

ANALYZING THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA PLATFORMS ON MEDIA CULTURE IN ARAB

Zainalabdain Ali Jeryo 1

Russian- Volgograd University- Department of journalism.

zainalaabdainjrey@gmail.com

Dr. Ahmed Jaber Khayoon 2

UNIVERSITY OF SUMER

Ahmedjabber113@gmail.com

Article history:	Abstract:
<p>Received: 14th February 2025</p> <p>Accepted: 11th March 2025</p>	<p>This research aims to study the impact of social media platforms on media culture in Arab countries. In light of the significant technological transformations that have occurred in the Arab region in recent years, social media platforms have become a major tool for disseminating news and information, leading to a shift in traditional media practices and the creation of a new media culture. The study explores how these platforms have affected news consumption patterns and media content, as well as their influence on social and political values within Arab societies. It also highlights the challenges related to the credibility of information and the spread of fake news, discussing how to address these challenges in the open digital world. The research concludes that social media platforms have contributed to enhancing freedom of expression and expanding the public debate space, but they have also led to the spread of fake news and created new challenges regarding media credibility. The study emphasizes the importance of strengthening media literacy and developing regulations that govern the use of social media platforms to ensure their safe and effective use in line with media values and principles</p>

Keywords:

ملخص:
يهدف هذا البحث إلى دراسة تأثير منصات التواصل الاجتماعي على الثقافة الإعلامية في الدول العربية. في ظل التحولات التقنية الكبيرة التي شهدتها المنطقة العربية في السنوات الأخيرة، أصبحت منصات التواصل الاجتماعي أداة رئيسية في نقل الأخبار والمعلومات، مما ساهم في تغيير أساليب الإعلام التقليدي وتشكيل ثقافة إعلامية جديدة. يتناول البحث كيفية تأثير هذه المنصات على أساليب استهلاك الأخبار والمحتوى الإعلامي، بالإضافة إلى تأثيراتها على القيم الاجتماعية والسياسية في المجتمعات العربية. كما يسلط الضوء على التحديات المتعلقة بمصداقية المعلومات وانتشار الأخبار الزائفة، ويستعرض كيفية التعامل مع هذه التحديات في ظل الانفتاح على العالم الرقمي.

يخلص البحث إلى أن منصات التواصل الاجتماعي قد أسهمت في تعزيز حرية التعبير وتوسيع فضاء النقاش العام، لكنها أيضاً ساهمت في انتشار الأخبار الزائفة وخلقت تحديات جديدة فيما يتعلق بمصداقية الإعلام. كما يؤكد البحث على أهمية تعزيز الثقافة الإعلامية وتطوير التشريعات التي تنظم استخدام منصات التواصل لضمان استخدام آمن وفعال لهذه المنصات في ظل القيم والمبادئ الإعلامية.

المقدمة:

في عصر المعلومات الرقمية والتكنولوجيا المتطورة، أصبحت منصات التواصل الاجتماعي إحدى أبرز الظواهر التي غزت حياة الأفراد والمجتمعات حول العالم. ولعل أكثر المناطق تأثراً بهذا التحول التكنولوجي هي الدول العربية، حيث شهدت هذه الدول في العقدين الأخيرين تغيرات جذرية في طريقة تفاعل الأفراد مع الأخبار والمحتوى الإعلامي. فمع الانتشار الواسع للهواتف الذكية، والتطور السريع للإنترنت، أصبحت منصات مثل "فيسبوك"، "تويتر"، "إنستغرام"، و"تيك توك" وسيلة رئيسية لنقل المعلومات وتبادل الآراء، مما أثر بشكل مباشر على الثقافة الإعلامية في هذه البلدان.

تتمثل أهمية هذا البحث في دراسة تأثير هذه المنصات على الثقافة الإعلامية في الدول العربية، خاصة في ظل التحولات التي طرأت على أساليب الإعلام التقليدية وتغير أنماط استهلاك الأخبار. لقد سعت وسائل الإعلام التقليدية في الماضي إلى التأثير في الرأي العام من خلال طرق تواصل أحادية الاتجاه، إلا أن منصات التواصل الاجتماعي أتاحَت للأفراد فرصة المشاركة الفعالة في إنشاء المحتوى الإعلامي، مما أدى إلى تحولات كبيرة في الطريقة التي يتم بها استهلاك المعلومات والتفاعل معها.

يسعى هذا البحث إلى تحليل دور منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة الإعلامية في المنطقة العربية، ودراسة تأثيرها على القيم الاجتماعية، السياسية، والثقافية. كما يستكشف التحديات والفرص التي تنشأ نتيجة لهذا التغيير، وكذلك تأثير هذه المنصات في تحفيز التفاعل المجتمعي وتغيير مفهوم حرية التعبير. ويهدف البحث إلى تقديم رؤية شاملة حول كيفية تعامل المجتمعات العربية مع هذه الظاهرة، مع التركيز على العوامل التي تساهم في تعزيز أو تقليص تأثير منصات التواصل على الثقافة الإعلامية.

