

تاريخ استقبال المقال: 2016/05/26 تاريخ قبول نشر المقال: 2016/08/11 تاريخ نشر المقال: 2016/06/01

دور الإعلام الاجتماعي في تنمية المعرفة السياسية لدى الشباب الجامعي

-دراسة ميدانية على عينة من الطلبة المستخدمين بجامعة قالمة -

أ. بثينة حمدي جامعة 08 ماي 1945 قالمة

boutoumagy@yahoo.com

ملخص :

سعت هذه الدراسة إلى الإجابة على مجموعة من الأسئلة الملحة حول دور وسائل الإعلام الجديدة ممثلة في مواقع الإعلام الاجتماعي في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات السياسية ومن ثم مساهمتها في إكسابهم المعرفة السياسية ، و ذلك بإجراء دراسة ميدانية على عينة قواها 120 مفردة من الشباب الجامعي بكلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية بجامعة قالمة . و قد توصلت الدراسة إلى المكانة البارزة التي احتلها الإعلام الاجتماعي لدى المبحوثين في مجال استقاء المعلومات السياسية ، من خلال استخدام المبحوثين لمختلف الصفحات الإعلامية الموجودة على هذه المواقع و كذا تفاعلهم معها عن طريق التعليقات و المشاركات ، كما برزت معرفة الطلبة بأغلب القضايا و المواضيع السياسية المطروحة محليا و إقليميا و دوليا ، و أكدوا على زيادة وعيهم بمختلف الأحداث السياسية و تصاعد اهتمامهم بها بفضل استخدامهم لمواقع الميديا الاجتماعية .

الكلمات المفتاحية : الإعلام الاجتماعي ، الشباب الجامعي ، المعرفة السياسية

The Role of Social Media in developing the political knowledge of the university youth: A Case study of students in the University of Guelma Abstract

This study aimed at answering some important questions regarding the role of the recent mass media, like social networks, in providing the university youth with the political information, which will lead to increase their political knowledge. A sample of 120 of the university youth in the college of Humanities and Social Studies in Guelma University has been taken a a case study. This study concluded to the important role of the social media in the respondent's life in the field of political information, through the respondents' access to different pages on these Web Sites and interacting through commenting and sharing. In addition, the social media enhanced the students' knowledge of most of the political issues and topics locally, regionally and internationally. Mean while, the university youth assured that their awareness and interest of the different political events has been increased thanks to the social media.

Keywords: social media, university youth , political awareness.

مقدمة :

لقد أوضحت مواقع التواصل الاجتماعي أو ما يعرف بالإعلام الاجتماعي تشهد حركة ديناميكية من التطور و الانتشار ، بعد أن كانت في بداياتها مجتمعا افتراضيا على نطاق ضيق و محدود ، ثم ما لبثت أن تطورت مع الوقت لتتحول إلى أداة إعلامية متكاملة تتوافر فيها إمكانيات كل الوسائل الإعلامية مجتمعة ، حتى أن هذه الأخيرة أخذت تتسارع لإيجاد مكانة لها ضمن هذا الفضاء الرحب الذي تماهت فيه الحدود بين الإعلام المؤسساتي و الإعلام الشعبي ليشكل سياقاً اتصالياً يراهن على قدرة الوسائل الجديدة و خصائصها ، خاصة ما تعلق منها بإتاحة الإمكانيات غير المسبوقة لجمهور المستخدمين في الإدلاء بأرائهم و مشاركاتهم و تقوية حضورهم كمنتجين للمعلومة و كفاعلين جدد في هذا الفضاء الاتصالي و ليس فقط كمتلقين .

1- مشكلة الدراسة و تساؤلاتها :

تمثل الميديا الاجتماعية social media مجالاً جديداً من مجالات الميديا الجديدة new media و تشمل مواقع الشبكات الاجتماعية SNS Social Networks Sites على غرار مواقع الفيسبوك و اليوتيوب و التويتر و الإنستغرام ، و تتصل الميديا الاجتماعية بظهور ما يسمى الإنترنت 2.0 عندما أصبح التفاعل النشاط الرئيس للمستخدمين الذين تحولوا من متصفحين للمواقع يتفاعلون مع مضامينها بشكل محدود إلى منتجين للمضامين (نصوص ، صور، فيديو) يتبادلونها في مواقع مخصصة و يعبرون بواسطتها عن عوالمهم الذاتية و الاجتماعية و عن آرائهم في مسائل تتعلق بالشأن العام . كما تطورت مجالات الميديا الاجتماعية لتشمل مجالات متعددة كالسياسة (التسويق السياسي) و الأعمال (التسويق التجاري) و الميديا ...¹

و قد لعبت وسائل الإعلام الجديدة ممثلة في الإنترنت و تطبيقاتها المختلفة دوراً كبيراً في اتساع هامش المشاركة السياسية ، و لا سيما في المجتمعات التي عاشت سنوات طويلة من العزلة و الانغلاق و التحكم في تدفق المعلومات و السيطرة الصارمة على وسائل الإعلام ، و بات الجمهور يرى في تلك الوسائل متنفساً للتعبير عن آرائه في القضايا المختلفة التي كان مجرد الحديث بشأنها أمراً محظوراً في الماضي القريب² ، و لا شك أن كل هذه التطورات قد أثرت بشكل كبير في مستخدمي الإنترنت ، و في وعيهم السياسي و ثقافتهم السياسية أيضاً ، لا سيما منهم فئة الشباب الذين أعطتهم الوسائل الجديدة الفرصة للتواصل و التعبير عن أنفسهم و التعليق على الأحداث بلغتهم السهلة السريعة ، و التقنيات اللازمة ، فجعلت الشباب ليس فقط متابعاً بل مفكراً ثم مشاركاً في الأحداث من حوله ، و قد ظهرت هذه المشاركات في التعليقات و المناقشات و التفاعل داخل المواقع ، ثم تصاعدت في إرسال الأخبار و لقطات الفيديو³.

