

جامعة عمار ثليجي بالأغواط

كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة

قسم علوم الإعلام والاتصال



الموضوع:

## استخدام الإعلام الجديد في نقل الأخبار لدى الطلبة

دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام  
والاتصال بجامعة عمار ثليجي الأغواط

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذ:

\* المداني حجاج

إعداد الطالبتين:

• كوثر غربي

• وداد ناصر

### لجنة المناقشة

| الاسم واللقب | الجامعة             | الصفة  |
|--------------|---------------------|--------|
| حرزالله شوشة | عمار ثليجي بالأغواط | رئيسا  |
| المداني حجاج | عمار ثليجي بالأغواط | مشرفا  |
| الشريف داودي | عمار ثليجي بالأغواط | مناقشا |

السنة الجامعية 2024/2023



جامعة عمار ثليجي بالأغواط

كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة

قسم علوم الإعلام والاتصال



الموضوع:

## استخدام الإعلام الجديد في نقل الأخبار لدى الطلبة

دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام  
والاتصال بجامعة عمار ثليجي الأغواط

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذ:

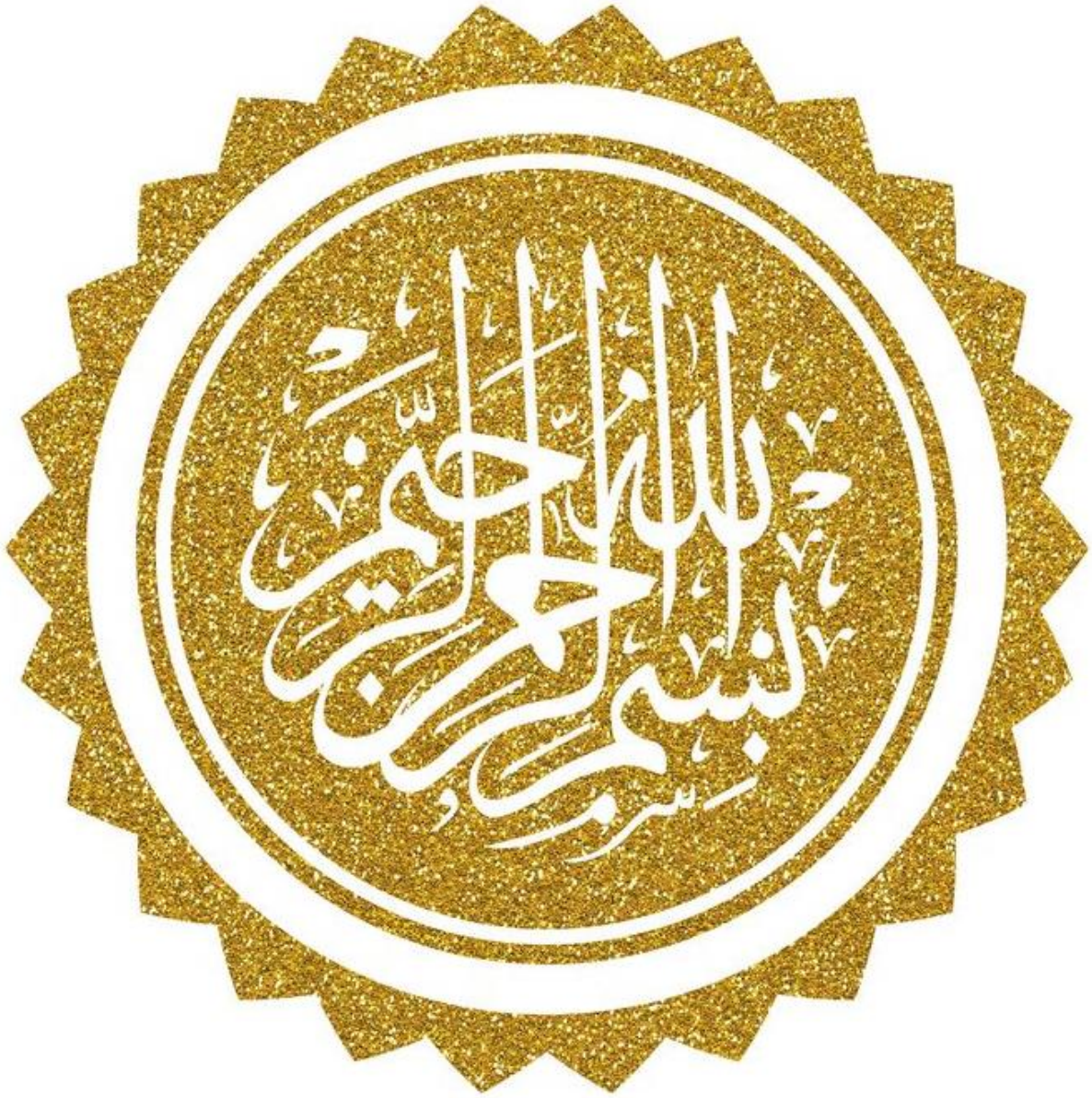
\* المداني حجاج

إعداد الطالبتين:

• كوثر غربي

• وداد ناصر

السنة الجامعية 2024/2023



# إهداء

بعد مسيرة دراسية دامت سنوات حملت في طياتها الكثير من الصعوبات  
والمشقة والتعب، ها أن اليوم أقف على عتبة تخري أقطف ثمار تعبي وأرفع  
قبعتي بكل فخر، فاللهم لك الحمد قبل أن ترضى ولك الحمد إذا رضيت ولك  
الحمد بعد الرضا، لأن وفقتني على إتمام هذا العمل وتحقيق حلمي ... أهدي  
هذا النجاح، إلى الذي زين اسمي بأجمل الألقاب، من دعمني بلا حدود وأعطاني  
بلا مقابل، إلى من علمني أن الدنيا كفاح وسلاحها العلم والمعرفة، إلى من غرس  
في روحي مكارم الأخلاق داعمي الأول في مسيرتي وسندي  
وقوتي وملاذي بعد الله ... إلى فخري واعتزازي (والدي)  
إلى من جعل الله الجنة تحت أقدامها واحتضني قلبها قبل يدها وسهلت لي  
الشدائد بدعائها لي، القلب الحنون، والشمعة التي كانت لي في الليالي المظلمات  
سرقوتي ونجاحي ومصباح دربي الذي وهج حياتي (والدتي)  
إلى ضلعي الثابت وأمان أيامي إلى ملهبي نجاحي إلى من شددت عضدي بهم  
فكانوا لي ينابيع ارتوي منها، إلى خيرة أيامي وصفوتها إلى قرة عيني (أخي  
وأخواتي)  
لكل من كان عوناً وسنداً في هذا الطريق .. أهديكم هذا الإنجاز وثمره نجاحي  
الذي لطالما تمنيته  
ها أنا اليوم أتممت أول ثمراته، راجية من الله تعالى أن ينفعني بما علمني  
وأن يعلمني ما أجهل ويجعله لي لآلي.

كوثر



# إهداء

بسم الله الذي بنعمته تتم الصالحات هي لهفة الوصول  
ودمعة الفرح مشاعر مخلوطة بين فرح وحزن وبداية جزء جديد من حياتي ابتداءً  
بطموح وانتهى بنجاح الحمد لله حتى يبلغ الحمد منتهاه الحمد لله دائماً وأبداً بفضلته  
تتم النعم وبفضلته وتوفيقه  
اليوم انتهت مسيرتي الدراسية وحققت حلمي  
أهدي هذا النجاح إلى التي رأتني بقلها قبل عينها إلى شجرتي التي لا تذبل إلى الظل  
الذي أوي إليه في كل حين هي التي تمتلئ السماء بدعواتها أمي العزيز حفظها الله  
إلى من أعطاني ولا يزال يعطيني بلا حدود،  
لى من يزيدني انتسابي له وذكره فخراً أبي الغالي حفظه الله  
إلى كل العائلة الكريمة التي ساندتني ولا تزال  
وإلى النفوس البريئة إخوتي وأخواتي.  
وإلى رفيفقات المشوار اللواتي قاسمتني فرحتي  
وإلى كل من شاءت الأقدار إن تجمعني بهم  
والشكر الخالص إلى كل من وقف معي ودعمني  
وإلى كل من تمنى لي التوفيق من قريب أو بعيد  
ألف شكر مني لكم والحمد لله والشكر لله

وداد



# شكر وعرفان

الحمد لله وكفى والصلاة والسلام على الحبيب المصطفى وأهله ومن ولاه وبعد:

نتوجه بجزيل الشكر للدكتور " الشريف داودي "

على تفضله بالإشراف على هذا العمل وعلى ما قدمه لنا من نصائح وتوجيهات قيمة في سبيل

إتمامه على أفضل نحو.

وإلى من علمونا حروفا من ذهب وكلمات من درر وأسمى وأحلى العبارات في العلم والنجاح.

ونتقدم بالشكر والعرفان إلى أعضاء اللجنة لقبولهم مناقشة عملنا المتواضع.

ولا يفوتنا أن نشكر مكتب "Hassane Info Service" الذي خصص لنا من وقته

ولم يبخل علينا أيضا من جهده في كتابة وتعديل وتنسيق المذكرة

ولا ننسى كل من مد لنا يد العون والمساعدة من قريب كان أو بعيد ونسأل الله عز وجل

أن يجعل ذلك في ميزان حسناتكم إنه قريب مجيب – لكم منا

كوثر / وداو

الفهرس

# فهرس المحتويات

| الصفحة                                     |                                |
|--|--------------------------------|
|  | الإهداء                        |
|  | الشكر والعرفان                 |
|  | الفهرس                         |
|  | فهرس المحتويات                 |
|  | فهرس الجداول                   |
|  | فهرس الأشكال                   |
| أ - ب                                      | مقدمة                          |
| <b>الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة</b> |                                |
| 16   | 1- إشكالية الدراسة             |
| 17   | 2- تساؤلات الدراسة             |
| 17   | 3- أهداف الدراسة               |
| 17   | 4- أهمية الدراسة               |
| 18   | 5- أسباب اختيار الموضوع        |
| 19   | 6- تحديد مفاهيم الدراسة        |
| 20   | 7- منهج الدراسة                |
| 21   | 8- مجالات الدراسة              |
| 21   | 9- مجتمع وعينة الدراسة         |
| 22   | 10- أدوات جمع البيانات         |
| 23   | 11- الدراسات السابقة           |
| 27   | 12- تعقيب على الدراسات السابقة |

## الإطار النظري

### الفصل الثاني: الإعلام الجديد والشباب

|    |   |
|----|---|
| 29 | تمهيد   |
| 29 | المبحث الأول: الإعلام الجديد                              |
| 29 | المطلب الأول: مفهوم الإعلام الجديد                        |
| 31 | المطلب الثاني: نشأة الإعلام الجديد                        |
| 32 | المطلب الثالث: أنواع وخصائص الإعلام الجديد                |
| 34 | المطلب الرابع: وظائف الإعلام الجديد                       |
| 36 | المبحث الثاني: الشباب                                     |
| 36 | المطلب الأول: مفهوم الشباب                                |
| 38 | المطلب الثاني: خصائص مرحلة الشباب                         |
| 39 | المطلب الثالث: اهتمامات الشباب                            |
| 40 | المطلب الرابع: دوافع استخدام الشباب لوسائل الإعلام الجديد |
| 41 | خلاصة   |

### الفصل الثالث : وسائل الإعلام الجديدة المستخدمة في نقل الأخبار لدى الشباب

|    |  |
|----|--|
| 43 | تمهيد  |
| 43 | المبحث الأول: الانترنت                             |
| 43 | المطلب الأول: مفهوم الانترنت                       |
| 45 | المطلب الثاني: خصائص الانترنت                      |
| 47 | المطلب الثالث: أهمية الانترنت                      |
| 48 | المطلب الرابع: خدمات الانترنت التي يستخدمها الشباب |
| 50 | المبحث الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي             |
| 50 | المطلب الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي        |

|  |   |
|--|---|
| 52                                       | المطلب الثاني: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي  |
| 54                                       | المطلب الثالث: خدمات مواقع التواصل الاجتماعي  |
| 55                                       | المطلب الرابع: أبرز مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة من طرف الشباب   |
| 57                                       | خلاصة   |
| <b>الفصل الرابع (عرض وتحليل النتائج)</b> |   |
| 59                                       | تمهيد   |
| 60                                       | المبحث الأول: عرض وتحليل نتائج محاور الدراسة  |
| 60                                       | المطلب الأول: عرض وتحليل خصائص عينة الدراسة   |
| 63                                       | المطلب الثاني: عرض وتحليل محور الوسائل الإعلامية الجديد التي يستخدمها الشباب للحصول على الأخبار   |
| 71                                       | المطلب الثالث: عرض وتحليل محور علاقة التوجه نحو وسائط الإعلام الجديد بانفتاح الشباب على أخبار وآراء متنوعة ومختلفة                      |
| 74                                       | المطلب الرابع: عرض وتحليل محور علاقة التوجه نحو وسائط الإعلام الجديد بانفتاح الشباب على أخبار وآراء متنوعة ومختلفة                      |
| 78                                       | المبحث الثاني: مناقشة وتفسير نتائج الدراسة  |
| 78                                       | المطلب الأول: تفسير ومناقشة نتائج المحور المتعلق بالوسائل الإعلامية الجديدة التي يستخدمها الشباب للحصول على الأخبار                     |
| 79                                       | المطلب الثاني: تفسير ومناقشة نتائج المحور المتعلق بعلاقة التوجه نحو وسائط الإعلام الجديدة بانفتاح الشباب على أخبار وآراء متنوعة ومختلفة |
| 80                                       | المطلب الثالث: تفسير ومناقشة نتائج المحور المتعلق بعلاقة التفاعل مع الأخبار عبر وسائل الإعلام بالشعور بالمسؤولية والوعي لدى الشباب      |
| 80                                       | المطلب الرابع: استنتاج عام  |
| 84                                       | خلاصة   |
| 86                                       | خاتمة   |
| 88                                       | قائمة المراجع   |
| ملاحق الدراسة                            |   |

# فهرس الجداول

| الصفحة | العنوان   | الرقم |
|--------|---|-------|
| 60     | يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس   | 01    |
| 60     | يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن  | 02    |
| 61     | يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي  | 03    |
| 61     | يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة   | 04    |
| 62     | يوضح توزيع أفراد العينة حسب الحالة العائلية   | 05    |
| 63     | يوضح متابعة أفراد العينة الأخبار عبر مواقع الانترنت   | 06    |
| 63     | يوضح الوسائل الإعلامية الجديدة المستخدمة بكثرة للحصول على الأخبار   | 07    |
| 64     | يوضح نوع الجهاز المستخدم كثيرا في حصول العينة على الأخبار   | 08    |
| 64     | يوضح المنصات الاجتماعية المستخدمة في الحصول على الأخبار   | 09    |
| 65     | يوضح اعتماد العينة على تطبيقات الأخبار على الهواتف الذكية   | 10    |
| 66     | يوضح تطبيقات الأخبار المستخدمة على الهواتف الذكية لأفراد العينة   | 11    |
| 66     | يوضح مواقع الأخبار المتابعة على الانترنت لأفراد العينة  | 12    |
| 67     | يوضح استخدام منصات الفيديو مثل اليوتيوب لمتابعة الأخبار   | 13    |
| 68     | يوضح القنوات المتابعة في منصات الفيديو مثل اليوتيوب   | 14    |
| 68     | يوضح الثقة في المدونات أو المواقع الشخصية كمصدر للأخبار   | 15    |
| 69     | يوضح نوع الأخبار المفضلة المتابعة عبر الوسائط الإعلامية الجديدة   | 16    |
| 70     | يوضح مشاركة الأخبار المهمة على منصات التواصل الاجتماعي  | 17    |
| 71     | يوضح تعرض أفراد العينة لآراء متنوعة باستخدام وسائط الإعلام الجديدة  | 18    |
| 71     | يوضح تأثير المنصات الاجتماعية والمدونات والمواقع الشخصية على تفنح أفراد العينة على آراء مختلفة بشكل أكبر من وسائط الإعلام التقليدية | 19    |
| 72     | يوضح تفضيل منصات مواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة النقاشات حول القضايا الهامة لفهم وجهات النظر المختلفة                              | 20    |
| 73     | يوضح اعتقاد العينة أن التنوع في مصادر الأخبار المقروءة يساعد في فهم القضايا بشكل أكثر شمولية  | 21    |
| 73     | يوضح الشعور بأن التفاعل مع الأخبار والمشاركة في مناقشتها عبر وسائل الإعلام الجديد يعزز الشعور بالمسؤولية والوعي                     | 22    |

|    |   |    |
|----|---|----|
| 74 | يوضح الشعور بأن التفاعل مع الأخبار والمشاركة في مناقشتها عبر وسائل الإعلام الجديد يعزز الشعور بالمسؤولية والوعي                   | 23 |
| 75 | يوضح إيجاد العينة لقراءة الأخبار من مصادر مختلفة عبر وسائط الإعلام الجديدة تزيد من فهمهم للمشاكل والتحديات التي يواجهها المجتمع   | 24 |
| 75 | يوضح الشعور بمسؤولية المشاركة في حملات توعوية ونشر الأخبار الهامة في حملات توعوية ونشر الاخبار الهامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي | 25 |
| 76 | يوضح إمكانية تحفيز الشباب على التغيير والإصلاح في المجتمع من خلال تفاعلهم مع الأخبار عبر وسائل الإعلام الجديدة                    | 26 |
| 77 | يوضح إمكانية زيادة الوعي بين الناس من خلال مشاركة العينة في النقاشات العامة حول القضايا الاجتماعية عبر وسائل الإعلام الاجتماعي    | 27 |
| 77 | يوضح إمكانية المساهمة في بناء مجتمع أفضل من خلال استخدام وسائل الإعلام الجديدة لمشاركة الأخبار                                    | 28 |

مقدمة

يُعتبر الشباب شريحة مهمة وسط المجتمع كونهم يمثلون الطاقة الحيوية والقوة الدافعة لتطوير وتقديم المجتمع. بأنهم يتسمون بسهولة الانفتاح على التغييرات والمستجدات التكنولوجية، ويتميزون بحماسهم واندفاعهم في استكشاف كل ما هو جديد ومبتكر.

ومن جهة نجد وسائل الإعلام والتي شهدت تطورًا كبيرًا مع ظهور الإعلام الجديد، من المنصات والتطبيقات الرقمية مثل مواقع التواصل الاجتماعي، المدونات، المنتديات، والمواقع الإخبارية على الإنترنت. حيث ساهم بشكل كبير في تغيير طريقة نقل الأخبار وتلقيها، حيث أصبح الجمهور قادرًا على الوصول إلى المعلومات والأحداث الجارية بسرعة وسهولة غير مسبوقة.

وفي ظل هذا التطور الكبير في مجال الإعلام نجد ارتفاع ملحوظا لاستخدام الشباب للإعلام الجديد في نقل الأخبار. كونهم يعتمدون بشكل كبير على هذه المنصات الرقمية المتنوعة مثل مواقع التواصل الاجتماعي، المدونات، المنتديات، والمواقع الإخبارية على الإنترنت لمتابعة آخر الأخبار والتطورات، سواء على المستوى المحلي أو العالمي. بالإضافة إلى ذلك فإن الإعلام الجديد يتيح للشباب فرصة التفاعل والمشاركة النشطة في نقل الأخبار ومناقشتها مع الآخرين، حيث يمكنهم نشر التعليقات، مشاركة المحتوى، وإبداء آرائهم بحرية أكبر، مما يجعل تجربة نقل الأخبار أكثر حيوية وتفاعلية.

ومن الجدير بالذكر أن الإعلام الجديد قد غير بشكل جذري من طريقة استهلاك الشباب للأخبار، حيث أصبحوا يتابعون الأحداث الجارية على مدار الساعة وبشكل فوري، مما يعزز من وعيهم وإدراكهم للقضايا المختلفة. كما أن سهولة الوصول إلى مصادر متعددة للمعلومات عبر الإعلام الجديد تمكنهم من التعرض لوجهات نظر متنوعة ومختلفة حول نفس الموضوع، الأمر الذي يساعدهم على تكوين رأي شخصي مستنير وأكثر موضوعية.

وقد جاءت الدراسة الحالية في إطار عام ومنهجي للدراسة، وثلاث فصول منها فصلين نظريين وفصل ثالث تطبيقي. فالفصل الأول هو الإطار النظري للإعلام الجديد والشباب، وانقسم إلى مبحثين، مبحث أول كان بعنوان الإعلام الجديد، ومبحث ثان بعنوان الشباب.

أما الفصل الثاني والموسوم بوسائل الإعلام الجديد المستخدمة في نقل الأخبار لدى الشباب، وانقسم بدوره إلى مبحثين، حيث جاء المبحث الأول بعنوان الانترنت، والمبحث الثاني بعنوان مواقع التواصل الاجتماعي.

وقد جاء الفصل الأخير بعنوان تحليل وتفسير نتائج الدراسة الميدانية، وانقسم بدوره إلى مبحثين، مبحث أول موسوم " عرض وتحليل نتائج الدراسة " أما المبحث الثاني، فقد خص بمناقشة وتفسير نتائج الدراسة. لتليه في الأخير الخاتمة، ثم قائمة المراجع، وأخيرا ملاحق الدراسة.

# الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- 1- إشكالية الدراسة
- 2- تساؤلات الدراسة
- 3- أهداف الدراسة
- 4- أهمية الدراسة
- 5- أسباب اختيار الموضوع
- 6- تحديد مفاهيم الدراسة
- 7- منهج الدراسة
- 8- مجتمع وعينة الدراسة
- 9- مجالات الدراسة
- 10- أدوات جمع البيانات
- 11- الدراسات السابقة

## 1- إشكالية الدراسة:

في ظل التطور التكنولوجي المتسارع ظهرت ما يُعرف بوسائل الإعلام الجديد وهو مصطلح يطلق على المنصات والتقنيات الرقمية التي ظهرت نتيجة التطور التكنولوجي والرقمي. وتشمل هذه الوسائل الإنترنت، ومواقع التواصل الاجتماعي، والمدونات، والتطبيقات الإلكترونية، وغيرها من المنصات التي تتيح تبادل المعلومات والمحتوى بطريقة تفاعلية وفورية. ما يميز وسائل الإعلام الجديد هو قدرتها على تغيير طبيعة الاتصال والتواصل بين الأفراد والمؤسسات، حيث أصبح الجمهور قادرًا على المشاركة والتفاعل بشكل أكبر مع المحتوى الإعلامي، وهذا التطور في وسائل الإعلام أحدث نقلة نوعية في طرق تداول الأخبار والمعلومات ووصولها إلى الجمهور.

وهناك تركيز متزايد على الشباب باعتبارهم الفئة الأكثر انخراطًا في استخدام وسائل الإعلام الجديد، فشباب اليوم ينتمون إلى جيل الألفية أو "الجيل الرقمي"، والذين نشؤوا في بيئة تكنولوجية متطورة. لهذا السبب أصبح الشباب أكثر ألفة واندماجًا مع التقنيات الرقمية والمنصات الإلكترونية الحديثة.

بحيث يقضون الكثير من الوقت على هذه المنصات الرقمية، متابعين الأخبار والقضايا المختلفة بشكل منتظم. هذه الوسائل الإعلامية الحديثة توفر للشباب إمكانية الوصول السريع والمباشر إلى المعلومات، كما تمكّنهم من المشاركة والتفاعل بشكل أكبر مع المحتوى الإعلامي.

