظهر أثر التفاعل الدلالي بينهما من تبادل وتبليغ وتأثير، ويظهر أيضا الأثر السلوكي المؤثر على المتلقي إما إيجابيا أو سلبيا، ذلك أن تلك العملية سارت وفق انفعالات وتعابير وميول شخصية وإيديولوجية.

ولأن التواصل ظاهرة اجتماعية تقوم على علاقات تفاعلية وتحديدًا بين أعضاء الثقافة الواحدة يشعر المشارك فيها أنه فاعل ومتفاعل اجتماعيا، وليس كما كان يعتقد في نفسه أنه لا دور له.¹

¹ - نادية بن ورقلة: مرجع سابق، ص ص210،211

الفصل الرابع : دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على فئة الشباب الجامعي

خلاصة :

من خلال ما تطرقنا إليه في هذا الفصل نستخلص أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت محركا للشعوب ولأجيال الصاعدة من أجل المطالبة بحقوقهم المشروعة والتعبير عن آرائهم، تجاه القضايا التي تهمهم وأصبحت أيضا الوسيلة المنقذة لحياة الشباب المهتمش بفضل مواقع التواصل الاجتماعي أصبح الشباب يتميز بحب الاطلاع والتفتح والميول وأكثر عرضة للتغيير والتجديد.

الفصل الخامس

الإطار المنهجي للدراسة وعرض البيانات وتحليلها واستخلاص

النتائج

تمهيد

أولاً: الإجراءات المنهجية للدراسة

1- منهج الدراسة

2- مجالات الدراسة

3- عينة الدراسة

4- أدوات جمع البيانات

ثانياً: عرض وتحليل البيانات

ثالثاً: مناقشة فرضيات الدراسة

رابعاً: عرض نتائج الدراسة

خامساً: أهم توصيات

خلاصة

تمهيد:

تُعد الدراسة الميدانية من المراحل البحثية الهامة في أي بحث علمي من خلال عرض وتفسير وإثبات لما تم عرضه في الجانب النظري إذا تم التطرق للبناء المنهجي الكلي، ضمن سيرورة ديناميكية للبحث من خلال المعرفة التامة للمجالات الدراسة وكيفية التعامل معها وتحديد المنهج الذي اختاره الباحث، ودراسة كيفية تحديد إختيار العينة المطلوبة بدقة والتمثلة في المجتمع الأصلي والأدوات المستخدمة لجمع البيانات الميدانية وفي الأخير يمكن معالجة المعطيات الميدانية وتحليلها وتفسيرها واستخلاص النتائج العامة ومناقشتها وذلك من خلال عرض وتوضيح وتحليل البيانات والمعطيات المتعلقة بموضوعنا.

أولاً: الإجراءات المنهجية للدراسة

1- منهج الدراسة :

تفترض طبيعة دراستنا التي تسعى إلى معرفة أثر الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي لدى فئة الشباب الجامعي، وذلك بالاعتماد على منهج مناسب في كل مراحل البحث العلمي ويختلف المنهج حسب المشكل المطروح والموضوع المعالج حيث تعني كلمة المنهج في البحث العلمي:

هو الطريقة التي يعتمدها الباحث للوصول إلى هدفه المنشود، وإن وظيفته في العلوم الاجتماعية هي استكشاف المبادئ التي تضم الظواهر الاجتماعية والتربوية والإنسانية بصفة عامة، وتؤدي إلى حدوثها حتى يمكن على ضوءها تفسيرها وضبط نتائجها والتحكم بها.¹

كما يعرف المنهج أيضاً بأنه " فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة إما من أجل الكشف عن الحقيقة، حين تكون بها جاهلين، أو من أجل البرهنة عليها للآخرين، حين تكون بها عارفين".²

وقد إستندنا في دراستنا على المنهج الوصفي لمعرفة أثر الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي لدى فئة الشباب الجامعي ويمكن تعريف المنهج الوصفي بأنه: مجموعة الإجراءات البحثية التي تتكامل لوصف الظاهرة أو الموضوع اعتماداً على جمع الحقائق والبيانات وتصنيفها ومعالجتها وتحليلها تحليلاً كافياً ودقيقاً لاستخلاص دلالتها والوصول إلى نتائج أو تعميمات عن الظاهرة أو الموضوع محل البحث.

كما يمكن تعريفه أيضاً: بأنه يعتمد على وصف الظاهرة التي يدرسها وصفاً كميّاً وكيفياً، كما هو حالها في الواقع، ويرتبط هذا المنهج بالدراسات الإنسانية ارتباطاً كبيراً، وترتبط الدراسات التي تستخدم المنهج الوصفي بأهداف تطبيقية ذات أهمية علمية ويلاحظ على هذا المنهج الشمولية في دراساته، وإطاراته، والنتائج التي يتوصل إليها.³

¹ - عصمت أحمد فاخر: أساسيات البحث العلمي، الجنادرية للنشر والتوزيع، ط1 عمان، الأردن، 2017م، ص 3.

² - عبد الرحمن بدوي: مناهج البحث العلمي، وكالة المطبوعات، ط3، الكويت، 1977م، ص 4.

³ - محمد جلال الغندور: البحث العلمي بين النظرية والتطبيق، دار الجوهرة للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر،

2- مجالات الدراسة :

يعتبر تحديد مجال الدراسة من الخطوات المنهجية الهامة لأي دراسة لمالها من أهمية بالغة في البناء المنهجي، نظراً للمساعدة التي يقدمها للباحث بإثبات معارف النظرية في الجانب الميداني، وقد قسم إلى مراحل التالية:

- المجال المكاني:

أجريت الدراسة الميدانية بجامعة قالمة 08 ماي 1945 بقالمة، وبالضبط في قسم علم الاجتماع، الذي يقع في كلية سويداني بوجمعة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

- المجال البشري:

يشمل تحديد مجتمع البحث ومميزاته وكذا عينة البحث وحجمها ونوعيتها:

يعد تحديد مجتمع الدراسة أو مجتمع البحث الخطوة المهمة من بين الخطوات البحث العلمي، حيث يتطلب من الباحث تحديد المجتمع الذي يود إجراء الدراسة عليه، ويعرف مجتمع البحث بأنه: يقصد به جميع مفردات أو وحدات الظاهرة تحت البحث فقد يكون المجتمع مكونا من سكان المدينة أو مجموعة من الأفراد في منطقة ما، أو مجموع العمال الذين يعملون في شركة معينة.¹

ويعنى آخر، هو المجتمع الإحصائي الذي يجري عليه الدراسة ويشمل كل أنواع المفردات مثل الأفراد، السيارات، الشوارع، ... إلخ، هناك ارتباط وثيق ومباشر بين مشكلة البحث ومجتمع البحث.² وتمثل مجتمع دراستنا في طلبة جامعة 08 ماي 1945 بقالمة قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية الدين يبلغ عددهم 618 طالبا وطالبة.

- المجال الزمني:

يتمثل في المدة الزمنية التي استغرقتها عملية البحث بشقيه النظري والميداني بهدف جمع المعلومات والبيانات وتنقسم إلى ثلاث فترات هي:

¹ - محمد عبد العال النعيمي وآخرون، طرق ومناهج البحث العلمي، مؤسسات الوراق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2017م، ص77.

² - إسماعيل إبراهيم: مناهج البحوث الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر، 2017م، ص131.

- الفترة الأولى:

يتمثل في الجانب النظري، أين تم جمع المعلومات حول الموضوع والأخذ برأي الأستاذ المشرف وذلك ابتداءً من أواخر شهر جانفي إلى أواخر شهر مارس وذلك بعد القيام بضبط جميع الأفكار وترتيبها والاتفاق على خطة بحث تخدم الموضوع إلى جانب تركيزنا على جمع المصادر العلمية بدقة.

- الفترة الثانية:

قمنا في هذه الفترة بالتواصل مع إدارة قسم علم الاجتماع كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قالمة 8 ماي 1945 للتعرف على مجتمع البحث وكشف أعداد الطلبة في كل تخصص أي طلبة السنة ثانية وثالثة ليسانس وطلبة ماستر 1 وماستر 2، ودكتوراه ولكن لضيق الوقت وعدم إمكانية التواصل مع طلبة الدكتوراه تم تغيير مجتمع البحث والاكتفاء بطلبة ليسانس وماستر فقط.

- الفترة الثالثة:

تم إعداد الاستمارة من بداية شهر أبريل إلى نهاية أبريل 2022، بعد الحصول على الشكل النهائي وبعد موافقة الأستاذ المشرف لها ثم توزيعها على الطلبة ابتداءً من 02 ماي إلى غاية 14 ماي، حيث تم استرجاع كل الاستمارات وقد استغرق توزيع الاستمارات وجمعها أسبوعين، نتيجة اعتماد نظام الدفعات في التدريس، بعدها قمنا بعملية التفريغ، ثم وضعها في جداول بسيطة و ثم تحليل البيانات المتحصل عليها في الدراسة الميدانية.

3- عينة الدراسة :

إن اختيار عينة البحث تعتبر من أهم الخطوات التي يستخدمها الباحث حيث: تعد العينة طريقة من طرق البحث وجمع المعلومات ويمكن الاستعانة بها في بعض الإجراءات العملية أو الاستنتاجات النظرية، وكثيراً ما يستعمل هذا المنهج في البحوث الإحصائية، وتكمن قيمته في إطار العينة Sample ووحدات المعاينة المتاحة بالمجتمع باستخدام هذه القائمة، وقد سحب العينة في آخر مرحلة من مراحل المعاينة باستخدام هذه القائمة، وقد يكون هذا الإطار قائمة مكتوبة أو مخزونة في ذاكرة حاسب آلي أو دليل تلفونات أو شركات أو من القوائم.¹

¹ - طه عبد العاطي نجم: مناهج البحث الإعلامي، دار كلمة للنشر والتوزيع، ط 1، الإسكندرية، مصر، 2015م،

الفصل الخامس: الإطار المنهجي للدراسة وعرض البيانات وتحليلها واستخلاص النتائج

وتعرف أيضا على أنها: مجموعة من الوحدات المستخرجة من مجتمع بحثي واحد، والتي تتوفر على تلك المتغيرات التي يريد الباحث أن يدرسها، وقد تضم العينة وحدة معاينة واحدة أو كل وحدات المعاينة ماعدا واحدة أو عدد بينهما.¹

ونظراً لتركيز الدراسة حول أثر الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي لدى فئة الشباب الجامعي، تم أخذ ما يقارب 20 % من العدد الكلي أي 124 مفردة.