و على ضوء هذه المعطيات تتجلى مشكلة بحثنا هذا ، الذي يحاول تسليط الضوء على جانب معين من استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي لدى فئة الشباب الجامعي بجامعة 08 ماي 1945 قالة ، ألا وهو طريقة تعاطيهم مع المعلومات و المواضيع السياسية المتاحة لهم عبر هذه المواقع و هو ما يقودنا إلى طرح التساؤل الرئيسي التالي :

ما دور الإعلام الاجتماعي في تنمية المعرفة السياسية لدى الشباب الجامعي ؟ ، و الذي تنطوي تحته مجموعة من التساؤلات الفرعية و هي :

• ما مدى توظيف الطلبة المبحوثين لمواقع الإعلام الاجتماعي في الحصول على المعلومات السياسية ؟

• ما هي عادات و أنماط تلقي الأخبار و المواضيع السياسية المطروحة على مواقع الإعلام الاجتماعي لدى الشباب الجامعي ؟ و ما مدى تفاعلهم عبرها ؟

• ما هي أبرز اتجاهات الشباب الجامعي نحو دور هذه المواقع في إكسابهم المعرفة السياسية ؟

2- الإجراءات المنهجية للدراسة :

• تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تهتم بوصف خصائص ظاهرة معينة وصفا كميا و كيفيا ، و قد اعتمدنا على توظيف منهج المسح الاجتماعي كونه الأقرب و الأنسب للموضوع المتناول .

• تم توظيف " الاستمارة " أو الاستبيان كأداة لجمع البيانات ، و قسمت على ثلاثة محاور رئيسة : **المحور الأول** تناولنا فيه الخصائص أو البيانات الأولية للمبحوثين من ناحية النوع و السن و المستوى المعيشي ، أما **المحور الثاني** فقد خصص للتعرف على عادات و أنماط استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي ، ليأتي **المحور الثالث** و الأخير متطرقا إلى دور الإعلام الاجتماعي في إمداد المبحوثين بالمعلومات السياسية .

• أما بالنسبة للعينة ، فقد تم توزيع الاستمارات على الطلبة المستخدمين لهذه المواقع على مستوى كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية بجامعة قلمة و ذلك بتقسيم حصص متساوية بين ثلاثة تخصصات ألا وهي : تخصص علوم الإعلام و الاتصال ، علم المكتبات و التاريخ حيث خصصنا 40 استمارة لكل تخصص بمجموع 120 مفردة من التخصصات الثلاث . و بعد القيام باستجواب عينة تجريبية مصغرة ، توجهنا مباشرة إلى طلبة السنة الثالثة و الماجستير نظرا لأن طلبة التخصص عادة ما يكونون الأكثر إلماما و فهما ببعض المواضيع مقارنة بالمستويات الأخرى . أما المجال الزمني لهذه الدراسة فقد حدد بشهر ديسمبر 2015 حيث تمت عملية توزيع الاستمارات و استرجاعها .

3- الدراسات السابقة :

قامت الباحثة برصد مجموعة من الدراسات التي تناولت علاقة الشباب بالميديا الاجتماعية في شقين : الشق الأول يمثل الدراسات التي عنيت بأنماط استخدامات الشباب لهذه الوسائل الجديدة و أهم الدوافع و الإشباعات المحققة ، أما الشق الثاني فقد أبرزت فيه بعض الدراسات التي اهتمت بالعلاقة بين وسائل الإعلام الجديدة و تأثيراتها في النواحي السياسية مثل : المشاركة السياسية و الوعي السياسي و ما يرتبط بهما من مفاهيم و ممارسات لدى المستخدمين .

و من أهم الدراسات التي تناولت استخدام الشباب للوسائل الجديدة ، نجد دراسة الأستاذ الدكتور نصير بوعلي حول " استخدام الشباب الجامعي لوسائل الإعلام التقليدية و الجديدة : دراسة حالة " 4 ، و قد سعت إلى التعرف على أهم العادات و الأنماط و الإشباعات المتحققة لدى طلاب جامعة الشارقة جراء استخدام الوسائل التقليدية و الجديدة ، و استهدفت عينة عشوائية قوامها 400 مفردة ، و أهم ما توصلت إليه النتائج هو أن الوسائل الجديدة قد خلقت جيلا من الطلبة اكتسب ثقافة تقنية قد لا تفيد كثيرا

في التراكم الثقافي و التاريخي و المعرفي في المجتمع ، و مقابل ذلك اكتسب مهارات فنية عالية جعلته يميل أكثر إلى السكون و الامتثالية .

و في نفس الإطار ، نشير إلى دراسة الباحث حماد غريب المطيري " حول " اتجاهات الشباب الجامعي الكويتي نحو الصحافة الإلكترونية و الصحافة الورقية " ⁵ التي استهدفت عينة عشوائية قوامها 420 مفردة من الشباب الجامعي الكويتي ، باستخدام منهم المسح المقارن ، و من أهم ما توصلت إليه هو وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مجال دوافع و أسباب قراءة الصحف الإلكترونية و الورقية بالنسبة لمتغير الجنس لصالح الذكور باعتبارهم أكثر اهتماما بمتابعة الأحداث السياسية التي تقدمها الصحف المكتوبة و الإلكترونية مقارنة بالإناث .

كذلك نجد دراسة الباحثة " أسماء مسعد عبد المجيد " بعنوان : " اعتماد الشباب المصري على مضامين ملفات الفيديو على الإنترنت في متابعة الأحداث المحلية " ⁶ ، و هي دراسة ميدانية شملت عينة من الشباب المصري ما بين 20 و 40 سنة ، و الذين يشترط فيهم أن يكونوا من المستخدمين المتعاملين مع ملفات الفيديو على الإنترنت . و أهم ما توصلت إليه الدراسة هو وجود علاقة ارتباطية دالة بين الاعتماد على ملفات الفيديو و الآثار المعرفية و السلوكية و الوجدانية المترتبة على هذا الاعتماد ، فأقل ما يمكن أن تحدثه المتابعة لملفات الأحداث و الأخبار هو زيادة المعرفة بهذه الأحداث أو القضايا أو الموضوعات المطروحة و قد تساعد على أخذ قرار أو تبني رأي بشأنها .

و في مجال علاقة الوسائل الجديدة بالتوعية السياسية ، نذكر دراسة الباحث سلام خطاب الناصري حول " وسائل الإعلام الجديد و الوعي السياسي لدى الشباب " ⁷ ، و قد سعت إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي و تلقي الأخبار عبر الهاتف المحمول في زيادة الوعي لدى الشباب الجامعي من خلال القيام بدراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الإعلام بجامعة البتراء بالأردن خلال الفصل الدراسي 2013 ، و قد توصلت الدراسة إلى زيادة المتابعة و الاهتمام لدى الشباب للعديد من الأحداث المحلية و الإقليمية و العالمية ، و أن زيادة مستوى الوعي و الاهتمام قد أفرز قيام الشباب بالعديد من الفعاليات على صعيد مواقع التواصل الاجتماعي أو في تبادل المعلومات و الحوار مع الآخرين .

