

جامعة الإسكندرية

كلية الآداب

الدراسات العليا

الإعلام الاجتماعي

ودور التربية الإعلامية

بحث

مقدم من الطالب/ أحمد عزت عبد الحميد محمد الألفي

قسم الدراسات المسرحية

تحت إشراف

أ.د. طه نجم

تمهيد

يعرف هذا البحث دور والإعلام الرقمي وخصائص، والإشارة إلى جوانبه الإيجابية والسلبية، كما كيفية التعامل م سلبياته، كما يوجه الضوء نحو دور التربية الإعلامية في الحد من الاستخدام غير المقبول، والإجراءات القانونية ضد الاستخدام السيء، مستعرضاً إحدى ثورات الربيع العربي التي انطلقت شراراتها الأولى عبر وسائل التواصل الاجتماعية ودور الإعلام الرقمي، كما يستعرض المخاطر وأهمية التربية الإعلامية في مواجهة تلك المخاطر.

عناصر البحث

- تعريف الإعلام الاجتماعي وخصائصه وأنواعه.
- الضوابط التي تنظم استخدام منصات التواصل الاجتماعي.
- وسائل التواصل الاجتماعي في بث إعلام رقمي مضلل لأغراض تخريبية أو إرهابية.
- دور التربية الإعلامية لضمان بيئة افتراضية أفضل
- ترجمة وتقديم ورقة بحثية لتطور استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

الكلمات المفتاحية.

- الإعلام الرقمي
- وسائل التواصل الاجتماعي
- التربية الإعلامية

مقدمة

في البداية لابد وأن نذكر أن العالم حاليًا يشهد العديد من التطورات في كافة المجالات وذلك بفضل التكنولوجيا التي تنتشر يوما بعد يوم، ومن أبرز الأشياء التي تطورت بشكل كلي في السنوات الأخيرة هي المجال الإعلامي الذي شهد العديد من التغييرات والتحولات حتى ظهرت وسائل إعلامية حديثة فرضت نفسها، بل طغت على باقي الوسائل الإعلامية الأخرى سواء راديو، وتلفزيون وصحافة، ورقية.

ومن أبرز المصطلحات التي ظهرت في الفترة الأخيرة مع التطور الهائل في التكنولوجيا الإعلامية ووسائل الاتصال هو مصطلح الإعلام المجتمعي الذي ارتبط بشكل كبير جدًا بالثورات العربية، وكذلك مواقع التواصل الاجتماعي بجميع منصاتها سواء "فيسبوك، تويتر، انستجرام، يوتيوب، وغيرها (١)

وهذا الإعلام الجديد نشأ كما ذكرنا نتيجة للتطور الهائل الذي عرفته تكنولوجيا الإعلام والاتصال، بداية من ظهور التلفزيون والإذاعة بعد الصحافة المكتوبة، إلى ظهور شبكة الإنترنت كتقنية جديدة لبث واستقبال المعلومات والمعطيات، وتطور كمفهوم على الساحة البحثية نتيجة لظهور الهاتف المحمول، شبكات التواصل الاجتماعي، ومنصات الويب (٢)

وأخذ عدة مفاهيم على غرار: الإعلام البديل إعلام الإنترنت الإعلام الرقمي، الإعلام الإلكتروني، الإعلام الشبكي، الإعلام الحلقي ... وغيرها؛ تعددت التسميات لتدل على مفهوم واحد يكاد يكون مشتركًا بين كل تلك المدلولات والتي تنحصر في ذلك النوع الإعلامي الجديد الذي ظهر بسبب الطفرة التكنولوجية التي عرفتها المجتمعات وتطور التقنيات والتطبيقات الحديثة في مجال الإعلام. (٣)

١- مها عبد المجيد، الإشكاليات المنهجية في دراسة تطبيقات الإعلام الاجتماعي رؤية تحليلية المجلة العربية للإعلام والاتصال، ٢٠١٦، ١٥٤

٢- التحليل النقدي للدراسات الكمية في تطبيقات الإعلام الاجتماعي "الدراسات المصرية نموذجًا": دراسة تحليلية من المستوى الثاني في الفترة من ٢٠١٠ - ٢٠١٨م، مجلة البحوث الإعلامية، - كلية الإعلام بالقاهرة ٢٠١٨

٣- شمس ضيات، الإعلام الجديد: قراءة في تطور المفهوم والوظيفة مجلة علوم الإنسان والمجتمع، ١٥٤، الجزائر، ٢٠١٥.

ولوسائل الإعلام الاجتماعي بالتحديد لها دور قوي وفعال في الأحداث المختلفة سواء السياسية أو الاجتماعية ولها تأثير كبير سواء على الأفراد أو الجماعات أو على القيادات السياسية والأنظمة العالمية، مثلما حدث خلال الثورات العربية وخلال أزمة كورونا (٤)

تعريف الإعلام الاجتماعي

الإعلام الاجتماعي هو مصطلح حاولت منظمة اليونسكو أن تظهره منذ عام ١٩٤٦ حيث أرادت تأسيس إعلام لإعادة بناء النظام الاتصالي وتحدث ما يسمى بالصحة الإعلامية التي تقوم بجمع وتخزين ومعالجة المعلومات ونشرها؛ خاصة تلك التي تتعلق بالنقاش حول القضايا العامة، إلا أن مجرى الحرب الباردة أبي إلا أن تتجسد الفكرة على أكمل وجه. (٥)

ثم بعد ذلك ظهر تأسيس حركة عدم الانحياز عام ١٩٧٣؛ لكن سرعان ما انعرجت المطالب إلى ذلك التزاوج الذي حدث في إطار تكنولوجيات الاتصال والدخول في المعلوماتية والاقتران بشبكة الإنترنت. (٦)

وقد جاء مجتمع المعلومات والفجوة الرقمية التي ظهرت بالمفهوم الأحق فيما بعض، وعرف الباحثون هذه الحقبة بالموجة الثالثة حيث شهدت البشرية نقلة من مرحلة الزراعة كموجة أولى ثم الصناعة كموجة ثانية وصولاً إلى المعلوماتية والإنترنت كموجة ثالثة والتي غيرت بدورها نموذج الاتصال التقليدي الجماهيري تماماً كما غير نشاطها الإنتاجي في المجتمع. (٧)

٤ - هاميلينك، ترجمة حسن إسماعيل، تكنولوجيا الإعلام الحديث، مجلة الفكر العربي، ع ٥٠، ١٩٨٨

٥ - الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي، عبد العزيز، زهية مجلس الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية ٢٠١٨، ع ١٦٨، ص ١٦٨

٦ - أمنة حسين إبراهيم محاميد زيد، الإعلام الاجتماعي وأثره على الأسرة العربية من منظور اجتماعي وثقافي كتاب أعمال المؤتمر الدولي المحكم، التفكك الأسري - الأسباب والحلول مركز جيل للبحث العلمي ٢٠١٨

٧ - سهام فينقي، وسائل الإعلام الاجتماعي والمرأة الجزائرية: فضاءات حرة للتعبير مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، ع ١٤، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، ٢٠١٨

ومصطلح الإعلام المجتمعي هو من المصطلحات الإعلامية الجديدة التي ظهرت في المعجم الإعلامي باستخدام الحاسوب في إنتاج وتخزين وتوزيع المعلومات والتسلية، كما يرى أن هذا شيء يجمع بين الإعلام القديم والجديد، إلا أن الإضافة التي منحها الإعلام الجديد هي ميزة التفاعل أو التفاعلية interactivity القائمة على استجابة المستخدم تماما كما هو الحال في المحادثة بين شخصين وورد في قاموس التكنولوجيا الرقمية أن الإعلام الجديدة هو اندماج الحاسوب وشبكاته والوسائط المتعددة. (٨)

ونتيجة للتطور الذي يحدث تطورت كذلك وسائل الإعلام بداية من ظهور التلفزيون والإذاعة بعد الصحافة المكتوبة، وهو ما أدى إلى ظهور شبكة الإنترنت كتقنية جديدة لبث واستقبال المعلومات والمعطيات، وذلك نتيجة لظهور الهاتف المحمول، شبكات التواصل الاجتماعي وظهر ما يسمى بالإعلام المجتمعي.

خصائص الإعلام الاجتماعي

يتمتع الإعلام الاجتماعي بمجموعة من الخصائص وهي كما يلي:

- ١- التفاعلية أهم ميزة لأنها اكتسب صفة الجودة، يفضلها، ولم تكن متوفرة بالشكل التي عليه في استجابة المضمون للمتلقي كما طرحته هذه النماذج الحديثة في الإعلام بفضل التكنولوجيا الرقمية وشبكة الإنترنت التي تطورت خدماتها يوما عن يوم لتضيف لحظة بلحظة مستوى آخر من مستويات هذه التفاعلية تمثل إحدى سمات مجتمع المعلومات، وتعني في معناها الأولي الاستجابة للفعل أو الاتصال أو التعامل، تعبر عن مدى قدرة المستقبل على رد الفعل. وأهم ميزة للتفاعلية تندرج في خاصية التشبيك بحيث تربط بشبكة الويب في عصر الإنترنت بمعنى الترابط بين جميع مستخدمي الشبكة ويظهر ربما هذا جليا في شبكات التواصل الاجتماعي والصحافة الإلكترونية عن طريق التعليقات والردود وتشارك المضامين... إلخ (٩)

٨- شمس ضيات، الإعلام الجديد: قراءة في تطور المفهوم والوظيفة مرجع سابق

٩- محمد محمود ذهبية، الإعلام المعاصر ط ١، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع ودار أجنادين للنشر والتوزيع ٢٠٠٧.

٢- تجاوز ثنائية الزمن والمكان كما يطلق عليها الزمانية، حيث إن مضامين هذا النموذج الإعلامي الجديد يمكنها أن تصل إلى منطقة في العالم، وفي أي وقت فقط بضغطة زر واحدة، ولهذا تحدث أحد الباحثين قائلاً إننا نعيش في زمن سماه بحضارة النقر مما وسع من حرية الإعلام في شكله الجديد، ومنح فرصة أكبر للجميع خاصة الأقليات الضعيفة بإيصال أصواتها، ونجح في تحقيق ما لم تستطع أن تحققه المنظمات العالمية في إيصال مطالب وشعوب العالم الضعيفة إلى العالم . (١٠)

٣- التحديث المستمر بحيث أن الخاصية السابقة لها الفضل في ذلك، إذ أنه يعتمد على ضغطة زر واحدة، فسهولة وسرعة البث والتلقي جعلت منه نموذجاً إعلامياً يحمل الجديد دائماً وينقل الأحداث زمن وقوعها تجاوزت ما أسي بالث المباشر في النماذج التقليدية. (١١)

٤- تنوع المحتوى الإعلامي وذلك بفضل التكنولوجيا العالية التي تتميز بها الأجهزة الإلكترونية العالية الذكاء؛ بحيث أنه بتنوع المحتوى ويجمع بين والصورة والنص في وقت وجيز لا يحتاج إلى مونتاج أو تركيب كما كان في النماذج التقليدية التي كانت تأخذ وقتاً لتحقيق ذلك، وتحققت بالفعل أن نوع الجهاز أو الوسيلة الناقلة للمحتوى برفع من قيمة الرسالة الإعلامية أو يهبط منها. (١٢)

١٠- عطية الحاج سالم، الإعلام الجديد: مبادئ المفهوم، حوليات جامعة الجزائر ١، ع ٣٢، ٢٠١٨

١١- نادية غلاب، الإعلام الجديد في ظل مجتمع المعرفة: قراءة في المفهوم والخصائص، أنثروبولوجيا: المجلة العربية للدراسات الأنثروبولوجية المعاصرة، مج ٥، ع ١٠، ٢٠١٩

١٢- غادة أمين الإعلام الجديد والشبكات الاجتماعية Social Networking: مدخل نظري لفهم الخصائص والسلبيات المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، ع ٩، ٢٠١٧

٥- الشخصية ما يسميه البعض بالتخصيص والفردانية في ظل الجمهرة واحترام رغبات الفرد في إطار الجماعة، ربما هو تناقض قد يتحدث عنه الكثير من الباحثين، إلا أنها تبقى ميزة يتمتع بها هذا النموذج الإعلامي الجدي لم تكن موفرة في النماذج السابقة، بحيث أنه وبفضل التكنولوجيا العالية دائما أتيح لكل فرد في الجماعة باختيار مضمونه الذي يريد أن يتلقاه وفي الوقت الذي يريد، بفضل النماذج والتطبيقات الذكية التي أتاحها شبكة الويب في جيلنا الثاني أو ما يعرف بالويب ٢٠ و هو الجيل الثاني للويب، أو التطور الذي عقب المرحلة الأولى منه والتي سمحت للقرء بالتحول والإبحار في بحر المعرفة والمعلومات دون عوائق، إلا أن ثاني مرحلة والتي عرفت بالويب ٢٠ قد ضاعفت ذلك وأدخلت المستخدم لعالم جديد من التشابك والترابط المباشر أكثر من السابق. (١٣)

٦- طرح مجموعة من المفاهيم والمهن منها مثلاً صحافة المواطن، الإعلام الموازي، مختص باليقظة الإلكترونية، الجيل التواصل، جيل المواقع.