ولقد تم الاعتماد على العينة العشوائية المنتظمة بحيث اخترنا مجموعة من الطلبة من مختلف السنوات والتخصصات بطريقة عشوائية حيث تُعرف بأنها:

هذا النوع من العينات عند دراسة المجتمعات المتجانسة والتي لا تتباين مفرداتها، وسميت بالعينة المنتظمة لانتظام المسافات بين المفردات المختارة من مجتمع الدراسة، ويتم عادة اختبار العينة المنتظمة من خلال حصر مفردات مجتمع الدراسة الأصلي ثم يعطي كل فرد رقما متسلسلا، بعدها يتم قسمة عدد مفردات مجتمع البحث على حجم العينة المطلوبة فينتج الرقم الذي سيفصل بين كل مفردة يتم اختيارها في عينة الدراسة والمفردة التي تليها، وعادة يتم اختيار المفردة الأولى عشوائيا.²

ويطلق عليها الطريقة ذات الفترات المتساوية، وهذا نظراً في كون الباحث عند استخدامها يحدد مسافة معينة بين أفراد المجتمع، ويختار الفرد الأول من العينة بشكل عشوائي، وبناءً على الفرد الأول وقيمة المسافة تتحدد باقي عناصر العينة، لذا فإنه يطلق عليها كذلك العينة شبه العشوائية، نظراً إلى أن اختيار العنصر الأول فقط هو ما تم بشكل عشوائي.³

¹ - سعد الحاج بن جخدل: العينة والمعاينة (مقدمة منهجية قصيرة جداً)، دار البداية ناشرون وموزعون ط1، عمان، الأردن، 1440هـ_2019م، ص14.

² - غول السعدي: مناهج البحث العينات وأنواعها **Sample**، الدبلوم الخاص في التربية، جميع الأقسام، اطلع عليه بتاريخ 2022/05/13، ساعة، 16:00، [https:// www. Univ- oeb.dz](https://www.Univ-ueb.dz)

³ - يحيى سعد: العينات العشوائية في البحث العلمي (دراسة للاستشارات والدراسات والترجمة)، 2022/08/17، اطلع عليه 13-05-2022 ساعة 16:49 . [https:// drasah. Com](https://drasah.Com)

4- أدوات جمع البيانات :

تعتبر أدوات جمع البيانات تقنية يقوم بها الباحث بجمع معلومات متعلقة بموضوع دراسته تساعده في تحليل الظاهرة المدروسة ووصفها وتفسيرها، ولا بد له من اختيار أدوات تخدم الدراسة من أجل الوصول إلى الأهداف والإجابة على التساؤلات الدراسة والقيام بتحليل مضمون الدراسة ووفقا لمتطلبات الدراسة استخدمنا أداة الاستمارة.

تعرف الاستمارة: بأنها تقنية مباشرة لطرح الأسئلة على الأفراد وبطريقة موجهة، للدخول في اتصال بالمخبرين بواسطة طرح الأسئلة عليهم واحداً واحداً وبنفس الطريقة، يهدف استخلاص اتجاهات وسلوكيات مجموعة كبيرة من الأفراد انطلاقاً من الأجوبة المتحصل عليها.¹

كما تعد أيضاً: مجموعة من الأسئلة المرتبة حول الموضوع معين يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد أو يجري تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها وبواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع أو التأكد من معلومات متعارف عليها لكنها غير مدعومة بحقائق.²

لقد اعتمدنا على تقنية الاستمارة كأداة أساسية لجمع البيانات من الميدان، حيث وجهت إلى طلبة قسم علم الاجتماع بجامعة 08ماي 1945 سنة ثانية وثالثة ليسانس والسنة الأولى والثانية ماستر حيث تكونت الاستمارة من 24سؤال في مجملها موزعة على 4 محاور كالآتي:

- **المحور الأول:** تضمن البيانات الشخصية لعدد المبحوثين ويتكون هذا المحور من 6 أسئلة.
- **المحور الثاني:** يلعب الإعلام الرقمي دور المؤثر على فئة الشباب الجامعي وتنمية وعيهم من خلال تشكيل اتجاهاتهم وسلوكياتهم ويتكون من 5 أسئلة.
- **المحور الثالث:** يعد الإعلام الرقمي أهم عنصر مشكل للوعي لدى فئة الشباب الجامعي كون العنصر القائم بالأساس على مشاركات الشباب وتفاعلهم وتلقيهم مختلف المعارف والمعلومات والأحداث ويتكون من 5 أسئلة.

¹ - موريس أنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية (تدريبات عملية)، دار القصة للنشر، ط2، الجزائر، 2004م، ص204.

² - عمار بوحرش ومحمد محمود البذنيبات: مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، الجزائر، 2007م، ص67.

الفصل الخامس: الإطار المنهجي للدراسة وعرض البيانات وتحليلها واستخلاص النتائج

- المحور الرابع: تضمن هذا المحور تأثيرات الإعلام الرقمي في تشكيل الرأي العام الشبابي في كون فئة الشباب الجامعي هي الأكثر تفاعل في المجتمع خاصة مع ظهور الوسائط الإلكترونية، ويتكون من 8 أسئلة.

ثانياً: عرض وتحليل البيانات

جدول (01): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

النسبة المئوية %	التكرارات	الجنس
20.16%	25	ذكر
79.84%	99	أنثى
100 %	124	المجموع

من خلال بيانات الجدول رقم (01) يتضح لنا أن أغلبية الباحثين هم فئة الإناث وذلك بنسبة 79.84 % بينما نجد فئة الذكور قدرت بـ 20.16 % وذلك راجع إلى أن الإناث يهتمون بإتمام دراستهم في الجامعة على عكس فئة الذكور الذين يفضلون التوجه إلى الحياة العملية وممارسة نشاطات أخرى على إكمال دراستهم.

جدول (02): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

النسبة المئوية %	التكرارات	السن
68.74%	84	23 - 18
24.20%	30	28-23
8.06%	10	أكثر من 28
100%	124	المجموع

من خلال بيانات الجدول رقم (02) يتضح لنا أن أغلبية الباحثين تتراوح أعمارهم ما بين (18 - 23) سنة بنسبة 68.74 % وهذا راجع إلى متابعة هذه الفئة لدراساتها دون انقطاع وكانت هذه النسبة تمثل طلبة الليسانس بينما جاءت الفئة التي تتراوح أعمارهم ما بين (23 - 28) نسبة أقل قدرت بـ 24.20 % تمثلت النسبة في مزيج بين طلبة الليسانس والماستر إلى جانب الفئة الأكثر من 28 سنة

الفصل الخامس: الإطار المنهجي للدراسة وعرض البيانات وتحليلها واستخلاص النتائج

وهي فئة الماستر التي قدرت بـ 8.06 % وقد يرجع هذا إلى أن الفئة الأولى هي الفئة الأغلبية في جامعة سويداني بوجمعة باعتبار فئة الليسانس هم الذين تتراوح أعمارهم بين (18-23) إضافة إلى قلة الفئتين التي تتراوح أعمارهم في ما بين (23 - 28) سنة وأكثر في الجامعة بالإضافة إلى أن التوزيع كان بطريقة عشوائية ولم نراعي فيها اختيار الفئة عن قصد.

جدول رقم (03): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

النسبة المئوية %	التكرارات	المستوى التعليمي
55.65%	69	ليسانس
44.35%	55	ماستر
100 %	124	المجموع

من خلال بيانات الجدول رقم (03) يتضح لنا ان أغلبية المبحوثين لديهم مستوى ليسانس حيث قدرت نسبتهم بـ 55.65 %، ثم تليها فئة الماستر بنسبة 44.35 % وقد يرجع ذلك إلى كون الفئة الأكثر تأثيرا بالإعلام الرقمي هي فئة الليسانس وذلك في كونهم الفئة الأكثر استخداما وتعرضا للوسائل التكنولوجية الحديثة كما ينطبق ذلك على الفئة التي تليها وهي فئة الماستر ولكن بنسبة أقل، إضافة إلى أن التوزيع كان عشوائيا منتظما لأفراد العينة أي لكلا الفئتين.

جدول رقم (04): يوضح توزيع أفراد العينة حسب التخصص

النسبة المئوية %	التكرارات	التخصص
55.64%	69	علم اجتماع عام
14.52%	18	علم اجتماع اتصال
15.32%	19	علم اجتماع صحة
14.52%	18	علم اجتماع تنظيم وعمل
100%	124	المجموع

الفصل الخامس: الإطار المنهجي للدراسة وعرض البيانات وتحليلها واستخلاص النتائج

يبين من خلال بيانات الجدول رقم (04) نلاحظ أن أغلبية طلبة علم الاجتماع العام هي أكبر نسبة قدرت بـ 55.64 %، ثم تليها نسبة طلبة الماستر تخصص علم الاجتماع الاتصال بـ 14.52 % بعدها علم الاجتماع الصحة بـ 15.32 % ثم علم الاجتماع تنظيم وعمل بـ 14.52 %.

وهذا راجع إلى أن طلبة علم الاجتماع العام ليس لهم التزامات على عكس طلبة التخصصات الأخرى الذين لديهم التزامات كثيرة كالذهاب إلى العمل أو إنجاز مذكرات التخرج.

جدول رقم (05): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية

النسبة المئوية %	التكرارات	التخصص
83.06%	103	أغزب (ة)
16.94%	21	متزوج (ة)
0%	0	مطلق (ة)
0%	0	أرمل (ة)
100%	124	المجموع

من خلال بيانات الجدول رقم (05) نلاحظ أن أكبر نسبة قدرت بـ 83.06 % من العزاب في حين قدرت نسبة المتزوجين بـ 16.94 % من أفراد البحث، أما نسبة المطلقين والأرامل قدرت بـ 0 %، ونلاحظ هنا نسبة العزاب هي أعلى نسبة وهذا ما قد يتناسب مع مجتمع الدراسة الأصلي.

جدول رقم (06): يوضح توزيع أفراد العينة حسب مكان الإقامة

النسبة المئوية %	التكرارات	مكان الإقامة
24.20%	30	مقيم
75.80%	94	غير مقيم
100%	124	المجموع

من خلال بيانات الجدول رقم (06) نلاحظ أن نسبة الطلبة الغير مقيمين قد بلغت 24.20 % وذلك راجع إلى أن موقع الجامعة يقرب مكان إقامة أغلبية الطلبة، وتعد نسبة الطلبة المقيمين أقل نسبة حيث قدرت بـ 24.2 %، وهذا راجع إلى بعد مسافة الجامعة عن منازلهم.