و ختاماً دراسة كل من حسين سعدي الفتلاوي و خلف كريم التميمي حول : " دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترتيب أولويات الإصلاح السياسي لدى أساتذة الجامعات " ⁸ ، و التي استهدفت 65 مبحوثاً من أساتذة جامعة كربلاء بالعراق ، بهدف التعرف على مدى استخدام هذه الشريحة التي تمثل النخبة الأكاديمية المثقفة في المجتمع العراقي لمواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة مهمة للتعبير عن الرأي و المشاركة بالأراء و الأفكار السياسية تجاه قضايا الإصلاح السياسي ، و قد حصلت القضايا السياسية على أعلى النسب من متابعات المبحوثين مقارنة بالقضايا الأخرى و كذلك الأمر بالنسبة لقضايا الإصلاح السياسي .

4- المقاربات النظرية في مجال استخدام وسائل الإعلام الجديدة :

لقد صاحب انتشار التكنولوجيا الاتصال الحديثة تأثيرات عديدة و خاصة فيما يتعلق بعملية الاتصال الجماهيري بشكل عام ، و تتضمن تلك التأثيرات إعطاء المستخدم فرصة أكبر للتحكم في عملية الاتصال فقد أصبح للجمهور دور فعال في المشاركة في إنتاج المضامين و لم يعد القائم بالاتصال هو المسئول

الوحيد عن اختيار الرسائل و المضامين الإعلامية و فرضها على الجمهور ، و هذا التحول يشير إلى ضرورة وجود نظريات تهتم بالطرق التي يستخدم بها الجمهور وسائل الإعلام.⁹

أولاً : تطبيق مدخل الاستخدامات و الإشباعات على استخدامات الإنترنت

حدد Roggiero خصائص الاتصال المستعين بالحاسبات الإلكترونية و التي جعلت باحثي الاستخدامات و الإشباعات يقومون بدراسته و تتمثل في :¹⁰

1- التفاعلية : فهي تؤكد بقوة جوهر فكرة الاستخدامات و الإشباعات للمستخدم النشط ، لأن

التفاعلية في الاتصال الجماهيري تعني درجة السيطرة التي يملكها المشاركون في العملية الاتصالية و أيضاً القدرة على تغيير القواعد في هذا الاتصال التفاعلي .

2- الانتقائية: و تعني قدرة مستخدم الوسيلة على الاختيار من قائمة متنوعة جداً ، فعلى عكس

الوسائل التقليدية نجد أن الإنترنت تمتلك خصائص انتقائية تمكن الأفراد من تكيف الرسائل وفقاً لاحتياجاتهم.

3- التزامنية : و تعني أن الرسائل تصل في نفس الوقت ، فمستخدمو البريد الإلكتروني يمكنهم قراءته

في أوقات مختلفة ، و يتفاعلون في الوقت المناسب لهم ، و تعني التزامنية أيضاً قدرة الفرد على إرسال و استقبال و حفظ الرسائل في الوقت الملائم له ، فعندما تصبح الرسائل رقمية تكون القدرة على معالجتها غير محدودة ، و تسمح للأفراد بمزيد من السيطرة .

ثانياً : مدخل ثراء الوسيلة الإعلامية

ظهرت نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية على يد Lengel و Daft عام 1984 ، و قد عرفا ثراء

الوسيلة بأنه قدرة الوسيلة على تغيير الفهم خلال فترة زمنية محددة ، فالاتصالات التي نصفها بالثراء

هي التي يمكنها التغلب على الاختلافات في الأطر المرجعية لكل من المرسل و المستقبل ، كما

يمكنها توضيح القضايا الغامضة للوصول لمعنى مشترك في الوقت المناسب ، فالوسائل الاتصالية

تختلف في قدرتها على تسهيل الفهم و يمكن تصنيف الوسائل حسب درجة الثراء إلى (مرتفع -

منخفض) وفقاً لقدرتها على تسهيل الوصول لفهم مشترك ، فالوسيلة التي تتسم بالثراء تسهل الوصول

لفهم سريع و متعمق ، أما الوسيلة التي تتطلب وقتاً طويلاً للفهم و الوصول إلى معنى مشترك فتعتبر

منخفضة أو فقيرة في درجة الثراء . كما تفرق هذه النظرية بين وسائل الاتصال من حيث درجة ثرائها

على أساس قدرتها على تحقيق أكبر قدر من التفاعل بين الوسيلة و الجمهور .¹¹

و وفقاً لهذه المحددات فإن الإنترنت كوسيط إعلامي و اتصالي تتطوي على كثير من عوامل

الثراء من حيث إمكانية رجوع الصدى و سهولته . و من حيث تعدد الأشكال الإعلامية التي يمكن من

خلالها توصيل الرسالة الاتصالية من المصدر إلى المستقبل ، بالإضافة إلى ذلك فإن الفضاء

السيبراني غير المحدود يقضي على إشكالية المساحة ، و يقدم خلفيات توضيحية و مواضيع ذات صلة

تشرح و توضح و تفسر أبعاد الفكرة الإعلامية التي تؤديها الرسالة الاتصالية .

ثالثاً : نظرية التشكل العضوي لوسائل الإعلام :

إن النظرية الوحيدة التي اتفق الباحثون عليها بأنها نظرية في الإعلام الإلكتروني هي نظرية

التشكل العضوي لوسائل الإعلام **Mediamorphosis Theory** التي طورها روجر فيلدر في كتابه :

شرح العلاقة بين وسائل الإعلام القديمة و الجديدة .¹² **Mediamorphosis : Understanding the New Media** الصادر في عام 1997 م و التي