٧- نعتة بالإعلام الشخصي نظراً لأن الجمهور هو المحتوى لأنه يدير مجلة بنائه ويتبادل ويتقاسمه مع من يريده بضغطة زر واحدة خاصة وأننا تعيش في حضارة الضغط كما يسميها الباحثون. (١٤)

٨- تطور في عملية التفاعل والتبادل فبينما تنعدم هذه الخاصية في وسائل الإعلام الكلاسيكية، يتواجد تبادل بصيغة أفقية بشكلها الهرمي انتقلت العملية مع الجيل الثاني للويب إلى تبادل عمودي في إطار بنية الجماعات الافتراضية" ، أين يحاول المستخدمون أن يضعوا منتجهم الإعلامية والثقافية على الشبكة في إتاحة لأصدقائهم ومعارفهم الذين يتقاسمون معهم الاهتمامات في المجال؛ أين تصبح هذه المؤسسات الصغرى الجماعات الافتراضية التي تؤسس بشكل تطوعي الصناعات ثقافية وإعلامية تختلف عما ينتجه الإعلام الكلاسيكي، من حيث مرونة المحتوى ومن حيث المستهلكين في السوق هذه الصناعة، بحيث أن مبادئ السوق تغيرت بتغير الوسيلة والسياسة الإعلامية والمستهلك الذي أصبح منتجا ومستهلكا. (١٥)

١٣- محمد علي الفعاري، تحليل العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد دراسة نقدية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام. عدد خاص ٢٠١٨

١٤ انتصار إبراهيم عبد الرزاق، وصفد حسام الساموك، الإعلام الجديد، جامعة بغداد وزارة التعليم العالي والبحث العلمي العراقية، العراق، ٢٠١١

١٥- حكيمة جاب الله، الإعلام الجديد وإشكالية الخصوصية الثقافية، مجلة مقاربات ٣٦ع، ٢٠١٩

٩- تغيرت السياسة الإعلامية بتغير الوسيلة الإعلامية بشكل أكثر حلقي أو دائري ابتعدت عن نموذج النقطة نحو الجماهير، لكن تحولت إلى نموذج شبكي أكثر اجتماعي خاصة بوجود الجماعات التي تتقاسم نغم الاهتمامات المشتركة، مما ولد كذلك اتجاه آخر وجديد في العلاقات الاجتماعية، وبمنظور سوسيولوجيا نقول إنه توجد علاقات بين الأشخاص وبدون أن يتطلب ذلك الحضور الفيزيائي لهم، بل تكفي بتقاسم الاهتمامات، مجال التخصص، الهوايات والألعاب والمشاعر، رغم اختلاف الشخصيات والمناطق المتزوين منها. (١٦)

٩- التواجد عبر الفضاء الافتراضي والاندماج فيه أو ما يصطلح عليه بالواقع الافتراضي، وهو ذلك الفضاء الافتراضي الذي يجتمع فيه الأفراد الشبكة مفردين أو مجتمعين وكأنهم يعيشون مع بعض تجاوزت ما كنا نشاهده عبر تلفزيونات الواقع، ما يعرف كذلك بأنه أحد تطبيقاته المعلوماتية حيث ينغمس المستخدم في عالم ما فوق الحقيقة، حيث يخيل له أنها حقيقة لكنها كاذبة. (١٧)

مميزات الإعلام الاجتماعي وعيوبه

من أبرز المميزات:

- ١- قنوات جديدة للبحث بعيدا عن ضغوطات الخط الافتتاحي هناك حرية في خلق منابر جديدة للبحث يتمكن المستخدم من نشر ما يريد وبالشكل الذي يرد؛ وتجاوزا للتقييد بالنمط التقليدي فإن هذه القنوات تمنح إمكانية نشر المادة مهما كانت صيغتها نصية كانت أو صوتية أو سمعية بصرية، مثل فيديوهات يوتيوب صور انستجرام مدونات بلوج. (١٨)
- ٢- فضاءات جديدة للنقاش يسهل هذا الفضاء الجديد على المستخدمين من تبادل التعليقات والتناقش حول أهم القضايا في المجتمع خاصة ما يتعلق بالسياسة والمحاور الكبرى في المجتمع عبر هذه الشبكات التي تتمتع ببرامج تمكنهم من الرد والمشاركة وإيصال الأصوات الدفينة للعالم. (١٩)

١٦ صلاح الدين حافظ الإعلام في عصر سريع التغير مجلة الدراسات الإعلامية، ٩١ع، المركز العربي الإقليمي للدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والبيئة ١٩٩٨.

١٧ بهاء الدين إبراهيم وسامي راشد تكنولوجيا الإعلام الرقمي والتغير الاجتماعي دراسة ظاهرة الابتزاز الإلكتروني في وسائل التواصل الاجتماعي في سلطنة عمان، المجلة الدولية للإعلام والاتصال الجماهيري مج ٣، ١٤، ٢٠٢١.

١٨- بشرى جميل إسماعيل، مدخل إلى الإعلام الجديد المفهوم والنماذج، مجلة الباحث الإعلامي، ع، ١٤، ٢٠١١.

١٩- سميرة شيخاني، لإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق - المجلد ٢٦ - العدد الأول الثاني ٢٠١٠.

٣- شبكات تكوين الصداقات والعلاقات: عبارة عن شبكات تساعد على تكوين وتشكيل صداقات تقترب درجتها الاندماجية في المجتمع من العلاقات العائلية من حيث التلاحم والتراص الذي بتخللها؛ لكن تختلف الأسباب طبعاً في الاندماج حسب الاهتمامات من شخص لأخر صداقة إعجاب بالمشاهير، والمحترفين وهناك من المؤسسات الناشطة عبر الويب التي تستفيد من هذه التجمعات وتجعلها هدفاً لتطوير وتوسيع اقتصادها. (٢٠)

٤- إمكانية تشكيل ملمح أو حائط عبر الويب بحيث يتمكن المستخدم من تكوين صفحة ويب ينشر عبرها اهتماماته ويمكن كذلك من دعوة أصدقائه بالمثل عبر تطور برامج الويب ٢.٠ الذي يسهل العملية عبر الهواتف الذكية ورقم الهاتف، فيصبح الملمح فضاءاً عمومياً للحوار والنقاش المجاني الطاهر للمستخدمين؛ لكنها تخدم مؤسسة Facebook من حيث أغراضها الاستثمارية والتسويقية عبر تعاملها مع المؤسسات الاقتصادية.

٥- التبادل السريع للمعلومات وهذا يعني تلك المسالك السريعة التي سهلت تبادل المستخدمين للمعلومات والأثراء والمشاعرين ومختلف النقاشات والأحكام وكل ذلك في طرف فيامي وبالشكل المرغوب فيه نصاً كان أو صورة أو تسجيل سمعي بصري ... إلخ.

سلبات الإعلام المجتمعي

١- حدوث المشاكل مع الآخرين

قد يؤدي التواصل مع الآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي كتطبيق التراسل "واتساب" و "فيسبوك" إلى الوقوع في العديد من المشاكل مع الآخرين بسبب الفهم الخاطئ للكلمات والمواقف في كثير من الأحيان والأمان (٢١)

٢- عدم احترام خصوصية الآخرين

أدت في كثير من الأحيان إلى اقتحام خصوصية الآخرين وعدم احترام الخصوصية خاصة وأن مواقع التواصل الاجتماعي تجعل الكثير من الأشخاص ينشرون ما يحدث لهم في حياتهم اليومية وهو ما يتيح للآخرين التدخل في حياتهم الشخصية. (٢٢)

٢٠ حسن مكاي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات الدار للبنانية المصرية، ١٩٩٧

٢١ عبد الفتاح علي، الإعلام الاجتماعي، دار اليازوري ٢٠١٨ ص ١١٨ يومية

٢٢ ليلى حمي، انتهاك الأخلاق والخصوصية عبر شبكة الإنترنت في التشريع المغربي، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط ع ١٥، ٢٠١٧

٣- انتشار الأخبار الكاذبة

لأن كل شخص يستطيع أن يقوم بعمل وسيلة إعلامية خاصة به يمكن نشر العديد من الأخبار الكاذبة التي لا أساس لها من الصحة وكذلك المعلومات غير الموثوقة وقد تؤثر على الأشخاص بالسلب، وهو ما أدى لانتشار الشائعات والتخبط بين الكثير من الأشخاص.

٤- عدم وجود رقابة

أدى عدم وجود رقابة كافية على المحتوى الذي يعرض عبر مواقع التواصل الاجتماعي إلى نشر العديد من المحتوى اللاأخلاقي والذي أدى بالتأثير بالسلب على القيم والعادات والثقافات وأخلاقيات الشعوب.

أنواع الإعلام الاجتماعي (٢٣)

الاجتماعيات تشمل أنواع عديدة مثل مواقع الأخبار والمفضلات الاجتماعية ومواقع التواصل الاجتماعي التي من ضمنها "تيك توك، يوتيوب، "تويتر".

١- مواقع الأخبار

نتيجة التطور الذي حدث وانتشار الهواتف الذكية تحولت الصحف الوقية إلى مواقع إخبارية إلكترونية حيث صارت الأخبار والأحداث الاجتماعية المختلفة تبث على المواقع الإخبارية المختلفة بخدمات أحدث تناسب مع طبيعة الوسيلة الحديثة، وهناك في كل دولة مواقع إخبارية رسمية خاصة بالوزارات والهيئات ومواقع إخبارية خاصة. (٢٤)

٢- مواقع التواصل الاجتماعي

تلك المواقع التي انتشرت بشكل كبير جدًا منذ سنوات في جميع دول العالم، من أبرزها "تويتر، فيسبوك" اللذان يعدان مواقع لتبادل المعلومات والتواصل وكذلك نقل الأخبار المختلفة سواء الاجتماعية أو السياسية أو مشاركة الهوايات والأشياء الشخصية للأفراد (٢٥).

٢٣ حسام الدين استخدام تكنولوجيا الاتصال في انتشار الشائعات: دراسة حالة على مستخدمي الإنترنت والهاتف السيار بكلية دراسات الحاسبات الآلية، كمبيوتر مان في الفترة حتى أغسطس ٢٠٠٧، رسالة ماجستير، جامعة أم درمان ٢٠٠٧

٢٤ غادة عبد التواب مصداقية الأخبار المحلية في الصحف والمواقع الإخبارية: دراسة ميدانية مجلة البحوث الإعلامية. ج ٣٣ جامعة الأزهر - كلية الإعلام بالقاهرة، ٢٠١٠

٣- مواقع الفيديوهاٲ

مواقع الفيديوهاٲ اٲٲشرت بشكل واسع منذ بداية عمل موقع الفيديوهاٲ الشهير "يوتيوب" الذي يجعل أي شخص ينشر العديد من الفيديوهاٲ سواء لتقديم معلومة أو لنقل الأحداث، وكذلك هناك مواقع فيديوهاٲ اٲٲشرت مؤخرًا وهي الخاصة بنقل فيديوهاٲ قصيرة مثل "تيك توك" الذي اجتاح وحصد على نسبة استخدام واسعة بين الأشخاص. (٢٦)

المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي (٢٧)

المواقع الإلكترونية اٲٲشرت بشكل كبير وصارت جزء لا يتجزأ وطغت على الصحافة الورقية، بل تطورت وظهر ما يسمى بالمواقع الإلكترونية المتخصصة حيث يوجد مواقع مخصصة للنساء وكذلك مواقع مخصصة للأخبار ومواقع مخصصة للترفيه وغيرها من المواقع المتخصصة.