الفصل الخامس: الإطار المنهجي للدراسة وعرض البيانات وتحليلها واستخلاص النتائج

المحور الثاني: للإعلام الرقمي الدور في التأثير على وعي الشباب الجامعي

جدول رقم (07): يبين دور الإعلام الرقمي حسب رأي العينة

الحالات	التكرارات	النسبة المئوية %
دور سلبي	97	78.22%
دور إيجابي	27	21.78%
المجموع	124	100%

يوضح لنا الجدول رقم (07) أن أغلب المبحوثين يرون أن للإعلام الرقمي دور سلبي وقدرت نسبتهم 78.22 %، بينما نسبة 21.78 % منهم أجابوا أن للإعلام الرقمي دور إيجابي. وهذا قد يرجع نوعا ما إلى إيمان الشباب الجامعي على استخدام الوسائط الإعلامية وكثرة الانشغال بها.

جدول رقم (08): يبين مدى ثقة أفراد العينة في المعلومات المنشورة على وسائل الإعلام الرقمي

الحالات	التكرارات	النسبة المئوية %
نعم	48	38.70%
لا	76	61.30%
المجموع	124	100%

من خلال الجدول رقم (08) نلاحظ أن مدى ثقة أفراد العينة في المعلومات الاجتماعية والسياسية المنشورة على وسائل الإعلام الرقمي حيث نلاحظ أن نسبة كبيرة من المبحوثين لا يعطون ثقتهم حول ما ينشر في الوسائط الرقمية بنسبة 61.30 % وبتكرار 76 مفردة، في حين تأتي نسبة 38.70 % من المبحوثين وبتكرار 48 مفردة، يتقون في ما يقدم عبر الوسائط الإعلامية من معلومات. هنا يتضح لنا أن أكثر الطلبة لا يتقون في منشورات الإعلام الرقمي تماما ربما ينتقون معلومات حسب المصدر وحسب طبيعة المحتوى المنشور، لأن بعض المواقع ليست لها مصداقية فيما تنشر خاصة على موقع الفيسبوك الذي أصبحت صفحاته تهتم بالحصول على عدد كبير من التفاعل بدل الاهتمام بصدق ما تقوم بنشره.

الفصل الخامس: الإطار المنهجي للدراسة وعرض البيانات وتحليلها واستخلاص النتائج

جدول رقم (09): يبين ما إذا كانت وسائل الإعلام الرقمية أضافت معلومات جديدة لأفراد العينة

الحالات	التكرارات	النسبة المئوية %
نعم	98	79.03%
لا	26	20.97%
المجموع	124	100%

يوضح الجدول رقم (09) أن أغلب أفراد العينة أجابوا بنسبة قدرت بـ 79.03% منهم أن وسائل الإعلام الرقمية أضافت معلومات جديدة لأفراد العينة وهذا راجع إلى وعي الطلبة وصحة انتقائهم للمعلومات وتمييزهم بين المعلومات التي تزيد من رصيدهم المعرفي، في حين رفضت نسبة 20.97% منهم إضافة معلومات جديدة لهم من خلال وسائل الإعلام الرقمية. وذلك راجع إلى عدم اعتمادهم على تلك المعلومات ويمكن القول مثلا أنهم يستجدون بمعلومات الكتب والمجلات والمقالات العلمية.

جدول رقم (10): يبين رأي أفراد العينة إذا يمكن للإعلام الرقمي أن يزيد من وعيهم بشكل فعال

الحالات	التكرارات	النسبة المئوية %
نعم	100	80.65%
لا	24	19.35%
المجموع	124	100%

من خلال بيانات الجدول رقم (10) يتضح لنا أنه يمكن للإعلام الرقمي أن يزيد من وعيهم بشكل فعال حيث قدرت نسبة الباحثين الذين أكدوا ذلك بـ 80.65%، وذلك راجع إلى ما يقدمه الإعلام الرقمي من معارف وأخبار ومعلومات تساهم في زيادة وعي الشباب الجامعي بشكل فعال.

على عكس نسبة 19.35% من أفراد العينة أبدوا رأي أنهم لا يمكن للإعلام الرقمي أن يزيد من وعيهم بشكل فعال، وقد يرجع هذا إلى عدم تقبلهم وعدم متابعتهم لمواضيع التي تقوم بتوعيتهم، يمكننا القول أن هذه النسبة قد تهتم بمضامين ترفيهية ولا يهتمون بما يزيد من نسبة وعيهم.

الفصل الخامس: الإطار المنهجي للدراسة وعرض البيانات وتحليلها واستخلاص النتائج

جدول رقم (11): يبين تأثير الإعلام الرقمي على سلوكيات واتجاهات الشباب الجامعي

			النسبة المئوية %	التكرارات	الحالات
النسبة المئوية %	التكرارات	السبب	55.65%	69	نعم
26.08%	18	زيادة وعي الشباب الجامعي			
55.07%	38	تأثير سلبي وإيجابي			
18.85%	13	اكتساب الطلبة المعلومات والمعارف			
100%	69	المجموع			
			44.35%	55	لا
			100%	124	المجموع

من خلال بيانات الجدول رقم (11) يتضح لنا أن أغلبية المبحوثين يرون أن الإعلام الرقمي يؤثر على سلوكيات واتجاهات الشباب الجامعي، حيث قدرت نسبة بـ 55.65 % وذلك راجع إلى أن الإعلام الرقمي يؤثر عليه سلبيًا وإيجابيًا بنسبة 30.64 % ثم تليها فئة الذين يرون أن الإعلام الرقمي يزيد من وعي الشباب الجامعي بنسبة 26.08 %، وبعدها تأتي نسبة اكتساب الطلبة المعلومات والمعارف بنسبة 18.85 %، عكس إجابة أفراد العينة بـ لا قدرت نسبتها بـ 55.07 % وهذا راجع إلى عدم تأثرهم بالإعلام حسب رأيهم.

ومنه نستنتج أن الإعلام الرقمي قد يؤثر على سلوكيات واتجاهات بعض الشباب الجامعي، نظرًا إلى أفراد العينة المدروسة نجد أن فئة تتأثر سلبيًا وإيجابيًا وفئة أخرى لا يؤثر الإعلام الرقمي على سلوكياتهم واتجاهاتهم.

الفصل الخامس: الإطار المنهجي للدراسة وعرض البيانات وتحليلها واستخلاص النتائج

المحور الثالث: تعتبر فئة الشباب هي الفئة الأكثر تعرضاً للإعلام الرقمي والأكثر تفاعلاً.

جدول رقم (12): يبين ما هو الإعلام الرقمي في اعتقاد أفراد العينة

النسبة المئوية	التكرارات	الحالات
54.84%	68	الأنترنت بصفة عامة
7.26%	9	المدونات
17.74%	22	المواقع الإلكترونية
7.26%	9	المواقع الإخبارية
12.90%	16	شبكات التواصل الاجتماعي (فيسبوك اليوتيوب)
100%	124	المجموع

من خلال بيانات الجدول رقم (12) يتضح لنا أن أغلبية المبحوثين يعتقدون أن الإعلام الرقمي هو الأنترنت بصفة عامة حيث قدرت نسبتهم بـ 54.84 % تليها المواقع الإلكترونية بنسبة 17.74 % وشبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 12.90 %، ثم المدونات والمواقع الإخبارية بالتساوي بنسبة 7.26 %.

ويرجع هذا إلى أن الشباب الجامعي ينظر إلى الإعلام الرقمي كونه الشبكة العنكبوتية بصفة عامة لأن الشباب اليوم أصبح مشبعاً باستخدامات شبكة المعلومات يعيش بفضلها انفتاحاً معرفياً متنامياً لهذا سمي بجيل الأنترنت لأنه أكثر ميولاً وتفاعلاً بالفضاء الرقمي.

جدول رقم (13): يبين توزيع ما أكثر وسيلة تقوم أفراد العينة باطلاع عليها

النسبة المئوية %	التكرارات	الحالات
55.65%	69	فيسبوك
27.42%	34	انستغرام
3.23%	04	تويتر
13.7%	17	يوتيوب
100%	124	المجموع

الفصل الخامس: الإطار المنهجي للدراسة وعرض البيانات وتحليلها واستخلاص النتائج

من خلال بيانات الجدول رقم (13): نلاحظ أن الشباب الجامعي يستخدم الفيسبوك بشكل مكثف حيث بلغت نسبتهم بـ 55.65 % ونسبة مستخدمي الأنستغرام بلغت 27.42 % أما بالنسبة لمستخدمي اليوتيوب 13.70 % وأقل نسبة قدرت لمستخدمي التويترب 3.23 %.

حيث ذكر بعض المبحوثين وسائل أخرى يقومون بالاطلاع عليها تمثلت في تليغرام والواتساب وتطبيق الفايفر، ومنه نستنتج أن الفيسبوك هو الأكثر موقع يفضل استخدامه كلا الجنسين بسبب شهرته وعالميته ومجانيته وسهولة استخدامه من قبل الشباب الجامعي.

جدول رقم (14): يبين حجم تعرض أفراد العينة لوسائل الإعلام يوميا

النسبة المئوية %	التكرارات	الحالات
8.87%	11	أقل من ساعة
43.55%	54	من ساعة إلى 3 ساعات
21.77%	27	من 3 ساعات إلى 6 ساعات
25.81%	32	أكثر من 6 ساعات
100%	124	المجموع

من خلال بيانات الجدول رقم (14) يتضح لنا ان المبحوثين تستغرق مدة تعرضهم لوسائل الإعلام يوميا من ساعة إلى 3 ساعات بنسبة 43.55 % تليها نسبة 25.81 % من الطلبة الذين يتعرضون لوسائل الإعلام يوميا أكثر من 6 ساعات وذلك راجع إلى رغبة الطلبة في التطلع على كل ما هو جديد عبر وسائل الإعلام من معلومات وأخبار وخدمات، يغلق الشخص صفحته على الفيسبوك للحظة ما أو ساعة ما ثم يعيد فتحها من جديد ليتفقد ما يجري من جديد، وهذا ما يعتبر سبب إدمان الشباب الجامعي على وسائل الإعلام، ثم نسبة 21.77 % الفئة التي تتعرض لوسائل الإعلام من 3 إلى 6 ساعات، ثم في الأخير نسبة 8.87 % من المبحوثين يتعرضون لها لأقل من ساعة وهذا راجع إلى عدة عوامل أهمها ضيق الوقت كونهم متدرسين يفضلون الدراسة بدل التعرض لوسائل الإعلام.