إن يمكن القول أن الشباب قد أصبحوا الفئة الأكثر انخراطًا في استخدام وسائل الإعلام الجديد، وهذا التحول في أنماط الاستهلاك الإعلامي لدى الشباب أثار تساؤلات حول مدى انخراطهم في هذه الوسائل الإعلامية الحديثة وتأثيرها عليهم. لذا تبرز الحاجة إلى الإجابة عن السؤال التالي:

▪ ما مدى استخدام الشباب لوسائل الإعلام الجديد في نقل الأخبار؟

## 2- تساؤلات الدراسة:

من أجل تبسيط الإشكالية الرئيسية للدراسة ارتأينا طرح هاته الأسئلة:

- ما هي الوسائل الإعلامية الجديدة التي يستخدمها الشباب للحصول على الأخبار؟
- هل تساهم وسائط الإعلام الجديدة من انفتاح الشباب على أخبار وآراء متنوعة؟
- هل يعزز التفاعل مع الأخبار عبر وسائل الإعلام الجديدة الشعور بالمسؤولية والوعي لدى الشباب؟

## 3- أهداف الدراسة:

- استكشاف الوسائل الإعلامية الجديدة التي يعتمد عليها الشباب للحصول على الأخبار والمعلومات.
- التعرف على مدى انفتاح الشباب على أخبار وآراء متنوعة من خلال تفاعلهم مع وسائل الإعلام الجديد.
- تقييم دور هذه الوسائل الرقمية في تعزيز الشعور بالمسؤولية والوعي المجتمعي لدى الشباب.
- التعرف على الآثار الناتجة عن استخدام الشباب لوسائل الإعلام الجديد على مشاركتهم في الحياة العامة.

## 4- أهمية الدراسة:

إن دراسة مدى استخدام الشباب لوسائل الإعلام الجديد في نقل الأخبار تكتسب أهمية بالغة كونها تسلط الضوء على التحول الحاصل في أنماط استهلاك الشباب للمعلومات والأخبار، والابتعاد عن الوسائل التقليدية لصالح المنصات الرقمية الحديثة. ويمكن توضيح أهميتها من خلال النقاط الآتية:

- الكشف عن مدى انفتاح الشباب على أخبار وآراء متنوعة من خلال تفاعلهم مع هذه الوسائل الإعلامية الجديدة.

- تقييم دور هذه الوسائل الرقمية في تعزيز الشعور بالمسؤولية والوعي لدى الشباب تجاه القضايا الحاصلة في المجتمع والأحداث الجارية فيه.
- المساهمة في فهم أعمق لطبيعة العلاقة بين الشباب ووسائل الإعلام الحديثة، وانعكاسات ذلك على مشاركتهم في المجتمع.
- توفير أساس معرفي يمكن الاستفادة منه في وضع سياسات واستراتيجيات إعلامية تتناسب مع احتياجات وممارسات الشباب في العصر الرقمي.

## 5- أسباب اختيار الموضوع:

### 5-1. الأسباب الذاتية: وتتمثل في:

- اهتمام الشخصي بدراسة تأثير التطور التكنولوجي على سلوكيات وممارسات الشباب في مجال الإعلام والاتصال.
- الرغبة في الإسهام في فهم أعمق للعلاقة بين الشباب ووسائل الإعلام الجديدة وانعكاساتها على طبيعة مشاركتهم في المجتمع.

### 5-2. الأسباب الموضوعية: وتتمثل في:

- الأهمية المتزايدة لوسائل الإعلام الجديد كمصدر رئيسي للأخبار والمعلومات لدى فئة الشباب.
- الحاجة إلى فهم أكثر عمقًا لتأثير هذه الوسائل الرقمية على سلوكيات واتجاهات الشباب نحو القضايا المجتمعية.
- ندرة الدراسات السابقة التي تناولت بشكل مفصل استخدام الشباب لوسائل الإعلام الجديد في الحصول على الأخبار.

6- تحديد مفاهيم الدراسة:

6-1. الإعلام الجديد:

\* **التعريف الاصطلاحي:** "هو كل أنواع الرقمي التي تقدم في شكل تفاعلي، مثل شبكات المعلومات، ومواقع التواصل الاجتماعي والمدونات، والمنديات، وغرف المحادثات، فهو إعلام شخصي فردي، إذ لم يعد حكرا على طبقة معينة كما كان الشأن في الإعلام التقليدي بل أضحي المواطن مساهما في صناعة الرسالة الإعلامية، فاعلا في المدونات ومواقع التواصل الاجتماعي".<sup>1</sup>

\* **التعريف الإجرائي:** نقصد به في دراستنا تلك الوسائل والتقنيات الرقمية الحديثة التي أتاحتها التطور التكنولوجي، وتشمل على وجه الخصوص الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، كما تتميز بالتفاعلية والقدرة على نقل المعلومات والأخبار بسرعة عالية.

6-2. الشباب:

\* **التعريف الاصطلاحي:** "الشباب هو ظاهرة اجتماعية، وهي مرحلة عمرية تعقب مرحلة المراهقة مباشرة، وتبدأ من خلالها علامات النضج النفسي والاجتماعي والبيولوجي واضحة، حيث يمثلون الفئة العمرية التي تتحصر بين (18 و30 سنة)، كما يعد من أكثر الشرائح الاجتماعية تواجدا وتفاعلا مع المحيط وأكثرهم تأثرا بالبيئة من حيث التغيير الذي يطرأ على المجتمع ككل، كما يعد مكسب وثروة المجتمع وله ميوله وطموحاته الخاصة".<sup>2</sup>

\* **التعريف الإجرائي:** نقصد بهم في دراستنا بأنهم الفئة العمرية من 18 إلى 41 سنة، والتي تعتبر الأكثر انخراطاً في استخدام وسائل الإعلام الجديد.

<sup>1</sup> إبراهيم يحيوي، الإعلام الجديد وتشكيل ثقافة الشباب، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، المجلد 15، العدد 1، الجزائر، 2018، ص 91.

<sup>2</sup> موسى سيد علي، إجرام الشباب في الأحياء السكنية الساخنة، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع، تخصص علم الاجتماع العنف والعقاب، جامعة البليدة 2، الجزائر، 2021/2020، ص 16.

### 3-6. الانترنت:

\* **التعريف الاصطلاحي:** "إن كلمة الإنترنت هي اختصار لكلمتين inter connection وكلمة network، وتعني الربط بين عدة شبكات ومن الملايين من الشبكات والعدد في ازدياد لترسل المعطيات المختلفة الحجم والخصائص، وتربط بين عدة شبكات وطنية جهوية، جامعية وشبكات خاصة، وتسمح للإفراد بتبادل المعطيات والاتصالات مهما تباعدت المسافة والفارق الزمني بينهم، وتمكن من القيام بعدة نشاطات عبر خدماتها"<sup>1</sup>.

\* **التعريف الإجرائي:** ونقصد بها في هذه الدراسة بأنها هي الشبكة العالمية المترابطة للمعلومات والاتصالات، والتي تتيح للشباب إمكانية الوصول السريع والمباشر إلى مختلف المصادر الإخبارية والمعلوماتية.

### 4-6. مواقع التواصل الاجتماعي:

\* **التعريف الاصطلاحي:** "هي مواقع تقوم أساس التفاعلية من خلال نشر وتبادل المعلومات إلكترونيا، كشكل جديد من أشكال الإعلام الجديد، والتي تسمح بخلق علاقات شخصية مع مشاركة المحتوى عبر عدة وسائط كالنص الفيديو أو الصور"<sup>2</sup>.

\* **التعريف الإجرائي:** ونقصد بها في دراستنا إلى أنها تلك المنصات الرقمية التفاعلية مثل "الفيسبوك" - "تويتر" - "إنستغرام" - "التيك توك" والتي يستخدمها الشباب بكثافة للحصول على الأخبار والمعلومات وإجراء التفاعلات الاجتماعية.

### 7- منهج الدراسة:

اعتمدنا في هذا البحث على المنهج الوصفي، الذي يهدف إلى وصف ظواهر أو أحداث معينة وجمع الحقائق والمعلومات عنها ووصف الظروف الخاصة بها وتقرير حالتها كما توجد عليه في الواقع. وفي كثير من الحالات لا تقف البحوث الوصفية عند حد الوصف أو

<sup>1</sup> إبراهيم بعزیز، الصحافة الإلكترونية والتطبيقات الإعلامية الحديثة، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2011، ص 21.

<sup>2</sup> محمد علاوة، الأخبار الكاذبة وصحفيو القنوات الإخبارية عبر مواقع التواصل الاجتماعي "الواقع والتحديات"، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 6، العدد 2، الجزائر، 2022، ص 617.

التشخيص الوصفي، وتهتم أيضاً بتقرير ما ينبغي أن تكون عليه الظواهر أو الأحداث التي يتناولها البحث وذلك في ضوء قيم أو معايير معينة، واقتراح الخطوات أو الأساليب التي يمكن أن تتبع للوصول بها إلى الصورة التي ينبغي أن تكون عليه في ضوء هذه المعايير أو القيم. ويستخدم لجمع البيانات والمعلومات في أنواع البحوث الوصفية أساليب ووسائل متعددة مثل الملاحظة، والمقابلة، والاختبارات، والاستفتاءات، حيث اعتمدنا على أداء الاستقصاء (الاستبيان).

## 8- مجالات الدراسة:

8-1. **المجال المكاني:** تمت الدراسة الميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة عمار ثلجي بالأغواط.

8-2. **المجال الزمني:** انطلقت الدراسة الميدانية من 2024/04/28 إلى غاية 2024/05/15، حيث تم استكمال جمع الاستبيانات لنشر فيما بعد في عملية فرز وتحليل ومعالجة البيانات.

8-3. **المجال البشري:** تم توزيع 50 استمارة على مجموعة من الطلبة الجامعيين وهم طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة، وتم استرجاع 50 استمارة وتم إلغاء 2 منهم، لتصبح دراستنا تقتصر على 48 استمارة استبيان.

## 9- مجتمع وعينة الدراسة:

يعرف مجتمع البحث بأنه مجموعة المفردات التي يستهدف الباحث دراستها فهو المجتمع الأكبر أو الكلي الذي يتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته، إلا أنه يصعب الوصول إلى هذا المجتمع المستهدف بضخامته، فيتم التركيز على المجتمع المتاح، أو الذي يمكن الوصول إليه والاقتراب منه لجمع البيانات.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص 130.

وفي دراستنا هذه يتمثل مجتمع البحث في الطلبة الجامعيين بصفة عامة وطلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة الأغواط بصفة خاصة، باعتبارهم الفئة الأكثر اهتماما بالإعلام الجديد وتطبيقاته الحديثة، وكذا الأكثر استخداما للهواتف الذكية، إضافة إلى كونهم أكثر اندفاعية وجرأة في التعامل معها.

**عينة البحث والعينة:** هي نسبة معينة من أفراد المجتمع الأصلي، إذ تعتبر جزءا من الكل بمعنى أنه تأخذ مجموعة أفراد المجتمع على أن تكون ممثلة للمجتمع لتجرى عليها الدراسة، ثم تعمم نتائج الدراسة على المجتمع كله، ووحدات العينة قد تكون أشخاصا كما تكون أحيانا شوارع أو مدن أو غير ذلك، ويستخدم أسلوب البحث بالعينة عندما لا يمكن للباحث القيام بأسلوب المسح الشامل، أي عند استحالة دراسة جميع أفراد المجتمع لظرف من الظروف<sup>1</sup>. أما عينة بحثنا فكانت الشباب الجامعي الجزائري الذي يمثل الشباب الجزائري أو بالأحرى نقول الشباب الجامعي بمدينة الأغواط، وقد اخترنا الشباب الجامعي كعينة لدراستنا للسبب التالي:

■ كبر حجم المجتمع الكلي للشباب بمدينة الأغواط وبالتالي يصعب إيجاد تمثيل لعدد يناسب العينة.

وبالنسبة لعينة الدراسة فهي تنتمي إلى العينات غير الاحتمالية وهي العينة القصدية، فقد تم اختيارها بشكل متاح. وقد تم اعتماد 48 مفردة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة بجامعة عمار ثليجي بالأغواط.

### 10- أدوات جمع البيانات:

اعتمدنا على أداة (الاستبيان)، كأسلوب لجمع البيانات الذي يستهدف استمارة الأفراد المبحوثين بطريقة ممنهجة ومقننة، لتقديم حقائق وأفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها، دون تدخل الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات، ويعتبر الاستقصاء من أكثر أدوات البحث العلمي شيوعا واستخداما في منهج المسح، وذلك

<sup>1</sup> نفس المرجع، ص 264.

لإمكانية استخدامه في جمع المعلومات عن موضوع معين، من عدد كبير من الأفراد يجتمعون أو لا يجتمعون في مكان واحد.<sup>1</sup>

استخدمنا هذه الأداة من أجل رصد استخدام الإعلام الجديد في نقل الأخبار لدى الشباب، معتمدين في ذلك على أسلوب العينة الذي يتم من خلاله اختيار عينة من المجتمع حيز الدراسة (الشباب الجزائري) ويتم ذلك باستخدام الطرق العلمية التي تمكن من اختيارها ممثلة للمجتمع ليصح تعميم النتائج.

وقد صممنا استمارة بحث تتكون من ثلاث محاور رئيسة فضلا عن محور البيانات الشخصية حاولنا من خلالها الإجابة على تساؤلات البحث.

## 11- الدراسات السابقة:

**11-1. دراسة سعاد عيساني (2022)** الموسومة بعنوان "تطبيقات الإعلام الجديد على الهواتف الذكية وانعكاساتها على الشباب الجزائري"، دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي الجزائري، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص إعلام واتصال، جامعة باتنة 1، الجزائر.

تمحورت إشكالية الدراسة حول "تطبيقات الإعلام الجديد على الهواتف الذكية، وانعكاساتها على الشباب الجامعي". حيث اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي.

هدفت الباحثة من خلال دراستها إلى الكشف عن أساليب استخدام الشباب الجزائري للتكنولوجيات الحديثة والإعلام الجديد، من خلال الهواتف الذكية وتطبيقاتها وكذا التعرف على عادات وأنماط استخدام الهواتف الذكية، ومحاول التعرف على التطبيقات التي يتم تنزيلها من قبل الشباب الجامعي على هواتفهم الذكية واستخدامها.

وفي الأخير خلصت الباحثة من خلال دراستها إلى أن الشباب الجامعي الجزائري يتصفح تطبيقاتهم المنزلة على هواتفهم الذكية غالبا في المنزل ولمدة تتجاوز الست ساعات يوميا، كما تعتبر التطبيقات الاجتماعية والدينية والتطبيقات العلمية والتعليمية هي التطبيقات الأكثر

<sup>1</sup>محمد عبد الحميد، المرجع السابق، ص 33.

استخداما لديهم. حيث تستخدم من أجل إشباع الحاجات العلمية والاجتماعية والإعلامية، بالإضافة إلى وجود علاقة ارتباط ضعيفة بين الاستخدام المكثف لتطبيقات الهواتف الذكية والانعكاسات الصحية عليهم، وأنه لا توجد علاقة ارتباط بين الاستخدام المكثف لتطبيقات الهواتف الذكية والانعكاسات الاجتماعية والسلوكية والعلمية والنفسية على الشباب الجامعي الجزائري.

**11-2. دراسة فاطمة الزهراء سعداوي (2021) الموسومة بعنوان "تشكيل القيم الافتراضية لدى الشباب الجزائري"، دراسة ميدانية لعينة من شباب مدينة ورقلة المستخدم للفيسبوك، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، جامعة الجزائر 3، الجزائر.**

تمحورت إشكالية الدراسة حول "مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في تشكل قيم افتراضية لشباب مدينة ورقلة". حيث اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج المسحي. هدفت الباحثة من خلال دراستها إلى إزالة اللبس أو الغموض في مفهوم القيم الافتراضية، ومعرفة دور وأهمية مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في حياة الشباب، وكذا معرفة أنماط ودوافع استخدام شباب مدينة ورقلة لموقع الفيسبوك. بالإضافة إلى معرفة العوامل والدوافع التي تساعد الشباب المستخدم لموقع الفيسبوك في تشكيل القيم الافتراضية. وفي الأخير خلصت الباحثة من خلال دراستها إلى أن لمواقع التواصل الاجتماعي دور مهم في التواصل والتفاعل بين الأفراد، وأن موقع الفيسبوك فضاء واسع جدا ساهم في غرس وتشكيل القيم الافتراضية لدى الشباب مدينة ورقلة من بين هذه القيم التعاون الافتراضي، التسامح الافتراضي، الإحسان الافتراضي، التضامن الافتراضي، المواطنة الافتراضية، تحمل المسؤولية الافتراضية، بالإضافة إلى أن موقع الفيسبوك لبي عدة حاجيات وحقق رغبات الشباب، فموقع الفيسبوك فضاء افتراضي يشكل ويعزز ويغرس قيم في نفوس الشباب ويغير من سلوكياتهم.

**11-3.** دراسة سومية مجبنة (2022) الموسومة بعنوان "تأثير استخدام وسائل الاتصال الحديثة على الحوار الأسري - الانترنت أنموذجاً"، دراسة ميدانية ببلدية القنار نشفي ولاية جيجل، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع، تخصص علم الاجتماع التربوية، جامعة باتنة 1، الجزائر.

تمحورت إشكالية الدراسة حول "تأثير استخدام وسائل الاتصال الحديثة (الانترنت) على الحوار الأسري في المجتمع الجزائري". حيث اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي.

هدفت الباحثة من خلال دراستها إلى معرفة تأثير استخدام الانترنت على العلاقات الأسري، والتفاعل الأسري، ومهارات الحوار الأسري.

وفي الأخير توصلت الباحثة من خلال دراستها إلى أن استخدام الانترنت لا يؤدي إلى تقوية العلاقات الأسرية ولا يساعد في تحقيق التفاعل بين أفراد الأسرة، بحيث يزيد استخدام الانترنت من مهارات الحوار الأسري بصفة جزئية.

**11-4-** دراسة سهام بوذراع ورميصاء مساعد (2021) الموسومة بعنوان "دور الإعلام الجديد في تفعيل برامج وأنشطة العلاقات العامة"، دراسة ميدانية بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر.

تمحورت إشكالية الدراسة حول "واقع استخدام تطبيقات الإعلام الجديد في تفعيل برامج العلاقات العامة". حيث اعتمدت الباحثتان في دراستها على المنهج المسحي.

هدفت الباحثتان من خلال دراستها إلى معرفة أهم التطبيقات التي تستخدمها العلاقات العامة في تفعيل برامجها، والاطلاع على برامج وأنشطة العلاقات العامة المستخدمة في الجامعة، والتعرف على مدى تحقيق برامج العلاقات العامة في الجامعة لأهدافها.

وفي الأخير خلصت الباحثتان من خلال دراستها إلى أن وسائل الإعلام الجديد ترفع من مستوى العلاقات الاجتماعية بين الطالب وإدارة الجامعة، كما أن لهذه الوسائل دور في

مستقبل إدارة العلاقات العامة سواء في التخطيط الجيد أو تطوير أساليب العمل في عملية الإعداد والإنتاج للبرامج، كما أن الغرض من التواصل على موقع الفيسبوك تعليمي سواء مع الزملاء أو المدرسي أو إدارة القسم، فهو مفيد في نقل ونشر المعلومات بصورة أسرع ويخلق جو من التفاعل بين الطالب والجامعة ويساهم في إعداد ونشر برامج العلاقات العامة، وتوفير المعلومات والأخبار الأحدث الراهنة عن الجامعة.

**11-5. دراسة رميساء كافي وقيادة معمرى (2015) الموسومة بعنوان "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين \_ تويتر نموذجا\_"**، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص تكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر.

تمحورت إشكالية الدراسة حول "دوافع استخدام موقع التويتر لدى الطلبة الجامعيين". حيث اعتمدت الباحثتان في دراستها على المنهج المسحي.

هدفت الباحثتان من خلال دراستها إلى التعرف على الأسباب التي تدفع الطلبة الجامعيين إلى الاشتراك في مواقع التواصل الاجتماعي "تويتر نموذجا"، والتعرف على طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر هذا الموقع والكشف عن الآثار الإيجابية والسلبية الناتجة عن استخدامه.

وفي الأخير خلصت الباحثتان من خلال دراستها إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي التي لقيت قبول وتجاوب الكثير من الشباب تطرح العديد من القضايا، سيما وأنها تتيح للمستخدم فضاء آخر للتفاعل ضمن مجتمع افتراضي يقوم من خلاله بناء علاقات افتراضية مع أشخاص تجمعهم علاقات صداقة أو أشخاص يتبادلون نفس الاهتمام، كما يعتبر التويتر أهم مواقع الشبكات الاجتماعي والتي تتلخص فكرته في إمكانية التقاء الأصدقاء وتبادل المعلومات وآخر الأنباء والتطورات معهم إلا أن نسبة مستخدميه ضئيلة وذلك راجع إلى صعوبة في الاستخدام ويفتقد عنصر التفاعلية.

12- تعقيب على الدراسات السابقة:

تبيانت الدراسات السابقة في عينة الدراسة، وحجمها، والفئة المستهدفة، كذا تنوعت متغيرات الدراسة، ويمكن القول أن الدراسات السابقة لها دور مهم في تعزيز الدراسة الحالية وتحقيق أهدافها، رغم وجود بعض الاختلافات في الأهداف، وإن تنوع الدراسات السابقة ولتناولها جوانب كثيرة في موضوع الدراسة، قد أكسبت الطالبان سعة الإطلاع على كل من جوانب الإعلام الجديد واستخدامات الشباب له في الحصول على الأخبار، فقد اتفقت هذه الدراسات مع دراستنا في بعض النقاط حيث ساعدتنا في بناء الإشكالية وصياغة التساؤلات والنظري في المراجع المعتمدة وبناء خطة البحث كما أن النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسات ساعدتنا في دراستنا الحالية من خلال اختيار المنهج المناسب للدراسة وكذا أدوات جمع البيانات، بينما تميزنا في دراستنا الحالية بإبراز استخدامات جديدة لوسائل الإعلام الجديد من خلال ما ينتج عنها سواء بشكل إيجابي أو سلبي.

# الفصل الثاني: الإعلام الجديد والشباب

تمهيد

المبحث الأول: الإعلام الجديد

المطلب الأول: مفهوم الإعلام الجديد

المطلب الثاني: نشأة الإعلام الجديد

المطلب الثالث: أنواع وخصائص الإعلام الجديد

المطلب الرابع: وظائف الإعلام الجديد

المبحث الثاني: الشباب

المطلب الأول: مفهوم الشباب

المطلب الثاني: خصائص مرحلة الشباب

المطلب الثالث: اهتمامات الشباب

المطلب الرابع: دوافع استخدام الشباب لوسائل الإعلام الجديد

خلاصة

### تمهيد:

يشهد العصر الحالي طفرة هائلة في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، أفرزت مفهوما جديدا للإعلام أطلق عليه "الإعلام الجديد". وقد أحدثت هذه التطورات التكنولوجية تغييرات جوهرية في طبيعة وأساليب الاتصال، بما انعكس على مختلف شرائح المجتمع، وخاصة فئة الشباب التي تعد من أكثر المستخدمين والمتأثرين بوسائل الإعلام الحديثة. وتبرز أهمية دراسة العلاقة بين الإعلام الجديد والشباب من خلال فهم مفاهيم ونشأة وأنواع وخصائص هذا الإعلام الجديد، وكذا معرفة مفهوم الشباب وخصائص هذه المرحلة العمرية والاهتمامات التي تميزها. كما أن معرفة الدوافع التي تحفز الشباب على استخدام وسائل الإعلام الجديد تعد أمرا في غاية الأهمية لتوضيح طبيعة هذا الاستخدام ونتائجه المتوقعة. حيث قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين رئيسيين.