أما عن شبكات التواصل الاجتماعي فهي الأكثر استخدامًا بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في مختلف دول العالم وليس في العالم العربي فحسب، ويغلب عليها الطابع الترفيهي والمشاركة الاجتماعية وغيرها من الأشياء، وكذلك لجأت الكثير من المؤسسات الحكومية والخاصة والشركات والقنوات الإعلامية إلى عمل صفحات للتوجه لهذا الجمهور المؤسسات الإعلامية لجأت لنشر الكثير من الإعلانات عبر مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من الوسائل الأخرى بسبب زيادة استخدام هذه الوسائل. (٢٨)

٢٦ المرجع السابق

٢٧ نفس المصدر السابق

٢٨ بويربان عز الدين الويب ٢٠٠٠ استخدامات جديدة للوصول إلى المعلومات ونشرها، رسالة المكتبة، جمعية المكتبات والمعلومات الأردنية، مج ٤٦ ع ٣٤، الأردن، ٢٠١١

ومع التطور الهائل والانتشار الواسع للمنصات الرقمية ومستخدامها، كان لا بد وأن تكون هناك ضوابط لاستخدام هذه التقنيات، فكما لها العديد من الإيجابيات والسلبيات والتي تم ذكرها سابقاً، كان من أبرز تلك السلبيات هي سلوكيات المستخدمين في التعامل مع تلك المنصات، واستخدامها بما يخدم مصالح وأهداف شخصية تضر بالوطن والمواطنين، وبالتالي كان ولا بد أن تكون هناك مجموعة من الضوابط التي تنظم استخدام تلك المنصات بما يكفل لكافة المستخدمين الحق في التفاعل مع محتوى موثوق غير موجه لأهداف تخريبية أو إرهابية.

فمع ظهور الثورة المعلوماتية والتكنولوجية، واقتحامها مختلف جوانب الحياة، وعلى رأسها صناعة الإعلام الرقمي الذي تحول معه الجمهور من متلق سلبي إلى متلق إيجابي، برزت مشكلات أخلاقية وقانونية متعددة ومتشعبة نتيجة للتدفق الحر للمعلومات، وسهولة وصول الناس لشبكة الإنترنت وإلغاء حدود الزمان والمكان، واضمحلال دور حراس البوابة الإعلامية؛ مما تطلب إعادة النظر بالكثير من المفاهيم التقليدية في التشريعات الإعلامية. التحديات الناشئة عن سوء استخدام وسائل الإعلام الرقمية لم تقف عند حد المساس بحقوق الأفراد فحسب، بل امتد تأثيرها إلى تحديد سلامة الدولة، عبر التحريض وخطاب الكراهية والاحتفال ونشر الشائعات، وإثارة الشعوب، والتلاعب بالصور، والفيديوهات. ففي مصر، على وجه التحديد، يتم استخدام الإعلام الرقمي كوسيلة أساسية للتضليل الإعلامي وبث المواد التحريضية والداعية لشق الصف بين فئات المجتمع المصري المختلفة، ونشر الشائعات التي تهدف لخلق حالة لانهائية من عدم الاستقرار، سواء بنشر مقالات أو أخبار كاذبة أو استخدام صور غير حقيقية معدلة ببرامج مثل برنامج الفوتوشوب ويساعد على ذلك، سرعة نشر المعلومات بين مستخدمي هذه الوسيلة على نحو يصعب على المستخدم التفرقة بين المعلومة الصحيحة والشائعة، وفي نفس الوقت يصعب تحجيم نطاق هذه الشائعات، ففي حالة نفيها أو الرغبة في تصحيحها، فإن المعلومة الصحيحة لا تجد نفس مستوى الانتشار الذي بدأت به الشائعة. فضلاً عن استخدامها من قبل الجماعات الإرهابية كأداة رئيسية لنشر أفكارها المتطرفة والبحث عن موالين لها. (٢٩)

وفي ظل توجه الجمهورية الجديدة نحو التحول الرقمي، وسعيها لبناء قدرات مصر الرقمية، ووضع أسس مجتمع المعرفة باعتبار التقنيات الحديثة بوابة للازدهار الاقتصادي وتحقيق خطط التنمية المستدامة وفق رؤية مصر ٢٠٣٠، يثور الجدل حول كيفية الاستخدام الفعال لوسائل الإعلام الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي للترويج لتلك الخطط، والحد من استخدامها في نشر الشائعات والأخبار المفبركة، والمضامين التي تضر بقيم المجتمع وأخلاقه، والمحتوى الذي يحض على الكراهية والعنف والإرهاب. وتعد التربية الإعلامية أداة رئيسية لنشر الوعي والمعرفة الإعلامية الرقمية، والمساعدة في فهم أعمق للمنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي، والاستفادة من الفرص التي تتيحها التكنولوجيا الحديثة بأفضل أسلوب ممكن، مع توفير طرق للحماية من الانتهاكات والسلبيات نتيجة استخدام وسائل الإعلام الرقمي (٢٧)

ويتمثل ذلك في اكتساب مهارات التربية الإعلامية والمشاركة الفعالة في المجتمع الرقمي لتطوير مستوى المعرفة والفهم المطلوب للمستخدمين للممارسة والدفاع عن حقوقهم ومسؤولياتهم الديمقراطية عبر الإنترنت وتعزيز وحماية حقوق الإنسان وسيادة القانون في الفضاء الإلكتروني (٣٠)

وما إذا نظرنا للأمس القريب، أي منذ سنوات بسيطة لم يتعدى عددها العشرون، فإننا كنا نعتقد أن عصر التكنولوجيا الآت -آنذاك- قد يستغرق منا مائة عام أو أكثر، إلا أننا قد فوجئنا بل ونفاجئ يومياً بهذا التطور السريع المذهل الذي يحدث حولنا، فإذا تأملنا الصورة من حولنا، ثم قمنا باستعادة تشغيل أي مقطع مرئي مصور أو حتى صور ثابتة لنا ولأصدقائنا، فسندكتشف حجم التطور التكنولوجي الذي نعيشه اليوم، حين لم يكن لجهاز التلفون الذكي أو منصات التواصل الاجتماعي أي تواجد، وكان لابد من الحركة الفيزيائية للفرد حتى يتخاطب ويتواصل مع قرين آخر، كان لابد من السفر عبر الدول والحدود بالطائرات والقطارات والسيارات حتى يلتقي شخصين أو أكثر سواء لأهداف اجتماعية أو عملية أو علمية، حتى التواصل الاجتماعي بين الأفراد بات أسير بكثير مما كان في السابق، فقد أصبح كل إنسان يملك بين يديه جهاز متصلاً بشبكة الانترنت متصلاً بمنصات التواصل الاجتماعي مما يمكنه من التواصل مع أقرانه في أي وقت ومن أي مكان، حتى التواصل لأهداف العمل التي كانت تكلف الشركات ورجال الأعمال آلاف الجنيهات ناهيك عن الوقت والمجهود البدني المبذول في السفر من بلد لآخر أو من محافظة لأخرى لإجراء أو إتمام صفقة عمل، باتت المنصات ميسرة لذلك، وقد شهدنا مؤخراً العديد من المؤتمرات الصحفية لكبرى الشركات حول العالم تجرى باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي كالمؤتمر السنوي لشركة "أبل APPLE" على سبيل المثال وبالطبع غيرها الآلاف من الشركات، كذلك شهدنا العديد من المحاضرات والمؤتمرات العلمية التي انتقلت من مرحلة الانعقاد الحي بحضور المحاضر والحضور إلى الانعقاد الافتراضي بواسطة وسائل التواصل الاجتماعي.

كما تأثر الإعلام الإخباري بهذا التطور الصارخ، حيث كان يتطلب الأمر في السابق الانتظار لساعات أو أيام حتى نستقي معلومة ما أو خبر، ليتخبط الفرد بين الشائعات حتى يخرج الخبر من مصدر رسمي سواء بالتأكيد أو النفي، أما الآن فقد باتت لكل الدوائر الحكومية الرسمية صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي، باتت لكل الصحف والمجلات الإخبارية حسابات على المنصات مما يتيح الخبر للجمهور فور حدوثه وهذا ما يقلل نسب انتشار الشائعات في المجتمعات.

وعلى الرغم من ذلك، إلا أن الأمور لا تسير دائماً كما ينبغي لها أن تكون، فكما ذكر العديد من إيجابيات هذا التطور التكنولوجي وأثره على التواصل الاجتماعي والإعلام الرقمي، إلا أن له العديد من السلبيات أيضاً والتي ظهرت لأسباب اما سياسية أو اقتصادية، من خلال التضليل الإعلامي أو المعلوماتي.

٣٠- دور التربية الإعلامية في الاستخدام الآمن للإعلام الرقمي، د. أريج محمد فخر الدين، المجلة المصرية لبحوث الإعلام،

التضليل الإعلامي أو المعلوماتي:

يمكن تعريف التضليل بأنه نشر معلومات خاطئة بين الناس لإجبارهم على تصديق شيء ما أو إخفاء حقيقة ما يستخدم التضليل أيضًا كأحد وسائل الحرب النفسية في وسائل الإعلام والسياسة والاقتصاد والرياضة وفي المجال العسكري. ربما أحد أهم الأسباب التي جعلت الناس يفضلون استخدام وسائل التواصل الاجتماعي هي توفر المعلومات فيها بشكل لحظي، حيث يمكنهم معرفة ما يحدث في العالم لحظياً. استغلت المعاهد العسكرية الأمريكية هذا المبدأ الذي يعتمد على التأثير على إدراك الناس في التأثير على المجتمعات وتوجيهها إلى الاتجاه المطلوب عندما تطول مدة الأحداث عن اللازم فإنها تصبح عرضة لنشر المزيد من الاستفزاز فيما تبدو وسائل التواصل الاجتماعي الوسيلة الأسهل للقيام بذلك. (٣١)

وبالرغم من ذلك تواجه وسائل التواصل الاجتماعي خصوصاً " الفيسبوك والتويتر " اتهامات عديدة من جهات كثيرة بالتحول إلى منصة للتضليل الإعلامي و الإساءة للديمقراطية حول العالم بعدما كانت قد شكلت المواقع ذاتها محركاً أساسياً للتحركات الشعبية خلال السنوات الأخيرة خصوصاً في بلدان الربيع العربي ، حيث يذكر أن دراسة نشرت نتائجها جامعة أكسفورد في جويلية ٢٠١٧ كانت قد أكدت أن وسائل التواصل الاجتماعي مثل «فيسبوك» و «تويتر» المعدة أساساً لتكون منصات لحرية التعبير « تحولت إلى أدوات للمراقبة الاجتماعية » في بلدان عدة وتستعين الكثير من الحكومات بخدمات أعداد كبيرة من الموظفين بهدف " استحداث مضامين والتأثير بالرأي العام والتفاعل مع العامة في بلدانهم أو في المهجر " بحسب دراسة تناولت ٢٨ بلداً وخلصت إلى أن " كل الأنظمة الشمولية تقوم بحملات عبر وسائل التواصل الاجتماعي موجهة إلى شعوبها. (٣٢)

ومن هنا كان لابد وأن يكون الفرد نفسه قادراً على تحليل المعلومة والتحري من دقتها وصحتها قبل تصديقها أو تكذيبها، وبناء وجهة نظر خاصة به ومن ثم تكوين رد فعل يتسق وصحة المعلومة أو الخبر من عدمه، لذلك جاءت التربية الإعلامية حلاً ومنقذاً، حيث يتم تربية الفرد على كيفية التعامل مع الأخبار والمعلومات وكيفية التحقق منها.

أهمية التربية الإعلامية

لقد أدى تغلغل المعلوماتية في حياة المجتمعات وتنامي دورها في مختلف مجالات النشاط الإنساني أنماط الأفكار والعلاقات بين الأفراد والمجتمعات والشعوب، وتمكنت مواقع التواصل الاجتماعي فيها وتوسيع من مزاحمة وسائل الإعلام التقليدية على التأثير في عقول الأفراد وسلوكياتهم بالشكل الذي يدق ناقوس الخطر من خلال الجانب السلبي لها. (٣٣)

٣١- البياتي ٢٠١٢

٣٢- الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراته السلبية، أحمد ناجي قمحة ٢٠١٤، مجلة السياسة الدولية، (د.ع.ن)

٣٣ - التربية الإعلامية والغزو الإعلامي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مقارنة نظرية في الأهمية والأشكال، د. أونيس ابتسام، د. راضية قراض، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد ٦، العدد ٣، يوليو ٢٠٢١

التربية الإعلامية: أخذت التربية الإعلامية العديد من التعريفات وأكثرها شمولاً ذلك التعريف الذي عقد من طرف منظمة اليونسكو عام ١٩٩٩: التربية الإعلامية تختص في التعامل مع كل وسائل الإعلام الاتصالي وتشمل الكلمات والرسوم المطبوعة والصوت والصور المتحركة والساكنة؛ عن طريق أي نوع من التقنيات. حيث تمكن التربية الإعلامية الأفراد من الوصول إلى فهم وسائل الإعلام الاتصالية التي تستخدم في مجتمعهم. والطريقة التي تعمل بها هذه الوسائل، ومن ثم تمكنهم من اكتساب المهارات في استخدام وسائل الإعلام للتفاهم مع الآخرين (٣٤)

التربية الإعلامية والتفاعل الرقمي.