ومنه نستنتج أن أكبر نسبة من الشباب الجامعي يفضل استخدام تلك الوسائل من ساعة إلى ثلاث ساعات ويعتبرونه الوقت الكافي للتطلع على ما يحدث، بدل البعض الذي يستخدم وسائل الإعلام

الفصل الخامس: الإطار المنهجي للدراسة وعرض البيانات وتحليلها واستخلاص النتائج

من 3 ساعات إلى 6 ساعات فما فوق والبعض الآخر لأكثر من 6 ساعات بينما فئة منهم يتطلعون عليها لمدة لا تتجاوز الساعة يوميا.

جدول رقم (15): يبين رأي أفراد العينة حول الوسائل الرقمية إذا كانت تعد عنصر مهم يشكل وعي الشباب

الحالات	التكرارات	النسبة المئوية %
نعم	97	78.23%
لا	27	21.77%
المجموع	124	100%

من خلال بيانات الجدول رقم (15) يتضح لنا أن نسبة 78.23 % من أفراد العينة يرون أن وسائل الرقمية تعد عنصرا مهما لتشكيل الوعي لدى الشباب الجامعي، ويرجع هذا إلى أنهم أكثر حيطة وتتبع لما تنشره وسائل الرقمية التي جعلتهم يدركون أوضاع مجتمعاتهم ومشكلاتهم التي تحيط بهم، بينما ترى نسبة 21.77 %، أن وسائل الرقمية لا تعد عنصرا مهما لتشكيل الوعي لديهم وهذا راجع إلى عدم اعتمادهم على تلك الوسائل.

جدول رقم (16): يبين زيادة الإعلام الرقمي من نسبة تفاعل الشباب الجامعي وتلقيهم المعلومات والأحداث

الحالات	التكرارات	النسبة المئوية %
نعم	115	92.74%
لا	9	7.26%
المجموع	124	100%

من خلال بيانات الجدول رقم (16) يتضح لنا أن نسبة كبيرة قدرت بـ 92.74 % من أفراد العينة أكدت على أن الإعلام الرقمي يزيد من نسبة تفاعل الشباب الجامعي، وهذا راجع إلى سهولة الاستعمال وتعدد التطبيقات المحملة بالفيديو والصور والمشاركة الفعالة مع الآخرين وتبادلهم للمعلومات والأحداث

الفصل الخامس: الإطار المنهجي للدراسة وعرض البيانات وتحليلها واستخلاص النتائج

المهمة في حين رفضت نسبة 7.26 % زيادة الإعلام الرقمي من تفاعل الشباب الجامعي وأن ما يتلقونه من معلومات وأحداث تكون مجهولة المصدر في أغلبية الأحيان.

ومنه نستنتج أن الإعلام الرقمي عجيبة في يد الشباب يشكلها كيفما يشاء بالسلب أو بالإيجاب.

جدول رقم (17): يبين مدى تأثير الإعلام الرقمي في تشكيل الرأي العام لدى الشباب الجامعي

الحالات	التكرارات	النسبة المئوية %
نعم	87	65.32%
لا	43	34.68%
المجموع	124	100%

من خلال بيانات الجدول (رقم 17) نلاحظ أن نسبة 65.32 % من المبحوثين يرى أن الإعلام الرقمي له تأثير في تشكيل الرأي العام لدى الشباب الجامعي بينما ترى نسبة 34.68 % منهم أنه ليس له تأثيرا في تشكيل الرأي العام لديهم.

ومنه نستنتج أن الإعلام الرقمي قد يؤثر في تشكيل رأي العام لدى نسبة من الشباب الجامعي الذين يهتمون باكتساب رصيذا معرفيا إضافيا وتبنيهم لسلوكات جديدة بينما ترى النسبة الأخرى أنه لا تتشكل لديهم سلوكات دخيلة على حياتهم وشخصياتهم وليسو مجبرين بشكل مباشر أو غير مباشر على اكتساب تلك السلوكات وتأثرهم بها.

الفصل الخامس: الإطار المنهجي للدراسة وعرض البيانات وتحليلها واستخلاص النتائج

جدول رقم (18): يبين إذا كانت وسائل الإعلام الرقمي تقدم القضايا التي تهم الشباب الجامعي

			النسبة المئوية %	التكرارات	الحالات
النسبة المئوية %	التكرارات	نوع القضايا	55.65%	69	نعم
21.74%	15	رياضية			
56.52%	39	اجتماعية			
21.74%	15	سياسية			
100%	69	المجموع			
			44.35%	55	لا
			100%	124	المجموع

من خلال بيانات الجدول رقم (18) الذي يبين رأي الشباب الجامعي في ما إذا كانت وسائل الإعلام الرقمي تقدم قضايا تهمه حيث بلغت نسبة الذين أجابوا بنعم بـ 55.65 % كما قاموا بإبداء رأيهم حول أنواع تلك القضايا فكان حسب رأيهم أن وسائل الإعلام الرقمي، قد تقدم قضايا اجتماعية بنسبة 56.52 % منهم، إلى جانب القضايا الرياضية والسياسية بنسبة متساوية قدرت بـ 21.74 % ويرجع هذا إلى أن الشباب الجامعي يهتم أكثر بالقضايا الاجتماعية التي تقدمها وسائل الإعلام الرقمي، في حين بلغت نسبة الإجابات بلا 44.35 % وهذا قد يرجع إلى عدم اهتمام أفراد العينة بالقضايا المطروحة عبر وسائل الإعلام الرقمي.

الفصل الخامس: الإطار المنهجي للدراسة وعرض البيانات وتحليلها واستخلاص النتائج

جدول رقم (19): يبين أهم البرامج التي تقدم قضايا تهم الشباب الجامعي

النسبة المئوية %	التكرارات	التخصص
7.26%	9	برامج سياسية
25.81%	32	برامج علمية
9.67%	12	برامج تنمية
20.97%	26	برامج تثقيفية
18.55%	23	برامج إخبارية
17.74%	22	برامج تعليمية
100%	124	المجموع

من خلال بيانات الجدول رقم (19) نلاحظ أهم البرامج التي تقدم قضايا تهم الشباب الجامعي حيث تتصدر البرامج العلمية أكبر نسبة قدرت بـ 25.81 % والتي يهتم بها المبحوثين بشكل أكبر ، تليها البرامج التثقيفية بنسبة 20.97 % ثم البرامج الإخبارية بنسبة 18.55 % في حين تأتي البرامج التعليمية بنسبة 17.74 % ثم البرامج التنموية التي قدرت بـ 9.67 % وفي الأخير البرامج السياسية بنسبة 7.26 % ويمكن تفسير ذلك بأن الشباب الجامعي يهتم أكثر بالبرامج العلمية التي تفيده في الدراسة وتضيف له المعلومات ومعارف يستعين بها فالبحوث العلمية والبرامج التثقيفية كونه شباب جامعي مثقف يسعى دائما إلى المزيد من المستجدات.

جدول رقم (20): يبين إذا كانت مضامين الإعلام الرقمي توفر الذوق العام لفئة الشباب الجامعي

النسبة المئوية %	التكرارات	الحالات
45.16%	56	نعم
54.84%	68	لا
100%	124	المجموع

الفصل الخامس: الإطار المنهجي للدراسة وعرض البيانات وتحليلها واستخلاص النتائج

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (20) أن نسبة 54.84 % من أفراد العينة أجابوا بأن مضامين الإعلام الرقمي لا توفر الذوق العام لفئة الشباب الجامعي بينما نسبة 45.16 % أجابوا بأن مضامين الإعلام الرقمي توفر الذوق العام لفئة الشباب الجامعي، وهي نسب متقاربة نوعاً ما، ويمكن تفسير هذه النتائج على أن البعض من أفراد العينة يجد أن مضامين الإعلام الرقمي توفر لهم الذوق العام بينما البعض الآخر منهم يرى أن هذه المضامين لم توفر لهم الذوق الذي يبحثون عنه.

جدول رقم (21): يبين الجانب الأكثر تأثيراً لدى الشباب الجامعي

النسبة المئوية %	التكرارات	الحالات
93.55%	116	الاجتماعي
6.45%	8	السياسي
100 %	124	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (21) والذي يبين الجانب الأكثر تأثيراً لدى الشباب الجامعي، حيث قدرت أكبر نسبة بـ 93.55 % المتمثلة في الجانب الاجتماعي وهذا راجع إلى اهتمام أفراد العينة بهذا الموضوع بالدرجة الأولى تليها نسبة 6.45 % الجانب السياسي مما يفسر أن عدد قليل جداً من طلبة لا يتأثرون بالجانب السياسي أو يمكن القول أنهم لا يهتمون بالسياسة فمن خلال النتائج نستنتج أن الجانب الاجتماعي هو الجانب الأكثر تأثيراً بالنسبة للشباب الجامعي.

جدول رقم (22): يبين أثر الإعلام الرقمي على طريقة إدراك الشباب الجامعي

النسبة المئوية %	التكرارات	الحالات
50.81%	63	نعم
49.19%	61	لا
100 %	124	المجموع

الفصل الخامس: الإطار المنهجي للدراسة وعرض البيانات وتحليلها واستخلاص النتائج

يوضح لنا الجدول رقم (22) أن أفراد العينة قد أجابوا بنسب متقاربة حول ما إذا يؤثر الإعلام الرقمي على طريقة إدراكهم حيث قدرت نسبة الذين أجابوا بنعم بـ 50.81 % في حين قدرت نسبة الذين أجابوا بلا 49.19 % وهذا ما يفسر أن الإعلام الرقمي قد يَأثر على طريقة إدراك الشباب من خلال تأثرهم بالمؤثرات والأساليب الإقناعية التي تدفعهم إلى اكتساب اتجاهات جديدة في مختلف جوانب الحياة الاجتماعية والسياسية.

جدول رقم (23): يبين توزيع نسبة تناقش أفراد العينة حول القضايا السياسية والاجتماعية التي يتناولها الإعلام الرقمي

الحالات	التكرارات	النسبة المئوية %
نعم	75	60.48%
لا	49	39.52%
المجموع	124	100 %

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (23) الذي يبين نسبة تناقش أفراد العينة حول القضايا الاجتماعية والسياسية التي يتناولها الإعلام الرقمي نلاحظ أن نسبة 60.48 % منهم قد يتناقشون وقد يعود هذا لتفاعل أفراد العينة بنسبة أكبر حيث يرون أن لابد لهم من إبداء آرائهم والتعبير عن أفكارهم اتجاه الموضوعات والقضايا المطروحة، في حين أخذت نسبة 39.52 % أفراد العينة لا يفضلون المناقشة والمشاركة مع الآخرين حول تلك القضايا التي يتناولها الإعلام الرقمي.