و يعرف فيدلر التشكل العضوي لوسائل الإعلام بأنه وسيلة موحدة للتفكير في التطور التكنولوجي لوسائل الاتصال ، و الواقع أن ما ذكره " فيدلر " عن التشكل العضوي لوسائل الإعلام يدعمه التطور الكبير الذي حدث في وسائل الإعلام في السنوات الأخيرة ، إذ تقاربت وسائل الإعلام التقليدية مع وسائل الإعلام الجديدة بشكل أكبر ، و تحولت هذه الوسائل إلى منصات بشكل أساسي ، و أصبحت كل وسيلة تستخدم إمكانات الوسيلة الأخرى على نطاق واسع ، الصحف الورقية أصبح لها مواقع تفاعلية متعددة الوسائط على الويب ، و حسابات على شبكات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك و تويتر و يوتيوب و غيرها ، و تطبيقات على الهواتف الذكية و الأجهزة اللوحية تمكنها من استغلال كافة الإمكانيات التي وفرتها وسائل الإعلام الجديدة و الاستفادة منها . و النموذج الأوضح على هذا التشكل هو الهواتف المحمولة التي دخلت الحيز الرابع لها و أصبحت قادرة على القيام بوظائف وسائل الإعلام إلى جانب الاتصال الشخصي ، مثل تصفح الإنترنت و استخدام شبكات التواصل الاجتماعي و التقاط الصور و الفيديو و تبادلها و حجز تذاكر السفر و متابعة الحسابات البنكية و غيرها ، و كل ذلك يؤكد صحة نظرية " فيدلر " .

و استخدم " فايس " و زملائه أحد مفاهيم النظرية و هو مفهوم تأثير إحلال وسائل الإعلام ، **Media Displacement Effect** و ذلك لدراسة تأثير الإنترنت في سلوكيات المستهلكين لوسائل الإعلام الرقمية مقارنة بالإنترنت ، و يستند مفهوم الإحلال إلى فكرة أن الوقت الذي يخصصه الناس لاستهلاك وسائل الإعلام محدود ، و بالتالي فإنه عندما تكتسب وسيلة جماهيرية جديدة فإن ذلك سيكون على حساب وسائل الإعلام الأخرى.¹³

رابعا : المداخل النظرية لفهم الإعلام الجديد

وفي هذا الصدد قدم الدكتور " عباس مصطفى صادق " مجموعة من الرؤى النظرية حول الإعلام الجديد في مقاربات مختلفة لفهم مداخله الأساسية واتجاهاته ، و هذه الرؤى المطروحة يلتزم بعضها الجوانب المتعلقة بالتطورات في تكنولوجيا الاتصال ، و بعضها يعلق على الموضوع من جانب الدراسات الاجتماعية و السياسية و غيرها ، بما يمثل مدخلا لفهم الإعلام الجديد و فهم الدراسات التي كتبت في هذا الحقل ، و فيما يلي عرض لأهم هذه المداخل النظرية و نذكر منها:¹⁴

مدخل نيغروبونتي لفهم الإعلام الجديد ، والذي يحرص فيه الميزات التي يتحلى بها الإعلام الجديد مقارنة بما سبقه في : استبداله الوحدات المادية بالرقمية أو البتات Bits بدل الذرات Atoms كأدوات رئيسية في حمل المعلومات التي يتم توصيلها في شكل إلكتروني وليس في شكل فيزيائي ، إضافة إلى النموذج الاتصالي الجديد الذي وضعه **فين كروسبي Vin Crosbie** و الذي يعقد فيه مقارنة ثلاثية متسلسلة بين الإعلام الجديد والقديم من خلال النماذج الاتصالية الكلاسيكية على النحو التالي : **النموذج الأول : الاتصال الشخصي** : كل فرد واحد من طرفي الاتصال يملك درجة من درجات السيطرة المتساوية على المحتوى المتبادل بين الطرفين ، **النموذج الثاني : الاتصال الجمعي** و هذا النوع شأنه شأن الاتصال الشخصي سبق التكنولوجيا ، و يرجع هذا النموذج إلى طرق الاتصال التي كان يتبعها قادة المجتمعات القديمة و الملوك و الزعماء الدينيون ، فيما وسعت التكنولوجيا من

مداه . و النموذج الثالث : الإعلام الجديد ويتميز الإعلام الجديد بحسب كروسيبي بأن الرسائل الفردية يمكن أن تصل في وقت واحد إلى عدد غير محدود من البشر ، كما أن كل فرد من هؤلاء البشر له درجة السيطرة نفسها و درجة الإسهام المتبادل في هذه الرسالة.

و نجد أيضا النموذج الذي وضعه كلا من بولتر **Bolter** و غروسين **Grusin** الذين يريان تكنولوجيايات الإعلام الجديد من خلال مدخل التجديد الكامل الذي يطلقان عليه تعبير المعالجة ، أو بلفظ آخر الإصلاح **Remediation** الذي يطرحانه كنظرية تبلور فهمهما لأجهزة الإعلام الجديدة . ويقولان : " إن فكرة الإصلاح هذه هي المنطق الأساس الذي تجدد من خلاله تكنولوجيايات الإعلام الجديدة وسائل الإعلام السابقة ، و قد وضعا نظريتهما حول الإعلام الجديد ضمن إطار الميزات الجديدة التي تتمتع بها مثل درجة الآنية و التشعبية ، فالرغبة لحالة الآنية تمثل رغبة قوية للشفافية المطلوبة في الإعلام .¹⁵

و لعل المدخل النظرية الأقرب إلى موضوع دراستنا ، هي أولا : مدخل الاستخدامات و الإشباعات ، كوننا استهدفنا التعرف على عادات و أنماط استخدام الشباب الجامعي للإعلام الاجتماعي في الحصول على المعلومات السياسية ، و ثانيا مدخل ثراء الوسيلة الإعلامية الذي يعتبر أن الوسائل الأكثر ثراء هي التي توفر أكبر قدر من التفاعل مع جمهورها و هو ما ينطبق على مواقع التواصل الاجتماعي التي توفر درجات عالية من التفاعلية و تتيح أكبر قدر من المعلومات في أشكال مختلفة (صور ، نصوص ، فيديو ...) .