وفي ظل التطور الحاصل في تقنيات الإعلام في السنوات الأخيرة أصبح الإعلام الرقمي واقعاً مفروضاً على الكل في المجتمع أن يتماشى معه ويستفيد من خدماته وبخاصة في مجال التربية الإعلامية، حيث إن الشبكات الرقمية المعاصرة هي كونية الطابع خصوصاً مع التوسع في الشبكات التفاعلية الكونية واسعة النطاق (Broadband) التي تتيح للأفراد الانغماس (Immersion) في بيئات تفاعلية كونية؛ وأن الفرد المثقف إعلامياً هو الذي يعترف بعمق التفاعل الكوني، لذلك يصبح الوعي الكوني Global Sensibility) مفتاح الثقافة الإعلامية، وهو ما يعني أن الحياة المعاصرة تفاعلية (٣٥)

وإذا تأملنا العبارة السابقة، فإننا سنجد أنه في عصر ما قبل وسائل التواصل الاجتماعي والإعلام الرقمي، كان من الممكن للفرد والجماعة أن يتفاعلوا فقط مع جماعات وأفراد أخرى مماثلين لهم، فمن كان يعيش في القرى والنجوع يمكن له وببساطة أن يتفاعل اجتماعياً مع من يعيش في قرية أو نجع أو أي حيز جغرافي مماثل له حيث تتماثل أيضاً العادات والأعراف بشكل كبير وبالتالي يتكون لدى كل منهما سلوك مقبول لدى الطرفين، ولكن ومع عصر الانفتاح على العالم والذي ساعد فيه بشكل كبير التطور التكنولوجي وانتشار وسائل التواصل الاجتماعي، بات للفرد القدرة على الدخول والتفاعل مع عوالم أخرى ومجتمعات مغايرة من حيث الطباع والسلوكيات، وهذا ما يسبب ارتباك للمستخدم وقد يقوده إلى سلوكيات رافضة لكل ما هو مختلف وقد تصل هذه السلوكيات إلى الاصطدام في أحيان كثيرة، ومن هنا كان للتربية الإعلامية دوراً هاماً، حيث يجب وأن يتعلم الفرد من سنواته الأولى كيفية التعامل مع تلك المنصات وكيفية التعاطي والتفاعل مع ما تقدمه هذه المنصات، وتربيته على أن الاختلاف مقبول ومرحب به، وكذلك توجيهه لتقبل كل الأطياف بكل أشكالها، وهذا لا يعني بالضرورة اتباع توجهاتهم أو ميولهم، وإنما تأتي التربية هنا من خلال تدريب الفرد على رفض -تطبيق أو اتباع- ما لا يتسق مع مبادئه وعاداته وتقاليده، وقبول ما قد يكون مفيد له وبما يتماشى مع الأعراف والعادات والتقاليد والقوانين.

الحاجة لتربية إعلامية أخلاقية للتعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي:

يوماً بعد آخر تتأكد أهمية تربية الأبناء على التعامل مع الإعلام بنوعيه الإعلام التقليدي والإعلام الجديد ولا سيما بعد انتشار مقاطع الفيديو والصور والمواد غير اللائقة والتي تتجاوز حدود القيم والأخلاق في أحيان كثيرة. والاكتفاء بمواجهة الظواهر السلبية في مواقع التواصل الاجتماعي بالعقوبات لا يعالج جذور المشكلات التي تتصاعد يوماً بعد آخر وبصور مختلفة ، فالظواهر الشاذة التي تظهر على مواقع التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد نتاج غياب التربية الإعلامية التي يجب أن تتكاتف فيها جهود أولياء الأمور مع مختلف المؤسسات والهيئات التربوية والتعليمية من أجل تحصين الأبناء من التأثيرات السلبية والاستخدامات المنحرفة لمواقع التواصل وتعلم كيفية الاستفادة الإيجابية، فضلاً عن أهمية تفعيل دور المجتمع المدني ومؤسسات الإصلاح الاجتماعي والتربوي والدعوي ولأن العقوبات تعالج أعراض الظاهرة ولا تعالج أسبابها فإن واجب التربية معالجة الأسباب قبل معالجة الأعراض ولا سبيل لذلك إلا بتفعيل التربية الإعلامية والتربية الأخلاقية وتكاتف جهود الحكومات مع المجتمع المدني وأولياء الأمور لاستثمار طاقات النشء في أنشطة ثقافية توعوية متنوعة (٣٦)

تأثيرات التربية الإعلامية في مواجهة الإرهاب

وفيما يتعلق بتأثيرات التربية الإعلامية في مواجهة الإرهاب الفكري، أشارت نتائج الدراسات إلى تأثير التربية الإعلامية في عقلنة الخطاب الديني وتمثلت أهم مظاهرها في قبول فكرة الاختلاف مع الآخر والتعاون في نشر المحتوى الديني الإيجابي والتحقق من المعلومات الدينية المشكوك في مصداقيتها من خلال أكثر من مصدر وتجاهل الآراء المتشددة وذلك في إطار تنمية مهارات التفكير الإبداعي، والنقد، والتحليل، والتقويم. (٣٧)

وفي إطار مقارب، وضعت دراسة عبد اللطيف بن صفية مشروع رؤية استراتيجية لاعتماد التربية الإعلامية لحماية الشباب العربي في مواجهة التجنيد الإلكتروني الإرهابي عبر التمكن من آليات الإعلام الجديد. (٣٨)

٣٦- مقال بعنوان "حاجتنا إلى تربية إعلامية أخلاقية للتعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي"، أحمد السبيبة النعيمي، ٢٠١٧

٣٧- تأثير التربية الإعلامية في عقلنة الخطاب الديني، دراسة شبه تجريبية، فاطمة الزهراء صالح، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٨ (١)، ٢٠٢٥-٢٥٠، ٢٠١٩

٣٨- التربية الإعلامية في مواجهة التجنيد الإلكتروني الإرهابي، مقارنة استراتيجية لمكافحة المد الإرهابي عبر التمكن من آليات الإعلام الجديد، عبد اللطيف بن صفية ٢٠١٨، المجلة المغربية للسياسات العمومية، ٢٥، ٢٩-٥٣

واتفقت معها دراسة نسيمة طليب في تسليط الضوء على الدور الريادي للتربية الإعلامية في تحقيق انتقائية المحتوى وفهمه لدى مستخدمي وسائط الإعلام الجديد في قضايا الإرهاب الفكري، ذلك أن العديد منهم يتم تجنيدهم لخدمة مصالح الجماعات الإرهابية بسبب الافتقاد للفكر النقدي وعدم الحصانة من المحتويات المشبوهة وغياب الوعي الإعلامي. (٣٩)

ومن هنا نجد أن دور التربية الإعلامية بات ملحاً، خاصة وأن مجتمعنا المصري على وجه الخصوص عانى لفترات وما زال يعاني من موجات التوجيه الفكري للشباب وصغار السن من خلال بث محتوى رقمي عبر وسائل التواصل الاجتماعي يحمل تفاسير لآيات قرآنية وأحاديث نبوية مشكوك في صحتها توجه الفكر الجمعي نحو أعمال متطرفة وسلوكيات إرهابية سواء ضد الدولة وممتلكاتها أو حتى ضد مجموعات مجتمعية أخرى شريكة في الوطن، وربما وضع تدريب النشء على كيفية التعامل مع المحتوى والتحقق من صحته وتفسيره سياسهم بشكل كبير في الحد من انجراف مجموعة من الشباب وصغار السن نحو أهداف تلك الجماعات المتطرفة والإرهابية، ولا بد وأن يكون هنا للمؤسسات التعليمية الدينية كالأزهر الشريف دور في توجيه خطاب للشباب عن كيفية استقاء المعلومة وكيفية اخضاع النصوص للعقل بما لا يسبب ضرر لسلامة الأفراد والممتلكات العامة والخاصة، ولا نتجاهل هنا دور تلك المؤسسات الوطنية في فتح قنوات تواصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي للإجابة عن الأسئلة والنصوص المشكوك في صحتها، ولكن القصد هو اتخاذ خطوات استباقية والتوجه للنشء والطلاب داخل المدارس والجامعات وعمل ندوات وورشات عمل حول كيفية تمييز المحتوى السام والابتعاد عنه.

كما أن هناك العديد من المهارات التي لا بد من تدريب النشء والشباب عليها لتربيتهم إعلامياً رقمياً بشكل إيجابي ومنها:

أولاً: مهارة الوصول Access تعني القدرة على الوصول الفعلي إلى الأجهزة المناسبة واستخدامها بأي وقت والتعامل مع التكنولوجيا وأدوات البرمجيات ذات الصلة من أجل تحديد موقع المحتوى الإعلامي أو المعلومات المطلوبة (٤٠)

ولتحقيق مهارات الوصول لدى المستخدمين لا بد وأن تتوافر عناصر عملية الاتصال الرقمي كاملة، وهي المستخدم، الجهاز المستخدم في الوصول لشبكات الإنترنت، البنية التحتية الرقمية من توفر خدمة الإنترنت، وأخيراً المحتوى.

٣٩- التربية الإعلامية في مواجهة الإرهاب الفكري عبر وسائط الإعلام الجديد، نسيمة طليب ٢٠١٧، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية، المركز الجامعي غليزان - الجزائر، ٨، ١٤٧-١٦١

٤٠- أثر برنامج مقترح في التربية الإعلامية على تنمية مهارات إنتاج الفيديو الرقمي لدى طلاب المرحلة الثانوية، دراسة شبه تجريبية، مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، أسماء حسين وآخرون، جامعة المنيا، العدد ٣٨، ص ٤٦٩

ثانياً: مهارة التحليل **Analysis**: يمكن اعتبارها المهارة الأبرز في التربية الإعلامية بهدف تمكين النقد الذاتي **Critical** **autonomy** في علاقة الفرد بوسائل الإعلام، وتحتاج مهارة التحليل إلى الإجابة على أسئلة تتعلق بمصدر المحتوى وتوجهات الوسيلة وخصائصها، وطبيعة الخطاب المقدم عبرها، والجمهور المستهدف منها، وتمثل هذه العناصر محددات أساسية وضرورية لتحقيق الاستخدام الأمثل لوسائل الإعلام الجديدة (٤١).

ثالثاً: مهارة التقييم **Evaluation** تشير إلى القدرة على النقد والحكم على المضامين الإعلامية والتأكد من مصداقيتها وتوقع تأثيراتها المحتملة ونتائجها المتوقعة (٤٢)

رابعاً: مهارة إنتاج المحتوى **Content creation** تعني القدرة على نقل الأفكار إلى الآخرين وتحديد الهدف الاتصالي واختيار الوسيلة المناسبة والأسلوب الأفضل وتحديد وفهم الجمهور المستهدف من الرسالة فضلاً عن القدرة على استخدام اللغة الإعلامية والرموز المناسبة لإيصال المعاني (٤٣).

خامساً: مهارة تطبيق المسؤولية الاجتماعية **Reflection** تهدف إلى تطبيق المسؤولية الاجتماعية والمبادئ الأخلاقية على هوية أفراد الجمهور أنفسهم وخبراتهم الحياتية وتواصلهم وسلوكياتهم وأفعالهم من خلال المضامين الإعلامية كما جاء في المقدمة.

سادساً: مهارة المبادرة وخلق المنصات الرقمية **Action** يقصد بها العمل بشكل فردي وجماعي لنشر المعلومات وحل المشكلات من خلال المشاركة في المجتمع والعمل التطوعي والمبادرات (٤٤)

وهنا يتجلى ويتضح دور التربية الإعلامية، حيث يتم تزويد الفرد المستخدم منذ مراحل استخدامه البدائية بكيفية البحث عن المعلومة أو الخبر، وكيفية قراءته والتحقق من مصداقيته، وكيفية التعامل والتصرف ما إذا واجه المستخدم أي نوع من أنواع القرصنة الإلكترونية بهدف الابتزاز، أو حتى الوصول لمحتوى إرهابي أو تحريضي وكيفية إبلاغ السلطات المختصة بذلك لاتخاذ الإجراءات القانونية السليمة، والحرص على فهم دور المسؤولية الاجتماعية والمبادئ الأخلاقية على هذه الشبكات.