جدول رقم (24): يبين نسبة الفئات التي تحرص على الإلمام بالمعارف الاجتماعية والسياسية لحل مشكلات والقضايا السائدة في المجتمع

الحالات	التكرارات	النسبة المئوية %
نعم	63	50.81%
لا	61	49.19%
المجموع	124	100 %

الفصل الخامس: الإطار المنهجي للدراسة وعرض البيانات وتحليلها واستخلاص النتائج

يوضح لنا الجدول رقم (24) نسبتين متقاربتين بين الفئات التي تحرص على الإلمام بالمعارف الاجتماعية والسياسية لحل مشكلات والقضايا السائدة في المجتمع حيث قدرت فئة الشباب الجامعي الذي يحرص بـ 50.81% والفئة من الذين لا يحرصون بـ 49.19%.

ونستنتج أن أفراد العينة يقومون بتقديم المعلومات والنقاشات وتكون لهم الحرية في طرح مختلف القضايا التي تخدم مجتمعهم بينما أفراد العينة الآخرين لا يبدون أي اهتمام حول تقديم خدمة لمجتمعهم.

ثالثاً: مناقشة النتائج الدراسة على ضوء الفرضيات

بعد قيامنا بدراسة الميدانية بجامعة 08 ماي 1945م قسم علم الاجتماع، بالاعتماد على الاستمارة كأداة الجمع البيانات وتفريغها وتحليلها توصلنا إلى مجموعة من النتائج التي ناقشناها على ضوء فرضيات الدراسة وكانت كالآتي:

* **الفرضية الأولى:** يلعب الإعلام الرقمي دور المؤثر على فئة الشباب وتنمية وعيهم من خلال تشكيل اتجاهاتهم وسلوكياتهم.

- اتضح لنا من خلال النتائج أن نسبة 78.22% من الشباب الجامعي يرى أن الإعلام الرقمي له دور سلبي، في حين 21.78% ذات أثر إيجابي.

- تبين لنا أن ثقة الشباب الجامعي في المعلومات الاجتماعية والسياسية المنشورة على وسائل الإعلام الرقمي بنسبة 61.30%.

- ساهمت وسائل الإعلام الرقمية في إضافة معارف جديدة لدى أفراد العينة بنسبة 79.03% وزيادة رصيدهم المعرفي.

- يتضح لنا أن نسبة 80.65% من أفراد العينة أكدوا أن الإعلام الرقمي ساهم في زيادة وعي الشباب الجامعي بشكل فعال.

- تبين لنا أن نسبة كبيرة من الباحثين قدرت 55.65% يرون أن الإعلام يآثر على سلوكيات واتجاهات الشباب الجامعي.

لقد بينت لنا نتائج السابقة صحة فرضية الأولى التي تقر بأن الإعلام الرقمي له الدور في التأثير على الشباب الجامعي حيث يمكن القول أنها تضيف لهم معلومات قيمة تزيد من وعيهم بشكل فعال كما تأثر أيضا على سلوكهم واتجاهاتهم.

الفصل الخامس: الإطار المنهجي للدراسة وعرض البيانات وتحليلها واستخلاص النتائج

* **الفرضية الثانية:** يعد الإعلام الرقمي عنصر مشكل للوعي لدى الشباب الجامعي في كونه العنصر القائم بالأساس على مشاركات الشباب الجامعي وتفاعلهم وتلقيهم مختلف المعارف والمعلومات والأحداث.

- تعتقد نسبة 54.84 % من المبحوثين أن الإعلام الرقمي متمثل في الأنترنت بصفة عامة بينما تعتقد بقية المبحوثين بنسب متفاوتة أنه يتمثل في المواقع الإلكترونية والإخبارية والمدونات ومواقع التواصل الاجتماعي.

- كشفت الدراسة أن الفيسبوك هو الأكثر وسيلة تقوم أفراد العينة بالاطلاع عليها أكثر قدرت نسبتهم بـ 55.65 % أما باقي النسب تمثلت في بقية البحث.

- يقضي الشباب الجامعي أكثر من ساعة إلى 3 ساعات في استخدام الإعلام الرقمي يوميا في المركز الأول بنسبة 43.54 % تليها نسبة 25.81 % منهم من يتعر له أكثر من 6 ساعات، ثم نسبة 21.77 % من يتعرض إليه بأقل من ساعة بنسبة 8.87 %.

- وقد بينت نتائج الدراسة أن معظم أفراد العينة أكدوا أن الإعلام الرقمي يعد عنصر مشكل لوعيهم وكانت نسبتهم 78.23 %.

- توصلت الدراسة إلى أن نسبة كبيرة جدا من المبحوثين المقدرة بـ 92.74 % أكدت أن الإعلام الرقمي يزيد من نسبة تفاعل الشباب الجامعي من خلال تلقيهم المعلومات والأحداث.

لقد بينت لنا نتائج السابقة صحة الفرضية الثانية التي تأكد لنا أن الإعلام الرقمي يعد أهم عنصر مشكل للوعي لدى الشباب الجامعي فاستخدام الوسائط الإلكترونية وتعرضهم لها يوميا ساهم في تشكيل وعيهم وإحاطتهم بما يجري في العالم.

* **الفرضية الثالثة:** تتمثل التأثيرات الإعلام الرقمي في تشكيل الرأي العام الشبابي في كونه فئة الشباب هي الأكثر تفاعل في المجتمع خاصة مع ظهور الوسائط الإلكترونية.

- كشفت الدراسة أن الإعلام الرقمي له التأثير في تشكيل الرأي العام لدى فئة الشباب الجامعي بنسبة 65.32 %.

- بينت الدراسة أن وسائل الإعلام الرقمية تقدم القضايا التي تهتم الشباب الجامعي وكانت نسبة المبحوثين الذي أجابوا بنعم 55.65 % إضافة إلى ذكرهم لأنواع أخرى من القضايا المتمثلة في القضايا

الفصل الخامس: الإطار المنهجي للدراسة وعرض البيانات وتحليلها واستخلاص النتائج

الرياضية والاجتماعية والسياسية نجد أن اهتمامهم ينصب حول القضايا الاجتماعية بنسبة أكبر من القضايا الأخرى.

- من أهم البرامج التي تقدم قضايا تهم الشباب الجامعي هي البرامج العلمية والبرامج التنقيفية التي يستعين بها في البحوث العلمية.

- كشفت الدراسة أن مضامين الإعلام الرقمي لا توفر الذوق العام لفئة الشباب الجامعي وهذا حسب رأي أفراد العينة الذي قدر بنسبة 54.84 %.

- بينت الدراسة أن الجانب الأكثر تأثير لدى الشباب الجامعي هو الجانب الاجتماعي الذي قدر بنسبة 93.55 % وهي أكبر نسبة تبين أن معظم أفراد العينة يتأثرون بالجانب الاجتماعي.

- بينت الدراسة أن الإعلام الرقمي يمكن له أن يؤثر على طريقة إدراك الشباب الجامعي، ويمكن لا لأن إجابة المبحوثين كادت أن تكون بنسبة متساوية فالبعض منهم يرى أن الإعلام الرقمي أثر على طريقة إدراكهم والبعض الآخر لا يرى ذلك.

- يتضح لنا من خلال نتائج الدراسة أن نسبة 60.48 % من أفراد العينة تتناقش حول القضايا الاجتماعية والسياسية التي يتناولها الإعلام الرقمي.

- توصلت الدراسة إلى أن أفراد العينة أجابوا بنسب متقاربة حول ما إذا كانوا يحرصون على الاستناد بالمعارف الاجتماعية والسياسية من أجل حل مشكلاتهم وقضاياهم في مجتمعاتهم فكانت النتيجة مقدره ب 50.81 % من فئة التي تحرص على ذلك 49.19 % من الفئة لا تحرص ولا تبدي اهتماما بذلك.

لقد بينت لنا النتائج السابقة صحة الفرضية الثالثة التي تقر بأن البعض من أفراد العينة يقومون بتقديم المعلومات والنقاشات وتكون لهم الحرية في مختلف القضايا التي تخدم مجتمعهم، بينما البعض الآخر منهم لا يبدي أي اهتمام حو تقديم خدمة لمجتمعهم.

رابعاً: النتيجة العامة للدراسة:

من خلال ما تناولته دراستنا في جامعة 08 ماي 1945 ومن خلال نتائج الاستمارة وتحليلها وتفسيرها ثم مناقشة هذه النتائج في ضوء الفرضيات تمكنا من إثبات فرضيات الدراسة توصلنا إلى ما يلي:

الفصل الخامس: الإطار المنهجي للدراسة وعرض البيانات وتحليلها واستخلاص النتائج

- بينت الدراسة أن للإعلام الرقمي دور سلبي حيث أن معظم الأفراد لا يتقنون في المعلومات المنشورة على وسائله.
- توصلت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام الرقمية أضافت للأفراد معلومات جديدة، حيث زادت من وعيهم بشكل فعال.
- توصلت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام تؤثر على سلوكيات واتجاهات الشباب الجامعي، حيث ساهمت في زيادة وعيهم واكتسابهم للمعلومات والمعارف إلى جانب التأثيرات الإيجابية والسلبية للبعض الذي لا يحسن استخدام تلك الوسائل.
- وضحت لنا الدراسة أن الشباب الجامعي يعتقد أن الإعلام الرقمي يتمثل في شبكة الأنترنت وأن أكثر وسيلة يقوم بالاطلاع عليها هي موقع الفيسبوك الذي ساهم نوعاً من زيادة نسبة وعيهم وتفاعلهم.
- بينت الدراسة أن الإعلام الرقمي ساهم في تشكيل الرأي العام لدى الشباب الجامعي من خلال اهتمامه واتباعه لمختلف القضايا والبرامج التي أثرت على طريقة إدراكه.

خامساً: أهم التوصيات:

- على ضوء ما سبق وبناءً على ما توصلت إليه نتائج دراسة أثر الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي لدى فئة الشباب الجامعي - دراسة ميدانية بقسم علم الاجتماع جامعة قالمة- قدّمنا جملة من التوصيات قصد الاستفادة منها والعمل بها يمكن إيجازها فيما يلي:
- ضرورة الاستفادة من الإعلام الرقمي ووسائله في عمليات التوعية.
- تشجيع الشباب على التعبير عن آرائهم بحرية ودعم الثقة في أنفسهم.
- دعم الشباب بكافة الآليات التي تمكنهم من التعامل الإيجابي مع أدوات العصر الجديد من وسائل الإعلام الرقمي بما يمكنهم من الاستفادة منه.
- ضرورة تقديم برامج هادفة في وسائل الإعلام حيث تكون المادة الإعلامية ومضمونها هادف، لتحقيق حاجات وإشباع الشباب الجامعي.
- تصميم ورشات عمل ودورات للشباب، خاصة طلبة الجامعات لرفع وعيهم تجاه كيفية استخدام وسائل الإعلام الرقمي.
- توفير مزيداً من الاهتمام للشباب ودعمهم دينياً وثقافياً من أجل الاستفادة من أوقات الفراغ لديهم.