### المبحث الأول: الإعلام الجديد

#### المطلب الأول: مفهوم الإعلام الجديد

لطالما شهد مجال الإعلام والاتصال تطورات متسارعة إذ انتقل من الوسائل التقليدية إلى الرقمية، مما أنتج ما يُعرف اليوم بـ"الإعلام الجديد". ويحظى هذا المفهوم باهتمام الباحثين والممارسين في مجال الإعلام والاتصال، وفيما يلي مجموعة من التعاريف التي تطرقت له. تعرف الباحثة كروش نوال الإعلام الجديد بأنه "جملة الأشكال والخصائص التي أفرزتها التكنولوجيا من خلال استحداث وسائل الاتصال والإعلام بما يتلاءم ومتطلبات العصر".<sup>1</sup> ويعرف أيضا على أنه "مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج ونشر المحتوى الإعلامي وتلقيه، بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط المتصلة أو الغير متصلة بالإنترنت) في عملية تفاعلية بين المرسل والمستقبل".<sup>2</sup>

<sup>1</sup> نوال روش، الإعلام الجديد بين الجمهرة والفردنة، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص دراسات في الإعلام الجديد، جامعة وهران أحمد بن بلة، الجزائر، 2020/2019، ص 63.

<sup>2</sup> نجاة يحيوي، سليمة بوزيد، الإعلام الجديد والمجتمع: قراءة في المفهوم والتداعيات، مجلة دفاتر المخبر، المجلد 15، العدد 1، الجزائر، 2020، ص 63.

وهناك من يقول بأن ظهور مصطلح الإعلام الجديد يشير إلى المحتوى الإعلامي الذي يبث أو ينشر عبر الوسائل الإعلامية دون التقليدية كالصحافة والراديو والتلفزيون وذلك بفعل التطور الكبير في إنتاج وتوزيع المضامين الإعلامية.<sup>1</sup>

أما كلية شريديان التكنولوجية Sheridan فتعرفه على أنه "جملة أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي وهنا لك حالتان تميزان الجديد من القديم؛ الكيفية التي يتم بها بث مادة الإعلام الجديد، وكيفية الوصول إلى خدماته، فهو يعتمد على اندماج النص الصورة الفيديو والصوت، فضلا عن استخدام الكمبيوتر كأداة رئيسة له في عملية الإنتاج، والعرض، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيس الذي يميزه وهي أهم سماته".<sup>2</sup>

ونجد في تعريف ليستر للإعلام الجديد بأنه "مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام، الطباعة والتصوير الفوتوغرافي، الصوت، الفيديو".<sup>3</sup>

وبحسب موسوعة الويب المعروفة باسم "ويبويديا" فإن تعبير الإعلام الجديد يشير إلى العديد من الأشكال المستحدثة من نظم الاتصال الإلكتروني التي أصبحت ممكنة بفضل الكمبيوتر والتعبير مرتبط أيضا بالنظم الإعلامية القديمة.<sup>4</sup>

كما عرف الإعلام الجديد بأنه "إعلام تختلط فيه المعالم بين المستقبل، والمرسل كما تختلط فيه المؤسسات الإعلامية ونواياها بالمستخدمين ونواياهم الفردية تبث تنشر تعرض فيه المعلومات متعددة الوسائط والمتشعبة، عبر التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال والسمعي البصري، وفي مقدمتها الأنترنت، يكون فيه الأثر أو رجع الصدى لاستهلاك

<sup>1</sup> حسنين شفيق، الإعلام الجديد: الإعلام البديل تكنولوجيات جديد في عصر مما بعد التفاعلية، دار فكر وفن للطباعة والتوزيع، القاهرة، 2010، ص 52.

<sup>2</sup> جمال الدين مدفوني، سيف الدين عبان، الإعلام الجديد؛ قراءة في المفهوم وبحث في الأشكال وأهم المداخل النظرية، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 4، العدد 4، الجزائر، 2019، ص 93.

<sup>3</sup> حكيمة بزيط، تأثير الإعلام الجديد على التوعية الأسري بمخاطر فيروس كورونا، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، الجزائر، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، الجزائر، 2022/2021، ص 18.

<sup>4</sup> علي خليل شقرة، الإعلام الجديد: شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013، ص 51.

المعلومات خالق لمعلومات جديدة (تعليق، تدوين، تشارك، إعادة بث)، وتحتل التفاعلية دوراً أساسياً في فلسفته الجديدة المعتمدة على التمرکز على المستخدم".<sup>1</sup>

من خلال هاته التعاريف يمكننا الخروج بتعريف شامل للإعلام الجديد بأنه مجموعة الأشكال والخصائص الجديدة التي أنتجتها التكنولوجيا الرقمية في مجال الاتصال والإعلام، والتي تتميز بالتفاعلية والتشعب والوسائط المتعددة. فهو يشمل المحتوى الإعلامي الذي ينتج ويُشر عبر وسائل إعلامية غير تقليدية كالإنترنت، وتبرز أهم سماته في كيفية إنتاج هذا المحتوى ونشره وتوزيعه، حيث يعتمد على التقنيات الرقمية كالمبيوتر والأجهزة الإلكترونية المتصلة أو غير المتصلة بالإنترنت. كما يتميز بالتفاعلية بين المرسل والمستقبل، بحيث أصبح المستخدم محور العملية الاتصالية بدلاً من كونه مجرد متلقٍ سلبي.

### المطلب الثاني: نشأة الإعلام الجديد

الإعلام الجديد هو استمرار للإعلام التقليدي أو الكلاسيكي، حيث بدأت ثورته الأولى بظهور الطباعة على يد غوتنبرج في عام 1450، تلاها اختراع الطباعة البخارية السريعة في عام 1833 والراديو والتلفزيون لاحقاً. هذه التطورات التكنولوجية شكلت الثورات الاتصالية الثالثة والرابعة. ونجد أن في الثورة الرابعة للاتصالات اعتمدت على تكنولوجيا المعلومات والحواسيب الإلكترونية، مما مكن الإعلام الجديد من إحداث تغيير جذري، فبخلاف الإعلام التقليدي أصبح الإعلام الجديد قائماً على التفاعل والاستجابة الفورية للمستخدم. وأصبح المستخدم محور العملية الاتصالية، بدلاً من كونه مجرد متلقٍ سلبي.<sup>2</sup>

يُعتبر الباحث في الاتصال مارشال ماكلوهان أول من استخدم مصطلح "الإعلام الجديد" في عام 1953، وذلك عند تحدّثه عن قدرة تكنولوجيا الاتصال على جمع المعلومات إلكترونياً. على الرغم من ذلك، لم يستخدم هذا المصطلح على نطاق واسع إلا في عام 1960. وظهر مفهوم الإعلام الجديد بشكل أوضح مع انتشار الإنترنت وتزايد استخدام التلفزيون في أواخر

<sup>1</sup> وهيبية عزوز، الإعلام الجديد: نحو فلسفة جديدة، المجلة الجزائرية للدراسات الإنسانية، المجلد 1، العدد 1، الجزائر، 2019، ص 303-304.

<sup>2</sup> بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الإعلام، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص 20.

القرن العشرين. فقبل عام 1980، كانت وسائل الإعلام تعتمد على نظم توصيل تناظرية كالصحف والإذاعة. لكن بحلول أواخر التسعينيات، بدأ استخدام مصطلح "الإعلام الجديد" للتمييز بين الوسائط الرقمية الجديدة ووسائل الإعلام التقليدية التناظرية<sup>1</sup>. ومما ميز الإعلام الجديد هو قدرته على التفاعل والاستجابة الفورية مع المستخدمين، بحيث أصبح المستخدم محور العملية الاتصالية بدلاً من كونه متلقيًا سلبيًا. وهذا التحول جاء نتيجة التطورات التكنولوجية في مجال المعلومات والحواسيب الإلكترونية، والتي شكلت الثورة الاتصالية الرابعة بعد الثورات السابقة المرتبطة باختراعات مثل الطباعة والطابعات البخارية والراديو والتلفزيون.

### المطلب الثالث: أنواع وخصائص الإعلام الجديد

أولاً- أنواع الإعلام الجديد: ويمكن تقسيم الإعلام الجديد إلى أربعة أنواع كالتالي:

1. **الإعلام الجديد القائم على شبكة الانترنت Online وتطبيقاتها:** وهو جديد كلياً بصفات وميزات غير مسبوقه، ينمو بسرعة وتتوالد عنه مجموعة من تطبيقات لا حصر لها، ويمثل المنظومة الرابعة في الإعلام بعد الصحافة والإذاعة والتلفزيون.
2. **الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة:** بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب والصحف وهو أيضا ينمو بسرعة، وتنشأ منه أنواع جديدة من التطبيقات على الأدوات المحمولة المختلفة، ومنها أجهزة الهاتف والمساعدات الرقمية الشخصية وغيرها.
3. **نوع قائم على الوسائل التقليدية:** مثل الراديو والتلفزيون التي أضيفت إليها ميزات جديدة مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب.

<sup>1</sup>عبد المحسن حامد أحمد عقيلة، الإعلام الجديد وعصر التدفق الإخباري، ط1، دار المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، المنصورة، 2015، ص 11.

4. الإعلام الجديد القائم على منصة الكمبيوتر: ويتم تداول هذا النوع بوسائل إما شبكية أو بوسائل الحفظ المختلفة مثل الأسطوانات الضوئية وما يشبهها ويشمل العروض البصرية وألعاب الفيديو والكتب الإلكترونية وغيرها.<sup>1</sup>

ثانياً - خصائص الإعلام الجديد: إن التعريفات المختلفة للإعلام الجديد تكشف عن مجموعة من الخصائص المميزة له، وسنتطرق في هذا العنصر لأبرز الخصائص التي تجعل الإعلام الجديد متميزاً عن وسائل الإعلام التقليدية.

■ التواصل الشبكي المتداخل بحيث يسمح بالتواصل من عدة نقاط إلى عدة نقاط أخرى، وليس فقط من نقطة واحدة إلى عدة نقاط، كما هو الحال في الاتصال الجماهيري التقليدي.

■ سهولة الوصول والدخول من قبل الأفراد المستخدمين ليقوموا بنشاطهم كمرسلين ومستقبلين ومنتجين.<sup>2</sup>

■ التنوع الغزير في المحتوى مقارنة بالإعلام التقليدي المحصور بأنواع وأنماط محددة من المضامين الإعلامية.

■ تعدد الاستخدامات وخاصة الانفتاح على كل ما هو جديد موضوعياً وفنياً في محتوى وشكل المواد الإعلامية.

■ سعة الانتشار والتحرر من المكان وعدم الارتباط بمنطقة جغرافية محددة أي يتخطى حواجز المكان الجغرافي.

■ التفاعلية وما بعد التفاعلية: يقول الباحث "نصر الدين العياضي" عن التفاعلية أنها مفهوم ابتكر في البداية للدلالة عن شكل خاص من العلاقة بين السمعى البصري والمشاهد، ويهدف إلى تحويل المشاهد الساكن والسلبى إلى عنصر فعال ونشط بشكل يؤثر في

<sup>1</sup>سعاد عيساني، تطبيقات الإعلام الجديد على الهواتف الذكية وانعكاساتها على الشباب الجزائري، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص إعلام واتصال، جامعة باتنة 1، الجزائر، 2021/2022، ص 58.

<sup>2</sup>سوسن لونايسة، بحوث الإعلام الجديد في الجزائر، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص إعلام واتصال، جامعة قسنطينة 3، الجزائر، 2018/2019، ص 54.

البرمجة لكن الاستخدام التدريجي والمتعدد لهذا المفهوم، أصبح يدل على كافة أنواع مشاركة المتلقي في الرسالة سواء أحدث رجع الصدى أم لم يحدث.<sup>1</sup>

■ الحرية الواسعة: "بعد أن كانت وسائل الإعلام التقليدية من صحافة وإذاعة وتلفزيون وكتب... الخ، عرضة لتدخل السلطات الرسمية في الدول بالسماح أو المنع لما ينشره فيها مما جعل من السلطة أداة وصاية على عقل وتفكير المواطن، والقضاء على قدرة الإبداع والتفكير، وقدرة التحكم في وسائل الإعلام من قبل السلطات في كثير من الدول ألغى أو كاد خصيصة "السلطة الرابعة"، التي تمنح بها الإعلام وجعلته أداة في يد هذه السلطات للمديح والتمجيد والتضليل".<sup>2</sup>

■ اندماج الوسائط: "في الإعلام الجديد يتم استخدام كل وسائل الاتصال مثل النصوص والصوت والصورة الثابتة والصورة المتحركة والرسوم البيانية ثنائية وثلاثية الأبعاد... الخ".<sup>3</sup>

### المطلب الرابع: وظائف الإعلام الجديد

إن خصائص الإعلام الجديد تمهد لنا فهم الوظائف الجديدة التي أصبح يؤديها هذا النوع من الإعلام، فالتحول في الخصائص والمميزات أدى بالضرورة إلى ظهور وظائف متطورة تختلف عن تلك التي كانت تؤديها وسائل الإعلام التقليدية. وتشمل وظائفه ما يلي:

■ **وظيفة الأخبار أو الإعلام:** تعد أولى الوظائف وأهمها لأن كل فرد في المجتمع لديه رغبة تصل إلى مستوى الغريزة في معرفة ما يدور حوله من إحداث سواء كانت ايجابية أو سلبية، رغبة في مراقبة البيئة لتجنب الأخطار التي تهدد وجوده أو اقتناص الفرص التي تكفل استمراره وبالتالي لا تؤدي هذه الوظيفة لذاتها ولكن لبنني عليها مواقف وتشكل اتجاهات.

■ **التثقيف:** يعتبر الإعلام عبر وسائله التقليدية والجديدة المورد الأكبر للكميات الضخمة من المعلومات اليومية التي تزود القارئ بالثقافة والأقدر على الخوض في التفاصيل

<sup>1</sup> سوسن لونا، مرجع سبق ذكره، ص 55.

<sup>2</sup> وليد بن عيو، الإعلام الجديد: المفهوم، المداخل النظرية، نظرة في الخصائص والعوامل التي تميزه عن الإعلام التقليدي، وطبيعة الفروق بينهما، مجلة الراصد العلمي، المجلد 7، العدد 1، الجزائر، 2020، ص 37.

<sup>3</sup> الهذبة مناجلية، الإعلام الجديد: الواقع والخصائص، مجلة دراسات وأبحاث، المجلد 7، العدد 21، الجزائر، 2015، ص 458.

الضرورية الخاصة بأي قضية تهم المتلقي ويفوق الخبر الصحفي في ذلك الخبر الإذاعي والخبر التلفزيوني.<sup>1</sup>

■ **نقل التراث الاجتماعي:** "يعتمد التراث الثقافي أساساً على توصيل المعلومات والقيم والمعايير من جيل إلى آخر ومن أعضاء في الجماعة إلى أعضاء جدد انظموا إليها، وهو ما يعرف بالنشاط التعليمي وهذا النشاط الآن في العصر الحديث أصبح ضمن مهام مختلف التكنولوجيات الحديثة للإعلام، ويقوم هذا النشاط بتوجيه المجتمع عن طريق إعطائه قاعدة أوسع من القواعد الشائعة والقيم والخبرات الجماعية التي يتقاسمها أعضاء المجتمع".<sup>2</sup>

■ **تجاوز قيود العزلة:** "والتي يفرضها الاتصال الرقمي حيث يتعامل الفرد لساعات طويلة مع الحاسب الشخصي بعيدا عن الاتصال بالآخرين في الواقع الحقيقي، وتجاوز قيود العزلة هذه تتم بالاتصال مع الآخرين من خلال برامج الحاسوب أو الشبكات".<sup>3</sup>

■ **التوجيه:** "في أحيان كثيرة يكون الناس في حاجة لمن يوجههم ويرشدهم إلى إتباع تعليمات أو سلوكيات معينة وفي أحيان أكثر تكون الحكومات في حاجة إلى توجيه الشعوب".<sup>4</sup>

■ **الوظيفة التسويقية الإعلان أو الترويج:** وهي وظيفة مهمة بالنسبة للبائع والمنتج، وقد تعود المتلقي أو المتصفح للإعلانات المنشورة في الصحف والإذاعات والتلفزيون والانترنت... إن الإعلان صار من بين الوظائف الأساسية للاتصال في المجتمعات الحديثة.

■ **وظيفة الخدمات العامة:** وتتمثل في النشرات الجوية بأحوال الطقس وفي نشر مواقيت الصلاة وبت الأذان، وفي الاستشارات الطبية والشرعية والقانونية والاجتماعية.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> سهام بوذراع، رميصاء مساعد، دور الإعلام الجديد في تفعيل برامج وأنشطة العلاقات العامة، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، الجزائر، 2021/2020، ص 22.

<sup>2</sup> شمس ضيات خلفلاوي، الإعلام الجديد: قراءة في تطور المفهوم والوظيفة، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، المجلد 4، العدد 2، الجزائر، 2015، ص 307.

<sup>3</sup> أماني موصلي، دور الإعلام الجديد في تنمية الوعي السياسي للطلبة الجامعيين - الفايبيوك أنموذجاً، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة مطبوعة وإلكترونية، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل، الجزائر، 2020/2019، ص 65.

<sup>4</sup> سهام بوذراع، رميصاء مساعد، مرجع سبق ذكره، ص 23.

<sup>5</sup> شمس ضيات خلفلاوي، مرجع سبق ذكره، ص 308.

## المبحث الثاني: الشباب

### المطلب الأول: مفهوم الشباب

الشباب هي مرحلة عمرية متميزة في حياة الإنسان، تأتي بعد مرحلة الطفولة وقبل مرحلة النضج والرشد. وقد تعددت التعاريف والمفاهيم المتعلقة بهذه المرحلة العمرية المهمة، نظراً لتتوع الزوايا التي ينظر منها إليها العلماء والباحثون، وفيما يلي سنتطرق لأهم التعاريف التي تناولت هذا المصطلح.

عرفت الباحثة شهرزاد بعوني بأن الشباب "هو مرحلة الفتوة والاندفاع واكتمال النضج البيولوجي، وتمتد لتشمل الجانب النفسي الاجتماعي والفكري والمعرفي والوجداني، وبداية التأهيل أو النضج الاجتماعي، ونقصد به النضج الذي يتحقق باحتلال الشاب لمكانة اجتماعية محددة، يؤدي من خلالها دوراً أو أدواراً ترتبط بهذه المكانة، وغالباً ما تكون هذه المرحلة بعد سن الثامنة عشر فما فوق في أغلب المجتمعات".<sup>1</sup>

وفي قاموس علم الاجتماع نجد تعريف الشباب على أنه "تلك الفئة العمرية الممتدة من مرحلة الطفولة إلى غاية سن البلوغ وتحديد هذه الأخير يختلف من مجتمع إلى آخر حسب قانونها المدني والإجرائي".<sup>2</sup>

أما القانون الجزائري فيعرف الشباب على أنه "تلك الفئة التي تبلغ من سن 19 إلى 35 سنة حسب شروط الترشح بعنوان ممثلي الشباب للمجلس الأعلى للشباب حسب المرسوم الرئاسي الذي يحدد تشكيلة المجلس الأعلى للشباب وتنظيمه وسيره لا سيما المادة 6".<sup>3</sup>

<sup>1</sup> شهرزاد بعوني، أثر ضعف المواطنة وقلق المستقبل في تعزيز الاتجاهات نحو الهجرة السرية لدى الشباب البطال، أطروحة دكتوراه

في علم النفس، تخصص علم النفس الاجتماعي، جامعة الجزائر 02 - أبو القاسم سعد الله، الجزائر، 2018/2017، ص 191.

<sup>2</sup> نسيم نورالدين شريف، معارف واتجاهات الشباب نحو الصحة الإنجابية والأمراض المنتقلة جنسيا (سيذا)، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع، تخصص العائلة والسكان، جامعة الجزائر 02 - أبو القاسم سعد الله، الجزائر، 2018/2017، ص 105.

<sup>3</sup> عبد القادر كشيدة، سامية فرفار، تمكين الشباب في الجزائر بين تحديات التهميش والفرص المستقبلية المتاحة، مجلة هيروودوت للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 6، العدد 2، الجزائر، 2022، ص 516.

ويعرف أصحاب الاتجاه النفسي أن الشباب "ليس مرحلة عمرية تتحدد بسن معينة، وإنما حالة نفسية لا علاقة لها بالعمر الزمني، فأنت شاب بمقدار ما تشعر بالحيوية والحماس، والحركة والطموح، والأمل في الحياة، وأهمية الدور المناط بالفرد".<sup>1</sup>

فيما يرى أصحاب الاتجاه السيكولوجي بأن الشباب "حالة عمرية تخضع لنمو بيولوجي من جهة ولثقافة المجتمع من جهة أخرى بدءاً من سن البلوغ، وانتهاء بدخول الفرد إلى عالم الراشدين الكبار حيث تكون قد اكتملت عمليات التطبيع الاجتماعي. وهذا التعريف يحاول الدمج بين الاشتراطات العمرية والثقافة المكتسبة من المجتمع (الثابت والمتغير)".<sup>2</sup>

وعرفه عبد الرزاق أمقران أن الشباب "واقع اجتماعي يحدده المجتمع لجيل يضم فئات متقاربة في السن، ومختلفة من حيث الجنس والانتماء الاجتماعي، تشترك في كونها تمر بمؤسسات التنشئة الاجتماعية وبمرحلة الإعداد وتنتظر الدخول إلى الحياة الاجتماعية".<sup>3</sup>

من خلال ما ذكرناه من تعاريف مختلفة لمفهوم الشباب يمكننا تقديم تعريف شامل له بأنه مرحلة عمرية متميزة تبدأ بنهاية مرحلة المراهقة وتمتد حتى بداية مرحلة الرشد والنضج. وهي مرحلة تتسم بالحيوية والطاقة والاندفاع، وتشمل النمو البيولوجي والنفسي والاجتماعي والفكري والوجداني. ويعتبر الشباب فئة اجتماعية لها مطالب ومميزات نمائية محددة، وتمثل مرحلة انتقالية بين الطفولة والرشد. وقد يختلف تحديد الفئة العمرية للشباب من مجتمع لآخر حسب القوانين والتشريعات السائدة. فبينما يعرفها القانون الجزائري بالفئة من 19 إلى 35 سنة، فإن البعض ينظر إليها على أنها حالة نفسية وليست مرتبطة بعمر زمني محدد. كما أن هناك من ينظر إليها كواقع اجتماعي يحدده المجتمع لجيل معين.

<sup>1</sup> عبد الحليم فول، الصحة النفسية وتقدير الذات لدى الشباب الجزائري، أطروحة دكتوراه في علم النفس، تخصص علم النفس العيادي، جامعة الجزائر 02 - أبو القاسم سعد الله، الجزائر، 2018/2019، ص 14.

<sup>2</sup> مريم كريفيف، دور الشباب في تنمية المجتمعات، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، المجلد 7، العدد 3، الجزائر، 2022، ص 880.

<sup>3</sup> عبد الرزاق أمقران، دراسات في علم الاجتماع، ط1، دار بهاء الدين للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008، ص 268.