نتائج الدراسة الميدانية :

أولا : النتائج المتعلقة بخصائص المبحوثين

- إن أغلبية المبحوثين في العينة المدروسة هم من الإناث ، حيث قدرت نسبتهم بـ 86.67 بالمائة في مقابل نسبة متدنية لفئة الذكور التي لم تتجاوز 13.33 بالمائة . و هذا راجع بالأساس إلى ارتفاع نسبة الطالبات المتدرسات بقسم الإعلام و الاتصال و المكتبات مقارنة بنسبة الطلبة الذكور .
- تتراوح أعمار النسبة الغالبة من المبحوثين ما بين (21 - 23 سنة) و بلغت 64.17 بالمائة ، تليها نسبة الطلبة الذين تبلغ أعمارهم ما بين (24 - 26 سنة) : 32.50 بالمائة ، و أخيرا نجد نسبة ضئيلة منهم و هي 03.33 بالمائة تنتمي إلى الفئة العمرية من (27 - 29 سنة) ، و هذه النتيجة تعد منطقية باعتبار أن الدراسة اقتصرت على طلبة الماستر دون غيرهم من المستويات. أما بالنسبة للمستوى المعيشي لأفراد العينة فقد تأرجحت النسب ما بين المستوى " المتوسط " بنسبة 76.67 بالمائة و المستوى " الجيد " بنسبة 22.50 بالمائة و بالتالي قد لا يشكل المتغير المادي عائقا كبيرا أمام المبحوثين في سبيل حياة الوسائل التكنولوجية الحديثة و التعامل معها.

ثانيا : النتائج المتعلقة بعادات و أنماط استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي

- تستخدم الغالبية العظمى من المبحوثين جهاز الهاتف النقال للاتصال بشبكة الإنترنت و ذلك بنسبة 38.29 بالمائة ، يليه جهاز الكمبيوتر الشخصي بنسبة 28.38 بالمائة ، و تتوزع النسبتين الباقيتين على كل من جهازي المحمول : 22.07 بالمائة ، ثم الجهاز اللوحي : 11.26 بالمائة ، مما يدل على التغلغل الواسع لاستخدام شبكة الإنترنت على مختلف الوسائط الإلكترونية الحديثة .

- إن أكثر الأمكنة التي يستخدم فيها المبحوثون شبكة الإنترنت هي : المنزل أولا بنسبة مئوية قدرها 45.18 بالمائة ، ثم الجامعة بنسبة 10.24 بالمائة و أخيرا مقهى الإنترنت بنسبة 09.64 بالمائة ، كما أن نسبة هامة من الطلبة يعتمدون على توظيف تقنية 3G لتحقيق الربط مع الإنترنت ، نظرا لإتاحتها عبر مختلف مناطق الوطن من جهة و التوجه المتزايد نحو خفض أسعارها من جهة أخرى مما جعلها في متناول غالبية الطلبة .

- استحوذ موقع Facebook على أكبر نسبة من تفضيلات المبحوثين و التي بلغت 61.49 بالمائة ، نظرا لشعبية هذا الموقع و تعاطف استخدامه في مجال التواصل و العلاقات الاجتماعية ، كما أن موقع youtube المتخصص في بث الفيديوهات قد نال نسبة مهمة قدرت بـ 13.79 بالمائة ، يليه موقع Twitter الذي يمنح مساحة محدودة لمشاركات المستخدمين - التغريدات - بنسبة 10.34 بالمائة ، كما أن نسبة معتبرة من الطلبة المستخدمين (14.36 بالمائة) يتوجهون إلى مواقع أخرى مثل : موقع My Space إضافة إلى موقع Instagram و هي مواقع مشهورة عالميا في مجال التشبيك الاجتماعي .

- دلت النتائج على ارتفاع معدلات استخدام المبحوثين لمواقع الإعلام الاجتماعي ، حيث يقبل نصف أفراد العينة (50 بالمائة) على استخدامها بصفة دائمة ، ثم أحيانا بنسبة 39.17 بالمائة ، كما أن نصفهم تقريبا : 41.67 بالمائة يخصصون (من ساعة إلى ساعتين) يوميا في تصفح هذه المواقع ، أما الذين يفوق استخدامهم لها الثلاث ساعات يوميا فقدرت نسبتهم بـ 31.67 بالمائة .

- تختلف دوافع المبحوثين إزاء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي ، و تأتي على رأسها الدوافع العلمية المتعلقة بالدراسة و ذلك بنسبة مئوية قدرها 29.05 بالمائة ، حيث يلجأ الكثير من الطلبة للاشتراك في المجموعات العلمية الخاصة بمختلف التخصصات الجامعية بهدف تحميل ملفات أو تبادل الدراسات فيما بينهم أو لطلب معلومات ، في حين أن دافع " الحصول على الأخبار و معرفة المستجدات " جاء في المرتبة الثانية بنسبة 23.88 بالمائة نظرا لوفرة المعلومات و آنيتها و سهولة الوصول إليها على مواقع التواصل الاجتماعي . فيما توزعت النسب الباقية على دوافع " الترفيه و التسلية" و " مواكبة التكنولوجيا" .

ثالثا : النتائج المتعلقة بدور الإعلام الاجتماعي في إمداد المبحوثين بالمعلومات السياسية

- يعتمد أغلبية المبحوثين على مواقع الإعلام الاجتماعي كمصدر أساسي للحصول على الأخبار و المعلومات السياسية و ذلك بنسبة 33.94 بالمائة ، يليها الاعتماد على القنوات التلفزيونية الجزائرية بنسبة 22.93 بالمائة ثم القنوات التلفزيونية العربية بنسبة 22.48 بالمائة ، إضافة إلى اعتماد بعضهم على الصحف المكتوبة الجزائرية (11 بالمائة) ثم الإذاعة المحلية بنسبة 07.34 بالمائة . مما يدل على أن هذه المواقع باتت تحتل مكانة أساسية لدى الأفراد في استقاء الأنباء و المعلومات السياسية مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى ، إلا أن النسبة الغالبة منهم يطلعون على الأحداث السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي " أحيانا " : 63.33 بالمائة ، ثم " نادرا " بنسبة 25.83 بالمائة ، و أخيرا " دائما " بما نسبته 12 بالمائة ، وقد يعود ذلك إلى تعدد دوافع و أولويات الاستخدام حسب ما ورد في النتائج السابقة .