خلاصة:

من خلال هذا الفصل تم تحديد العديد من الجوانب المنهجية وتوضيح أهم الخطوات التي تم استخدامها في هذه الدراسة، حيث تم التطرق إلى المنهج المتبع والأداة المتمثلة في الاستمارة التي ساعدتنا في جمع البيانات التي سيتم الاعتماد عليها من أجل تحليل نتائج الدراسة كذلك تم التطرق إلى مجتمع البحث ومجالات وعينة الدراسة، ومن ثم تحليل النتائج المتوصل إليها من خلال الدراسة الميدانية على ضوء الفرضيات، وأخيراً استخلاص النتائج العامة للدراسة والخروج بتوصيات لها.

خاتمة

خاتمة:

لقد حاولنا من خلال هذه الدراسة معرفة أثر الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي لدى فئة الشباب الجامعي، حيث قمنا بتسليط الضوء على الإعلام الرقمي عامة والوعي خاصة، وانطلاقاً مما سبق فإنه من المهم الاهتمام بدراسة تأثير وسائط الإعلام الرقمي على شباب الجامعة كونه صفة شباب المجتمع وعماد الأمة في الحياة يجب عليه اكتساب المعارف بطريقة رسمية ولا تقتصر حدود ما نسميه وعياً على مجرد اكتساب الفرد المعارف والمعلومات وإنما يتبع ذلك من اتجاهات ومعايير ودوافع للسلوك الاجتماعي والسياسي. فنكمن أهمية الوعي لطلاب الجامعة من خلال تفاعلهم مع محيطهم الاجتماعي والعمل على تغييره أي بفضل الشباب الواعي المثقف يمكن تجاوز الأوضاع والظروف الصعبة، فالوعي طاقة دافعة للإنسان للإسهام الفعال في بناء المجتمع المتماسك، وقوة دافعة للمساهمة في تغييره نحو الأفضل.

فقد توصلنا من خلال دراستنا إلى معرفة دور الإعلام الرقمي في تشكيل وعي الشباب الجامعي باعتباره طاقة بشرية مهمة ومؤثرة وفاعلة في كيان المجتمع، كونهم يتميزون عن باقي فئات المجتمع بإملاكهم مؤهلات علمية ومعرفية تساعدهم في إثراء نقاشات اجتماعية أو سياسية كانت.

من خلال ما جاءت به نتائج دراستنا فقد لاحظنا أن الانتشار الواسع للإعلام الرقمي قد مكن الشباب الجامعي من المشاركة والتفاعل في مختلف القضايا وبكل حرية حيث أصبح هذا التفاعل عاملاً من عوامل التغيير في حياتهم اليومية.

قائمة المصادر والمراجع

قواميس ومعاجم

- 1- بسام عبد الرحمن المشاقية: **معجم المصطلحات العلاقات العامة**، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2014م.
- 2- جان فرنسوا دورتيه: ترجمة جورج كتورة، **معجم العلوم الإنسانية**، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط1، بيروت، لبنان، 1430هـ-2009م.
- 3- طه أحمد الزيدي: **معجم مصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي**، دار النفائس للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2010م.
- 4- محمد جمال الفار: **معجم المصطلحات الإعلامية**، دار أسامة للنشر، ط1، عمان، الأردن، 2014م.

الكتب

- 5- إبراهيم إسماعيل: **الإعلام المعاصر (وسائله، مهارته، تأثيراته، أخلاقياته)**، وزارة الثقافة والقنوات والتراث، ط1، الدوحة، قطر، 2014م.
- 6- إبراهيم إسماعيل: **مناهج البحوث الإعلامي**، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر، 2017م.
- 7- أحمد عبد الغفار بسيوني: **الإعلام الرقمي الجديد (الإعلام البديل ودوره في دعم المجتمع المدني وأثر التقنيات الحديثة على تشكيل الرأي العام المدونات الإلكترونية، مواقع التواصل الاجتماعي)**، مؤسسة شباب الجامعة، ط1، الإسكندرية، مصر، 2018م.
- 8- إسماعيل سليمان، أبو جلال: **الإذاعة ودورها في الوعي الأمني**، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2012م.
- 9- إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي: **شبكات التواصل والانترنت والتأثير على الأمن القومي والاجتماعي**، الناشر المكتب للمعارف، ط1، القاهرة، مصر، 2016م.
- 10- باديس مجاني، مرابط فريدو: **نظريات الاتصال**، الناشر ألفا للوثائق، ط1، قسنطينة، الجزائر، 2019م.
- 11- تروث مكي: **الإعلام والسياسة (وسائل الاتصال والمشاركة السياسية)**، عالم الكتب، ط1، القاهرة، مصر، 2005م.
- 12- حارث عبود، مزهر العاني: **الإعلام والهجرة إلى العصر الرقمي**، دار الحامد، للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2015م.
- 13- حسان أحمد قَمْحِيَّة: **الفيسبوك تحت المجهر**، دار النخبة للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر، 2017م.

- 14- حسان شمسي باشا، ماجد حسان شمسي باشا: وسائل التواصل الاجتماعي رحلة في الأعماق، دار القلم، ط1، دمشق، سوريا، 2020م.
- 15- حسن عماد مكاوي: نظريات الإعلام، دار العربية للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر، 2009م.
- 16- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، دار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة، مصر، 1998م.
- 17- حسين شفيق: الإعلام الجديد والجرائم الإلكترونية، التسريبات، التحسس، الإرهاب الإلكتروني، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر، 2014م.
- 18- حسين محمود هتيمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2015م.
- 19- حسين مكاوي: تكنولوجيايات الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، دار المصرية اللبنانية، ط2، القاهرة، مصر، 1997م.
- 20- خير الله سبهان عبد الله الجبوري: مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات السياسية، شركة دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 1440هـ -2019م.
- 21- رضا أمين: الإعلام الجديد، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر، 2015م.
- 22- رضا عبد الواحد أمين: الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر، 2007م.
- 23- رضوان مفلح العلي وآخرون: مدخل إلى وسائل الإعلام الإلكتروني والفضائي، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 1437هـ -2016م.
- 24- سعد الحاج بن جخل: العينة والمعينة (مقدمة منهجية قصيرة جداً)، دار البداية ناشرون وموزعون ط1، عمان، الأردن، 1440هـ -2019م.
- 25- سعد آل سعود: الاتصال والإعلام السياسي، دار الكتاب الحديث، ط1، الرياض، السعودية، 1431هـ -2010م.
- 26- سعد سلمان المشهداني، فراس حمود العبيدي: مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الإعلامية الجديدة، دار أمجد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2020م.
- 27- الشفيق عمر حسين: الصحافة الإلكترونية (المفهوم والخصائص والانعكاسات)، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، ط1، أبو ظبي، الإمارات، 2011م.
- 28- طه عبد العاطي نجم: مناهج البحث الإعلامي، دار كلمة للنشر والتوزيع، ط1، الإسكندرية، مصر، 2015م.
- 29- عامر إبراهيم قنديلجي: الإعلام الإلكتروني، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2015م.

- 30- عباس ناجي حسين: **الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني**، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 1437هـ-2016م.
- 31- عبد الرحمن بدوي: **مناهج البحث العلمي**، وكالة المطبوعات، ط3، الكويت، 1977م.
- 32- عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر: **مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني**، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2015م.
- 33- عبد الرزاق الدليمي: **إشكاليات الاتصال والإعلام في العالم الثالث**، مكتبة الزائد العلمية، ط1، عمان، الأردن، 2004م.
- 34- عبد الرزاق الدليمي: **الإعلام الرقمي والمجتمعات المعاصرة، الابتكار، للنشر والتوزيع**، ط1، عمان، الأردن، 2019م.
- 35- عبد الرزاق الدليمي: **نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرون**، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط1 عمان، الأردن، 2016م.
- 36- عبد العزيز الشريف: **الإعلام الإلكتروني**، دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، عمان، 2014م.
- 37- عبد الله قاسم محمود باشا كريشان: **أثر الثورة المعلوماتية الإعلامية في نشر الوعي السياسي (لدى الشباب الأردني)**، دار الجنان للنشر والتوزيع، د، ط، عمان، الأردن، 2016م.
- 38- عبد النبي عبد الله الطيب: **فلسفة ونظريات الإعلام**، دار العالمية للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر، 2014م.
- 39- العبيد الطيب عبد القادر أحمد: **فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الرأي العام (دراسة حالة التغيرات السياسية في المجتمعات العربية)**، دار البداية ناشرون وموزعون، ط1، عمان، الأردن، 1438هـ-2017م.
- 40- عبيدة صبطي: **الإعلام الجديد والمجتمع**، المركز العربي للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 2018م.
- 41- علي عبد الفتاح كنعان: **الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية**، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، د، ط، عمان، الأردن، 2014م.
- 42- عبير الرحباني: **الإعلام الرقمي الإلكتروني**، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2012م.
- 43- عصمت أحمد فاخر: **أساسيات البحث العلمي**، الجنادرية للنشر والتوزيع، ط1 عمان، الأردن، 2017م.
- 44- علي خليل شقرة: **الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)**، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2014م.
- 45- علي عبد الفتاح: **إدارة الإعلام**، دار اليازوري، ط1، عمان، الأردن، 2014م.

- 46- علي عبد الفتاح علي: نظريات الاتصال والإعلام الحديثة، دار الأيام للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2015م.
- 47- علي عبد الفتاح كنعان: الإعلام والمجتمع، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2010م.
- 48- عمار بوحرش ومحمد محمود البذنيبات: مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، الجزائر، 2007م.
- 49- عمار حمادة: الوعي والتحليل السياسي، دار الهادي للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، بيروت، لبنان، 2005م.
- 50- غالب كاظم جواد الدعيمي: الإعلام الجديد، اعتمادية متصاعدة ووسائل متجددة، دار أمجد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2017م.
- 51- فهد بن عبد العزيز الغفلي: الإعلام الرقمي (أشكاله ووظائفه وسبل تفعيله وملحق به مشاريع وتطبيقات ميدانية)، دار المجدد، للنشر والتوزيع، ط1، الرياض، السعودية، 1438هـ-2018م.
- 52- فوزي شريطي: التدوين والإعلام الجديد، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2015م.
- 53- فيصل أبو عيشة: الإعلام الإلكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2014م.
- 54- كمال الحاج: نظريات الإعلام والاتصال، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020م.
- 55- لؤي الزعبي: الإعلام والاتصال الإلكتروني، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020م.
- 56- إيلي أحمد جرار: الفيس بوك والشباب العربي، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 1433هـ-2012م.
- 57- ماهر عودة الشمايلة، محمود عزت اللحام وآخرون: تكنولوجيا الإعلام والاتصال، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2015م.
- 58- ماهر عودة الشمايلة، وآخرون: الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2015م.
- 59- محمد إبراهيم خاطر: الشباب ودورهم في التغيير والإصلاح، دار الوفاء لنديا للطباعة والنشر، ط1، الإسكندرية، مصر، 2014م.
- 60- محمد الأمين أحمد عبد مرزوك: مواقع التواصل الاجتماعي والحراك الشعبي "الاعتماد المتبادل" الناشر المركز الديمقراطي العربي، ط1، برلين، ألمانيا، 2010م.