### المطلب الثاني: خصائص مرحلة الشباب

• تتميز مرحلة الشباب بمجموعة من الخصائص والسمات البارزة التي تميزها عن غيرها من المراحل العمرية. وتعكس هذه الخصائص حالة النمو والتطور التي يمر بها الشباب في مختلف الجوانب - البدنية والعقلية والنفسية والاجتماعية. وتتمثل أهم خصائص مرحلة الشباب فيما يلي:

• **الاهتمام بالمظهر:** حيث يهتم الشباب في هذه المرحلة بمظهره وشعبيته ومستقبله، وميله للجنس الآخر، واتساع علاقاته الاجتماعية.

• **الرفاهة:** التي تعني شدة حساسية الشباب الانفعالية المختلفة وذلك نتيجة للتغيرات الجسمية السريعة التي يمر بها في أول هذه المرحلة، واختلال اتزانه الغددي الداخلي.

• **الكآبة:** يشعر الشاب في تلك الفترة بالكآبة والانطواء والحيرة، محاولاً بذلك كتم انفعالاته ومشاعره من المحيطين به، حتى لا يثير نقدهم ولومهم.

• **التهور والانطلاق:** حيث يندفع الشاب وراء انفعالاته بسلوكيات شديدة التهور والسرعة، وقد يلوم نفسه بعد أدائها، وتبدو علامة من علامات سذاجته البريئة في المواقف العصبية التي لم يألفها من قبل، وأيضاً صورة من صور تخفيف شدة الموقف المحيط به ووسيلة لتهدئة التوتر النفسي في مثل هذه المواقف الغربية عليه.

• **الحدة والعنف:** حيث يثور لأنفه الأسباب، ويلجأ لاستخدام العنف ولا يستطيع التحكم في المظاهر الخارجية لحالته الانفعالية.

• **التقلب والتذبذب:** يلاحظ ذلك حين يقع الشاب في موقف اختيار، نجده في مدى قصير يتقلب في انفعالاته، ويتذبذب في قراراته الانفعالية، بين الغضب والاستسلام، وبين السخط والرضا، وبين الإيثار والأنانية، وبين المثالية والواقعية وهي كلها مظاهر لقلقه وعدم استقراره النفسي.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> سلمى بن مليط، علاقة برامج تلفزيون الواقع العربية بظاهرة الاغتراب القيمي لدى الشباب الجامعي الجزائري، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص دراسات الإذاعة والتلفزيون، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2021/2020، ص 203.

### المطلب الثالث: اهتمامات الشباب

اهتمامات الإنسان تعبر عن شخصيته، وتتحكم في وقته، وتكون معياراً لأولوياته. تختلف تلك الاهتمامات من إنسان إلى آخر باختلاف شخصيته، وطريقة تفاعله مع معطيات عصره وواقعه، كما تتغير مع اختلاف المراحل العمرية لتلبي احتياجات الإنسان وتطلعاته في الحياة. وفي مرحلة الشباب تتوهج الآمال والتطلعات وروح المغامرة وحب الاكتشاف والحماسة والاندفاع، وغيرها من السمات التي تشكل اهتمامات هذه الفئة، والتي تتيح لهم استكشاف الحياة والتمتع بملذاتها.<sup>1</sup>

اهتمامات الشباب متغيرة وتتجدد باستمرار وفقاً للمستجدات والتغيرات في محيطهم، بالإضافة إلى التحديات التي يواجهونها. هذا يجعلهم يضبطون رغباتهم واهتماماتهم بما يتناسب مع احتياجاتهم وأهدافهم. وبما أن فترة الشباب هي بداية مرحلة البلوغ، فهي تتميز بالحيوية والنشاط والرغبة في الترفيه والتفاعل مع الآخرين، خاصةً فيما يتعلق بالمظهر الخارجي. وقد أكد الباحثون أن الشباب يهتمون بمظهرهم الخارجي وشهرتهم، كما أنهم أكثر ميلاً نحو الجنس الآخر وأوسع في علاقاتهم الاجتماعية.<sup>2</sup>

كما يهتمون بشكل كبير باللهاو والترفيه، وخاصة ما تقدمه الوسائل التكنولوجية الحديثة في هذا المجال. وفي هذا السياق يشير بعض الباحثين إلى أن الإنترنت قد أصبح يستحوذ على وقت متزايد من جيل الشباب، حتى أنه يكاد يهيمن على كيان الكثير منهم. وقد دفع هذا بعضهم إلى حالة من الإدمان الفعلي على الإنترنت.<sup>3</sup> إذن يمكن القول أن اهتمام الشباب بالترفيه عبر الوسائل التكنولوجية وخاصة الإنترنت، قد وصل إلى درجة الإدمان لدى بعضهم.

<sup>1</sup>هديل عادل، اهتمامات الشباب.. صقل للشخصية واستكشاف للحياة، موقع الخليج، 26 سبتمبر 2017. تم الاطلاع عليه يوم 2024/04/05 على الرابط:

<https://www.alkhaleej.ae/ملق/اهتمامات-الشباب-صقل-للشخصية-واستكشاف-للحياة>

<sup>2</sup>ماجد الزبيد، الشباب والقيم في عالم متغير، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2005، ص 38.

<sup>3</sup>غيات بوفلجة، تحولات ثقافية، ط1، دار الغرب للنشر والتوزيع، الجزائر، 2005، ص 51.

ولكن إن نظرنا إلى اهتمامات الشباب حسب المستوى العمري نجد أنها سرعان ما تعرف تحولاً من عمر لآخر، فهي بعد سن المراهقة مباشرة تحمل معها مؤثرات تلك المرحلة، وتسعى إلى ترجمتها على أرض الواقع، وبعد ذلك تتحول في اتجاه الرغبة في تحقيق الاندماج في المجتمع كالاهتمام بالحصول على الرتب العلمية العالية. والحصول على عمل مشرف، والبحث عن زوجة أو زوج لبناء بيت، والعمل على تحسين الوضعية الاقتصادية باعتبارها وسيلة للرفق الاجتماعي. أما إذا كانت القدرات العقلية عند الشباب مرتفعة، فإن الاهتمامات التي تحصل عنده تكون عظيمة، لان الشباب حينها سينظر بعيداً، وسيحلم بتحقيق التطلعات التي لا وجود لها، والتي قد تفيد الطبقة المالكة لوسائل الإنتاج وقد تضرها وقد تفيد الطبقات المقهورة من المجتمع وقد تضرها.<sup>1</sup>

### المطلب الرابع: دوافع استخدام الشباب لوسائل الإعلام الجديد

إن وسائل الإعلام الجديد وعلى رأسها الإنترنت والشبكات الاجتماعية، قد أصبحت جزءاً لا يتجزأ من حياة الشباب اليومية. فقد فرضت هذه الوسائل الحديثة نفسها كقناة اتصالية وترفيهية وتثقيفية مهمة لدى هذه الفئة العمرية. ويرجع ذلك إلى مجموعة من الدوافع والحاجات التي تدفع الشباب إلى استخدام وسائل الإعلام الجديد بشكل متزايد. ومن أهم الدوافع التي تدفع الشباب لاستخدام وسائل الإعلام الجديد هي:

■ **الحاجات المعرفية:** يستخدم الشباب الأنترنت لتحقيق وإشباع حاجاته كحب الاستطلاع والاكتشاف، فهو يحاول إشباع كل حاجاته المتعلقة بتقوية معلوماته ومعرفته وفهم بيئته، ويتوفر الأنترنت والإمكانيات اللازمة من أجل تلبية حاجاته المعرفية من خلال الوصول إلى المواقع وتحميل الكتب الإلكترونية... الخ.

■ **الحاجات العاطفية:** هي حاجات متعلقة بتقوية الخبرات الجمالية والعاطفية والتعبير عن المشاعر لدى الأفراد، ويعتبر إشباع الحاجات العاطفية من الدوافع العامة والمهمة لاستخدام

<sup>1</sup> محمد الحنفي، أثر اهتمامات الشباب على الأفراد والجماعات، موقع دنيا الوطن، 2005/11/21. أطلع عليه يوم 2024/04/05 على الرابط: <https://pulpit.alwatanvoice.com/content/print/30904.html>

الأنترنت، حيث أن المواقع الإلكترونية تزود الشباب بالخبرات الجمالية كمواقع الفنون والموسيقى والتواصل مع الأصدقاء في غرف الدردشة والعلاقات العاطفية الصداقات... الخ.

▪ **حاجات الاندماج الشخصي:** هي الحاجات المتعلقة بتقوية شخصية الأفراد من حيث المصداقية والثقة والاستقرار، وتحقيق الذات للفرد.

▪ **حاجات الاندماج الاجتماعي:** وهي التي تختص بتقوية الاتصال بالعائلة والأصدقاء والمجتمع والعالم، والانتماء للجماعة والتفاعل مع البيئة الاجتماعية.

▪ **حاجات الهروب:** هي الحاجات المتعلقة برغبة الفرد الهروب وإزالة التوتر، وتغيير المسار والابتعاد عن الآخرين.<sup>1</sup>

### خلاصة:

من خلال ما تطرقنا له في فصلنا هذا نخلص بأن الإعلام الجديد هو النمط الإعلامي الحديث القائم على التكنولوجيا الرقمية والتفاعلية. والخاصية المميزة له هي التفاعلية، حيث يتيح للمستخدمين المشاركة والتفاعل مع المحتوى. وتتمثل وظيفته المميزة في تقديم خدمات التواصل والترفيه للجمهور. أما من ناحية الشباب فهم الفئة العمرية التي تتسم بالحيوية والنشاط. وخاصيتهم المميزة لهم هي اهتمامهم بالتسلية والترفيه. وأبرز الدوافع لاستخدام الشباب لوسائل الإعلام الجديد هو الحاجة إلى التواصل الاجتماعي.

ويمكننا القول في الأخير أن العلاقة بين الإعلام الجديد والشباب تبين أن هذه الفئة العمرية تُعد من أكثر المستخدمين لوسائل الإعلام الحديثة، نظراً لما توفره هذه الوسائل من إمكانيات تلبي احتياجاتهم وتطلعاتهم. وتتنوع الدوافع التي تحفز الشباب على استخدام الإعلام الجديد بين معرفية وعاطفية وغيرها.

<sup>1</sup>فاطمة الزهراء سعداوي، تشكيل القيم الافتراضية لدى الشباب الجزائري، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2021/2020، ص 153.

# الفصل الثالث: وسائل الإعلام الجديدة المستخدمة في نقل الأخبار لدى الشباب

تمهيد

**المبحث الأول: الانترنت**

المطلب الأول: مفهوم الانترنت

المطلب الثاني: خصائص الانترنت

المطلب الثالث: أهمية الانترنت

المطلب الرابع: خدمات الانترنت التي يستخدمها الشباب

**المبحث الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي**

المطلب الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثاني: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثالث: خدمات مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الرابع: أبرز مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة من طرف

الشباب

خلاصة

## تمهيد:

في عصر التكنولوجيا والثورة الرقمية، أصبحت وسائل الإعلام الجديد المتمثلة في الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي محورًا أساسيًا في حياة الشباب وطريقتهم في التواصل والتفاعل مع الأحداث الجارية. هذه الوسائل الإعلامية الحديثة أحدثت نقلة نوعية في كيفية تناول الأخبار وتداولها بين الأجيال الشابة، متجاوزة بذلك الوسائل التقليدية كالصحف والتلفزيون. في هذا الفصل سنتناول بالتفصيل مفهوم الإنترنت وأهم خصائصه وخدماته التي يستخدمها الشباب، كما سنستكشف مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي وسماتها المميزة والخدمات التي توفرها لهذه الشريحة الحيوية في المجتمع. حيث قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين رئيسيين.

### المبحث الأول: الإنترنت

#### المطلب الأول: مفهوم الإنترنت

في عصرنا الحالي لم يعد مفهوم الإنترنت مجرد تقنية أو شبكة اتصالات بل أصبح جزءًا لا يتجزأ من حياتنا اليومية، فالإنترنت هو شبكة عالمية من الحواسيب والأجهزة المتصلة ببعضها البعض والتي تسمح بتبادل المعلومات والتواصل بين الأفراد والمؤسسات في جميع أنحاء العالم. وفيما يلي سنتطرق لبعض التعاريف التي تطرقت لمفهوم الإنترنت. تعرف الإنترنت على أنها "شبكة عالمية من الحاسبات الآلية باسم شبكة الاتصالات العالمية التي تسمح للعديد من الأفراد بالدخول إلى أعداد متزايدة من المواقع الفردية على تلك الشبكة، وهي المواقع التي تقدم معلومات عن أي شيء وبمجالات مختلفة وفق أشكال مختلفة سواء كنص أو صورة ثابتة كانت أو متحركة أو كليهما معاً".<sup>1</sup>

<sup>1</sup>مليلة هارون، الشباب والإنترنت، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص إعلام واتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2012/2011، ص 100.

وعرفت أيضا بأنها "هي ذلك الجانب من تكنولوجيا المعلومة والاتصال الذي يهتم بشبكة الشبكات أو بعبارة أخرى هي تلك المجموعة المترابطة والمتكاملة من الأدوات التقنية التي تتفاعل مع بعضها في توفير واستغلال تطوير خدمات الانترنت".<sup>1</sup>

ويعرفها محمد عبد الحميد على أنها "نظام للبنية الأساسية التي توفر الربط وتدعيم الاتصال ونقل البيانات بين الشبكات بينما الشبكات الأخرى أي كان موقعها على شبكة الإنترنت فإنها تنظيم للمحتوى وإدارته، وتحكمه المعايير الخاصة بإدارة المحتوى ونشره على شبكة الانترنت".<sup>2</sup>

كما عرفت أيضا على أنها "شبكة دولية واسعة النظام غير خاضعة لأي تحكم مركزي، تضم بداخلها مجموعة شبكات لحاسبات آلية خاصة وعامة منتشرة في جميع أنحاء العالم".<sup>3</sup>

تعتبر الإنترنت كذلك بأنها مجموعة مكونة من ملايين الحواسيب موجودة في الآلاف الأماكن حول العالم، ويمكن لأصحاب هذه الحواسيب استخدام حواسيب أخرى، للبحث على معلومات أو التشارك في ملفات، ولا يهم نوع الحاسوب المستخدم بسبب وجود بروتوكولات يمكن أن تتحكم في عملية التشارك".<sup>4</sup>

وتعد الإنترنت "أحد تكنولوجيات الاتصال التي عرفها العالم، حيث استطاعت الشبكة بما تمتلكه من سمات تقنية واتصالية متميزة أن تخلق ممارسات إعلامية واتصالية جديدة".<sup>5</sup>

<sup>1</sup>لمير سبع، استغلال الانترنت للترويج في الجزائر، رسالة ماجستير في العلوم التجارية، تخصص تسويق العمليات المالية والمصرفية، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2016/2015، ص 71.

<sup>2</sup>محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، عالم الكتب، القاهرة، 2007، ص 14.

<sup>3</sup>عاشور علوطي، محمد بن كبحول، تأثير الانترنت على القيم الأخلاقية والاجتماعية والثقافة التنظيمية للشباب الجامعي، مجلة دراسات في علوم الانسان والمجتمع، المجلد 3، العدد 3، الجزائر، 2020، ص 90.

<sup>4</sup>بشرى مداسي، تصنيف العدو من خلال محتوى المدونات والمواقع على شبكة الأنترنت المهمة بم يسمى بالربيع العربي، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص إعلام واتصال، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2019/2018، ص 84.

<sup>5</sup>عبير زنفوي، تأثير استخدامات الانترنت على القيم الاجتماعية لدى الشباب، مذكرة ماستر في علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع الاتصال، جامعة 8 ماي 1945م-قائمة، الجزائر، 2020/2019، ص 04.

وقد عرفها البعض بأنها "شبكة الشبكات وبناء جماعي يدفع مقارنة تعاونية البحث، تحسين طريقة استخدام الفضاء والزمن، وتعمل الشبكة على تحقيق الرغبة في الحرية عن طريق ابتكار فضاء عام ومادي بواسطة العرض المجاني للعديد من الخدمات للمستخدم النهائي".<sup>1</sup> ومن خلال هاته التعاريف يمكننا الخروج بتعريف شامل للإنترنت بأنها شبكة عالمية واسعة وغير مركزية تربط ملايين الحواسيب والأجهزة الإلكترونية في جميع أنحاء العالم، حيث تمكن الأفراد والمؤسسات من التواصل والتشارك في المعلومات والخدمات المتنوعة عبر مجموعة من البروتوكولات والمعايير المتفق عليها. وتعتبر الإنترنت بمثابة البنية التحتية الأساسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والتي أحدثت تغييرات جذرية في طرق التواصل والتفاعل والوصول إلى المعرفة على نطاق عالمي.

### المطلب الثاني: خصائص الانترنت

الإنترنت تتمتع بمجموعة من الخصائص المميزة التي جعلت منها تقنية اتصالات فريدة من نوعها وأساسية في عصرنا الحديث. هذه الخصائص تشمل ما يلي:

■ **التفاعلية:** هذه السمة لم تكن تميز سوى اشكال الاتصال المواجهي، بينما كان الاتصال الجماهيري يفتقدها تماما، وتعني التفاعلية انتهاء فكرة الاتصال الخطي والاتصال في اتجاه واحد من المرسل إلى المتلقي، وهو ما كان يتسم به الاتصال الجمعي والجماهيري اعتمادا على وسائل الاتصال الجماهيرية التقليدية وتعد التفاعلية من اهم خصائص وسمات شبكة الانترنت، من خلال العديد من الأنماط الاتصالية، وادت التفاعلية إلى امكانية تعدد الاطراف المشاركة في العملية الاتصالية.<sup>2</sup>

■ **الكونية:** توصف الانترنت على أنها الوسيلة الإعلامية الكونية السادسة، إذ تأتي بعد التلفزيون ويحلو للبعض استخدام مصطلح العالمية أو الدولية لأن "استخداماتها لا تقتصر

<sup>1</sup> نور الهدى جدي، استخدام الطلبة الجامعيين للإنترنت، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال، جامعة المسيلة، الجزائر، 2013، ص 20.

<sup>2</sup> شريفة اعلبله، فضيلة كياش، اتجاهات الطلبة نحو استخدام الأنترنت في البحث العلمي، مذكرة ماستر في علم النفس، تخصص علم النفس المدرسي، جامعة أحمد دراية أدرار، الجزائر، 2020/2019، ص 45.

على المجتمعات الصناعية المتقدمة فحسب بل تخترق كافة المجتمعات في نفس الوقت بالرغم من تفاوتها".<sup>1</sup>

▪ **السرعة والفورية:** توفر شبكة الانترنت سرعة في التواصل بين الأفراد، بالاعتماد على سرعة الشبكة وتوفر قنوات تواصل سريعة وفورية ومنوعة.

▪ **التحرر من الرقابة:** بفضل خاصية الإخفاء في الانترنت ووجود عناوين متعددة من خلال خدمات تخلق صعوبة في تتبعها، خاصة وأنه لا يوجد شخص واحد أو شركة أو مؤسسة أو منظمة حكومية أو غيرها أو دولة لها الرقابة أو الهيمنة على الانترنت.

▪ **السياق والوصول للمستهدفين:** حيث توفر سياقات مختلفة جغرافية واجتماعية، كما أنها توفر محتويات يمكن الوصول إليها في أي وقت مع إمكانية الوصول إليها من مجموعات مختلفة.

▪ **بيئة متعددة الوسائط:** وهي إحدى أهم الخصائص والمميزات في الانترنت، منها الوسائط النصية والصوتية والصورة والفيديو والبت المباشر وغير المباشر... إلخ، التي تمكن المستخدم من توظيف النصوص والجداول والرسوم والصور والألوان والحركات والأصوات، بأشكال متكاملة بما يحقق له الفائدة التي يريها.<sup>2</sup>

▪ **غزارة المعلومات:** حيث تعطي الإنترنت للمتصفح فرصة للاطلاع أكبر من الناحية الكمية، في جلسة واحدة يستطيع أن يطالع عشرات المصادر الإعلامية من جميع أنحاء العالم بتكلفة قليلة، كما أن المتصفح له حرية الانتقاء والمقارنة من خلال الاطلاع السريع على المصادر المختلفة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> محمد الهاشم الهاشمي، الإعلام الكوني وتكنولوجيا المستقبل، ط1، دار المستقبل للنشر والتوزيع، عمان، 2001، ص 257.

<sup>2</sup> سومية مجيطة، تأثير استخدام وسائل الاتصال الحديثة على الحوار الأسري - الانترنت أنموذجاً، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع، تخصص علم الاجتماع التربوية، جامعة الحاضر لخصر باتنة 1، الجزائر، 2021/2022، ص 126.

<sup>3</sup> حدة مالكي، تأثير الانترنت على القيم الثقافية لدى الشباب، رسالة ماجستير في علم الاجتماع، تخصص علم الاجتماع الثقافية والمجتمع، جامعة عباس لغرور خنشلة، الجزائر، 2010/2011، ص 67.

▪ **سرية أفضل في تبادل المعلومات:** فكل جهاز في الشبكة له رقم خاص به (adresse) وبالتالي يمكن أن يرسل أي فرد رسالته إلى هذا الرقم ويضمن أن تخزن داخل الجهاز فقط، ولا يستطيع أي فرد آخر معرفة محتويات الرسالة. فهي إذا ملجأ أمين للأسرار الخاصة، وبالتالي تساهم في تعزيز الأمن واحترام خصوصيات كل فرد.

▪ **الإنترنت وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري:** بحكم الجمهور الكبير والمنتشر وغير المعروف، بالإضافة إلى تنوع المحتوي بتنوع وظائف المواقع الإلكترونية على الإنترنت.<sup>1</sup>

▪ **توفير الجهد والوقت والمال:** يعد توفير الجهد والوقت المحصلة النهائية لكل الخصائص التي تتميز بها الانترنت، فكل ما يمكن عمله من خلال الانترنت من سهولة نقل المعلومات والثقافات والتواصل مع الآخرين والتعاملات التجارية والإدارية وغير ذلك، يساعد الفرد أو المؤسسات على توفير الكثير من الوقت والكثير من المال والمجهود.<sup>2</sup>

### المطلب الثالث: أهمية الإنترنت

الإنترنت أصبحت أساسية في حياة الشعوب، كونها وسيلة يمكن من خلالها نشر الثقافة والمعرفة في كافة مجالات الحياة. كما أنّ الإنترنت ليس تطور للتكنولوجيا الرقمية فقط، بل هو تطوّر علمي وفكري واجتماعي. ولقد ساعد على إنشاء علاقات بين الشباب وبعضهم من خلال المواقع الإلكترونية التي اختصرت الزمان والمكان، فساعدت على انتشار الثقافات المختلفة وانتشار اللغات، واستطاع الشباب أن يستفيدوا من الإنترنت في جميع المجالات في كلّ ما هو جديد ومفيد لهم.<sup>3</sup>

ولم يقتصر دور الإنترنت على جانب الاتصال الشخصي فحسب، وإنما أدت التطورات التكنولوجية المتسارعة إلى تحويلها إلى وسيلة اتصال جماهيرية ضخمة، وظاهرة واسعة

<sup>1</sup> نفس المرجع، ص 68.

<sup>2</sup> سليمان بورحلة، أثر استخدام الانترنت على القيم لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة صالح بوينيدر - قسنطينة 3، الجزائر، 2018/2017، ص 152-153.