٤١- آليات تداول الشباب العربي للمحتوى الرقمي الزائف عبر وسائل التواصل الاجتماعي، نموذج مقترح في إطار مدخل التربية الإعلامية الرقمية، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام جامعة الأزهر، ٥٦، ٥٢٧-٥٨٤

٤٢- نفس المرجع السابق

٤٣- التربية الإعلامية في مواجهة العنف اللاواعي ضد المرأة في الفضاء الافتراضي، مجلة دراسات وأبحاث، المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية - الجزائر، ١٠ (٤)، ٧٦١

٤٤- مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى طلاب الجامعات، دراسات كيفية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، جامعة الأهرام الكندية، ٢٦، ١٩٦-٥١٥

ومن هنا يمكن لنا أن نستخلص تعريفاً إجرائياً للإجرائي للتربية الإعلامية الرقمية Digital Media Literacy :

"اكتساب الفرد المعارف والمهارات التي تسهم في تعزيز قدراته على الوصول إلى مضامين الرسائل الإعلامية وفهمها وتحليلها ونقدها، بل وإنتاجها مما يمكنه من الاستخدام الآمن والإيجابي لوسائل الإعلام الرقمي".

تقديم لورقة بحثية بعنوان "انتشار وسائل التواصل الاجتماعي ومستخدميها" (٤٥)

ويشير البحث الذي نشر بواسطة الباحث استيبان أورتيز اسبيننا بعنوان "انتشار وسائل التواصل الاجتماعي" بتاريخ سبتمبر ٢٠١٩، إلى أن مستخدمي منصة التواصل الاجتماعي فيسبوك والتي تعد واحدة من أضخم المنصات من حيث عدد المستخدمين الذين قد وصل عددهم لقاربة ٢,٤ مليار فرد وحتى تاريخ نشر الدراسة، فضلاً عن مستخدمي منصات يوتيوب وواتساب الذين وصل عددهم إلى مليار مستخدم لكل منهما في التاريخ نفسه، كما تشير الدراسة إلى أن فرداً واحداً من بين كل ثلاثة أفراد يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بشكل يومي بإجمالي ٣,٥ مليار نسمة حتى تاريخ الدراسة في سنة ٢٠١٩.

لقد غيرت وسائل التواصل الاجتماعي في العالم بعض أشكال التفاعلات الاجتماعية التقليدية، حيث يؤدي الاعتماد السريع والواسع لهذه التقنيات إلى تغيير كيفية العثور على شركاء لهدف معين، وكذلك الوصول إلى المعلومات والبيانات من خلال الأخبار التي باتت سرعة انتشارها يعادل لحظة حدوث الحدث نفسه حتى وإن كان في أقصى بقاع الأرض، مما جعلها وسيلة حديثة لتنظيم المطالبات بالتغيير السياسي أو الاحتجاجات على الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية في بعض الدول، وهذا ما لامسناه في مصر على سبيل المثال وكذلك بعض الدول العربية خلال ثورات الربيع العربي من ٢٠١٠ وحتى ٢٠١٦، حيث تمت الدعوات للمظاهرات الاحتجاجية عبر منصة فيسبوك، حيث لاقت تلك الدعوات تفاعلاً كبيراً من المحتجين على الأوضاع السياسية والاقتصادية، وما أن انتقلت تلك الاحتجاجات من وسائل التواصل الاجتماعي إلى الشارع، حتى باتت تلك المنصات شريكاً أساسياً في الأحداث، سواء بالإبلاغ عن أماكن التجمعات والاحتجاجات، أو الإعلان عن المختفين وغيرها من أنشطة تلك الأحداث، وهذا ما يختلف كل الاختلاف عن الطرق التقليدية السابقة لأحداث ضخمة كتلك الأحداث، والتي اندلعت وانتهت في أقل من شهر واحد.

من يستخدم وسائل التواصل الاجتماعي؟ ومتى بدأ ظهور وسائل التواصل الاجتماعي؟، وكيف تغير عدد المستخدمين بمرور الوقت؟ يجيب الباحث هنا على هذه الأسئلة الرئيسية وغيرها لفهم تاريخ وسائل التواصل الاجتماعي في جميع أنحاء العالم. نبدأ برسم توضيحي للاتجاهات الرئيسية ونختتم بمنظور حول معدل تبني وسائل التواصل الاجتماعي بالنسبة لتقنيات الاتصال الحديثة الأخرى.

ظهور وسائل التواصل الاجتماعي في بداية العقد الأول من القرن الحادي والعشرين

كان موقع MySpace أول موقع تواصل اجتماعي يصل إلى مليون مستخدم نشط شهرياً - وقد حقق هذا الإنجاز حوالي عام ٢٠٠٤. ويمكن القول إن هذا هو بداية وسائل التواصل الاجتماعي كما نعرفها

في الرسم البياني المرفق، يتضح لنا المستخدمين النشطين شهرياً عبر بعض المنصات الأكثر انتشاراً منذ عام ٢٠٠٤، بعض مواقع التواصل الاجتماعي الكبيرة، مثل Facebook و YouTube و Reddit، كانت موجودة منذ عشر سنوات أو أكثر، لكن المنصات الكبيرة الأخرى أحدث كثيراً.

على سبيل المثال منصة TikTok، تم إطلاقها في سبتمبر ٢٠١٦، وبحلول منتصف عام ٢٠١٨، وصل عدد مستخدميها بالفعل إلى نصف مليار مستخدم. حيث اكتسبت TikTok، في المتوسط، حوالي ٢٠ مليون مستخدم جديد شهرياً خلال هذه الفترة.

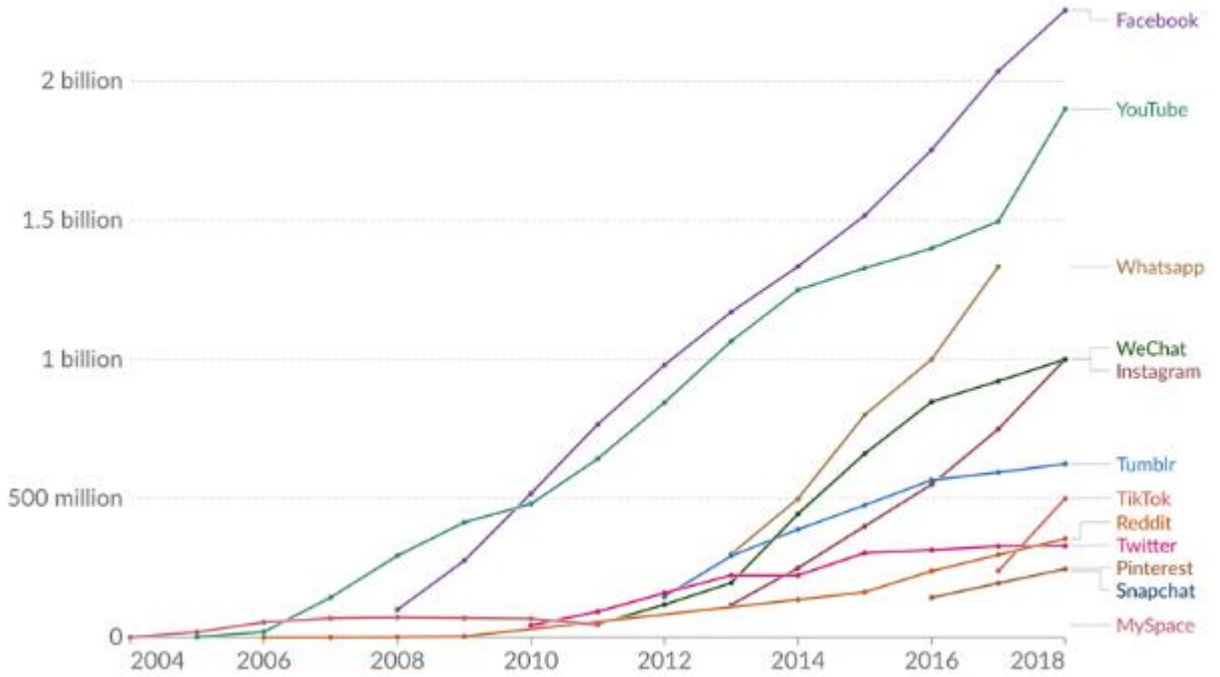
تظهر البيانات أيضاً تغيرات سريعة حدثت في الاتجاه العكسي لبعض المنصات، حيث اختفت المنصات التي كانت مهيمنة من قبل، في عام ٢٠٠٨، كان Hi5 و MySpace و Friendster منافسين قريبين لـ Facebook، ولكن بحلول عام ٢٠١٢ لم يكن لديهم حصة في السوق تقريباً، حيث كانت منصة MySpace آنذاك هي الأوسع انتشاراً واستخداماً، مع الأخذ في الاعتبار أنها تجاوزت Google- مؤقتاً- في عام ٢٠٠٦ باعتبارها الموقع الأكثر زيارة في الولايات المتحدة.

كما تغيرت سياسات استخدام معظم منصات وسائل التواصل الاجتماعي التي نجت من العقد الماضي بشكل كبير فيما تقدمه للمستخدمين من مزايا، منصة تويتر على سبيل المثال، لم تكن تسمح للمستخدمين بتحميل مقاطع الفيديو أو الصور في البداية، وهذا ما أثر على عدد مستخدمي المنصة والمنضمين إليها، ولكن استجابة لآراء المستخدمين ورصد مزايا المنصات الأخرى ورغبة من القائمين على المنصة في الاستحواذ على نسبة أكبر من هذا السوق الناشئ آنذاك، أصبحت تلك المزايا ممكنة منذ عام ٢٠١١ وحتى اليوم، أكثر من ٥٠٪ من المحتوى المعروض على Twitter يتضمن صوراً ومقاطع فيديو.

Number of people using social media platforms, 2004 to 2018

Estimates correspond to monthly active users (MAUs). Facebook, for example, measures MAUs as users that have logged in during the past 30 days. See source for more details.

Our World
in Data



Source: Statista and TNW (2019)

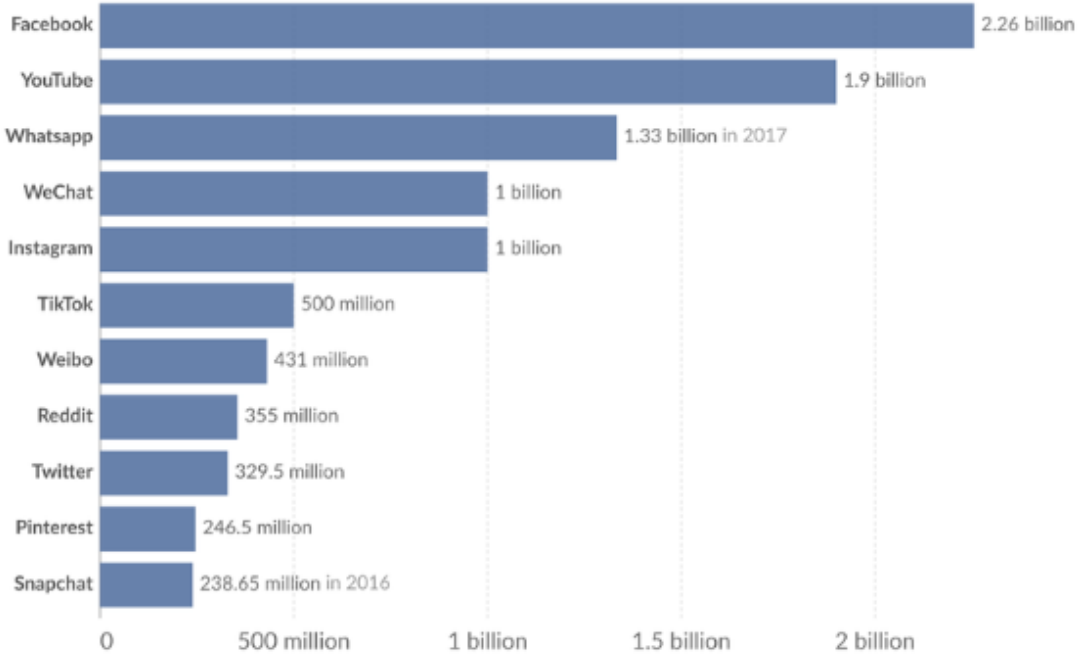
OurWorldInData.org/internet • CC BY

سيطر Facebook على سوق وسائل التواصل الاجتماعي لمدة عقد من الزمان، لكن خمس منصات أخرى لديها أيضًا وصلت لأكثر من نصف مليار مستخدم بواقع ٢,٣ مليار مستخدم، كان Facebook أكثر منصات التواصل الاجتماعي شعبية في عام ٢٠١٩، يليه منصات YouTube و Instagram و WeChat وبواقع أكثر من مليار مستخدم لكلٍ منهما، كما جاء Tumblr و TikTok بعد ذلك وبواقع أكثر من نصف مليار مستخدم لكلٍ منهما.