- 61- محمد بن سعود البشر: نظريات التأثير الإعلامي، دار العبيكان، ط1، الرياض، السعودية، 1435هـ-2014م.
- 62- محمد جلال الغندور: البحث العلمي بين النظرية والتطبيق، دار الجوهرة للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر، 2015م.
- 63- محمد عبد العال النعيمي وآخرون، طرق ومناهج البحث العلمي، مؤسسات الورق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2017م.
- 64- محمد ياسر شرف: الوعي الاجتماعي والتقدم (ملاحظات تحول علاقة الوعي الاجتماعي بالتطوير الصناعي)، الطليعة العربية في تونس، في سبيل مجتمع عربي موحد حر وديمقراطي، تونس، 2010م.
- 65- محمود حسن إسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، دار العالمية للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 2003م.
- 66- مجد الهاشمي: تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2004م.
- 67- مروى عصام صلاح: الإعلام الإلكتروني الأسس وأفاق المستقبل، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 1436هـ-2015م.
- 68- مصطفى كافي: الرأي العام ونظريات الاتصال، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1436هـ-2015م.
- 69- مصطفى يوسف كافي: الإعلام التفاعلي، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 1437هـ-2016م.
- 70- مصطفى يوسف كافي: الإعلام المعاصر وتحديات العولمة، النشر ألفا للوثائق، ط1، قسنطينة، الجزائر، 2017م.
- 71- منال هلال المزاهرة: نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، عمان، الأردن، 1433هـ-2012م.
- 72- موريس أنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية (تدريبات عملية)، دار القصبه للنشر، ط2، الجزائر، 2004م.
- 73- نرمين السطاني: أثر شبكات الانترنت على اتجاهات الشباب في عصر العولمة بيلومانيا للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر، 1440هـ-2010م.
- 74- نسرين حسونة: الإعلام الجديد المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف، ط1، شبكة الألوكة، الرياض، السعودية، 2014م.

- 75- وائل مبارك حضر فضل الله: أثر الفيسبوك على المجتمع، فهرسة المكتبة الوطنية، ط1، الخرطوم، السودان، 2011م.
- 76- وسام كمال: الإعلام الإلكتروني والمحمول بين المهنية وتحديات التطور التكنولوجي، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر، 2014م.
- 77- يوسف عبد علي حسين، حنين حاتم عبد الله: الإعلام الإلكتروني، دار دجلة ناشرون وموزعون، ط1، عمان، الأردن، 2016م.

مذكرات

- 78- إبراهيم اسماعيل، عبد الحكيم غناي: تنمية الوعي السياسي للطلبة الجامعيين من خلال البرامج السياسية في قناة الجزائرية الثالثة (دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم العلوم الإنسانية بجامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي)، مذكرة ماستر، غير منشورة، اتصال وعلاقات عامة، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2017-2018م.
- 79- أحمد بودادة: الإعلام الرقمي في صناعة الرأي العام (دراسة مسحية لاستخدامات قادة الرأي لمنصة الرئيس الأمريكي دونالد ترمب-نموذجاً)، مذكرة لنيل شهادة دكتوراه، غير منشورة، قسم العلوم الإنسانية، شعبة علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، بسكرة، الجزائر، 2019-2020م.
- 80- إياد جاسر دويكات: دور الحركات الطلابية الفلسطينية في تنمية الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات الفلسطينية، أطروحة ماجستير، غير منشورة، كلية الدراسات العليا جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2018م.
- 81- درصاف شريفي وآخرون: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي اتجاه الحراك الشعبي الجزائري (دراسة تحليلية من صفحات من الفيسبوك)، مذكرة ماستر، غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، شعبة علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة، قالمة، الجزائر، 2019-2020م.
- 82- رابح عمار: الصحافة الإلكترونية وتحديات الفضاء الإلكتروني، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة وهران أحمد بن بلة، الجزائر، 2016-2017م.
- 83- رأفت مهند عبد الرزاق: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي (دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق على عينة من طلبة جامعات كل من الموصل والأنبار

- وتكريت)، رسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، غير منشورة، قسم الصحافة والإعلام، كلية الآداب والعلوم، جامعة البترا الأردنية، الأردن، 1434هـ -2013م.
- 84- ريم فتيحة قدوري: دور الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي السياسي للجمهور الجزائري (دراسة وصفية تحليلية لموقع "الجزيرة نت" أنموذجاً)، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه، غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والإسلامية، جامعة أحمد بن بلة، وهران، الجزائر، 2017-2018م.
- 85- سهام دواخة: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي، دراسة ميدانية بجامعة 8 ماي 1945 قالمة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر ، غير منشورة ، في علم الاجتماع والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم الاجتماع، جامعة قالمة، الجزائر، 2019-2020م.
- 86- سوسن حناشي، برمضان ريان: الإعلام الرقمي وتأثيره في الأمن اللغوي، الصحافة الإلكترونية نموذجاً، مذكرة لنيل شهادة الماستر، غير منشورة، قسم اللغة والأدب العربي، كلية الآداب واللغات، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، الجزائر، 2019-2020م.
- 87- شدان يعقوب خليل أبو يعقوب: أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ،غير منشورة، كلية الدراسات العليا جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2015م.
- 88- شيماء بوطغان: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري الفيسبوك نموذجاً -دراسة ميدانية لعينة من طلبة جامعة المسيلة، مذكرة ماستر، غير منشورة، قسم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، تخصص اتصال، مسيلة، 2019-2020م.
- 89- كلثوم نوادرية، وآخرون: أثر الإعلام الرقمي على اقتصاديات القنوات الفضائية العربية (قناة نسمة والشروق نموذجاً)، مذكرة لنيل شهادة الماستر، غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، الجزائر، 2018-2019م.
- 90- لامية صابر: الحملات الإعلامية في باقة MBC ودورها في التوعية الدينية للشباب، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، غير منشورة، قسم الإعلام والاتصال كلية الحقوق، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2009-2010م.
- 91- لينا العلمي: العضوية في مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في تحسين الوعي السياسي لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية، مذكرة تخرج لنيل درجة البكالوريوس للعلوم السياسية ، غير منشورة، فلسطين، 2011م.

92- مالك شعباني: دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراة، غير منشورة، قسم علم اجتماع الديمغرافيا، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2005-2006م.

المجلات

93- أحمد بودادة: دور الإعلام الرقمي في تشكيل الرأي العام لدى الشباب في الجزائر، مجلة المعيار، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، مجلد 23، العدد 46، 2019م.

94- بلقاسم السهلي: الإعلام الرقمي الجديد بين المثالية الذكية ومتغيرات الواقع، مجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد (04)، العدد 01، الجزائر، جوان 2021م.

95- حسن هادي رشيد: أثر وسائل الإعلام في تشكيل المعرفة والوعي السياسي، مجلة العلوم السياسية، جامعة بغداد، العدد 58، العراق، 2019م.

96- رضوان قطبي: شبكات التواصل الاجتماعي والحراك السياسي بالمغرب، دراسة ميدانية مجلة الدراسات الإعلامية، المراكز الديمقراطية العربي، العدد 01، المغرب، يناير 2018م.

97- رولا عودة السوالفة، ميساء نصر الرواشدة: أثر الإعلام الإلكتروني في تشكيل الوعي الاجتماعي (دراسة في المعلوماتية السوسولوجية)، دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 47، العدد 3، الأردن، 2020م.

98- زينب محمود شعبان: أزمة الوعي الاجتماعي لدى الطالب المعلم ودور مؤسسات الإعداد في مواجهتها بمجلة البحث في التربية وعلم النفس، المجلد الرابع والثلاثون، العدد الثاني، الجزء الأول، كلية التربية، جامعة المنيا، مصر، أبريل 2019م.

99- سعود بن سهل القوس: دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي (دراسة ميدانية على عينة من الشباب السعودي بمنطقة الرياض)، مجلة جامعة الفيوم العلوم التربوية والنفسية، العدد 10، الجزء الأول، جامعة شقراء، السعودية، 2018م.

100- سميرة شيحاني: الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، قسم الإعلام، المجلد 26، العدد الأول والثاني، سوريا، 2010م.

101- سميرة ناصري: دور الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية، مجلة العلوم القانونية والسياسية، جامعة خنشلة، الجزائر، المجلد 11، العدد 01، 2020م.

102- سيف الدين، سهير سيف الدين عبده، دور الإعلام الرقمي في تنمية الوعي السياسي لدى المراهقين، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، المعهد الدولي للإعلام بالشروق، المملكة العربية السعودية، العدد الحادي عشر، 2020م.