<sup>3</sup> محمد يوسف، الإنترنت وثقافة الشباب، موقع البلاغ، 2 أبريل 2024، اطلع عليه يوم 2024/04/06 على الرابط:

<https://www.balagh.com/article/الإنترنت-وثقافة-الشباب>

الانتشار ووسيلة اتصال وإعلام تكنولوجيا عالية الجودة جديدة ومؤثرة تتميز بالاستقلالية واللامركزية تربط سكان العالم بعضهم البعض بسرعة فائقة وقدرة استيعابية واسعة حتى باتت جزء مهما من حياة الأفراد والمؤسسات<sup>1</sup>.

وبهذا فقد حققت الإنترنت ثورة معلوماتية واتصالية، وذلك من خلال تقديمها شكلا جديدا من أشكال التواصل البشري فيما يسمونه التواصل الجماهيري الثنائي (الاتجاه غير الخاضع للرقابة)، لهذا يعتبر الاتصال أهم مميزات شبكة الانترنت، "فبدون الاتصال لا يمكن للمستخدمين الاستفادة من خدمات الإنترنت بمختلف أبعادها على المستويين العلمي والاجتماعي معا فالثقافة الاتصالية الشبكية إنما تتأطر من خلال الاستخدامات الاتصالية بأنواعها، فيحدث التخاطب والتحاور عبر النصوص والأصوات والرموز والصور"<sup>2</sup>.

ومن هنا يمكن الوصول إلى أن للإنترنت أهمية خاصة يمكن النظر إليها على أنها: عبارة عن دائرة معارف عملاقة، يمكن للمشاركين فيها الحصول على معلومات حول أي موضوع معين، في شكل نص مكتوب أو مرسوم أو خرائط، كما تتيح خدمة التعارف والدرشة الإلكترونية الافتراضية بين الملايين من البشر عبر مختلف أنحاء العالم عن طريق مواقع متخصصة وهي بهذا "تربط عشرات الملايين من أجهزة الحاسوب المنتشرة حول العالم عن طريق البروتوكولات المتعددة، وتعمل بواسطتها على تبادل المعلومات الهائلة والمعارف المتنوعة في مختلف مجالات الحياة البشرية والطبيعية والكونية بكل سهولة ويسر"<sup>3</sup>.

### المطلب الرابع: خدمات الانترنت التي يستخدمها الشباب

لا شك أن الشباب هم الفئة الأكثر استخدامًا وتفاعلاً مع خدمات الإنترنت المختلفة، من التواصل الاجتماعي إلى البحث والتعلم، إلى الترفيه والتسلية، تُعدّ الإنترنت جزءاً لا يتجزأ من حياة الشباب اليومية. وفيما يلي أهم هذه الخدمات:

<sup>1</sup> فيصل أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 41.

<sup>2</sup> محمد علي رحومة، الإنترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2005، ص 170.

<sup>3</sup> الخامسة رمضان، استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت وانتشار قيم العولمة الثقافية لدى الشباب الجامعي، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2012/2011، ص 41.

- **خدمة الأخبار:** "تعد طريقة مهمة لتبادل الأفكار والاقتراحات بين المستخدمين للانترنت ومن خلالها يستطيعون مناقشة أي موضوع يريدون في أي مجال، ومن ناحية أخرى يوجد متطوعين يقومون بفحص الرسائل التي تصل لها الخدمة قبل عرضها على المستخدمين".<sup>1</sup>
- **المدونات الالكترونية (blogs):** وهي عبارة عن مواقع شخصية تنشر كتابات ومقالات وحتى تسجيلات فيديو، يملكها غالبا أفراد، أو مؤسسات وهيئات إعلامية وتجارية وثقافية، وهي تنشر مضامينها وترتبها ترتيبا كرونولوجيا وفقا لتاريخ انشائها، ويمكن للقراء التفاعل معها والتعليق والنقد ونظرا لنجاحها وقدرتها على التعبير عن مطالب وتطلعات الفئات المهمشة تشهد المدونات تزايدا هائلا في عددها وعدد مستعمليها.<sup>2</sup>
- **البريد وشبكة الانترنت:** يقوم البريد الالكتروني بدور حيوي في الرابط بين مستخدمي الشبكة العالمية (الانترنت) في جميع المجالات ومختلف التخصصات، إذ أنه يتيح للمستخدم الاتصال بأقرانه في أي مكان في زمن قياسي لا يتعدى بضع ثوان، ويمكن أن يتلقى الرد على خطابه في الوقت نفسه في حالة وجود المتلقي أمام جهاز يقرأ بريده الالكتروني.<sup>3</sup>
- **المؤتمر الالكتروني:** هو الصورة الالكترونية لعقد مؤتمر أو ما يسمى "حوارا" تفاعليا باستخدام الهاتف، فيمكن لأي مستخدم التحدث مع الآخرين باستخدام الشاشة ولوحة المفاتيح، فنجد شاشة الحاسوب تنقسم إلى قسمين: علوي وسفلي، وكل متحدث يكتب ما يريد في القسم الخاص به. ويمكن ان يمتد الحديث ليشمل عددا كبيرا من الأشخاص في وقت واحد، وفي هذه الحالة تنقسم الشاشة إلى عدد من الأقسام حسب أعداد المستخدمين.

<sup>1</sup> حليلة قادي، دوافع تردد الشباب على مقاهي الانترنت، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، المجلد 3، العدد 2، الجزائر، 2015، ص 149.

<sup>2</sup> إيمان نوي، استخدام الانترنت وعلاقته باللامعيارية عند الطلبة الجامعيين، مجلة العلوم الانسانية، المجلد 13، العدد 3، الجزائر، 2013، ص 116.

<sup>3</sup> أميرة ستيتي، مروة بوهزيلة، استخدام الانترنت وتأثيراتها على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي، مذكرة ماستر في علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، الجزائر، 2021/2020، ص 58.

■ **تبادل الملفات:** يعد تبادل الملفات من أهم الخدمات المطلوبة والمميزة لشبكة المعلومات العلمية، وهي تتيح الفرصة للمستخدمين لتبادل البيانات والمعلومات في صورة ملفات يتم نسخها بين الحواسيب المختلفة داخل شبكة الانترنت.

■ **الاستخدام عن بعد:** تعد هذه الخدمة من أكبر الخدمات المطلوبة على شبكة الانترنت، إذ أنها تمكن المستخدم في أي مكان وعلى مسافة آلاف الكيلومترات من استخدام الحواسيب الموجودة مثلا في الولايات المتحدة أو أوروبا، وكأنما المستخدم يجلس في الأجهزة نفسها التي يستقي منها المعلومات.

■ **مجموعات المناقشة:** من شبكة الانترنت يتم عمل مجموعات للمناقشة والحوار، ويستطيع المستخدم من خلال الشبكة اختيار إحدى هذه المجموعات حسب الموضوعات التي تتم مناقشتها، كما أن العديد من هذه المجموعات تصدر نشرات دورية عن هذه المناقشات يتم استقبالها على شاشة الحاسوب وبالضبط على زر معين لتخرج إليك المطبوعة.<sup>1</sup>

### المبحث الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي

#### المطلب الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

مواقع التواصل الاجتماعي هي منصات رقمية تتيح للمستخدمين إنشاء ملفات تعريفية شخصية والتفاعل والتواصل مع آخرين على نطاق واسع، سنستعرض في هذا العنصر مجموعة من التعاريف لمختلف الباحثين الذي تطرقوا لهذا المفهوم.

تعرف الباحثة إبتسام دراحي مواقع التواصل الاجتماعي بأنها "شبكات إلكترونية اجتماعية يتم استخدامها من قبل أفراد أو جماعات أو أطراف معينة في المجتمع هم المستخدمون، ويتم من خلالها نقل الأفكار والآراء والتجارب وتبادل المعلومات والخبرات والمعارف فيما بينهم فتيح لهم إمكانية مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو، كما تمكنهم من إنشاء

<sup>1</sup> أميرة ستيتي، مروة بوهزيلة، مرجع سبق ذكره، ص 59.

صفحات خاصة وإجراء المحادثات والحوارات الفورية وإرسال الرسائل مما يجعلهم في تفاعل وتواصل دائم ومستمر، وتتكون من خلالها علاقات اجتماعية فيما بينهم".<sup>1</sup>

وتعرف حسب بعض الباحثين على أنها "خدمات عبر شبكة الانترنت تسمح للأفراد ببناء شخصية عامة أو شبه عامة من خلال نظام محدد، توضيح لائحة خاصة بالمستخدمين الذين يشاركونكم الاتصال، عرض واختيار قائمة الاتصالات الخاصة والقوائم الخاصة بالآخرين خلال نفس النظام".<sup>2</sup>

كما تعرف بأنها "منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح لمشارك فيها بإنشاء حساب خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات أو جمعه هي مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية".<sup>3</sup>

وتعرف الباحثة وداد سميشي مواقع التواصل الاجتماعي بأنها "المواقع الالكترونية التي توفر فيها تطبيقات الانترنت خدمات لمستخدميها تتيح لهم إنشاء صفحة شخصية معروضة للعامة ضمن موقع أو نظام معين، وتوفر وسيلة اتصال مع معارف منشئ الصفحة أو مع غيره من مستخدمي النظام، وتوفر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الانترنت".<sup>4</sup>

<sup>1</sup> إبتسام دراجي، شبكات التواصل الاجتماعي: فضاء افتراضي للتواصل الإلكتروني، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 1، العدد 2، الجزائر، 2017، ص 205.

<sup>2</sup> ميساء كافي، قتادة معمري، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص تكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة قاصدي مرياح ورقلة، الجزائر، 2014/2015، ص 19.

<sup>3</sup> أحمد عصام، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على خصوصية الفرد الجزائري، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال، جامعة المسيلة، الجزائر، 2012/2013، ص 23.

<sup>4</sup> وداد سميشي، مواقع التواصل الاجتماعي الإلكترونية والشباب بداية نمط ثقافي جديد وفسخ للعقد الاجتماعي المتوارث، مجلة التراث، المجلد 4، العدد 1، الجزائر، 2014، ص 154.

وفي تعريف آخر نجدها بأنها "هي مواقع الكترونية اجتماعية على الانترنت وتعتبر الركيزة الأساسية للإعلام الجديد أو البديل التي تتيح للأفراد والجماعات التواصل فيما بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي".<sup>1</sup>

من خلال هاته التعاريف التي عرضناها يمكننا استخلاص تعريف شامل لمواقع التواصل الاجتماعي بأنها منصات رقمية تتيح للمستخدمين إنشاء ملفات تعريفية شخصية والتفاعل والتواصل مع آخرين على نطاق واسع، حيث تمكن الأفراد والجماعات من تبادل الأفكار والآراء والمعلومات والخبرات، وتوفر لهم إمكانية المشاركة في المحتوى المتنوع كالصور والفيديوهات. حيث تُعد هذه المواقع الركيزة الأساسية للإعلام الجديد والتواصل الاجتماعي في العصر الرقمي.

#### المطلب الثاني: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

مواقع التواصل الاجتماعي تتمتع بمجموعة من الخصائص المميزة التي جعلت منها منصات فريدة ومؤثرة في الحياة المعاصرة. وهذه الخصائص تشمل مايلي:

- **الملفات الشخصية أو الصفحات الشخصية:** يمكن التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه كالجنس، تاريخ الميلاد، الاهتمامات والصور الشخصية، بالإضافة إلى معلومات أخرى، ويعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم المستخدم الافتراضي.
- **المشاركة:** وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات وردود الفعل من الأشخاص المهتمين، حيث أنها تلغي الخط الفاصل بين وسائل الإعلام التقليدية والجمهور.

<sup>1</sup>عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2008، ص 218.

- **الانفتاح:** معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل المشاركة، أو الإنشاء والتعديل على الصفحات حيث تشجع التصويت التعليقات وتبادل المعلومات، بل نادرا ما توجد آية حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى.<sup>1</sup>
- **الشمولية:** حيث تلغى الحواجز الجغرافية والمكانية، تلغى من خلالها الحدود الدولية حيث يستطيع فرد في الشرق التواصل مع فرد في الغرب من خلال الشبكة بكل سهولة.
- **التفاعلية:** فالفرد فيها كما أنه مستقبل وقارئ فهو مرسل وكاتب ومشارك فهي تلغى السلبية المقيتة في الإعلام القديم التلفاز والصحف الورقية" وتغطي حيزا من المشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ.<sup>2</sup>
- **مجانية الاستخدام:** إن التسجيل في مواقع التواصل الاجتماعي مجاني فعلى الصفحة الرئيسية لشبكة الفيسبوك مكتوب "مجاني ويبقى مجاني".
- **سهولة الاستخدام:** لا يحتاج العضو إلى مهارات خاصة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي معظم شبكات التواصل الاجتماعي توفر صفحات خاصة باللغة الرسمية لكل مجتمع.
- **الحضور الدائم غير المادي:** إذ لا تتطلب عملية الاتصال إذ يمكن للعضو الاتصال بالعضو الآخر عن طريق ترك رسالة نصية، أو صور أو معلومات عن أفلام أو موسيقى أو غيرها.<sup>3</sup>
- **دعم التجمعات:** اي تتوافر في شبكات التواصل الاجتماعي خدمة تتيح للأشخاص بإنشاء مجموعات تشترك بالاختصاص أو الانتماء الديني أو الاجتماعي مثل الفاييبوك.

<sup>1</sup> أمينة روابحية، روفيدة بوكاف، روميضاء غواوة روميضاء، دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة لدى الطلبة، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، الجزائر، 2023/2022، ص 31.

<sup>2</sup> شيماء مضوي، هدى بوطرفة، دور مواقع التواصل الاجتماعي في إعادة إنتاج القيم لدى الشباب الجامعي الجزائري، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال تنظيمي، جامعة العربي التبسي - تبسة، الجزائر، 2020، ص 43.

<sup>3</sup> يمينة باعلي، حياة بوخيرة، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) على التحصيل الدراسي، مذكرة ماستر في علم النفس، تخصص علم النفس المدرسي، جامعة أحمد دراية أدرار، الجزائر، 2021/2020، ص 11.

- **المرونة:** إمكانية فتح تلك الشبكات عن طريق الهواتف المتنقلة فلا يشترط وجود جهاز حاسوب للولوج لتلك الشبكات بل إن الشركات المنتجة للأجهزة المحمولة أصبحت تضم أنظمة التشغيل تطبيقات خاصة تسمى برامج التواصل الاجتماعية.
- **عالم افتراضي للتواصل:** إن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت تزامم الجلسات والمجالس العائلية والاجتماعية ولم يعد السفر مشروطاً لرؤية الأصدقاء أو سماع أصواتهم أو البيع والشراء أو الدراسة.<sup>1</sup>

### المطلب الثالث: خدمات مواقع التواصل الاجتماعي

- إن مواقع التواصل الاجتماعي تقدم العديد من الخدمات المفيدة والمتنوعة، بدءاً من التواصل مع الأصدقاء والعائلة إلى مشاركة المحتوى والتفاعل مع الآخرين، وتلعب هذه المنصات دوراً بارزاً في كيفية تواصلنا وتفاعلنا في العصر الرقمي. ونذكر من أهم خدماتها مايلي:
- **الملفات الشخصية أو صفحات الويب:** وهي ملفات يقدم فيها الفرد بياناته الأساسية مثل الاسم والسن والبلد والاهتمامات والصور الشخصية.
  - **الأصدقاء أو العلاقات:** وهي خدمة تمكن الفرد من الاتصال بالأصدقاء الذين يعرفهم بالمواقع أو الذين يشاركونه الاهتمام نفسه في المجتمع الافتراضي.
  - **إرسال الرسائل:** تسمح هذه الخدمة بإرسال الرسائل سواء إلى الأصدقاء أو غير الأصدقاء.
  - **البومات الصور:** تتيح هذه الخدمة للمستخدمين إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور وإتاحة المشاركات لهذه الصور للاطلاع عليها وتحويلها وتبادلها أيضاً.
  - **المجموعات:** تتيح الشبكات الاجتماعية فرص تكوين مجموعات بهدف معي أو الأهداف محدودة ويوفر موقع الشبكات المؤسس المجموعة أو المؤسسين المهتمين بها مساحة من الحرية أشبه بالمنتدى حوار مصغر كما تتيح فرصة التنسيق بين الأعضاء وكذا دعوة الأعضاء لتلك المجموعات ومعرفة عدد الحاضرين وإعداد الغير الحاضرين.

<sup>1</sup> يمينة باعلي، حياة بوخيرة، مرجع سبق ذكره، ص 11-12.

■ الصفحات: تم استخدام هذه الخدمة على المستوى التجاري بشكل فعال حيث تسمح هذه الخدمة بإنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية فرصة عرض السلع أو المنتجات للفئات التي يحددها.<sup>1</sup>

#### المطلب الرابع: أبرز مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة من طرف الشباب

في العصر الرقمي أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي المنصة الرئيسية التي يعتمد عليها الشباب في متابعة الأخبار والأحداث الجارية، فهي توفر للجيل الحالي إمكانية الوصول السريع والمباشر إلى المعلومات، مما جعلها أداة فعالة في نقل وتداول الأخبار والقضايا المختلفة. ومن أبرز هذه المواقع ما يلي:

#### أولاً- الفيس بوك:

كانت البدايات الأولى لنشأته عام 2004م، ظهر في جامعة هارفارد بالولايات المتحدة الأمريكية، وظهر في صورته الأولى لا يتجاوز حدود مدونة شخصية يتم من خلالها التواصل بين طلبة الجامعة، ويعتبر الطالب (مارك زوكربيج) هو مبدع هذه الفكرة. حتى عام 2007م، حيث حقق القائمون على الموقع إمكانات جديدة لهذه الشبكة ومنها إتاحة فرصة للمطورين مما زادت هذه الخاصية من شهرة موقع الفيس بوك، بحيث تجاوز حدود الولايات المتحدة الأمريكية إلى كافة العالم، وتجاوز عدد المستخدمين في هذه الشبكة في الأول من تموز (2010م) النصف مليار شخص.<sup>2</sup>

#### ثانياً- الانستغرام:

"هو برنامج يعمل على الهواتف الذكية يستخدم لمشاركة الصور عبره ومواقع التواصل الاجتماعية الأخرى، وهو تطبيق مجاني لتبادل الصور وهو شبكة اجتماعية أيضاً، أطلق في أكتوبر 2010، يتيح للمستخدمين التقاط صورة وإضافة فلتر رقمي لها، ومن ثم مشاركتها

<sup>1</sup>عواطف فايد، سيد أحمد الحسين الحسين جوير، التنمر الإلكتروني عبر الفيسبوك وأثره على العلاقات الاجتماعية، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة عمار ثلجي الأغواط، الجزائر، 2023/2022، ص 26-27.

<sup>2</sup>هاجر شابي، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مقروئية الصحافة المكتوبة على الطلبة الجامعيين الجزائريين، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة عمار ثلجي الأغواط، الجزائر، 2023/2022، ص 24-25.

في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية، وشبكة الانستغرام نفسها. وفي جوان 2013 تم وضع تطبيق تصوير فيديو بشكل متقطع للمستخدمين".<sup>1</sup> ويهدف مستخدم انستغرام إلى إنتاج وبت محتويات تعبر عنه وتمثله لتأسيس جماعته الافتراضية الخاصة مع مجموعة من الأشخاص الغرباء الذين يتقاسمون معه نفس مراكز الاهتمام، ويمكن لكل مستخدم أن يشارك عبر صفحته الشخصية مع منشوره ألبومات الصور التي يراها مناسبة فيطلع عليها كل مستخدمو المنصة، ويتلقى بذلك تفاعلات مختلفة كالإعجاب أو التعليق أو تفعيل متابعة حسابه من قبل المعجبين والمهتمين بما ينشره.<sup>2</sup>

**ثالثاً - التيك توك:**

بالإنجليزيةTikTok، يُعرف في الصين باسم "دوين Douyin وهو من تطوير شركة بايت دانس" الصينية، وطرح بهذا الاسم في الصين في سبتمبر 2016، ثم قدمته للسوق العالمي باسم "تيك توك" في 2017 وهي منصة رائدة في مقاطع الفيديو القصيرة في أغلب البلدان في العالم حيث يتصدر تطبيقاتها على أكثر التطبيقات تنزيلًا خاصة في الجزائر أين لقت إقبال كبير. فهي شبكة اجتماعية صينية لإنشاء مقاطع الفيديوهات الموسيقية تم اطلاقها بواسطة رجل أعمال اسمه "تشانغ يي مينغ"، وصل عدد مستخدمي التطبيق إلى 150 مليون مستخدم نشط يومياً، ويستخدمه أكثر من نصف مليار مستخدم نشط شهرياً في جويلية 2018، وكان التطبيق الأكثر تثبيتاً في الربع الأول من عام 2018 بـ 45.8 مليون تثبيت، ويعد تيك توك" من أكثر تطبيقات مشاركة مقاطع الفيديو شهرة في آسيا والولايات المتحدة، وهو يتوفر حالياً في أكثر من 150 دولة بنحو 75 لغة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>ليليا شاوي، مقارنة التلقي ودوافع استخدام موقع التواصل الاجتماعي الانستغرام، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 10، العدد 1، الجزائر، 2022، ص 294.

<sup>2</sup>وداد سميشي، صور الذات عبر شبكة انستغرام، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد 4، العدد 2، الجزائر، 2021، ص 101.

<sup>3</sup>فاتح بوفروخ، سارة قطاف، شبكات التواصل الاجتماعي ومخاطرها على قيم وخصوصية الأطفال والمراهقين الجزائريين: قراءة بسيكو. سوسولوجية لفيديوهات "التيك توك"، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد 10، العدد 4، الجزائر، 2023، ص 563.

رابعاً - تويتر:

أخذ اسمه من مصطلح (تويت) الذي يعني (التغريد)، واتخذ من العصفورة رمزاً له. كانت بدايات ميلاده في 2006، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى 140 حرفاً للرسالة الواحدة، ويجوز للمرء أن يسميها نصاً موجزاً مكثفاً لتفاصيل كثيرة. ويعد تويتر من الخدمات المرنة التي يستطيع استخدامها تطويعها لأي احتياجات مثل: متابعة أخبار الأصدقاء، نشر المعرفة، تلقي المعلومات متابعة آخر تحديثات المدونات المفضلة، أداة تسويقية، أداة للتواصل السريع خدمة المشاركة الروابط والصور خدمة الدعم الفني. وللتدوين عبر تويتر مزايا عديدة أهمها السهولة والسرعة ومجانية الرسائل بعكس الرسائل العادية عبر الجوال، كما أنه أداة فعالة للتواصل مع العالم.<sup>1</sup>

خلاصة:

مما تطرقنا له في فصلنا هذا نخلص بأن الإنترنت شبكة عالمية متكاملة للمعلومات والاتصالات، حيث أضحت منصة رئيسية لنقل الأخبار والمعلومات لدى الشباب، حيث تتيح لهم الوصول السريع والمباشر إلى مختلف المصادر الإخبارية. أما مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك وتويتر وإنستغرام والتيك توك أدوات إعلامية جديدة مؤثرة في نقل الأخبار والمعلومات للشباب، حيث تمكن الشباب من المشاركة والتفاعل مع الأحداث الجارية بشكل فوري وتفاعلي. وفي الأخير يمكننا القول إن انتشار واستخدام الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي كوسائل إعلام جديدة قد أحدث نقلة نوعية في طريقة نقل الأخبار والمعلومات لدى الشباب، لأن هذه الوسائل الرقمية أصبحت أكثر جاذبية وتفاعلية بالنسبة لهم، مما عزز من دورها الحيوي في تزويدهم بالأخبار والمعلومات بشكل سريع وموثوق.