جدول رقم 01: المصادر المعتمدة لدى المبحوثين للاطلاع على الأحداث السياسية على شبكة الإنترنت

النسبة المئوية	التكرار	المصادر الإعلامية
22.93	50	القنوات الجزائرية
22.48	49	القنوات العربية
11.00	24	الصحف الجزائرية
07.34	16	الإذاعة المحلية
33.94	74	مواقع التواصل الاجتماعي
02.30	05	أخرى
100	218	المجموع

- بادرت مختلف وسائل الإعلام التقليدية إلى إنشاء صفحات خاصة بها على مواقع الإعلام الاجتماعي بغية تحقيق تواصل أكبر مع جمهورها و ذلك بتوفير المعلومة على مختلف الدعائم و من ثم تحقيق أكبر قدر من التفاعلية ، و في هذا الصدد كشفت النتائج أن أهم الصفحات الإعلامية التي يقبل أفراد العينة على الاشتراك فيها هي صفحات الجرائد الجزائرية مثل : الشروق ، البلاد ، الهدف ، الوطن و النهار و ذلك بنسبة مئوية قدرها 27.57 بالمائة . تليها صفحات القنوات الجزائرية مثل صفحة قناة الخبر KBC ، صفحة القناة الجزائرية الثالثة A3 ... و بنسبة ثلاثة يفضل المبحوثون صفحات المواقع الإخبارية على الإنترنت مثل صفحة موقع " الصحفي الجزائري " ، صفحة موقع Algerie.dz ، و يفضل ما نسبته 11.35 بالمائة من المستخدمين متابعة صفحة " قناة الجزيرة " كدعامة اتصالية تمثل صرحا إعلاميا مهما يحظى بقاعدة جماهيرية واسعة منذ التأسيس . و أخيرا تشير النتائج إلى أن نسبة 08.11 بالمائة من الطلبة المستجوبين يشتركون في صفحات أخرى تابعة لكبريات المؤسسات الإعلامية مثل قناتي الـ [France 24](http://France24.com)، [CNN](http://CNN.com)، [BBC](http://BBC.com) ، قناة الميادين ، قناة الجزيرة الوثائقية. في حين قدرت نسبة المبحوثين الذين لم يحددوا اشتراكهم في أي من هذه الصفحات بـ 15.14 بالمائة .

جدول رقم 02 : صفحات الوسائل الإعلامية التي يشترك فيها المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	الصفحات الإعلامية
11.35	21	صفحة قناة الجزيرة
27.57	51	صفحات الجرائد الجزائرية
20.00	37	صفحات القنوات الجزائرية
17.84	33	صفحات مواقع إخبارية
08.11	15	أخرى
15.14	28	غير مشترك
100	185	المجموع

- توصلت النتائج إلى أن متابعة المبحوثين للأحداث السياسية على مواقع الإعلام الاجتماعي يغلب عليها الظرفية بنسبة 75 بالمائة ، أين يكون الاطلاع مرتبطا بوجود أحداث مهمة و جديدة ، في حين لم تتجاوز نسبة الذين يتابعونها " بشكل متقطع " 14.17 بالمائة ثم " بشكل دائم " بنسبة 10.83 بالمائة.

- و بسؤالنا المبحوثين حول نمط قراءتهم للأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي، تبين لنا أن النسبة الغالبة منهم (83.33 بالمائة) يعمدون إلى قراءة المواضيع كاملة أو جزءا منها فقط بحسب أهمية الموضوع المنشور ، و يكتفي 05 بالمائة منهم بقراءة العناوين المرفقة فقط ، أما الذين يقرأون المواضيع كاملة فلم تتجاوز نسبتهم الـ 10 بالمائة ، و في هذا الصدد أجمعت العديد من الدراسات على أن قراء الإنترنت يفضلون نمط القراءة السريعة و المختصرة و التي لا تستهلك من وقتهم الكثير فضلا عن اعتمادها على إثارة مختلف الحواس لدى المستخدم من خلال توظيف النصوص و الصور و الوسائط المتعددة و مختلف عناصر الجذب ، و هذا ما أكدته النتيجة المتعلقة بنمط قراءة المبحوثين للأخبار المرفقة بالفيديوهات حيث ارتفعت نسبة من يشاهدون الفيديو كاملا إلى 19.17 بالمائة .

جدول رقم 03 : نمط قراءة الموضوعات المرفقة بالفيديو لدى المبحوثين

نمط القراءة	التكرار	النسبة المئوية
أشاهد الفيديو كاملا	23	19.17
أكتفي بقراءة العنوان	04	03.33
حسب أهمية الموضوع	90	75.00
الامتناع عن الإجابة	03	02.50
المجموع	120	100

- احتلت المواضيع السياسية الدولية المرتبة الأولى في سلم اهتمامات المبحوثين بنسبة 39.62 بالمائة ، تلتها المواضيع الوطنية بنسبة مقاربة : 35.26 بالمائة ، كما حظيت المواضيع العربية بما نسبته 25.12 بالمائة من مجمل التفضيلات ، مما يدل على وجود قابلية لدى أفراد العينة لمتابعة مختلف الأحداث السياسية محليا أو عربيا أو دوليا . فعلى المستوى الوطني حدد المبحوثون مجموعة من الأحداث التي حظيت باهتمامهم في الفترة الزمنية المخصصة للدراسة و هي : الأزمة الاقتصادية المتأتية عن انهيار أسعار النفط و إتباع ما سمي بسياسة التقشف في البلاد ، و التجاذبات السياسية التي اندلعت تحت قبة البرلمان الجزائري بسبب الجدل القائم حول قانون المالية لسنة 2016 ، الاضطرابات الأمنية التي شهدتها ولاية غرداية ، حوادث اختطاف و قتل الأطفال ... أما على الصعيد العربي ، فقد برزت المواضيع المتعلقة بالأزمات السياسية التي تشهدها دول الربيع العربي كمصر و سوريا و ليبيا ، القضية الفلسطينية ، القضية الصحراوية ، التفجيرات الإرهابية في لبنان ، ظاهرة الإرهاب ممثلة فيما يسمى بتنظيم الدولة الإسلامية . و تركزت القضايا الدولية التي ذكرها المبحوثون بشكل بارز حول الهجمات الإرهابية التي شهدتها العاصمة الفرنسية باريس و الأزمة الاقتصادية العالمية .

جدول رقم 04 : طبيعة الأحداث السياسية الأكثر متابعة من قبل أفراد العينة

نوع الأحداث	التكرار	النسبة المئوية
الوطنية	73	35.26
العربية	52	25.12
الدولية	82	39.62
المجموع	207	100

- يتفاعل ما نسبته 34.34 بالمائة من المبحوثين مع المواضيع السياسية التي يطلعون عليها عن طريق " الإعجاب " ، ثم " التعليق " بنسبة 31.93 بالمائة ، و " المشاركة " أو إعادة نشر المواضيع بنسبة 15.06 بالمائة . في حين قدرت نسبة من لا يتفاعلون إطلاقاً بـ 18.67 بالمائة . كما أن ما نسبته 55 بالمائة منهم يقومون بمناقشة المواضيع السياسية التي يتلقونها مع الأصدقاء أو مع أفراد الأسرة .