يعرض المخطط التالي ترتيب أهم منصات التواصل الاجتماعي من حيث أعداد المستخدمين في سنة ٢٠١٨

Number of people using social media platforms, 2018

Estimates correspond to monthly active users (MAUs). Facebook, for example, measures MAUs as users that have logged in during the past 30 days. See source for more details.



Source: Statista and TNW (2019)

OurWorldInData.org/internet • CC BY

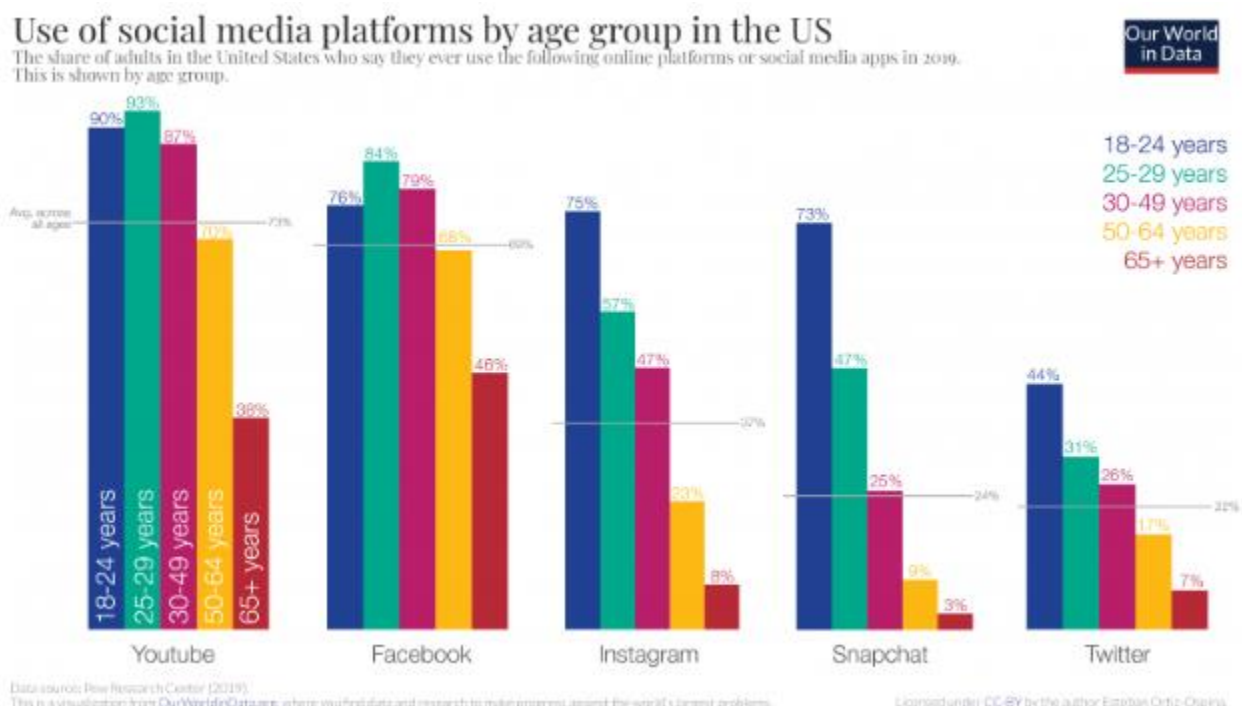
-شكل ٢-

تحظى بعض مواقع التواصل الاجتماعي بشعبية كبيرة خاصة بين مجموعات سكانية محددة، تخفي الأرقام الإجمالية قدرًا كبيرًا من عدم التجانس عبر الأنظمة الأساسية. تحظى بعض مواقع التواصل الاجتماعي بشعبية أكبر من غيرها بين مجموعات سكانية محددة.

بشكل عام، يبدو لنا جميعاً أن مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي من الشباب أكثر من كبار السن، لكن بعض المنصات أكثر شيوعاً بين الشباب من غيرها، يظهر الرسم البياني التالي تفاصيل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي حسب الفئة العمرية في الولايات المتحدة.

بالنسبة إلى Instagram و Snapchat، فإن "التدرج العمري" شديد الانحدار - تنخفض شعبية هذه المنصات بشكل أسرع مع تقدم العمر المستخدم، يستخدم معظم الأشخاص الذين تقل أعمارهم عن ٢٥ عامًا (73٪) Snapchat ، بينما يستخدمه ٣٪ فقط ممن تزيد أعمارهم عن ٦٥ عامًا.

نظرًا لأن هذه المنصات جديدة نسبيًا، فمن الصعب معرفة مقدار هذا التدرج العمري الناتج عن "تأثير المجموعة". بمعنى آخر: من غير الواضح ما إذا كان شباب اليوم سيستمررون في استخدام Snapchat مع تقدمهم في العمر، إذا فعلوا ذلك، فسيضيق تدرج العمر.



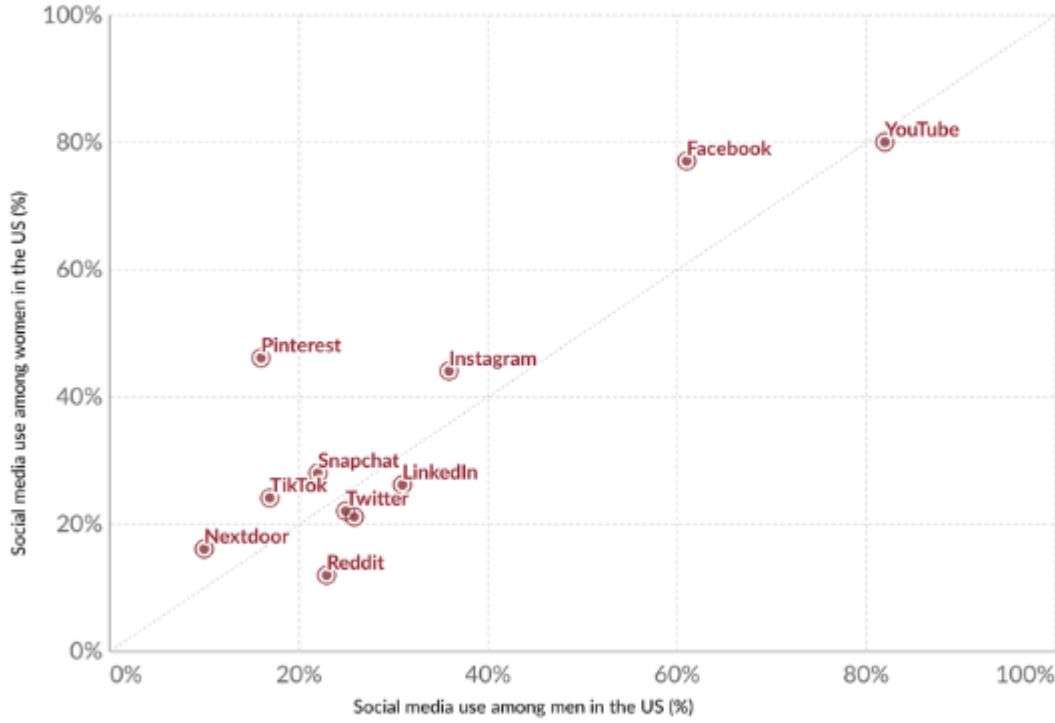
-شكل ٣-

الاختلافات بين الجنسين من مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي

يوضح الرسم البياني التالي النسبة المئوية للرجال والنساء الذين استخدموا منصات التواصل الاجتماعي المختلفة في الولايات المتحدة في عام ٢٠٢١ - يشير الخط المائل إلى التكافؤ، والمنصات الموجودة فوق الخط المائل تعد الأكثر شيوعًا بين النساء، أما المنصات أدناه هي الأكثر شيوعًا بين الرجال.

بالنسبة لبعض المنصات، فإن الفروق بين الجنسين كبيرة، كانت نسبة النساء اللاتي استخدمن Pinterest أعلى بثلاث مرات من نسبة الرجال الذين يستخدمون المنصة نفسها، أما بالنسبة إلى Reddit، كان العكس هو الصحيح: كانت نسبة الرجال أعلى مرتين.

Share of US adults who use social media platforms, by gender, 2021



Source: Pew Research Center (2021)

OurWorldInData.org/internet • CC BY

-شكل ٤-

في البلدان الغنية، يستخدم جميع الشباب تقريبًا وسائل التواصل الاجتماعي

نعلم أنه إذا كان لدى منصة Facebook حوالي ٢,٣ مليار مستخدم في عام ٢٠١٩، فإن ٣٠٪ على الأقل من العالم يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي، هذا مجرد متوسط - كانت معدلات الاستخدام أعلى بكثير بالنسبة لبعض مناطق العالم، وتحديدًا لبعض المجموعات السكانية.

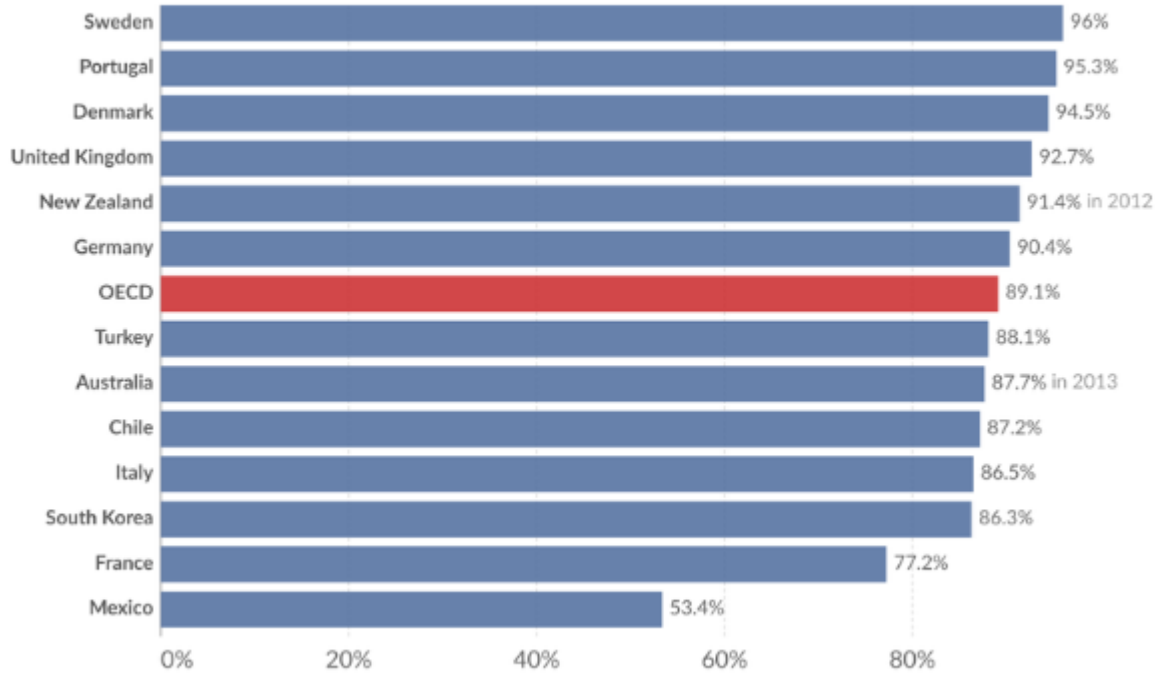
يميل الشباب إلى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل متكرر، في الواقع، في البلدان الغنية حيث يكون الوصول إلى الإنترنت أسهل بفضل البنية التحتية وأسعار توفير الخدمة، ولذلك يستخدمه الغالبية العظمى من الشباب.

يوضح الرسم البياني الخاص التالي نسبة الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم بين ١٦ و ٢٤ عامًا والذين استخدموا الشبكات الاجتماعية في مختلف البلدان. كما نرى، فإن متوسط منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية يقترب من ٩٠٪.

إذا استمر شباب اليوم في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي طوال حياتهم، فمن المحتمل أن تستمر وسائل التواصل الاجتماعي في النمو بسرعة مع توسع استخدام الإنترنت في جميع البلدان ذات الدخل المنخفض.

Percentage of young people engaging in social networking online, 2014

Percentage of young people, aged 16-24, engaging in social networking online. The OECD average is unweighted. Data refer to 2014 or closest available estimate.