<sup>1</sup> ربيحة كيوص، إيمان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالاغتراب الاجتماعي لدى طلبة الجامعة، أطروحة دكتوراه في علم النفس، تخصص علم النفس الاجتماعي، جامعة غرداية، الجزائر، 2021/2022، ص 43.

# الفصل الرابع: عرض وتحليل النتائج

## تمهيد

### المبحث الأول: عرض وتحليل نتائج محاور الدراسة

المطلب الأول: عرض وتحليل خصائص عينة الدراسة  
المطلب الثاني: عرض وتحليل محور الوسائل الإعلامية الجديد التي يستخدمها الشباب للحصول على الأخبار  
المطلب الثالث: محور علاقة التوجه نحو وسائل الإعلام الجديد بانفتاح الشباب على أخبار وآراء متنوعة ومختلفة  
المطلب الرابع: محور علاقة التوجه نحو وسائل الإعلام الجديد بانفتاح الشباب على أخبار وآراء متنوعة ومختلفة

### المبحث الثاني: مناقشة وتفسير نتائج الدراسة

المطلب الأول: تفسير ومناقشة نتائج المحور المتعلق بالوسائل الإعلامية الجديدة التي يستخدمها الشباب للحصول على الأخبار  
المطلب الثاني: تفسير ومناقشة نتائج المحور المتعلق بعلاقة التوجه نحو وسائل الإعلام الجديدة بانفتاح الشباب على أخبار وآراء متنوعة ومختلفة  
المطلب الثالث: تفسير ومناقشة نتائج المحور المتعلق بعلاقة التفاعل مع الأخبار عبر وسائل الإعلام بالشعور بالمسؤولية والوعي لدى الشباب  
المطلب الرابع: استنتاج عام  
خلاصة

**تمهيد:**

تعد الدراسات الميدانية للبحوث الوصفية في مجال الإعلام والاتصال الوسيلة الأكثر استخداماً للوصول إلى نتائج تساعد على فهم الظواهر الاجتماعية والإعلامية، ومن خلال دراستنا هذه حاولنا البحث في استخدام وسائل الإعلام الجديد في نقل الأخبار لدى الشباب، متقصين بذلك استخدامها لدى الشباب الجامعي كعينة دراسة، وقد استخدمنا أداة الاستبيان لدراسة عينتنا، وبعد إعداد الاستمارة وتوزيعها على العينة واسترجاعها جاء النسب والإحصاءات للتحليل والتفسير المبحثين أدناه.

المبحث الأول: عرض وتحليل نتائج محاور الدراسة

المطلب الأول: عرض وتحليل خصائص عينة الدراسة

الجدول رقم (01): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

| النسب المئوية | التكرارات | المتغيرات<br>الفئات |
|---------------|-----------|---------------------|
| %41.67        | 20        | نكر                 |
| %58.33        | 28        | أنثى                |
| <b>%100</b>   | <b>48</b> | <b>المجموع</b>      |

يشير الجدول والشكل رقم (01) إلى توزيع أفراد العينة بناءً على متغير الجنس، حيث يتضح أن الإناث يشكلن الأغلبية بنسبة %58.33 من العينة ما يعادل 28 فردًا من إجمالي 48 فردًا. أما الذكور فيمثلون نسبة %41.67 أي 20 فردًا من العينة. وعليه نرى هيمنة جنس الإناث على أفراد العينة.

الجدول رقم (02): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

| النسب المئوية | التكرارات | المتغيرات<br>الفئات |
|---------------|-----------|---------------------|
| %50           | 24        | من 18 إلى 25 سنة    |
| %33.33        | 16        | من 26 إلى 33 سنة    |
| %16.67        | 8         | من 34 إلى 41 سنة    |
| <b>%100</b>   | <b>48</b> | <b>المجموع</b>      |

يشير الجدول والشكل رقم (02) إلى توزيع أفراد العينة حسب متغير السن، حيث تتصدر الفئة العمرية من 18 إلى 25 سنة بنسبة %50، ما يعادل 24 فردًا من إجمالي 48 فردًا. تليها الفئة العمرية من 26 إلى 33 سنة بنسبة %33.33 أي 16 فردًا. أما الفئة العمرية

من 34 إلى 41 سنة، فتأتي في المرتبة الأخيرة بنسبة 16.67% أي 8 أفراد. وعليه يظهر لنا سيطرة الفئة الشابة (18-25) على العينة بشكل واضح.

**الجدول رقم (03): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي**

| المتغيرات<br>الفئات | التكرارات | النسب المئوية |
|---------------------|-----------|---------------|
| ليسانس              | 28        | 58.33%        |
| ماستر               | 17        | 35.42%        |
| دكتوراه             | 3         | 6.25%         |
| <b>المجموع</b>      | <b>48</b> | <b>100%</b>   |

يعرض الجدول رقم (03) توزيع أفراد العينة بناءً على متغير المستوى التعليمي. يتصدر أفراد العينة الذين يحملون درجة الليسانس بنسبة 58.33%، ما يعادل 28 فردًا من إجمالي 48 فردًا. يأتي بعدهم أصحاب شهادة الماستر بنسبة 35.42%، أي 17 فردًا. أما أصحاب الدكتوراه، فيشكلون نسبة 6.25% من العينة، أي 3 أفراد. وعليه نقول أن الأكثرية في العينة لديها تعليم جامعي بدرجة الليسانس.

**الجدول رقم (04): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة**

| المتغيرات<br>الفئات | التكرارات | النسب المئوية |
|---------------------|-----------|---------------|
| موظف عمومي          | 14        | 29.17%        |
| أعمال حرة           | 10        | 20.83%        |
| دون عمل             | 24        | 50%           |
| <b>المجموع</b>      | <b>48</b> | <b>100%</b>   |

يوضح الجدول رقم (04) توزيع أفراد العينة بناءً على متغير الوظيفة. يتصدر الأفراد البطالون العينة بنسبة 50%، ما يعادل 24 فردًا من إجمالي 48 فردًا. يأتي بعدهم

الموظفون العموميون بنسبة 29.17%، أي 14 فردًا، ويأتي ثم الأشخاص الذين يعملون في الأعمال الحرة بنسبة 20.83%، أي 10 أفراد. وعليه يظهر وجود نسبة عالية من البطالة في العينة المدروسة.

**الجدول رقم (05): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الحالة العائلية**

| النسب المئوية | التكرارات | المتغيرات<br>الفئات |
|---------------|-----------|---------------------|
| 68.75%        | 33        | أعزب                |
| 29.17%        | 14        | متزوج               |
| 2.08%         | 1         | مطلق                |
| 100%          | 48        | المجموع             |

يبين الجدول رقم (05) توزيع أفراد العينة بناءً على الحالة العائلية. يتصدر العزاب العينة بنسبة 68.75%، ما يعادل 33 فردًا من إجمالي 48 فردًا. يأتي بعدهم الأشخاص المتزوجون بنسبة 29.17%، أي 14 فردًا. أما الأشخاص المطلقون، فيشكلون نسبة 2.08% من العينة، أي 1 فردًا. وعليه يمثل العزاب الفئة الأكبر من العينة.

المطلب الثاني: عرض وتحليل محور الوسائل الإعلامية الجديد التي يستخدمها الشباب للحصول على الأخبار

لجدول رقم (06): يوضح متابعة أفراد العينة الأخبار عبر مواقع الانترنت

| النسب المئوية | التكرارات | المتغيرات<br>الفئات |
|---------------|-----------|---------------------|
| 81.25%        | 39        | نعم                 |
| 0.00%         | 0         | لا                  |
| 18.75%        | 9         | أحياناً             |
| 100%          | 48        | المجموع             |

يتضح من خلال الجدول رقم (06) حول متابعة أفراد العينة للأخبار عبر مواقع الإنترنت، أن 81.25% من العينة يتابعون الأخبار عبر الإنترنت، ما يعادل 39 فرداً من إجمالي 48 فرداً. بينما يشير 18.75% من العينة أنهم يتابعون الأخبار عبر الإنترنت أحياناً، ما يعادل 9 أفراد. ولا يوجد أي فرد في العينة لا يتابع الأخبار عبر الإنترنت. ومنه يتضح لنا بأن بأفراد العينة تستخدم مواقع الإنترنت كمصدر رئيسي لمتابعة الأخبار.

الجدول رقم (07): يوضح الوسائل الإعلامية الجديدة التي تستخدمها العينة في الحصول الأخبار بكثرة

| النسب المئوية | التكرارات | المتغيرات<br>الفئات     |
|---------------|-----------|-------------------------|
| 16.67%        | 8         | الانترنت                |
| 83.33%        | 40        | مواقع التواصل الاجتماعي |
| 100%          | 48        | المجموع                 |

يبين الجدول رقم (07) الوسائل الإعلامية الجديدة التي يستخدمها أفراد العينة بشكل رئيسي للحصول على الأخبار. يظهر أن 83.33% من العينة يستخدمون مواقع التواصل

الاجتماعي كوسيلة رئيسية للحصول على الأخبار، ما يعادل 40 فردًا من إجمالي 48 فردًا. بينما يستخدم 16.67% من العينة الإنترنت كوسيلة للحصول على الأخبار، ما يعادل 8 أفراد. وعليه فإن جل العينة تفضل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للأخبار مقارنة بالإنترنت العام.

**الجدول رقم (08):** يوضح نوع الجهاز المستخدم كثيرا في حصول العينة على الأخبار

| المتغيرات<br>الفئات | التكرارات | النسب المئوية |
|---------------------|-----------|---------------|
| الهاتف النقال       | 40        | 83.33%        |
| الحاسوب             | 8         | 16.67%        |
| المجموع             | 48        | 100%          |

يوضح الجدول رقم (08) نوع الجهاز المستخدم بكثرة من قبل أفراد العينة للحصول على الأخبار. يشير إلى أن 83.33% من العينة يعتمدون على الهاتف النقال كمصدر رئيسي للحصول على الأخبار، ما يعادل 40 فردًا من إجمالي 48 فردًا. بينما يستخدم 16.67% من العينة الحاسوب لهذا الغرض، ما يعادل 8 أفراد. ومنه نرى التفضيل الكبير لاستخدام الهواتف النقالة لمتابعة الأخبار بين أفراد العينة.

**الجدول رقم (09):** يوضح المنصات الاجتماعية المستخدمة في الحصول على الأخبار

| المتغيرات<br>الفئات | التكرارات | النسب المئوية |
|---------------------|-----------|---------------|
| فيسبوك              | 25        | 52.08%        |
| انستغرام            | 16        | 33.33%        |
| تويتر               | 5         | 10.42%        |
| تيك توك             | 2         | 4.17%         |
| المجموع             | 48        | 100%          |

يوضح الجدول رقم (09) المنصات الاجتماعية التي يستخدمها أفراد العينة للحصول على الأخبار. يشير إلى أن 52.08% من العينة يعتمدون على فيسبوك كمصدر رئيسي للأخبار، ما يعادل 25 فردًا من إجمالي 48 فردًا. يلي ذلك انستغرام بنسبة 33.33%، أي 16 فردًا. أما تويتر فيستخدمه 10.42% من العينة، أي 5 أفراد، في حين أن تيك توك يستخدمه 4.17% فقط من العينة، أي 2 فردًا. وعليه نرى تفضيلًا واضحًا لمنصة فيسبوك بين أفراد العينة كمصدر رئيسي للأخبار.

الجدول رقم (10): يوضح اعتماد العينة على تطبيقات الأخبار على الهواتف الذكية

| المتغيرات | التكرارات | النسب المئوية |
|-----------|-----------|---------------|
| الفئات    |           |               |
| نعم       | 20        | 41.67%        |
| لا        | 11        | 22.92%        |
| أحيانًا   | 17        | 35.41%        |
| المجموع   | 48        | 100%          |

يظهر الجدول رقم (10) مدى اعتماد أفراد العينة على تطبيقات الأخبار على الهواتف الذكية. أن 41.67% من العينة يعتمدون بشكل منتظم على تطبيقات الأخبار، ما يعادل 20 فردًا من إجمالي 48 فردًا. بينما 35.41% من العينة يعتمدون على هذه التطبيقات أحيانًا، ما يعادل 17 فردًا. أما الذين لا يعتمدون على تطبيقات الأخبار على الهواتف الذكية فيشكلون نسبة 22.92%، أي 11 فردًا.

الجدول رقم (11): يوضح تطبيقات الأخبار المستخدمة على الهواتف لأفراد العينة

| النسب المئوية | التكرارات | المتغيرات<br>الفئات |
|---------------|-----------|---------------------|
| 18.75%        | 9         | الجزائر نيوز        |
| 29.17%        | 14        | النهار              |
| 22.92%        | 11        | الشروق              |
| 12.50%        | 6         | الخبر               |
| 14.58%        | 7         | البلاد              |
| 2.08%         | 1         | تطبيق آخر           |
| 100%          | 48        | المجموع             |

يوضح الجدول رقم (11) توزيع استخدام أفراد العينة لتطبيقات الأخبار المختلفة على الهواتف الذكية. يحتل تطبيق "النهار" الصدارة بنسبة 29.17%، ما يعادل 14 فردًا من إجمالي 48 فردًا. يأتي بعده تطبيق "الشروق" بنسبة 22.92%، أي 11 فردًا، ثم "الجزائر نيوز" بنسبة 18.75%، ما يعادل 9 أفراد. أما تطبيق "البلاد" فيستخدمه 14.58% من العينة، أي 7 أفراد، ويتبعهم تطبيق "الخبر" بنسبة 12.50%، ما يعادل 6 أفراد. أخيرًا، هناك فرد واحد فقط يستخدم تطبيقًا آخر غير المذكورة، بنسبة 2.08%.

الجدول رقم (12): يوضح مواقع الأخبار المتابعة على الانترنت لأفراد العينة

| النسب المئوية | التكرارات | المتغيرات<br>الفئات |
|---------------|-----------|---------------------|
| 37.50%        | 18        | الجزائر نيوز        |
| 35.42%        | 17        | النهار              |
| 27.08%        | 13        | الشروق              |
| 0%            | 0         | موقع آخر            |
| 100%          | 48        | المجموع             |

يوضح الجدول رقم (12) مواقع الأخبار التي يتابعها أفراد العينة على الإنترنت. يحتل موقع "الجزائر نيوز" الصدارة بنسبة 37.50%، ما يعادل 18 فردًا من إجمالي 48 فردًا. يليه موقع "النهار" بنسبة 35.42%، أي 17 فردًا، ثم موقع "الشروق" بنسبة 27.08%، ما يعادل 13 فردًا. لم يشر أي فرد إلى متابعة مواقع أخرى للأخبار. وعليه نرى هيمنة ملحوظة لموقع "الجزائر نيوز" كمصدر رئيسي للأخبار على الإنترنت.

**الجدول رقم (13): يوضح استخدام منصات الفيديو مثل اليوتيوب لمتابعة الأخبار**

| المتغيرات | التكرارات | النسب المئوية |
|-----------|-----------|---------------|
| نعم       | 20        | 41.67%        |
| لا        | 9         | 18.75%        |
| أحياناً   | 19        | 39.58%        |
| المجموع   | 48        | 100%          |

يوضح الجدول رقم (13) استخدام أفراد العينة لمنصات الفيديو مثل يوتيوب لمتابعة الأخبار. يظهر أن 37.50% من العينة يستخدمون يوتيوب بانتظام لمتابعة الأخبار، ما يعادل 20 فردًا من إجمالي 48 فردًا. بينما 27.08% من العينة يستخدمونه أحيانًا، ما يعادل 19 فردًا. في المقابل، 35.42% من العينة لا يستخدمون يوتيوب لمتابعة الأخبار، ما يعادل 9 أفراد.

الجدول رقم (14): يوضح القنوات المتابعة في منصات الفيديو مثل اليوتيوب

| النسب المئوية | التكرارات | المتغيرات<br>الفئات    |
|---------------|-----------|------------------------|
| 16.67%        | 8         | قناة الجزيرة الإخبارية |
| 18.75%        | 9         | قناة الشروق الإخبارية  |
| 22.92%        | 11        | قناة الجزائر 24        |
| 39.58%        | 19        | قناة النهار الإخبارية  |
| 2.08%         | 1         | قناة الخبر الإخبارية   |
| 100%          | 48        | المجموع                |

يوضح الجدول رقم (14) القنوات المتابعة في منصات الفيديو مثل يوتيوب من قبل أفراد العينة. تتصدر قناة النهار الإخبارية بنسبة 39.58%، ما يعادل 19 فردًا من إجمالي 48 فردًا. تليها قناة الجزائر 24 بنسبة 22.92%، أي 11 فردًا، ثم قناة الشروق الإخبارية بنسبة 18.75%، ما يعادل 9 أفراد. قناة الجزيرة الإخبارية تأتي بنسبة 16.67%، ما يعادل 8 أفراد، وأخيرًا قناة الخبر الإخبارية بنسبة 2.08%، ما يعادل فردًا واحدًا فقط. وعليه فإن أفراد العينة تفضل قناة النهار الإخبارية على منصات الفيديو لمتابعة الأخبار.

الجدول رقم (15): يوضح الثقة في المدونات أو المواقع الشخصية كمصدر للأخبار

| النسب المئوية | التكرارات | المتغيرات<br>الفئات |
|---------------|-----------|---------------------|
| 14.58%        | 7         | نعم                 |
| 25%           | 12        | لا                  |
| 60.42%        | 29        | أحيانًا             |
| 100%          | 48        | المجموع             |

يوضح الجدول رقم (15) مستوى الثقة لدى أفراد العينة في المدونات أو المواقع الشخصية كمصدر للأخبار. يشير إلى أن 14.58% من العينة يتقون بالمدونات أو المواقع الشخصية كمصدر للأخبار، ما يعادل 7 أفراد من إجمالي 48 فردًا. في المقابل، 25% من العينة لا يتقون بهذه المصادر، ما يعادل 12 فردًا. أما النسبة الأكبر، وهي 60.42%، فيعبرون عن ثقتهم بهذه المصادر أحيانًا، ما يعادل 29 فردًا. يعكس هذا التوزيع تفاوت مستويات الثقة في المدونات والمواقع الشخصية، مع ميل غالبية أفراد العينة إلى الثقة بها بشكل متقطع، بينما يحتفظ ربع العينة بموقف غير موثوق منها، والقلّة يعبرون عن ثقة كاملة بها.

**الجدول رقم (16): يوضح نوع الأخبار المفضلة المتابعة عبر الوسائط الإعلامية الجديدة**

| النسب المئوية | التكرارات | المتغيرات<br>الفئات    |
|---------------|-----------|------------------------|
| 12.50%        | 6         | أخبار سياسية           |
| 16.67%        | 8         | أخبار اقتصادية         |
| 10.42%        | 5         | أخبار تكنولوجيا وعلوم  |
| 10.42%        | 5         | أخبار فنية وترفيهية    |
| 10.42%        | 5         | أخبار رياضية           |
| 25%           | 12        | أخبار اجتماعية وثقافية |
| 8.33%         | 4         | أخبار صحية             |
| 6.25%         | 3         | أخبار أخرى             |
| 100%          | 48        | المجموع                |

يوضح الجدول رقم (16) تفضيلات أفراد العينة لنوع الأخبار التي يتابعونها عبر الوسائط الإعلامية الجديدة. تأتي الأخبار الاجتماعية والثقافية في المقدمة بنسبة 25%، ما يعادل 12 فردًا من إجمالي 48 فردًا. تليها الأخبار الاقتصادية بنسبة 16.67%، أي 8 أفراد.

الأخبار السياسية تمثل 12.50% من التفضيلات، ما يعادل 6 أفراد. كل من الأخبار التكنولوجية والعلمية، والفنية والترفيهية، والرياضية تأتي بنسبة 10.42% لكل منها، ما يعادل 5 أفراد لكل نوع. الأخبار الصحية تفضلها 8.33% من العينة، ما يعادل 4 أفراد، وأخيرًا تأتي الأخبار الأخرى بنسبة 6.25%، ما يعادل 3 أفراد. وعليه فإن أفراد العينة يهتمون بمجموعة متنوعة من المواضيع، مع تفضيل واضح للأخبار الاجتماعية والثقافية.

**الجدول رقم (17): يوضح مشاركة الأخبار المهمة على منصات التواصل الاجتماعي**

| المتغيرات | التكرارات | النسب المئوية |
|-----------|-----------|---------------|
| نعم       | 14        | 29.17%        |
| لا        | 13        | 27.08%        |
| أحياناً   | 21        | 43.75%        |
| المجموع   | 48        | 100%          |

يوضح الجدول رقم (17) مدى مشاركة أفراد العينة للأخبار المهمة على منصات التواصل الاجتماعي. يشير إلى أن 43.75% من العينة يقومون بمشاركة الأخبار المهمة على هذه المنصات بشكل متقطع، ما يعادل 21 فردًا من إجمالي 48 فردًا. بينما 29.17% من العينة يقومون بمشاركة الأخبار بانتظام، أي 14 فردًا. أما 27.08% من العينة فلا يشاركون الأخبار على منصات التواصل الاجتماعي، أي 13 فردًا.

المطلب الثالث: محور علاقة التوجه نحو وسائط الإعلام الجديد بانفتاح الشباب على أخبار وآراء متنوعة و مختلفة.

الجدول رقم (18): يوضح تعرض أفراد العينة لآراء متنوعة ومختلفة عبر استخدام وسائط الإعلام الجديدة

| النسب المئوية | التكرارات | المتغيرات<br>الفئات |
|---------------|-----------|---------------------|
| 54.17%        | 26        | نعم                 |
| 6.25%         | 3         | لا                  |
| 39.58%        | 19        | أحيانا              |
| 100%          | 48        | المجموع             |

يوضح الجدول رقم (18) تعرض أفراد العينة لآراء متنوعة ومختلفة عبر استخدام وسائط الإعلام الجديدة. يبين أن 54.17% من العينة تعرضت لآراء متنوعة بانتظام، ما يعادل 26 فردًا من إجمالي 48 فردًا. بينما 39.58% من العينة تعرضت لهذه الآراء أحيانًا، أي 19 فردًا. أما 6.25% من العينة فلا تعرضت لآراء متنوعة عبر وسائط الإعلام الجديدة، أي 3 أفراد فقط.

الجدول رقم (19): يوضح تأثير المنصات الاجتماعية والمدونات والمواقع الشخصية على تفتح أفراد العينة على آراء مختلفة بشكل أكبر من وسائط الإعلام التقليدية

| النسب المئوية | التكرارات | المتغيرات<br>الفئات |
|---------------|-----------|---------------------|
| 43.75%        | 21        | نعم                 |
| 18.75%        | 9         | لا                  |
| 37.50%        | 18        | أحيانا              |
| 100%          | 48        | المجموع             |

يوضح الجدول رقم (19) تأثير المنصات الاجتماعية والمدونات والمواقع الشخصية على تفتح أفراد العينة على آراء مختلفة بشكل أكبر من وسائط الإعلام التقليدية. يبين أن 43.75% من العينة يشعرون بأن هذه المنصات تساعدهم في التفتح على آراء مختلفة بشكل مستمر، ما يعادل 21 فردًا من إجمالي 48 فردًا. بينما 37.50% من العينة يشعرون بذلك أحيانًا، أي 18 فردًا. أما 18.75% من العينة فإنهم لا يرون أن هذه المنصات تساهم بشكل كبير في زيادة تفتحهم على آراء مختلفة، أي 9 أفراد.