- حاولت الدراسة رصد أهم اتجاهات المبحوثين نحو تلقيهم للمعلومات السياسية على مواقع الإعلام الاجتماعي ، و قد ظهرت هذه الاتجاهات لديهم كما يأتي :

1- عبر ما نسبته 72.50 بالمائة من المبحوثين على موافقتهم بأن مواقع الإعلام الاجتماعي قد ساهمت في إمدادهم بالمعلومات حول الأحداث و القضايا السياسية البارزة ، كما غلب الاتجاه الإيجابي لدى المبحوثين فيما يتعلق بدور هذه المواقع في مساعدتهم على تكوين بعض الآراء و المواقف تجاه هذه الأحداث و القضايا و ذلك بنسبة 66.67 بالمائة .

جدول رقم 05 : اتجاه المبحوثين حول مساهمة مواقع الإعلام الاجتماعي في إمدادهم بالمعلومات السياسية

الاتجاه	التكرار	النسبة المئوية
موافق	87	72.50
معارض	06	05.00
لا أدري	27	22.50
المجموع	120	100

2- يوافق أكثر من نصف أفراد العينة بما نسبته 58.33 بالمائة على اعتبار أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تعزيز مواقفهم و اتجاهاتهم السائدة نحو الأحداث السياسية ، في حين لم يعبر ما نسبته 20.83 بالمائة منهم عن اتجاهه .

3- وافقت الأغلبية الساحقة من المبحوثين (79.17 بالمائة) على أن مواقع التواصل الاجتماعي جعلتهم أكثر وعياً بما يجري من أحداث سواء على المستوى المحلي أو الدولي ، و في نفس السياق كشفت النتائج بأن نسبة 45 بالمائة من المفردات يعارضون عدم إحداث مواقع التواصل الاجتماعي أي تغيير لديهم مما يؤكد على الأثر الإيجابي عموماً لهذه المواقع على الطلبة المستخدمين ، و يتأكد هذا الأثر من خلال نتيجة الجدول الموالي ، حيث يوافق 63.33 بالمائة

على أن مواقع التواصل الاجتماعي زادت من اهتمامهم بمتابعة المواضيع السياسية ، كما أكد 66.67 بالمائة منهم على تذكرهم للمواضيع السياسية التي يتلقونها .

جدول رقم 06 : اتجاه المبحوثين حول مدى مساهمة مواقع الإعلام الاجتماعي في زيادة اهتمامهم

بمتابعة المواضيع السياسية

الاتجاه	التكرار	النسبة المئوية
موافق	76	63.33
معارض	22	18.33
لا أدري	22	18.33
المجموع	120	100

الخلاصة :

أكدت نتائج معظم الدراسات على تعاظم أهمية الإعلام الاجتماعي في حياة الأفراد يوماً بعد يوم ، و في مختلف مناحي الحياة ، و خاصة على الصعيد السياسي ، حيث أثبتت نتائج الدراسة الميدانية تزايد اهتمام الشباب الجامعي بمتابعة الأحداث و القضايا السياسية جراء استخدامهم لمواقع الإعلام الاجتماعي بما نسبته 63.33 بالمائة ، كما أكدوا على دورها في تكوين بعض المواقف و الاتجاهات إزاء القضايا الراهنة . و برز اهتمام العينة المدروسة بمتابعة جل الأحداث المحلية و الإقليمية و الدولية التي تطفو على الساحة السياسية و معرفتهم بها ، و لعل من أهم النتائج المتوصل إليها هو الاعتماد على هذه المواقع كمصدر أساسي للحصول على المعلومات السياسية بنسبة 33.94 بالمائة مما يجعلها تتفوق على وسائل الإعلام الأخرى و هو ما يؤكد صحة نظرية " الإحلال الوظيفي " التي تعتبر أن الوقت المخصص لاستخدام شبكة الإنترنت و تطبيقاتها سيأخذ محل الوقت المخصص لبقية الوسائل إذا ما حققت إشباعاً أكثر لدى مستخدميها .

الملاحق

الاستمارة

دور الإعلام الاجتماعي في تنمية المعرفة السياسية لدى الشباب الجامعي

- دراسة ميدانية على عينة من الطلبة المستخدمين بجامعة 08 ماي 1945 قالمة-

البيانات الأولية :

الجنس : ذكر أنثى

السن:

المستوى المعيشي : جيد متوسط ضعيف

المحور الأول : عادات و أنماط استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي

1. ما هي الأجهزة الإلكترونية التي تستخدمها عادة للاتصال بشبكة الإنترنت ؟

كمبيوتر شخصي PC كمبيوتر محمول Portable جهاز لوحي Tablette
الهاتف النقال

2. من أين تتصل بشبكة الإنترنت عادة ؟

من البيت مقهى الإنترنت من الجامعة عبر تقنية 3G

3. حدد المواقع الاجتماعية التي تمتلك من خلالها حسابا الكترونيا :

twitter youtube Facebook أخرى :

4. هل تستخدم هذه المواقع: دائما أحيانا نادرا

5. ما معدل استخدامك لهذه المواقع يوميا : أقل من ساعة من ساعة إلى ساعتين

من ساعتين إلى ثلاث ساعات أكثر من ثلاث ساعات

6. حدد دوافع استخدامك لهذه المواقع : لمواكبة التكنولوجيا للتواصل و التعارف

للحصول على الأخبار و المستجدات للترفيه و التسلية لأغراض علمية

تخص الدراسة أخرى أذكرها

المحور الثاني : دور الإعلام الاجتماعي في إمداد المبحوثين بالمعلومات السياسية

7. أذكر المصادر الإعلامية التي تعتمد عليها عادة للاطلاع على أهم الأحداث السياسية ؟

قنوات جزائرية قنوات عربية صحف جزائرية الإذاعة المحلية مواقع

التواصل الاجتماعي أخرى أذكرها :

8. هل تقوم عادة بالاطلاع على الأحداث السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها ؟

دائما أحيانا نادرا

9. أذكر صفحات الوسائل الإعلامية - أو غيرها - التي تشترك فيها عبر مواقع التواصل الاجتماعي