Source: OECD Society at a Glance (2019)

OurWorldInData.org/internet • CC BY

-شكل ٥-

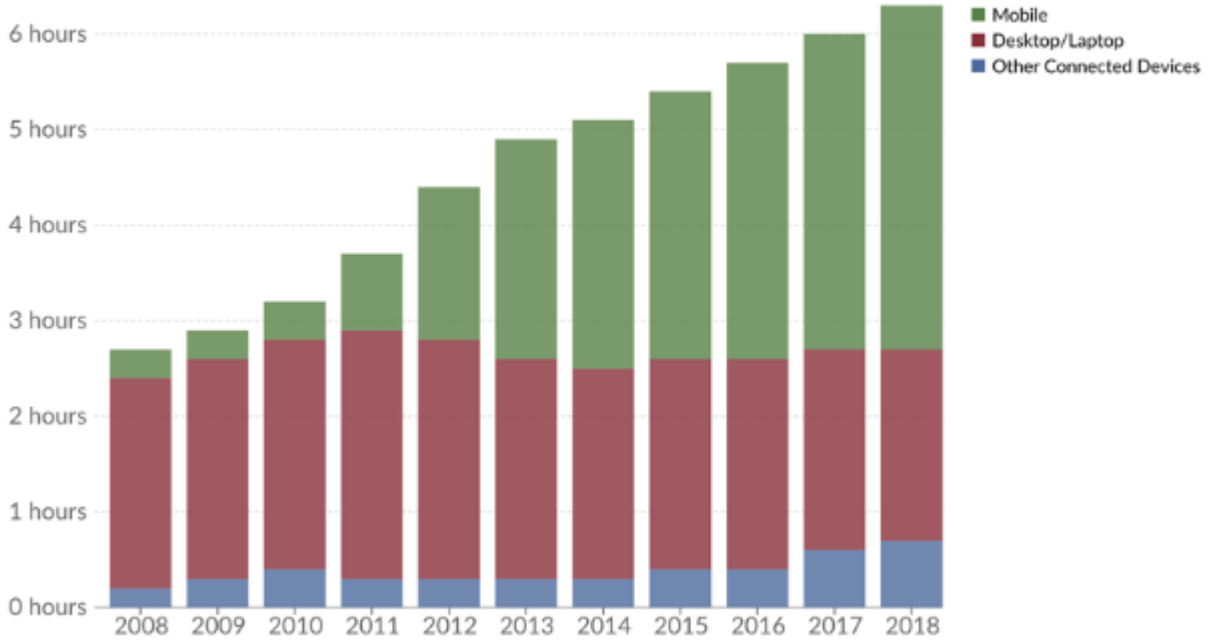
ترافق ظهور وسائل التواصل الاجتماعي في البلدان الغنية مع زيادة مقدار الوقت الذي يقضيه الإنترنت

تزامنت الزيادة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي خلال العقد الماضي مع زيادة كبيرة في مقدار الوقت الذي يقضيه الأشخاص على الإنترنت.

في الولايات المتحدة، يقضي البالغون أكثر من ٦ ساعات يوميًا على الوسائط الرقمية (التطبيقات ومواقع الويب التي يتم الوصول إليها من خلال الهواتف المحمولة والأجهزة اللوحية وأجهزة الكمبيوتر والأجهزة المتصلة الأخرى مثل أجهزة الألعاب). كما يظهر الرسم البياني، كان هذا النمو مدفوعًا بالكامل تقريبًا بالوقت الإضافي الذي تم قضاءه على الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية

Daily hours spent with digital media, United States, 2008 to 2018

Average hours per day spent engaging with digital media (e.g. digital images and videos, web pages, social media apps, etc.) The data for 'other connected devices' includes game consoles. Mobile includes smartphones & tablets. All data includes both home & work usage for people 18+.



Source: BOND Internet Trends (2019)

OurWorldInData.org/internet • CC BY

-شكل ٦-

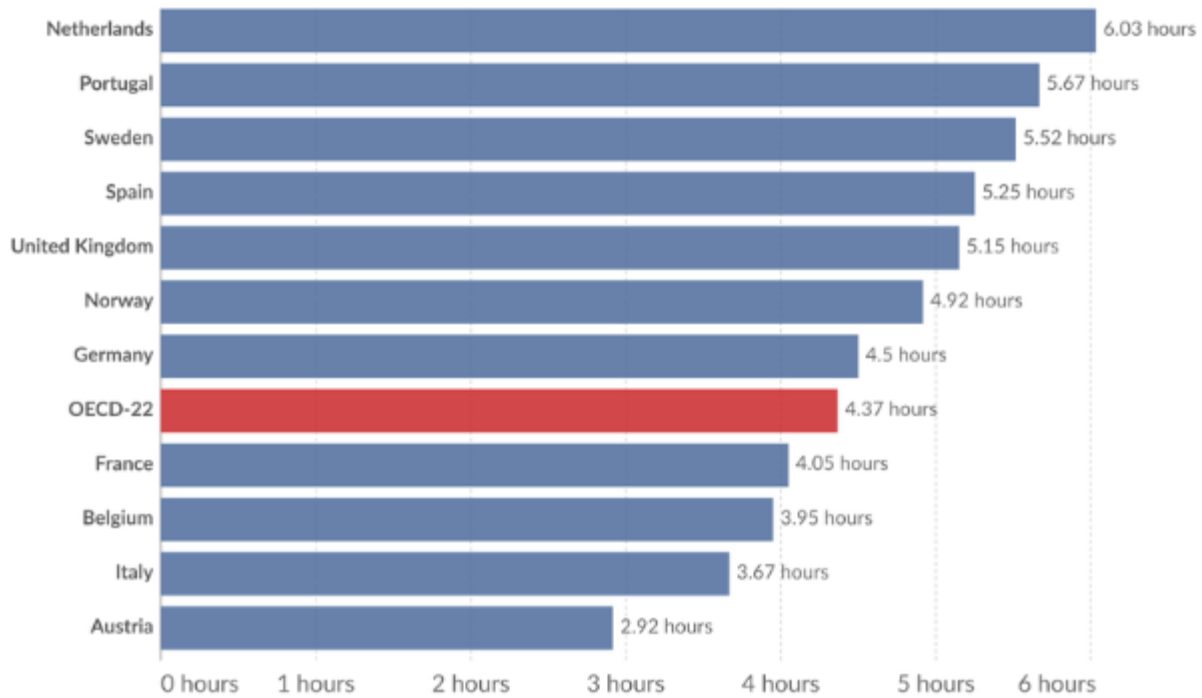
وفقًا لمسح أجراه مركز بيو للأبحاث، من المرجح أن يحصل البالغون الذين تتراوح أعمارهم بين ١٨ و ٢٩ عامًا في الولايات المتحدة على الأخبار بشكل غير مباشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي أكثر من الصحف المطبوعة أو المواقع الإخبارية مباشرة. كما أفادوا بأنهم متصلون بالإنترنت "بشكل مستمر تقريبًا"

هناك أدلة على أنه في البلدان الغنية الأخرى، يقضي الأشخاص أيضًا ساعات طويلة يوميًا على الإنترنت. يوضح الرسم البياني التالي عدد الساعات التي يقضيها الشباب على الإنترنت في مختلف البلدان الغنية. كما نرى، فإن المتوسط في منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية هو أكثر من ٤ ساعات في اليوم؛ في بعض البلدان، يكون المتوسط أعلى من ٦ ساعات في اليوم.

Daily time spent on the Internet by young people, 2016

Hours per day spent on the Internet by people aged 14-24

Our World
in Data



Source: OECD Society at a Glance (2019)

OurWorldInData.org/internet • CC BY

-شكل ٧-

بعض وجهات النظر حول مدى سرعة وعمق هذه التغييرات

ارتفعت نسبة البالغين الأمريكيين الذين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي من ٥٪ في عام ٢٠٠٥ إلى ٧٩٪ في عام ٢٠١٩. وحتى على المستوى العالمي، فإن سرعة الانتشار مذهلة: فقد ارتفع موقع Facebook من تغطية حوالي ١,٥٪ من سكان العالم في عام ٢٠٠٨ إلى حوالي ٣٠٪ في ٢٠١٨,٥

كيف يقارن هذا بانتشار تقنيات الاتصال الأخرى التي تشكل جزءًا من حياتنا اليومية اليوم؟

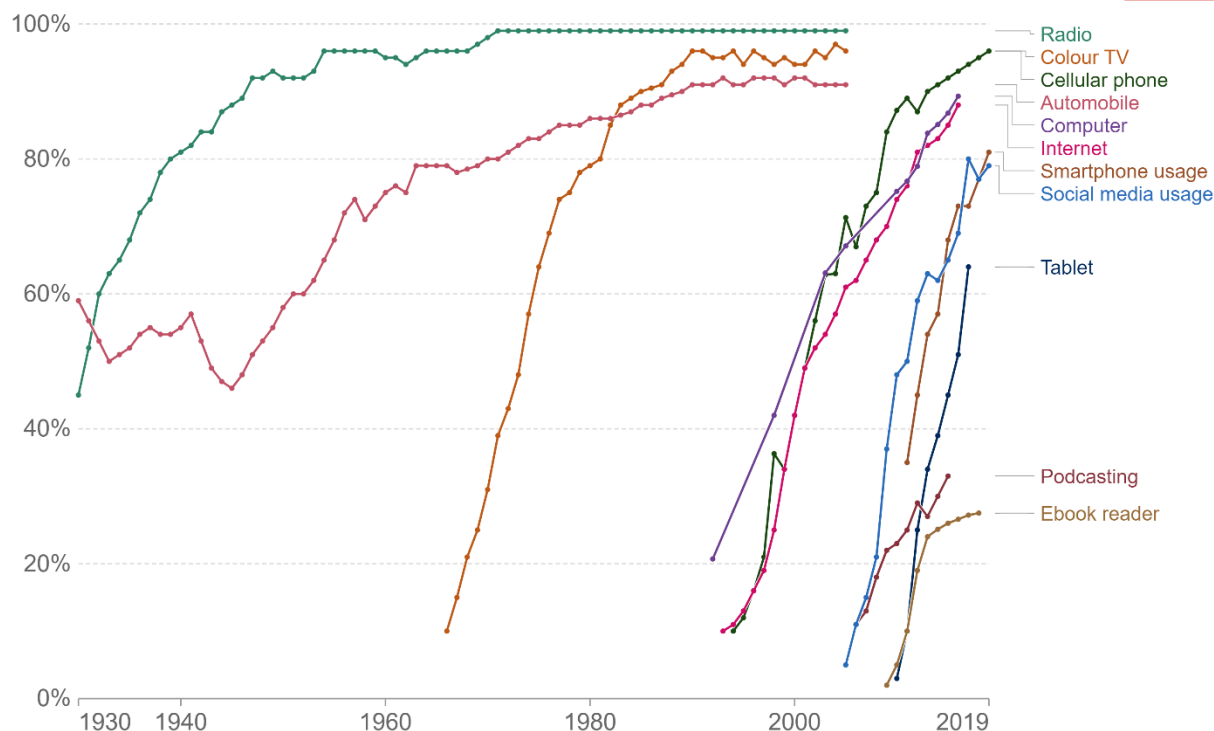
يوفر الرسم البياني التالي بعض النقاط التي من الممكن أن نستند عليها، حيث يمكن مقارنة نمو وسائل التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة - من حيث السرعة والوصول إلى حد ما - بمعظم تقنيات تمكين الاتصالات الحديثة، بما في ذلك أجهزة الكمبيوتر والهواتف الذكية والإنترنت.

يعد ظهور وسائل التواصل الاجتماعي مثالاً رائعاً على مدى سرعة تغير السلوكيات الاجتماعية بشكل جذري: شيء ما أصبح اليوم جزءاً من الحياة اليومية لثلث سكان العالم لم يكن من الممكن تصوره قبل أقل من جيل مضى.

دائمًا ما تثير التغييرات السريعة مثل تلك التي تحدثها وسائل التواصل الاجتماعي مخاوف بشأن الآثار السلبية المحتملة على وجه التحديد، في سياق وسائل التواصل الاجتماعي، فإن السؤال الرئيسي هو ما إذا كانت تقنيات الاتصال الجديدة هذه تضر بصحتنا العقلية - هذا سؤال مهم ونحن نغطي الدليل في مقال آخر حول عالمنا في البيانات.