الجدول رقم (20): يوضح تفضيل منصات مواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة النقاشات حول القضايا الهامة لفهم وجهات النظر المختلفة

| المتغيرات | التكرارات | النسب المئوية |
|-----------|-----------|---------------|
| نعم       | 28        | 58.33%        |
| لا        | 7         | 14.58%        |
| أحيانًا   | 13        | 27.08%        |
| المجموع   | 48        | 100%          |

يوضح الجدول رقم (20) تفضيل أفراد العينة لاستخدام منصات مواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة النقاشات حول القضايا الهامة لفهم وجهات النظر المختلفة. يظهر أن 58.33% من العينة يفضلون استخدام هذه المنصات بانتظام لهذا الغرض، ما يعادل 28 فردًا من إجمالي 48 فردًا. بينما 27.08% يستخدمونها أحيانًا، ما يعادل 13 فردًا. أما 14.58% من العينة فإنهم لا يستخدمون هذه المنصات لمتابعة النقاشات حول القضايا الهامة بشكل ملحوظ، ما يعادل 7 أفراد.

الجدول رقم (21): يوضح اعتقاد العينة أن التنوع في مصادر الأخبار المقروءة يساعد في فهم القضايا بشكل أكثر شمولية

| النسب المئوية | التكرارات | المتغيرات<br>الفئات |
|---------------|-----------|---------------------|
| 60.42%        | 29        | نعم                 |
| 14.58%        | 7         | لا                  |
| 25%           | 12        | أحيانا              |
| 100%          | 48        | المجموع             |

يوضح الجدول رقم (21) اعتقاد أفراد العينة بأن التنوع في مصادر الأخبار المقروءة يساعد في فهم القضايا بشكل أكثر شمولية. يظهر أن 60.42% من العينة يعتقدون أن التنوع في المصادر يساهم في فهم القضايا بشكل شمولي، ما يعادل 29 فردًا من إجمالي 48 فردًا. بينما 25% من العينة يرون أن ذلك يحدث أحيانًا، ما يعادل 12 فردًا. أما 14.58% فإنهم لا يرون أن التنوع في المصادر يساعد في فهم القضايا بشكل شمولي، ما يعادل 7 أفراد.

الجدول رقم (22): يوضح استمالة العينة إلى مشاركة الآراء والمقالات والمنشورات التي تعكس وجهات نظر متنوعة على منصات التواصل الاجتماعي

| النسب المئوية | التكرارات | المتغيرات<br>الفئات |
|---------------|-----------|---------------------|
| 43.75%        | 21        | نعم                 |
| 20.83%        | 10        | لا                  |
| 35.42%        | 17        | أحيانا              |
| 100%          | 48        | المجموع             |

يوضح الجدول رقم (22) استعداد أفراد العينة لمشاركة الآراء والمقالات والمنشورات التي تعكس وجهات نظر متنوعة على منصات التواصل الاجتماعي. يظهر أن 43.75% من

العينة مستعدون لمشاركة مثل هذه المنشورات بانتظام، ما يعادل 21 فردًا من إجمالي 48 فردًا. بينما 35.42% من العينة يمكن أن يقوموا بذلك أحيانًا، أي 17 فردًا. أما 20.83% من العينة فإنهم لا يكونون عادةً مستعدين لمشاركة مثل هذه الآراء والمقالات، أي 10 أفراد. **المطلب الرابع: عرض وتحليل محور علاقة التفاعل مع الأخبار عبر وسائل الإعلام الجديد بالشعور بالمسؤولية والوعي لدى الشباب**

**الجدول رقم (23): يوضح الشعور بأن التفاعل مع الأخبار والمشاركة في مناقشتها عبر وسائل الإعلام الجديد يعزز الشعور بالمسؤولية والوعي**

| المتغيرات      | التكرارات | النسب المئوية |
|----------------|-----------|---------------|
| نعم            | 25        | 52.08%        |
| لا             | 7         | 14.58%        |
| أحيانًا        | 16        | 33.33%        |
| <b>المجموع</b> | <b>48</b> | <b>100%</b>   |

يوضح الجدول رقم (23) شعور أفراد العينة بأن التفاعل مع الأخبار والمشاركة في مناقشتها عبر وسائل الإعلام الجديد تعزز الشعور بالمسؤولية والوعي. يظهر أن 52.08% من العينة يشعرون بأن التفاعل يعزز هذا الشعور، ما يعادل 25 فردًا من إجمالي 48 فردًا. بينما 33.33% من العينة يشعرون بذلك أحيانًا، أي 16 فردًا. أما 14.58% من العينة فإنهم لا يشعرون بأن التفاعل يعزز الشعور بالمسؤولية والوعي بشكل كبير، أي 7 أفراد.

الجدول رقم (24): يوضح إيجاد العينة لقراءة الأخبار من مصادر مختلفة عبر وسائط الإعلام الجديدة تزيد من فهمهم للمشاكل والتحديات التي يواجهها المجتمع

| النسب المئوية | التكرارات | المتغيرات<br>الفئات |
|---------------|-----------|---------------------|
| 81.25%        | 39        | نعم                 |
| 10.42%        | 5         | لا                  |
| 8.33%         | 4         | أحيانا              |
| 100%          | 48        | المجموع             |

يوضح الجدول رقم (24) أن 81.25% من أفراد العينة يرون أن إيجادهم لقراءة الأخبار من مصادر مختلفة عبر وسائط الإعلام الجديدة يزيد من فهمهم للمشاكل والتحديات التي يواجهها المجتمع، أي 39 فردًا من إجمالي 48 فردًا. ويعتقد 10.42% من العينة أن إيجادهم لمثل هذه القراءة لا يؤثر بشكل كبير في فهمهم لتلك المشاكل والتحديات، وهذا يعادل 5 أفراد. بينما يشعر 8.33% من العينة بأن هذا يحدث أحيانًا، ما يعادل 4 أفراد.

الجدول رقم (25): يوضح الشعور بمسؤولية المشاركة في حملات توعوية ونشر الأخبار الهامة في حملات توعوية ونشر الأخبار الهامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي

| النسب المئوية | التكرارات | المتغيرات<br>الفئات |
|---------------|-----------|---------------------|
| 56.25%        | 27        | نعم                 |
| 18.75%        | 9         | لا                  |
| 25%           | 12        | أحيانا              |
| 100%          | 48        | المجموع             |

يوضح الجدول رقم (25) شعور أفراد العينة بالمسؤولية تجاه المشاركة في حملات توعوية ونشر الأخبار الهامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي. يشير التحليل إلى أن 56.25% من

العينة، أي 27 فردًا، يشعرون بالمسؤولية ويشاركون بانتظام في هذه الحملات. يأتي بعد ذلك 25% من العينة، أي 12 فردًا، يشعرون بالمسؤولية ويشاركون أحيانًا. أما 18.75% من العينة، أي 9 أفراد، فإنهم لا يشعرون بالمسؤولية ولا يشاركون في مثل هذه الحملات بشكل كبير.

**الجدول رقم (26):** يوضح إمكانية تحفيز الشباب على التغيير والإصلاح في المجتمع من خلال تفاعلهم مع الأخبار عبر وسائل الإعلام الجديدة

| النسب المئوية | التكرارات | المتغيرات<br>الفئات |
|---------------|-----------|---------------------|
| 75%           | 36        | نعم                 |
| 4.17%         | 2         | لا                  |
| 20.83%        | 10        | أحيانًا             |
| 100%          | 48        | المجموع             |

يوضح الجدول رقم (26) إمكانية تحفيز الشباب على التغيير والإصلاح في المجتمع من خلال تفاعلهم مع الأخبار عبر وسائل الإعلام الجديدة. يشير التحليل إلى أن 75% من العينة، أي 36 فردًا، يرون أن التفاعل مع الأخبار عبر وسائل الإعلام الجديدة يمكن أن يحفز الشباب على التغيير والإصلاح. بينما 20.83%، أي 10 أفراد، يرون أن ذلك يحدث أحيانًا. أما 4.17% من العينة، أي 2 فردين، لا يرون أن هناك إمكانية كبيرة للتحفيز من خلال هذا التفاعل.

الجدول رقم (27): يوضح إمكانية زيادة الوعي بين الناس من خلال مشاركة العينة في النقاشات العامة حول القضايا الاجتماعية عبر وسائل الإعلام الاجتماعي

| النسب المئوية | التكرارات | المتغيرات<br>الفئات |
|---------------|-----------|---------------------|
| 75%           | 36        | نعم                 |
| 8.33%         | 4         | لا                  |
| 16.67%        | 8         | أحيانا              |
| 100%          | 48        | المجموع             |

يوضح الجدول رقم (27) إمكانية زيادة الوعي بين الناس من خلال مشاركة العينة في النقاشات العامة حول القضايا الاجتماعية عبر وسائل الإعلام الاجتماعي. يشير التحليل إلى أن 75% من العينة، أي 36 فردًا، يعتقدون أن مشاركتهم في النقاشات العامة عبر وسائل الإعلام الاجتماعي يمكن أن تزيد من الوعي بين الناس. بينما 16.67%، أي 8 أفراد، يرون أن ذلك يحدث أحيانًا. أما 8.33% من العينة، أي 4 أفراد، فلا يعتقدون أن مشاركتهم تساهم بشكل كبير في زيادة الوعي.

الجدول رقم (28): يوضح إمكانية المساهمة في بناء مجتمع أفضل من خلال استخدام وسائل الإعلام الجديدة لمشاركة الأخبار.

| النسب المئوية | التكرارات | المتغيرات<br>الفئات |
|---------------|-----------|---------------------|
| 70.83%        | 34        | نعم                 |
| 4.17%         | 2         | لا                  |
| 25%           | 12        | أحيانا              |
| 100%          | 48        | المجموع             |

يوضح الجدول رقم (28) إمكانية المساهمة في بناء مجتمع أفضل من خلال استخدام وسائل الإعلام الجديدة لمشاركة الأخبار. يشير التحليل إلى أن 70.83% من العينة، أي 34 فردًا، يعتقدون أن استخدام وسائل الإعلام الجديدة لمشاركة الأخبار يمكن أن يساهم في بناء مجتمع أفضل. بينما 25%، أي 12 فردًا، يرون أن ذلك يحدث أحيانًا. أما 4.17% من العينة، أي فردين، فلا يعتقدون أن استخدام هذه الوسائل يساهم بشكل كبير في بناء المجتمع.

### المبحث الثاني: مناقشة وتفسير نتائج الدراسة

المطلب الأول: تفسير ومناقشة نتائج المحور المتعلق بالوسائل الإعلامية الجديدة التي يستخدمها الشباب للحصول على الأخبار

فيما يخص أهمية وسائل التواصل الاجتماعي فإن الغالبية العظمى من الشباب تعتمد بشكل كبير على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار (83.33%). وهذا يشير إلى أن منصات مثل فيسبوك وإنستغرام هي الأكثر شعبية بين الشباب لمتابعة الأحداث الجارية. أما بخصوص نوع الجهاز المستخدم نجد أن الشباب يفضل استخدام الهواتف النقالة للحصول على الأخبار (83.33%) بدلاً من الحواسيب. وهذا يدل على التوجه نحو الأجهزة المحمولة والراحة التي توفرها في الوصول إلى المعلومات في أي وقت ومن أي مكان. وبالنسبة للمنصات الاجتماعية المحددة فنجد الفيسبوك هو المنصة الأكثر استخدامًا بين الشباب لمتابعة الأخبار (52.08%)، يليه إنستغرام (33.33%)، ثم تويتر وتيك توك. وهذا التوزيع يعكس مدى تأثير كل منصة في توفير الأخبار وجذب الشباب. وفيما يخص تطبيقات الأخبار على الهواتف الذكية نجد نسبة كبيرة من الشباب تعتمد على تطبيقات الأخبار على الهواتف الذكية (41.67%)، وبعضهم يستخدمها أحيانًا (35.41%). تطبيق "النهار" هو الأكثر شيوعًا بين هذه التطبيقات، مما يدل على تفضيل الشباب لمصادر معينة من الأخبار المحلية.

أما مواقع الأخبار على الإنترنت فنرى أن الشباب يتابع مواقع الأخبار المحلية مثل "الجزائر نيوز" و"النهار" بنسبة عالية.

**المطلب الثاني: تفسير ومناقشة نتائج المحور المتعلق بعلاقة التوجه نحو وسائط الإعلام الجديدة بانفتاح الشباب على أخبار وآراء متنوعة ومختلفة.**

فيما يخص **التعرض لآراء متنوعة** فنجد الغالبية العظمى من الشباب يتعرضون لآراء متنوعة عبر وسائط الإعلام الجديدة، مما يعزز من انفتاحهم على وجهات نظر مختلفة. يشير ذلك إلى أن هذه الوسائط توفر منصات متعددة تتيح للشباب الاطلاع على محتوى من مصادر مختلفة. وقلة قليلة من الشباب (6.25%) لا يرون أنهم يتعرضون لتنوع في الآراء، مما قد يشير إلى عدم استخدامهم الكافي أو عدم وعيهم بمدى تنوع المحتوى المتاح على هذه المنصات. وبالنسبة لتأثير المنصات الاجتماعية والمدونات فنرى بأن المنصات الاجتماعية والمدونات تعتبر أدوات قوية لتعزيز الانفتاح الفكري لدى الشباب. نسبة 43.75% من العينة تؤكد تأثير هذه الوسائط على انفتاحهم على آراء متنوعة. وومع ذلك، هناك نسبة ملحوظة (18.75%) لا ترى تأثيرًا كبيرًا لهذه الوسائط مقارنة بوسائط الإعلام التقليدية، مما قد يعكس تفضيلات شخصية أو ارتباطات بمصادر إعلامية معينة.

أما **متابعة النقاشات عبر منصات التواصل الاجتماعي** فمعظم الشباب يفضلون متابعة النقاشات حول القضايا الهامة عبر منصات التواصل الاجتماعي، مما يعكس رغبتهم في التفاعل والمشاركة في الحوار المجتمعي. كما تعد النقاشات على هذه المنصات مصدرًا هامًا لفهم وجهات النظر المختلفة، إذ يمكن للشباب التفاعل مع مختلف الآراء والمواقف.

وبالنسبة **للتنوع في مصادر الأخبار والفهم الشمولي** فنرى أن التنوع في مصادر الأخبار يساعد بشكل كبير في تعزيز الفهم الشمولي للقضايا بين الشباب. هذا يشير إلى أن تعدد مصادر المعلومات يمنح الشباب رؤية أوسع وأعمق حول المواضيع المطروحة. ولكن ومع ذلك هناك نسبة صغيرة (14.58%) لا ترى أن التنوع في المصادر يساعد كثيرًا، مما قد يشير إلى تفضيلهم لمصادر معينة أو عدم تفاعلهم الكبير مع المحتوى المتنوع.

المطلب الثالث: تفسير ومناقشة نتائج المحور المتعلق بعلاقة التفاعل مع الأخبار عبر وسائل الإعلام بالشعور بالمسؤولية والوعي لدى الشباب:

فيما يخص تأثير وسائل الإعلام الجديدة على الوعي والمسؤولية فنرى أن التفاعل مع الأخبار عبر وسائل الإعلام الجديدة يعزز بشكل كبير شعور الشباب بالمسؤولية والوعي تجاه القضايا المجتمعية. هذا يشير إلى أن منصات التواصل الاجتماعي والمدونات ومواقع الأخبار تلعب دورًا حيويًا في تنمية الوعي المجتمعي بين الشباب.

أما بالنسبة لأهمية التنوع في المصادر فإن تنوع مصادر الأخبار يعتبر عنصرًا مهمًا في تعزيز الفهم الشامل للقضايا المختلفة. توفر هذه الوسائط وجهات نظر متعددة حول نفس الموضوع، مما يساعد الشباب على تكوين صورة أكثر شمولية وموضوعية حول التحديات التي تواجه المجتمع.

وفيما يخص المشاركة الفاعلة في المجتمع نجد أن شعور الشباب بالمسؤولية تجاه المشاركة في حملات التوعية ونشر الأخبار الهامة يشير إلى وعيهم بدورهم الفاعل في المجتمع. وسائل الإعلام الجديدة تمنحهم منصة للتعبير عن آرائهم والمساهمة في نشر الوعي، مما يعزز من انخراطهم في القضايا المجتمعية.

#### المطلب الرابع: استنتاج عام

أولاً- الوسائل الإعلامية الجديدة التي يستخدمها الشباب للحصول على الأخبار:

تشير النتائج إلى أن الشباب يعتمدون بشكل كبير على وسائل الإعلام الجديدة للحصول على الأخبار. يتضح أن غالبية أفراد العينة يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (83.33% أي 40 فردًا) والهواتف النقالة (83.33% أي 40 فردًا) كمصادر رئيسية للحصول على الأخبار. كما أن منصات مثل فيسبوك (52.08% أي 25 فردًا) وإنستغرام (33.33% أي 16 فردًا) تعد من بين الوسائل الأكثر استخدامًا لمتابعة الأخبار. هذا يشير إلى تحول واضح نحو الاعتماد على الوسائط الرقمية والتكنولوجية في استهلاك المعلومات.

**ثانياً - انفتاح الشباب على أخبار وآراء متنوعة من خلال وسائط الإعلام الجديدة:**

النتائج توضح أن التوجه نحو وسائط الإعلام الجديدة يسهم في زيادة انفتاح الشباب على أخبار وآراء متنوعة. حيث أكد 54.17% (26 فردًا) أنهم يتعرضون لآراء متنوعة عبر هذه الوسائط، و43.75% (21 فردًا) يشعرون بأن المنصات الاجتماعية والمدونات والمواقع الشخصية تساعدهم على الانفتاح على آراء مختلفة بشكل أكبر من وسائل الإعلام التقليدية. كما أن 60.42% (29 فردًا) من العينة يعتقدون أن التنوع في مصادر الأخبار يساعد في فهم القضايا بشكل أكثر شمولية. هذه الأرقام تشير إلى أن وسائل الإعلام الجديدة تلعب دورًا حيويًا في توسيع آفاق الشباب وتعزيز قدرتهم على استيعاب وجهات النظر المتعددة.

**ثالثاً - تأثير التفاعل مع الأخبار عبر وسائل الإعلام الجديدة على الشعور بالمسؤولية والوعي لدى الشباب:**

تظهر النتائج أن التفاعل مع الأخبار عبر وسائل الإعلام الجديدة يعزز بشكل كبير الشعور بالمسؤولية والوعي لدى الشباب. حيث أفاد 52.08% (25 فردًا) من العينة أن التفاعل مع الأخبار يعزز شعورهم بالمسؤولية والوعي، بينما 81.25% (39 فردًا) يعتقدون أن قراءة الأخبار من مصادر مختلفة تزيد من فهمهم للمشاكل والتحديات التي يواجهها المجتمع. بالإضافة إلى ذلك، 56.25% (27 فردًا) يشعرون بمسؤولية المشاركة في حملات التوعية ونشر الأخبار الهامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي. هذه الأرقام تدل على أن الشباب يرون في وسائل الإعلام الجديدة أداة فعالة لتعزيز وعيهم ومسؤوليتهم تجاه المجتمع.

**وختاماً لاستنتاجنا العام** يمكننا القول بأن الشباب يعتمدون بشكل كبير على وسائل الإعلام الجديدة للحصول على الأخبار، مما يزيد من انفتاحهم على آراء متنوعة ويعزز شعورهم بالمسؤولية والوعي تجاه القضايا المجتمعية. وهذا التحول نحو الوسائط الرقمية يعكس تغييرات جوهرية في كيفية استهلاك الشباب للمعلومات وتفاعلهم معها، مما يجعلهم أكثر استعدادًا للمشاركة الفاعلة في المجتمع ونشر الوعي. ولذلك نرى إن وسائل الإعلام

الجديدة ليست مجرد أدوات لنقل الأخبار، بل هي منصات حيوية لتشكيل الوعي والمسؤولية بين الشباب في العصر الحديث.

#### نتائج الدراسة:

- النتائج توضح تحول الشباب الكبير نحو الوسائط الرقمية للحصول على الأخبار، مع التركيز على وسائل التواصل الاجتماعي والأجهزة المحمولة.
- الشباب يفضلون المصادر المحلية الموثوقة، مثل "النهار" و"الجزائر نيوز"، مما يعكس رغبتهم في متابعة الأخبار التي تؤثر على مجتمعهم بشكل مباشر.
- رغم التركيز الكبير على بعض المنصات، هناك استخدام متنوع لمنصات متعددة مما يوفر للشباب فرصة للاطلاع على وجهات نظر مختلفة.
- تلعب وسائط الإعلام الجديدة دورًا محوريًا في انفتاح الشباب على الأخبار والآراء المتنوعة، مما يساهم في تعزيز وعيهم وفهمهم للقضايا المختلفة.
- توفر هذه الوسائط منصات للتفاعل والنفاس، مما يعزز من مشاركة الشباب في الحوارات المجتمعية وفهمهم لوجهات النظر المختلفة.
- التنوع في مصادر الأخبار يعد عاملاً رئيسياً في توسيع آفاق الشباب وفهمهم الشمولي للقضايا، مما يساعدهم في تكوين آراء مستنيرة.
- التفاعل مع الأخبار عبر وسائل الإعلام الجديدة يعزز من شعور الشباب بالمسؤولية والوعي، مما يساهم في تطوير جيل واعٍ ومدرك لتحديات المجتمع.
- التنوع في مصادر الأخبار يعتبر عاملاً أساسياً في تعزيز الفهم الشامل للقضايا المجتمعية، حيث يقدم وجهات نظر مختلفة تساهم في تكوين صورة متكاملة.
- شعور الشباب بالمسؤولية تجاه المشاركة في حملات التوعية يعكس وعيهم بأهمية دورهم في نشر الوعي والمساهمة في تحسين المجتمع.

توصيات واقتراحات:

- يمكن تعزيز وعي الشباب بمصادر إخبارية متنوعة لتوسيع آفاقهم وفهمهم للقضايا العالمية.
- تطوير تطبيقات أكثر تفاعلية ومخصصة للشباب يمكن أن يعزز من مشاركتهم واهتمامهم بالأخبار.
- متابعة استخدام الشباب للمنصات المختلفة يمكن أن يساعد المؤسسات الإعلامية في تحسين خدماتها وتوجيه محتواها بشكل أفضل.
- ينبغي تشجيع الشباب على استخدام مصادر متنوعة للأخبار لتعزيز فهمهم الشمولي للقضايا.
- تطوير محتوى تفاعلي يشجع الشباب على المشاركة في النقاشات يمكن أن يعزز من تفاعلهم وفهمهم للمواضيع المختلفة.
- تنظيم حملات توعية حول أهمية الانفتاح على وجهات النظر المختلفة يمكن أن يعزز من استخدام الشباب لوسائل الإعلام الجديدة بشكل أكثر فعالية.
- ينبغي تشجيع الشباب على التفاعل النشط مع الأخبار عبر وسائل الإعلام الجديدة لتعزيز وعيهم ومسئوليتهم المجتمعية.
- تقديم محتوى متنوع من مصادر مختلفة يمكن أن يساعد في توسيع آفاق الشباب وتعميق فهمهم للقضايا المجتمعية.
- دعم المبادرات التي يقودها الشباب في حملات التوعية والمشاركة المجتمعية يمكن أن يعزز من دورهم الفاعل في المجتمع.