- 103- فاطمة حسن سالم خليفة: وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الوعي الاجتماعي، مجلة كليات التربية كلية التربية الزاوية، جامعة الزاوية، العدد الثاني العشرون، ليبيا، 2021م.
- 104- محمد صالح بوعافية، عائشة إيدير: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي في الجزائر، دفا تر السياسة والقانون المجلد 13، العدد 1، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 2021م.
- 105- محمد علي القعاري: المدخل النظرية في دراسات الإعلام الرقمي، مجلة علوم الاتصال، جامعة أم درمان الإسلامية، السودان، العدد 6، ديسمبر، 1442هـ -2020م.
- 106- مليكة عرعور، سامية حميدي: دور الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي حيال محاربة الإرهاب، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، جامعة بسكرة، الجزائر، 2016م.
- 107- موسى عبد الرحيم طلس، وناصر على مهدي: دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي الشباب الفلسطيني، مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية، المجلد 12، العدد 2، كلية الآداب والعلوم الإنسانية جامعة الأزهر، غزة، فلسطين، 2010م.
- 108- ميمي محمد عبد المنعم توفيق: شبكات التواصل الاجتماعي (النشأة والتأثير)، مجلة كلية التربية، جامعة عين الشمس، القاهرة، مصر، العدد 24، ج2، 2018م.
- 109- نادية بن ورقلة: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، دراسات وأبحاث، جامعة زيان عاشور الجلفة، العدد 11، المجلد 5، الجزائر، 2013م.
- 110- وليدة حدادي: الشبكات الاجتماعية من التواصل إلى خطر العزلة الاجتماعية، مجلة دراسات، جامعة الأغواط، عدد 36، الجزائر، سبتمبر 2015م.
- المؤتمرات والتقارير
- 111- أسامة غازي المدني: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية، ورقة جامعة أم القرى نموذجاً، قسم الإعلام، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة أم القرى، السعودية، 2015م.
- 112- حمدي بشير محمد علي: الإعلام الرقمي واقتصاديات صناعته، ورقة عمل تحت عنوان، منتدى الإعلام والاقتصاد، تكامل الأدوار في خدمة التنمية، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، الرياض، السعودية، 2016م.
- 113- رضا إبراهيم عبد الله البيومي: مواجهة نشر الشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي في الفقه الإسلامي والقانون الوضعي، المؤتمر العلمي السادس كلية الحقوق جامعة طنطا، مصر، 2019م.

- 114- الرقابة القانونية على الإعلام الرقمي، تقرير قانون الإعلام الرقمي مركز هردو دعم التعبير الرقمي، القاهرة، مصر، 2016م.
- 115- علي إسماعيل: مواقع التواصل الاجتماعي بين التصرفات المرفوضة، والأخلاقيات المفروضة، بحث مقدم لجائزة خدمة الدعوة والفقهاء الإسلاميين دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2020م.
- 116- محمد علي صليبي: وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على المجتمع، المؤتمر العلمي الدولي السنوي الرابع لكلية الشريعة، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2014م،
سادسا: المواقع الإلكترونية
- 117- أوان طحللو: تخصص العلوم السياسية على الوعي السياسي لدى طلاب جامعة مريدين،
https://www.ccsd.ngo 2022/04/19، على الساعة 22:00.
- 118- غول السعدي: مناهج البحث العينية وأنواعها **Sample**، الدبلوم الخاص في التربية، جميع الأقسام، 2022/05/13، ساعة، 16:00، [https:// www. Univ- oeb.dz](https://www.Univ-oeb.dz).
- 119- وفاء كودمين: الشباب والتنمية المفاهيم والإشكاليات مجلة جيل الدراسات السياسية والعلاقات الدولية العدد 11. 12_18/02/2022 ; [http://jitre .com](http://jitre.com).14 .WWW ;
- 120- يحيى سعد: العينية العشوائية في البحث العلمي (دراسة للاستشارات والدراسات والترجمة)،
2022/08/17، ساعة 16:49، <https:// drasah. Com>.

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 08 ماي 1945 - قالمة -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علم الاجتماع

استمارة بحث حول :

أثر الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي لدى فئة الشباب الجامعي

دراسة ميدانية على طلبة قسم علم الاجتماع - قالمة -

مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في علم اجتماع الاتصال

تحت إشراف :

أ.د/ فاتح ديبش

من إعداد الطالبتين :

✓ شلاغمية إيمان

✓ بلحيرش مروة

أخي الكريم، أختي الكريمة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته ... وبعد

تهدف هذه الدراسة إلى محاولة التعرف على أثر الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي لدى فئة الشباب الجامعي يشرفنا أن نضع بين أيديكم استمارة بحث ميداني لاستكمال متطلبات لنيل شهادة الماستر على هذا الأساس نرجوا منكم المساهمة بأرائكم في هذا الموضوع وذلك بوضع علامة (X) في الخانة التي توافق رأيكم بعد قراءتكم الجيدة لكل عبارة والإجابة على السؤال.

علما بأن المعلومات التي سيتم الحصول عليها سوف تستخدم في أغراض البحث العلمي فقط.

وفي الأخير تقبلوا منا فائق الشكر والاحترام على تعاونكم في إنجاز هذا البحث.

مع شكرنا وتقديرنا على تعاونكم

2022/2021

المحور الأول: البيانات الشخصية

- 1- الجنس: ذكر أنثى
- 2- السن: 18 إلى 23 23 إلى 28 أكثر من 28
- 3- المستوى التعليمي: ليسانس ماستر
- 4- التخصص: علم اجتماع عام علم اجتماع الاتصال
علم اجتماع الصحة علم اجتماع تنظيم وعمل
- 5- الحالة الاجتماعية: أعزب (ة) متزوج (ة)
مطلق (ة) أرمل(ة)
- 6- مكان الإقامة: مقيم غير مقيم

المحور الثاني: للإعلام الرقمي الدور في التأثير على وعي الشباب الجامعي

- 7- حسب رأيك هل للإعلام الرقمي؟
دور سلبي دور إيجابي
- 8- هل تثق في المعلومات المنشورة على وسائل الإعلام الرقمي؟
نعم لا
- 9- هل أضافت وسائل الإعلام الرقمية إليك معلومات جديدة؟
نعم لا
- 10- في رأيك هل يمكن للإعلام الرقمي أن يزيد وعيك بشكل فعال؟
نعم لا
- 11- هل ترى أن لوسائل الإعلام تأثير على سلوكيات واتجاهات الشباب الجامعي؟
نعم لا

في حالة (نعم) كيف ذلك :

المحور الثالث: تعتبر فئة الشباب هي الفئة الأكثر تعرضاً للإعلام الرقمي والأكثر تفاعلاً.

12- في اعتقادك الإعلام الرقمي هو :

- الأنترنت بصفة عامة

- المدونات

- المواقع الإلكترونية

- المواقع الإخبارية

- شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك، اليوتيوب)

13- ما الأكثر وسيلة تقوم بالاطلاع عليها؟

فيسبوك انستغرام تويتر يوتيوب

أخرى أذكرها :

14- ما حجم تعرضك لوسائل الإعلام يوميا؟

أقل من ساعة من ساعة إلى 3 ساعات

من 3 ساعات إلى 6 ساعات أكثر من 6 ساعات

15- حسب رأيك هل هذه الوسائل الرقمية تعد عنصر مهم لتشكيل الوعي لدى الشباب الجامعي؟

نعم لا

16- هل يزيد الإعلام الرقمي من نسبة تفاعل الشباب الجامعي وتلقيهم للمعلومات والأحداث؟

نعم لا

المحور الرابع: تأثير الإعلام الرقمي في تشكيل الرأي العام لدى الشباب الجامعي

17- هل يؤثر الإعلام الرقمي في تشكيل الرأي العام لدى فئة الشباب الجامعي؟

نعم لا

18- برأيك هل وسائل الإعلام الرقمي تقدم القضايا التي تهتم الشباب الجامعي؟

نعم لا

في حالة الإجابة (نعم) ما نوعها؟

19- ما أهم البرامج التي تقدم قضايا تهم الشباب الجامعي؟

- | | | | |
|--------------------------|---------------|--------------------------|----------------|
| <input type="checkbox"/> | برامج تثقيفية | <input type="checkbox"/> | - برامج سياسية |
| <input type="checkbox"/> | برامج إخبارية | <input type="checkbox"/> | - برامج علمية |
| <input type="checkbox"/> | برامج تعليمية | <input type="checkbox"/> | - برامج تنمية |

20- هل توفر مضامين الإعلام الرقمي الذوق العام لفئة الشباب الجامعي؟

- نعم لا

21- ما هو الجانب الأكثر تأثيرا لدى الشباب الجامعي؟

- الاجتماعي السياسي

22- أترى أن الإعلام الرقمي أثر اليوم على طريقة إدراك الشباب الجامعي؟

- نعم لا

23- هل تتناقش حول القضايا الاجتماعية والسياسية التي تتناولها وسائل الإعلام الرقمية؟

- نعم لا

24- إذا كان الإعلام الرقمي يزيد من نسبة الوعي لدى فئة الشباب الجامعي فهل تحرص هذه الفئة على

الإلمام بالمعارف الاجتماعية والسياسية لحل المشكلات والقضايا السائدة في المجتمع؟

.....
.....

ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى محاولة الكشف عن أثر الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي لدى الشباب الجامعي، وتركز الدراسة على قياس أثر الإعلام الرقمي على فئة هامة من المجتمع وهي شريحة الشباب الذي يستخدم بكثافة وسائل الإعلام الجديد، وانطلاقا من هذا المعطى المستجد توصلنا إلى أن الشباب الجامعي اليوم مع التسارع والانتشار الرهيب للميديا والمواقع الافتراضية التي زادت من حدة تأثيره واهتماماته واستخدامه لها قد حقق تحولا اجتماعيا وإعلاميا يتوجب الدراسة.

فقد حددنا مجتمع الدراسة المتمثل في طلبة قسم علم الاجتماع بجامعة 08 ماي 1945 قالمة، حيث قدر عددهم حوالي 618 طالب وطالبة وأخذنا نسبة 20% منهم، بحيث تمثلت عينة الدراسة في 124 مفردة، واعتمدنا على المنهج الوصفي لدراسة العلاقة بين المتغيرين، وقمنا باستخدام الاستمارة كأداة لجمع البيانات.

وتوصلنا إلى جملة من النتائج المتمثلة في أن وسائل الإعلام الرقمي تؤثر على سلوكيات واتجاهات الشباب الجامعي، حيث ساهمت في زيادة وعيهم وإكسابهم للمعارف وتغيير وجهات نظرهم وتفاعلهم ومشاركتهم الفعالة في مختلف القضايا التي تخص محيطهم الاجتماعي.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الرقمي، الوعي، الشباب الجامعي.

Abstract:

This study aimed to try revealing the impact of digital media in shaping awareness among university youth, and this study focused on measuring the impact if digital media on an important segment of society, which is a segment that uses heavily new media, proceeding from this new data, we concluded that University youth today, with the acceleration and terrible spread of the inedia and virtual sites which increased their influence and interests and their of them, have achieved a social and media transformition that must be studied.

We have identified the study community represented by the studentsof the Department of sociology in the University of May 08th,1945 Guelma, As their number was estimated at about 618 male and femal students, we took 20% of them, So that the sample of the study consisted of 124 items, we relied on the descriptive approach to study the relationship between the variable, we used the questionnaire as a data collection tool.

And we reached a number of results represented the fait that digital merdia affect the behaviour to increasing their awareness, gaining knowledge, changing their views , issues related to thir social environment.

Key words : Digital media– Awareness– University youth.