لمعرفة هذه الأحداث :

صفحة قناة الجزيرة صفحات الجرائد الجزائرية (أذكرها) :

- صفحات مواقع إخبارية صفحات قنوات جزائرية (أذكرها) :.....
 صفحات أخرى أذكرها.....
10. هل تقوم بمتابعة الأحداث السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي: بشكل دائم
 بشكل متقطع أتابعها فقط عند وجود أحداث جديدة و مهمة
11. هل تقوم عادة بقراءة الموضوع المنشور كاملا أم تكتفي بقراءة العناوين فقط ؟
 أقرأ الموضوع كاملا أكتفي بقراءة العنوان فقط حسب أهمية الموضوع
12. هل تقوم بمشاهدة الأخبار المرفقة بالفيديوهات أم تكتفي بقراءة العنوان فقط؟
 أشاهد الفيديو كاملا أكتفي بقراءة العنوان حسب أهمية الموضوع
13. هل تهتم عادة بمتابعة الأحداث السياسية :
 الوطنية العربية الدولية
14. أذكر أبرز الأحداث السياسية الأخيرة - وطنية أو غيرها- التي تابعتها مؤخرا على مواقع التواصل الاجتماعي ؟
 الأحداث الوطنية:.....
 الأحداث العربية :
 الأحداث الدولية :
15. هل تقوم عادة بالتفاعل مع أهم الأحداث المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي عن طريق :
 الإعجاب المشاركة التعليق لا أتفاعل إطلاقا
16. هل تقوم بمناقشة المواضيع السياسية التي تتلقاها على مواقع التواصل الاجتماعي مع أصدقاءك
 أو مع أفراد أسرتك ؟ نعم لا
17. أجب عن العبارات التالية بدقة :
 • ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في إمدادي بالمعلومات حول الأحداث و القضايا السياسية البارزة : موافق معارض لا أدري
 • ساعدتني مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين آراء و مواقف اتجاه هذه الأحداث و القضايا موافق معارض لا أدري
 • عززت هذه المواقع من مواقفي السابقة اتجاه الأحداث و القضايا السياسية موافق معارض لا أدري
 • جعلتني الأخبار السياسية المعروضة عبر مواقع التواصل الاجتماعي أكثر وعيا بما يجري من حولي من أحداث محليا أو دوليا موافق معارض لا أدري
 • لم تحدث المعلومات السياسية التي أتلقاها عبر مواقع التواصل الاجتماعي أي تغيير لدي موافق معارض لا أدري
 • الاطلاع على المواضيع السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي زاد من اهتمامي بمتابعة مثل هذه المواضيع موافق معارض لا أدري

• أتذكر عادة المواضيع السياسية التي أتلقاها عبر شبكات التواصل الاجتماعي

موافق معارض لا أدري

شكرا لكم على حسن التعاون

- ¹ الصادق ، الحمامي (2013) ، الصحفيون و أخلاقياتهم زمن الميديا الاجتماعية ، دراسة نشرت في مجلة الإعلام و العصر الإماراتية ، عدد سبتمبر ، ص 4.
- ² شريف ، درويش اللبان (2011) ، مداخلات في الإعلام البديل و النشر الإلكتروني على شبكة الإنترنت ، ط 1 ، القاهرة ، دار العالم العربي ، ص 96.
- ³ عبد الرزاق محمد ، الدليمي (2011) ، الصحافة الإلكترونية و التكنولوجيا الرقمية ، ط 1 ، الأردن ، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، ص 93 .
- ⁴ نصير بو علي ، استخدام الشباب الجامعي لوسائل الإعلام التقليدية و الجديدة : دراسة حالة ، متاحة على الرابط الإلكتروني : http://strategicvisions.ecssr.com/ECSSR/ECSSR_DOCDATA_PRO_EN/Resources/PDF/Rua_Stratia/Rua-Issue-07/rua07_008.pdf (2015/11/10) على الساعة (20:30) .
- ⁵ حماد غريب ، المطيري (2011) ، اتجاهات الشباب الجامعي الكويتي نحو الصحافة الورقية و الإلكترونية ، رسالة ماجستير ، جامعة الشرق الأوسط ، كلية الإعلام ، عمان .
- ⁶ أسماء مسعد عبد المجيد (2011) ، اعتماد الشباب المصري على مضامين ملفات الفيديو على الإنترنت في متابعة الأحداث المحلية ، رسالة ماجستير ، جامعة حلوان ، قسم الإعلام ، القاهرة .
- ⁷ سلام حسن ، خطاب (2016) ، دور وسائل الإعلام الجديد في الوعي السياسي ، مجلة الباحث الإعلامي ، بغداد ، عدد 30 .
- ⁸ سماح ، عبد الرازق الشهواني (2009) ، علاقة التفاعلية باستخدام الشباب للمواقع الموجهة لهم على شبكة الإنترنت – دراسة ميدانية على الجمهور والقائم بالاتصال ، دراسة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الإعلام ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ص 55.
- ⁹ نفس المرجع ، ص 56.
- ¹⁰ رضا عبد الواحد ، أمين (2007) ، الصحافة الإلكترونية ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، القاهرة ، ط 1 ، ص 69 .
- ¹¹ شيم عبد الحميد ، قطب (2009) ، رؤية القائم بالاتصال في الصحافة المصرية لمواقع التدوين في إطار التكامل بين الوسائل التقليدية و الجديدة ، المجلة العلمية لبحوث الصحافة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، العدد الأول ، ديسمبر ، ص 347 .
- ¹² حسني محمد نصر ، اتجاهات البحث و التنظير في وسائل الإعلام الجديدة – دراسة تحليلية للإنتاج العلمي المنشور في دوريات محكمة ، دراسة مقدمة إلى مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي : التطبيقات و الإشكالات المنهجية ، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ، الرياض 10-11 مارس 2015 ، ص 14 .

¹³ Sakari , Taipale (2013) , The relationship between Internet use , online and printed newspaper reading in Finland : Investigating the direct and moderating effects of gender , European Journal Of Communication , Volume 28 , February , p 6.

¹⁴ عباس مصطفى، صادق (2008) ، الإعلام الجديد – المفاهيم و الوسائل و التطبيقات ، ط 1 ، الأردن ، دار الشروق للنشر و التوزيع، ص 35.

¹⁵ نفس المرجع ، ص 38.