## خلاصة:

من خلال ما تطرقنا له في فصلنا هذا والذي خص بتحليل وتفسير نتائج الدراسة الميدانية تبين لنا أن وسائل الإعلام الجديدة تلعب دورًا هامًا في حياة الطلبة كونهم يعتمدون بشكل كبير على مواقع التواصل الاجتماعي والهواتف النقالة للحصول على الأخبار. وعليه يمكننا أن نستنتج بأن هذا الاتجاه يعكس يمثل تحولًا في أنماط استهلاك المعلومات، فالطلبة أصبحوا متفاعلين جدا مع الأخبار عبر هذه الوسائط، مما يزيد من انفتاحهم على وجهات نظر متنوعة. كما أظهرت لنا الدراسة بأن التفاعل مع الأخبار عبر وسائل الإعلام الجديدة يعزز شعور الطلبة بالمسؤولية والوعي، مما يجعلهم أكثر استعدادًا للمشاركة في القضايا المجتمعية ونشر الوعي. ومما سبق يمكن يمكننا رؤية أن وسائل الإعلام الجديدة ليست مجرد أدوات لنقل الأخبار، بل تعدت ذلك لتصبح منصات أساسية لتشكيل الوعي والمسؤولية بين الطلبة.

خاتمة

يتضح لنا من دراستنا أن وسائل الإعلام الجديدة تلعب دورًا حيويًا في حياة الطلبة اليوم. تعتمد نسبة كبيرة من الطلبة على هذه الوسائط للحصول على الأخبار، مما يعكس تحولًا جذريًا في أنماط استهلاك المعلومات. بفضل التنوع والتفاعلية التي توفرها هذه الوسائل، أصبح الطلبة أكثر انفتاحًا على وجهات النظر المختلفة، مما يعزز من وعيهم وإدراكهم للتحديات والقضايا المجتمعية. وسائل الإعلام الجديدة ليست فقط منصات لنقل الأخبار، بل هي أدوات قوية تساهم في تشكيل آراء الطلبة وزيادة مشاركتهم الفاعلة في المجتمع.

وفي سياق الدراسة الأوسع حول مدى استخدام الطلبة لوسائل الإعلام الجديد في نقل الأخبار، نجد أن الاعتماد الكبير على هذه الوسائط يعكس تغيرات جوهرية في كيفية استهلاك وتوزيع المعلومات بين الطلبة. حيث تشير النتائج إلى أن الطلبة لا يكتفون فقط بمتابعة الأخبار عبر وسائل الإعلام الجديدة، بل يشاركون بنشاط في نقلها ونشرها، مما يعزز من دورهم كمواطنين رقميين فاعلين. وهذا التوجه نحو الإعلام الجديد يعزز من التفاعل الاجتماعي والمشاركة المجتمعية، ويؤكد على الأهمية المتزايدة لهذه الوسائل في بناء مجتمع أكثر وعيًا وتواصلًا. لذا فإن فهم أنماط استخدام الطلبة لوسائل الإعلام الجديدة يمكن أن يقدم رؤى قيمة لصانعي السياسات والمربين والمختصين في الإعلام حول كيفية تعزيز هذه الاتجاهات الإيجابية واستثمارها لتحقيق تنمية مستدامة وشاملة.

# قائمة المراجع

أولاً- الكتب:

1. إبراهيم بعزیز، الصحافة الإلكترونية والتطبيقات الإعلامية الحديثة، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2011.
2. بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الإعلام، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011.
3. حسنين شفيق، الإعلام الجديد: الإعلام البديل تكنولوجيات جديد في عصر مما بعد التفاعلية، دار فكر وفن للطباعة والتوزيع، القاهرة، 2010.
4. عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2008.
5. عبد الرزاق أمقران، دراسات في علم الاجتماع، ط1، دار بهاء الدين للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008.
6. عبد المحسن حامد أحمد عقيلة، الإعلام الجديد وعصر التدفق الإخباري، ط1، دار المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، المنصورة، 2015.
7. علي خليل شقرة، الإعلام الجديد: شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013.
8. غيات بوفلجة، تحولات ثقافية، ط1، دار الغرب للنشر والتوزيع، الجزائر، 2005.
9. فيصل أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
10. ماجد الزيود، الشباب والقيم في عالم متغير، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2005.
11. محمد الهاشم الهاشمي، الإعلام الكوني وتكنولوجيا المستقبل، ط1، دار المستقبل للنشر والتوزيع، عمان، 2001.
12. محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، عالم الكتب، القاهرة، 2007.
13. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2000.

14. محمد علي رحومة، الإنترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2005.

ثانيا - الرسائل والأطروحات الجامعية:

أ/ أطروحات الدكتوراه:

15. بشرى مداسي، تصنيف العدو من خلال محتوى المدونات والمواقع على شبكة الأنترنت المهمة بم يسمى بالربيع العربي، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص إعلام واتصال، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2018/2019.

16. ربيعة كيوص، إدمان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالاغتراب الاجتماعي لدى طلبة الجامعة، أطروحة دكتوراه في علم النفس، تخصص علم النفس الاجتماعي، جامعة غرداية، الجزائر، 2021/2022.

17. سعاد عيساني، تطبيقات الإعلام الجديد على الهواتف الذكية وانعكاساتها على الشباب الجزائري، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص إعلام واتصال، جامعة باتنة 1، الجزائر، 2021/2022.

18. سلمى بن مليط، علاقة برامج تلفزيون الواقع العربية بظاهرة الاغتراب القيمي لدى الشباب الجامعي الجزائري، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص دراسات الإذاعة والتلفزيون، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2020/2021.

19. سليمان بورحلة، أثر استخدام الانترنت على القيم لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة صالح بوبنيدر - قسنطينة 3، الجزائر، 2017/2018.

20. سوسن لونااسة، بحوث الإعلام الجديد في الجزائر، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص إعلام واتصال، جامعة قسنطينة 3، الجزائر، 2018/2019.

21. سومية مجينة، تأثير استخدام وسائل الاتصال الحديثة على الحوار الأسري - الانترنت أنموذجا، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع، تخصص علم الاجتماع التربوية، جامعة الحاضر لخضر باتنة 1، الجزائر، 2022/2021.
22. شهرزاد بعوني، أثر ضعف المواطنة وقلق المستقبل في تعزيز الاتجاهات نحو الهجرة السرية لدى الشباب البطل، أطروحة دكتوراه في علم النفس، تخصص علم النفس الاجتماعي، جامعة الجزائر 02 - أبو القاسم سعد الله، الجزائر، 2018/2017.
23. عبد الحليم فول، الصحة النفسية وتقدير الذات لدى الشباب الجزائري، أطروحة دكتوراه في علم النفس، تخصص علم النفس العيادي، جامعة الجزائر 02 - أبو القاسم سعد الله، الجزائر، 2019/2018.
24. فاطمة الزهراء سعداوي، تشكيل القيم الافتراضية لدى الشباب الجزائري، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2021/2020.
25. مليكة هارون، الشبابا والانترنت، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص إعلام واتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2012/2011.
26. موسى سيد علي، إجرام الشباب في الأحياء السكنية الساخنة، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع، تخصص علم الاجتماع العنف والعقاب، جامعة البلدية 2، الجزائر، 2021/2020.
27. نسيم نورالدين شريف، معارف واتجاهات الشباب نحو الصحة الإنجابية والأمراض المنتقلة جنسيا (سيذا)، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع، تخصص العائلة والسكان، جامعة الجزائر 02 - أبو القاسم سعد الله، الجزائر، 2018/2017.
28. نوال روش، الإعلام الجديد بين الجمهرة و الفردنة، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص دراسات في الإعلام الجديد، جامعة وهران أحمد بن بلة، الجزائر، 2020/2019.

ب/ رسائل الماجستير:

29. حدة مالكي، تأثير الانترنت على القيم الثقافية لدى الشباب، رسالة ماجستير في علم الاجتماع، تخصص علم الاجتماع الثقافة والمجتمع، جامعة عباس لغرور خنشلة، الجزائر، 2011/2010.

30. الخامسة رمضان، استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت وانتشار قيم العولمة الثقافية لدى الشباب الجامعي، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2012/2011.

31. لمير سبع، استغلال الانترنت للترويج في الجزائر، رسالة ماجستير في العلوم التجارية، تخصص تسويق العمليات المالية والمصرفية، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2016/2015.

ج/ مذكرات الماستر:

32. أحمد عصام، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على خصوصية الفرد الجزائري، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال، جامعة المسيلة، الجزائر، 2013/2012.

33. أماني موصلي، دور الإعلام الجديد في تنمية الوعي السياسي للطلبة الجامعيين - الفايسبوك أنموذجا، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة مطبوعة وإلكترونية، جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل، الجزائر، 2020/2019.

34. أميرة سنتي، مروة بوهزيلة، استخدام الانترنت وتأثيراتها على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي، مذكرة ماستر في علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، الجزائر، 2021/2020.

35. أمينة روابحية، روفيدة بوكاف، روميضاء غواوة روميضاء، دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة لدى الطلبة، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، الجزائر، 2023/2022.

36. حكيمة بزيط، تأثير الإعلام الجديد على التوعية الأسري بمخاطر فيروس كورونا، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، الجزائر، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، الجزائر، 2022/2021.
37. رميساء كافي، قتادة معمري، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص تكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 2015/2014.
38. سهام بوزراع، رميساء مساعد، دور الإعلام الجديد في تفعيل برامج وأنشطة العلاقات العامة، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، الجزائر، 2021/2020.
39. شريفة اعبله، فضيلة كياش، إتجاهات الطلبة نحو استخدام الأنترنت في البحث العلمي، مذكرة ماستر في علم النفس، تخصص علم النفس المدرسي، جامعة أحمد دراية أدرار، الجزائر، 2020/2019.
40. شيماء مضوي، هدى بوطرفة، دور مواقع التواصل الاجتماعي في إعادة إنتاج القيم لدى الشباب الجامعي الجزائري، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال تنظيمي، جامعة العربي التبسي - تبسة، الجزائر، 2020.
41. عبير زنفوفي، تأثير استخدامات الانترنت على القيم الاجتماعية لدى الشباب، مذكرة ماستر في علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع الاتصال، جامعة 8 ماي 1945م-قائمة، الجزائر، 2020/2019.
42. عواطف فايد، سيد أحمد الحسين الحسين جوبر، التتمر الإلكتروني عبر الفيسبوك وأثره على العلاقات الاجتماعية، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة عمار ثليجي الأغواط، الجزائر، 2023/2022.
43. نور الهدى جدي، استخدام الطلبة الجامعيين للإنترنت، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال، جامعة المسيلة، الجزائر، 2013.

44. هاجر شاوي، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مقروئية الصحافة المكتوبة على الطلبة الجامعيين الجزائريين، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة عمار ثليجي الأغواط، الجزائر، 2023/2022.
45. يمينة باعلي، حياة بوخيرة، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) على التحصيل الدراسي، مذكرة ماستر في علم النفس، تخصص علم النفس المدرسي، جامعة أحمد دراية أدرار، الجزائر، 2021/2020.
- ثالثا- المجلات العلمية:**
46. <sup>1</sup>نجاه يحيوي، سليمة بوزيد، الإعلام الجديد والمجتمع: قراءة في المفهوم والتداعيات، مجلة دفاتر المخبر، المجلد 15، العدد 1، الجزائر، 2020.
47. إبتسام دراحي، شبكات التواصل الاجتماعي: فضاء افتراضي للتواصل الإلكتروني، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 1، العدد 2، الجزائر، 2017.
48. إبراهيم يحيوي، الاعلام الجديد وتشكيل ثقافة الشباب، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، المجلد 15، العدد 1، الجزائر، 2018.
49. إيمان نوي، استخدام الانترنت وعلاقته باللامعيارية عند الطلبة الجامعيين، مجلة العلوم الانسانية، المجلد 13، العدد 3، الجزائر، 2013.
50. جمال الدين مدفوني، سيف الدين عبان، الإعلام الجديد؛ قراءة في المفهوم وبحث في الأشكال وأهم المداخل النظرية، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 4، العدد 4، الجزائر، 2019.
51. حليلة قادري، دوافع تردد الشباب على مقاهي الانترنت، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، المجلد 3، العدد 2، الجزائر، 2015.
52. شمس ضيات خلفلاوي، الإعلام الجديد: قراءة في تطور المفهوم والوظيفة، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، المجلد 4، العدد 2، الجزائر، 2015.

53. عاشور علوطي، محمد بن كحول، تأثير الانترنت على القيم الأخلاقية والاجتماعية والثقافة التنظيمية للشباب الجامعي، مجلة دراسات في علوم الانسان والمجتمع، المجلد 3، العدد 3، الجزائر، 2020.
54. عبد القادر كشيدة، سامية فرفار، تمكين الشباب في الجزائر بين تحديات التهميش والفرص المستقبلية المتاحة، مجلة هيرودوت للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 6، العدد 2، الجزائر، 2022.
55. فاتح بوفروخ، سارة قطاف، شبكات التواصل الاجتماعي ومخاطرها على قيم وخصوصية الأطفال والمراهقين الجزائريين: قراءة بسيكو. سوسيولوجية لفيدويوهات "التيك توك"، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد 10، العدد 4، الجزائر، 2023.
56. ليليا شاوي، مقارنة التلقي ودوافع استخدام موقع التواصل الاجتماعي الانستغرام، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 10، العدد 1، الجزائر، 2022.
57. محمد علاوة، الأخبار الكاذبة وصحفيو القنوات الإخبارية عبر مواقع التواصل الاجتماعي "الواقع والتحديات"، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 6، العدد 2، الجزائر، 2022.
58. مريم كريفيف، دور الشباب في تنمية المجتمعات، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، المجلد 7، العدد 3، الجزائر، 2022.
59. الهذبة مناجلية، الإعلام الجديد: الواقع والخصائص، مجلة دراسات وأبحاث، المجلد 7، العدد 21، الجزائر، 2015.
60. وداد سميشي، صور الذات عبر شبكة انستغرام، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد 4، العدد 2، الجزائر، 2021.
61. وداد سميشي، مواقع التواصل الاجتماعي الالكترونية والشباب بداية نمط ثقافي جديد وفسخ للعقد الاجتماعي المتوارث، مجلة التراث، المجلد 4، العدد 1، الجزائر، 2014.

62. وليد بن عبو، الإعلام الجديد: المفهوم، المداخل النظرية، نظرة في الخصائص والعوامل التي تميزه عن الإعلام التقليدي، وطبيعة الفروق بينهما، مجلة الراصد العلمي، المجلد 7، العدد 1، الجزائر، 2020.

63. وهيبه عزوز، الإعلام الجديد: نحو فلسفة جديدة، المجلة الجزائرية للدراسات الإنسانية، المجلد 1، العدد 1، الجزائر، 2019.

رابعاً - مواقع الانترنت:

64. هديل عادل، اهتمامات الشباب.. صقل للشخصية واستكشاف للحياة، موقع الخليج، 26 سبتمبر 2017. تم الاطلاع عليه يوم 2024/04/05 على الرابط:

<https://www.alkhaleej.ae/-/ملحق/اهتمامات-الشباب-صقل-للشخصية-واستكشاف-للحياة>

65. محمد الحنفي، أثر اهتمامات الشباب على الأفراد والجماعات، موقع دنيا الوطن، 2005/11/21. أطلع عليه يوم 2024/04/05 على الرابط:

<https://pulpit.alwatanvoice.com/content/print/30904.html>

66. محمد يوسف، الإنترنت وثقافة الشباب، موقع البلاغ، 2 أبريل 2024، اطلع عليه يوم 2024/04/06 على الرابط:

<https://www.balagh.com/article/الإنترنت-وثقافة-الشباب>

ملاحف الدراسة

جامعة عمار ثليجي\_ الأغواط  
كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة  
قسم علم علوم الإعلام والاتصال



## استمارة الاستبيان

إلى الطالب... الطالبة... تحية عطرة وبعد:

في إطار تحضيرنا لمذكرة الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة بعنوان "استخدام الاعلام الجديد في نقل الأخبار لدى الشباب" لذا نرجو التكرم بالاطلاع والاجابة أمام الاختيار الذي ترونه مناسب، علما أن اجابتم ستكون مفيدة جدا وسوف تعامل بسرية تامة، ولن نستخدم إلا في أغراض البحث العلمي.  
ونشكر لكم سلفا حسن تعاونكم معنا في استكمال بيانات الاستبيان.

إشراف الأستاذ:

الشريف داودي

من إعداد الطالبين:

● غربي كوثر

● وداد ناصر

السنة الجامعية 2024/2023

# استمارة الاستبيان

المحور الأول: البيانات الشخصية

1. الجنس:  ذكر  أنثى
2. السن: من 18 / 25 سنة  من 26 / 33 سنة  من 34 / 41 سنة
3. المستوى التعليمي:  ليسانس  ماجستير  دكتوراه
4. الوظيفة:  موظف عمومي  أعمال حرة  دون عمل
5. الحالة العائلية:  أعزب  متزوج  مطلق

المحور الثاني: الوسائل الإعلامية الجديدة التي يستخدمها الشباب للحصول على الأخبار

6. هل تتابع الأخبار عبر مواقع الإنترنت؟  
 نعم  لا  أحيانا
  7. ما هي الوسيلة الإعلامية الجديدة التي تستخدمها بكثرة للحصول على الأخبار؟  
 الإنترنت  مواقع التواصل الاجتماعي
  8. ما هو الجهاز الذي تستخدمه كثيرا لاستعمال الوسيلة الإعلامية السابقة؟  
 الهاتف النقال  الحاسوب
  9. ما هي المنصات الاجتماعية التي تستخدمها للحصول على الأخبار؟  
 فستبوك  انستغرام  تويتر  تيك توك
  10. هل تعتمد على تطبيقات الأخبار على الهواتف الذكية؟  
 نعم  لا  أحيانا
  11. إذا كنت تستخدم تطبيقات الأخبار على الهواتف الذكية، فما هي تلك التطبيقات؟  
 الجزائر نيوز  النهار  الشروق  
 الخبر  البلاد
- إذا كان تطبيق آخر، أذكره: .....

12. إذا كنت تتابع الأخبار عبر مواقع الإنترنت، ما هي تلك المواقع؟

الجزائر نيوز  النهار  الشروق

إذا كان موقع انترنت آخر، أذكره: .....

13. هل تستخدم منصات الفيديو مثل YouTube لمتابعة الأخبار؟

نعم  لا  أحيانا

14. إذا كنت تستخدم منصات الفيديو مثل YouTube لمتابعة الأخبار، فما هي القنوات

التي تتابعها؟ قناة الجزائر الإخبارية  قناة الشروق الإخبارية

قناة الجزائر 24  قناة النهار الإخبارية  قناة الخبر الإخبارية

15. هل تثق في المدونات أو المواقع الشخصية كمصدر للأخبار؟

نعم  لا  أحيانا

16. ما هو نوع الأخبار الذي تفضل متابعته عبر الوسائط الإعلامية الجديدة؟

أخبار سياسية  أخبار اقتصادية  أخبار تكنولوجيا وعلوم

أخبار فنية وترفيهية  أخبار رياضية  أخبار اجتماعية وثقافية

أخبار صحية  أخبار أخرى

17. هل تشارك الأخبار التي تجدها مهمة على منصات التواصل الاجتماعي؟

نعم  لا  أحيانا

المحور الثالث: علاقة التوجه نحو وسائط الإعلام الجديدة بانفتاح الشباب على أخبار

وآراء متنوعة ومختلفة

18. هل تلاحظ أن استخدامك لوسائط الإعلام الجديدة يؤدي إلى تعرضك لآراء متنوعة

ومختلفة؟ نعم  لا  أحيانا

19. هل تؤثر المنصات الاجتماعية والمدونات والمواقع الشخصية على تفحك على آراء

مختلفة بشكل أكبر من وسائط الإعلام التقليدية؟ نعم  لا  أحيانا

20. هل تفضل متابعة النقاشات والمناقشات حول القضايا الهامة على منصات التواصل

الاجتماعي لفهم وجهات النظر المختلفة؟ نعم  لا  أحيانا

21. هل تعتقد أن التنوع في مصادر الأخبار التي تقرأها يساعد في فهم القضايا بشكل أكثر شمولية؟  
نعم  لا  أحيانا

22. هل تستميل إلى مشاركة الآراء والمقالات والمنشورات التي تعكس وجهات نظر متنوعة على منصات التواصل الاجتماعي؟  
نعم  لا  أحيانا

المحور الرابع: علاقة التفاعل مع الأخبار عبر وسائل الإعلام الجديدة بالشعور بالمسؤولية والوعي لدى الشباب

23. هل تشعر بأن التفاعل مع الأخبار والمشاركة في مناقشتها عبر وسائل الإعلام الجديدة يعزز لديك الشعور بالمسؤولية والوعي؟  
نعم  لا  أحيانا

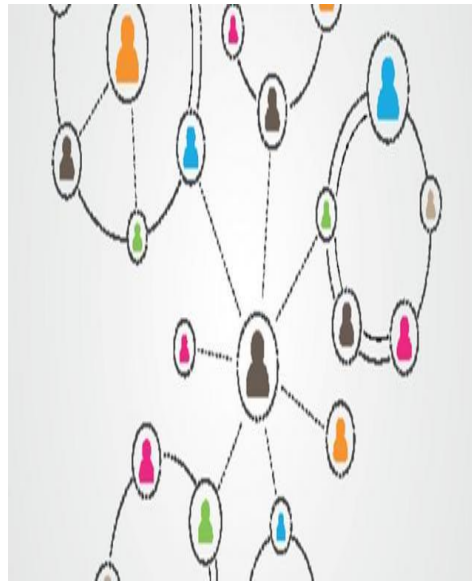
24. هل تجد أن قراءة الأخبار من مصادر مختلفة عبر وسائط الإعلام الجديدة تزيد فهمك للمشاكل والتحديات التي يواجهها المجتمع؟  
نعم  لا  أحيانا

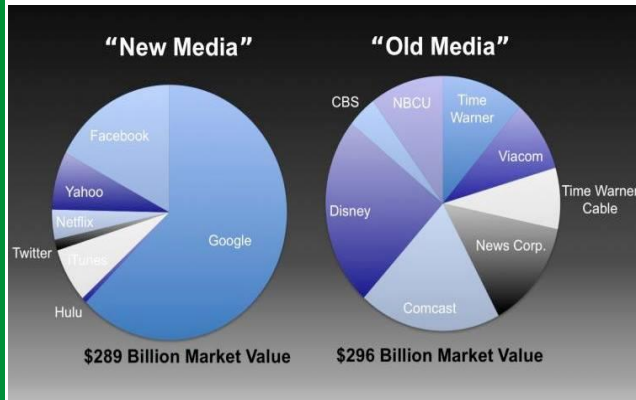
25. هل تشعر بأن المشاركة في حملات توعية ونشر الأخبار الهامة عبر وسائل التواصل الاجتماعي تعتبر جزءًا من مسؤوليتك كشباب في المجتمع؟  
نعم  لا  أحيانا

26. هل تعتقد أن تفاعل الشباب مع الأخبار عبر وسائل الإعلام الجديدة يمكن أن يحفز على التغيير والإصلاح في المجتمع؟  
نعم  لا  أحيانا

27. هل تجد أن مشاركتك في النقاشات العامة حول القضايا الاجتماعية عبر وسائل الإعلام الاجتماعي يمكن أن يؤدي إلى زيادة الوعي بين الناس؟  
نعم  لا  أحيانا

28. هل تعتقد أن استخدام وسائل الإعلام الجديدة لمشاركة الأخبار يمكن أن يسهم في بناء مجتمع أفضل؟  
نعم  لا  أحيانا





**YouTube Uploads: > 300 Hours of Video per Minute**