Share of United States households using specific technologies

Our World
in Data



Source: Horace Dediu; Comin and Hobijn (2004); other sources collated by Our World in Data OurWorldInData.org/technological-change • CC BY

-شكل ٩-

خاتمة

لم تصبح شبكات الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي شيئاً جديداً على الناس، أصبحوا لا يكتثرون بحجم التطور السريع، لم تعد تصيهم تلك الدهشة التي كانت تظهر على وجوههم وسلوكياتهم عند بداية استخدام شبكات الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، والتطور الهائل والسريع الذي حدث حتى وصلنا لما نحن عليه اليوم، بل ولم نعد لدينا رفاهية نقد تلك الأجهزة، لأننا في أشد الحاجة إلى الخدمات التي باتت تقدم على الشبكات، فبالفعل ساعدت وسائل شبكات الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي على وجه الخصوص الإنسان في تسيير حياته بشكل أسلس وأسرع وأكثر دقة واحترافية، حتى أن الفرد أصبح لا يمكنه أن يتجاهل استخدام تلك الوسائل، وبات بديلاً لطرق تقليدية كنا نستخدمها في السابق، على سبيل المثال أصبحت منصات للتوظيف لتحل محلات شركات التوظيف التقليدية والتي يتطلب لطالب الخدمة الذهاب إلى مقر الشركة لمقابلة أحد الموظفين وكتابة وطباعة أوراق .. إلخ، بات الآن بلمسات يمكن أن تعبئ الطلب الخاص بك ورفع الوثائق والمستندات وإرساله لفرد آخر يدرس الحالة ويقرر التوظيف من عدمه، ما نعنيه من هذا المثال هو السرعة والدقة وتوفير سبل الراحة الفيزيائية للفرد، طبق هذا المثال على العديد من الجوانب والأنشطة الإنسانية، فقد أصبح التسوق إلكترونياً وله منصات الخاصة، كما أصبح للتعليم والتعلم منصات أخرى، للرياضية والثقافة والاقتصاد والبورصة والدوائر الحكومية في الدول، الإعلان عن حرب أو التحذير من وباء، وغيرها العديد والعديد، ومن هنا لابد وأن نعترف أن المنصات الإلكترونية هي المجتمع الافتراضي الموازي لمجتمعنا الحقيقي، ولكنه أكثر دقة واحتراف وسرعة.

ولا يمكننا القول إن الإعلام المجتمعي له سلبيات عديدة، بل نستطيع أن نقول إن الإعلام المجتمعي هو سلاح ذو حدين فكما يوجد سلبيات له عديدة كذلك يوجد أيضاً إيجابيات، كما أن هذا الإعلام يتناسب مع التطور التكنولوجي الذي يحدث في العالم أجمع بكافة المجالات، لكن يتطلب الأمر ضرورة التوعية بشأن كل ما يعرض في المواقع المختلفة سواء الإلكترونية أو مواقع التواصل الاجتماعي، وضرورة مراقبة الأطفال وسلوكياتهم عندما يستخدمون مواقع التواصل حتى لا يتأثروا بكل ما يعرض على هذه الوسائل.

ويأتي دور التربية الإعلامية في تدريب تنشئة وتربية الفرد منذ طفولته على كيفية التعامل مع تلك الشبكات وما تحتويه من منصات وأخبار، كيفية حماية نفسه إلكترونياً، وكذلك تعليمه كيفية الإبلاغ عن وجود أي تهديدات سواء لشخصه أو مجتمعه.

المراجع

- ١- مها عبد المجيد، الإشكاليات المنهجية في دراسة تطبيقات الإعلام الاجتماعي رؤية تحليلية المجلة العربية للإعلام والاتصال، ١٥٤، ٢٠١٦.
- ٢- لتحليل النقدي للدراسات الكمية في تطبيقات الإعلام الاجتماعي الدراسات المصرية نموذجا: دراسة تحليلية من المستوى الثاني في الفترة من ٢٠١٠ - ٢٠١٨ م، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر - كلية الإعلام بالقاهرة ٢٠١٨.
- ٣- شمس ضيات، الإعلام الجديد: قراءة في تطور المفهوم والوظيفة مجلة علوم الإنسان والمجتمع، ١٥٤، الجزائر، ٢٠١٥.
- ٤- هاميلينك، ترجمة حسن إسماعيل، تكنولوجيا الإعلام الحديث، مجلة الفكر العربي، ٥٠٤، ١٩٨٨.
- ٥- الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي، عبد العزيز، زهية مجلس الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية ٢٠١٨، ١٦٤، ص ١٦٨.
- ٦- أمنة حسين إبراهيم محاميد زيد، الإعلام الاجتماعي وأثره على الأسرة العربية من منظور اجتماعي وثقافي كتاب أعمال المؤتمر الدولي المحكم، التفكك الأسري - الأسباب والحلول مركز جيل للبحث العلمي ٢٠١٨.
- ٧ - سهام فينقي، وسائل الإعلام الاجتماعي والمرأة الجزائرية: فضاءات حرة للتعبير مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، ١٤٤، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، ٢٠١٨.
- ٨- شمس ضيات، الإعلام الجديد: قراءة في تطور المفهوم والوظيفة مرجع سابق.
- ٩- محمد محمود ذهبية، الإعلام المعاصر ط ١، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع ودار أجنادين للنشر والتوزيع ٢٠٠٧.
- ١٠- عطية الحاج سالم، الإعلام الجديد: مبادئ المفهوم، حوليات جامعة الجزائر ١، ٣٢٤، ٢٠١٨.
- ١١ -نادية غلاب، الإعلام الجديد في ظل مجتمع المعرفة: قراءة في المفهوم والخصائص، أنثروبولوجيا: المجلة العربية للدراسات الأنثروبولوجية المعاصرة، مج ٥، ١٠٤، ٢٠١٩.
- ١٢ -غادة أمين الإعلام الجديد والشبكات الاجتماعية Social Networking: مدخل نظري لفهم الخصائص والسلبيات المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، ٩٤، ٢٠١٧.
- ١٣ -محمد علي الفعاري، تحليل العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد دراسة نقدية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام. عدد خاص ٢٠١٨.
- ١٤ انتصار إبراهيم عبد الرزاق، وصفد حسام الساموك، الإعلام الجديد، جامعة بغداد وزارة التعليم العالي والبحث العلمي العراقية، العراق، ٢٠١١.

- ١٥- حكيمة جاب الله، الإعلام الجديد وإشكالية الخصوصية الثقافية، مجلة مقاربات ع٣٦، ٢٠١٩.
- ١٦ صلاح الدين حافظ الإعلام في عصر سريع التغير مجلة الدراسات الإعلامية، ع٩١٤، المركز العربي الإقليمي للدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والبيئة ١٩٩٨.
- ١٧ بهاء الدين إبراهيم وسامي راشد تكنولوجيا الإعلام الرقمي والتغير الاجتماعي دراسة ظاهرة الابتزاز الإلكتروني في وسائل التواصل الاجتماعي في سلطنة عمان، المجلة الدولية للإعلام والاتصال الجماهيري مج٣ ع١٤، ٢٠٢١.
- ١٨- بشرى جميل إسماعيل، مدخل إلى الإعلام الجديد المفهوم والنماذج، مجلة الباحث الإعلامي، ع١٤، ٢٠١١.
- ١٩- سميرة شيخاني، لإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق - المجلد ٢٦ - العدد الأول الثاني ٢٠١٠.
- ٢٠ حسن مكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات الدار للبنانية المصرية، ١٩٩٧.
- ٢١ عبد الفتاح علي، الإعلام الاجتماعي، دار اليازوري ٢٠١٨ ص ١١٨ يومية
- ٢٢ ليلي حمي، انتهاك الأخلاق والخصوصية عبر شبكة الإنترنت في التشريع المغربي، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط ع١٥، ٢٠١٧.
- ٢٣ حسام الدين استخدام تكنولوجيا الاتصال في انتشار الشائعات: دراسة حالة على مستخدمي الإنترنت والهاتف السيار بكلية دراسات الحاسبات الآلية، كمبيوتر مان في الفترة حتى أغسطس ٢٠٠٧، رسالة ماجستير، جامعة أم درمان ٢٠٠٧.
- ٢٤ غادة عبد التواب مصداقية الأخبار المحلية في الصحف والمواقع الإخبارية: دراسة ميدانية مجلة البحوث الإعلامية. ج ٣٣ جامعة الأزهر - كلية الإعلام بالقاهرة، ٢٠١٠.
- ٢٦ المرجع السابق
- ٢٧ نفس المصدر السابق
- ٢٥ بودربان عز الدين الويب ٢,٠ استخدامات جديدة للوصول إلى المعلومات ونشرها، رسالة المكتبة، جمعية المكتبات والمعلومات الأردنية، مج ٤٦ ع٣٤، الأردن، ٢٠١١.
- ٢٦- دور التربية الإعلامية في الاستخدام الآمن للإعلام الرقمي، د. أريج محمد فخر الدين، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٨٠، يوليو/سبتمبر ٢٠٢٢ (الجزء الثاني)
- ٢٧- دور التربية الإعلامية في الاستخدام الآمن للإعلام الرقمي، د. أريج محمد فخر الدين، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٨٠، يوليو/سبتمبر ٢٠٢٢ (الجزء الثاني)

- ٢٨- بودربان عز الدين الويب ٢٠٠٠ استخدامات جديدة للوصول إلى المعلومات ونشرها، رسالة المكتبة، جمعية المكتبات والمعلومات الأردنية، مج ٤٦ ع ٣، الأردن، ٢٠١١
- ٢٩- الضوابط القانونية المنظمة للإعلام الرقمي في مصر، دراسة تحليلية، د. شيرين محمد كدواني، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد ٢٩، إبريل/يونيو ٢٠٢٠
- ٣٠- التربية الإعلامية في مواجهة الإرهاب الفكري عبر وسائط الإعلام الجديد، نسيم طيلىب ٢٠١٧، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية، المركز الجامعي غليزان - الجزائر، ٨، ١٤٧-١٦١
- ٣١- البياتي ٢٠١٢
- ٣٢- الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراته السلبية، أحمد ناجي قمحة ٢٠١٤، مجلة السياسة الدولية، (د.ع.ن)
- ٣٣- التربية الإعلامية والغزو الإعلامي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مقارنة نظرية في الأهمية والأشكال، د. أونيس ابتسام، د. راضية قراض، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد ٦، العدد ٣، يوليو ٢٠٢١
- ٣٤- البياتي ٢٠١٢
- ٣٥- التربية الإعلامية والرقمية، ضرورة ملحة في عالم متعدد الأقطاب، محمد فاضل البدراني، موقع التجديد العربي
- ٣٦- مقال بعنوان "حاجتنا إلى تربية إعلامية أخلاقية للتعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي"، أحمد السبيبة النعيمي، ٢٠١٧
- ٣٧- تأثير التربية الإعلامية في عقلنة الخطاب الديني، دراسة شبه تجريبية، فاطمة الزهراء صالح، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٨ (١)، ٢٢٥-٢٥٠، ٢٠١٩
- ٣٨- التربية الإعلامية في مواجهة التجنيد الإلكتروني الإرهابي، مقارنة استراتيجية لمكافحة المد الإرهابي عبر التمكن من آليات الإعلام الجديد، عبد اللطيف بن صافية ٢٠١٨، المجلة المغربية للسياسات العمومية، ٢٥، ٢٩-٥٣
- ٣٩- التربية الإعلامية في مواجهة الإرهاب الفكري عبر وسائط الإعلام الجديد، نسيم طيلىب ٢٠١٧، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية، المركز الجامعي غليزان - الجزائر، ٨، ١٤٧-١٦١
- ٤٠- أثر برنامج مقترح في التربية الإعلامية على تنمية مهارات إنتاج الفيديو الرقمي لدى طلاب المرحلة الثانوية، دراسة شبه تجريبية، مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، أسماء حسين وآخرون، جامعة المنيا، العدد ٣٨، ص ٤٦٩
- ٤١- آليات تداول الشباب العربي للمحتوى الرقمي الزائف عبر وسائل التواصل الاجتماعي، نموذج مقترح في إطار مدخل التربية الإعلامية الرقمية، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام جامعة الأزهر، ٥٦، ٥٢٧-٥٨٤
- ٤٢- نفس المرجع السابق

٤٣- التربية الإعلامية في مواجهة العنف اللاواعي ضد المرأة في الفضاء الافتراضي، مجلة دراسات وأبحاث، المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية – الجزائر، ١٠(٤)، ٧٦١

٤٤- مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى طلاب الجامعات، دراسات كيفية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، جامعة الأهرام الكندية، ٢٦، ١٩٦-٥١٥

٤٥ Esteban Ortiz-Ospina (2019) - "The rise of social media". Published online at OurWorldInData.org. Retrieved from: '<https://ourworldindata.org/rise-of-social-media>' [Online Resource]