هدف البحث:

يهدف هذا البحث إلى دراسة وتحليل تأثير منصات التواصل الاجتماعي على الثقافة الإعلامية في الدول العربية، من خلال فهم كيفية تأثير هذه المنصات على أساليب استهلاك الأخبار والمحتوى الإعلامي، وكيفية تشكيلها للوعي الثقافي والاجتماعي لدى الأفراد. يتناول البحث أيضاً التحديات التي تواجه الإعلام التقليدي في ظل هذا التحول، وكيفية تأثير منصات التواصل على القيم والمعتقدات الاجتماعية في المنطقة العربية. كما يهدف إلى استكشاف دور منصات التواصل في تعزيز أو تقليص حرية التعبير، وتحليل العوامل التي تؤثر على مدى تأثير هذه المنصات في تشكيل الرأي العام في المجتمعات العربية.

أهمية البحث:

تكتسب دراسة تأثير منصات التواصل الاجتماعي على الثقافة الإعلامية في الدول العربية أهمية كبيرة في ظل التحولات السريعة التي شهدتها المنطقة العربية في السنوات الأخيرة. فمع انتشار هذه المنصات، أصبح الإعلام أكثر تنوعاً وتفاعلية، مما غير طرق الحصول على المعلومات والمشاركة في النقاشات العامة. أهمية هذا البحث تكمن في:

1. يساهم البحث في تسليط الضوء على تأثير منصات التواصل الاجتماعي على القيم الإعلامية، مثل مصداقية الأخبار، التفاعل الاجتماعي، وتغيير أولويات الجمهور في استهلاك المحتوى الإعلامي.
2. يساعد هذا البحث على فهم التحولات التي طرأت على الإعلام التقليدي في الدول العربية جراء تصاعد استخدام منصات التواصل الاجتماعي، ويعرض كيفية تكامل الإعلام التقليدي مع هذه المنصات أو تراجع دور الوسائل الإعلامية التقليدية.
3. من خلال دراسة تأثير هذه المنصات، يمكن تقديم رؤى حول كيفية تعامل الأفراد والمجتمعات مع المعلومات، بما في ذلك تحديات الأخبار الزائفة وتأثيرها على الثقافة العامة.
4. يوفر البحث تحليلاً لفرص الابتكار في المجال الإعلامي وكيفية مواجهة التحديات الناجمة عن انتشار الأخبار المضللة، والتفاعل السريع، والتأثيرات السياسية والاجتماعية لهذه المنصات.
5. يقدم البحث أفكاراً تساعد صناع القرار والإعلاميين في فهم التغيرات التي تحدث في المشهد الإعلامي العربي، وكيفية التكيف معها بطرق تحسن من مستوى التواصل الاجتماعي وتثري الثقافة الإعلامية في المنطقة.

إشكالية البحث:

تتمثل إشكالية هذا البحث في فهم كيفية تأثير منصات التواصل الاجتماعي على الثقافة الإعلامية في الدول العربية، وما إذا كانت هذه المنصات قد أحدثت تحولاً جذرياً في طريقة استهلاك الأخبار والمحتوى الإعلامي. يتساءل البحث عن مدى تأثير هذه المنصات على القيم الاجتماعية والسياسية في المجتمعات العربية، وكيف أثر هذا التأثير على الطريقة التي يتفاعل بها الأفراد مع المحتوى الإعلامي وبشكلون آرائهم حول القضايا المختلفة. كما تبرز الإشكالية في تحليل التحديات التي تطرحها منصات التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بمصداقية المعلومات وانتشار الأخبار الزائفة، وكيفية تأثير ذلك على الوعي الثقافي والإعلامي في المنطقة. وتتركز الإشكالية في تساؤلات رئيسية مثل:

1. كيف أثرت منصات التواصل الاجتماعي على ثقافة الإعلام في الدول العربية؟
2. هل ساعدت هذه المنصات في تعزيز التفاعل المجتمعي وحرية التعبير، أم أنها ساهمت في نشر المعلومات المضللة؟
3. كيف تغيرت أساليب استهلاك الأخبار والمحتوى الإعلامي في المجتمعات العربية بسبب منصات التواصل الاجتماعي؟
4. ما هي تأثيرات منصات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية والثقافية في المنطقة؟

فرضية البحث:

تؤثر منصات التواصل الاجتماعي بشكل كبير على الثقافة الإعلامية في الدول العربية، حيث أدت إلى تحول جذري في أساليب استهلاك الأخبار والمحتوى الإعلامي، وزيادة التفاعل الاجتماعي، إلا أنها ساهمت أيضاً في انتشار الأخبار الزائفة وتغيير القيم الإعلامية التقليدية.

منهج البحث:

اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي في دراسة تأثير منصات التواصل الاجتماعي على الثقافة الإعلامية في الدول العربية. هذا المنهج يتيح تحليل الظواهر الاجتماعية والإعلامية الناتجة عن استخدام منصات التواصل الاجتماعي، وفهم تأثيراتها على الأفراد والمجتمعات في المنطقة العربية.

المبحث الأول: المفاهيم والنظريات الأساسية لتأثير منصات التواصل الاجتماعي على الثقافة الإعلامية في الدول العربية

المطلب الأول: تعريف منصات التواصل الاجتماعي
تتخذ الشبكات الاجتماعية العديد من المسميات منها: مواقع التواصل الاجتماعي، الشبكات الاجتماعية... كما أن لها العديد من التعريفات تختلف من باحث إلى آخر، ومن بلد إلى آخر غير أنها تتفق جميعها في كون الشبكات الاجتماعية هي وليدة تطبيقات الإعلام الجديد وتقنية الويب 2.0. وفيما يأتي عرض لتعريفات الشبكات الاجتماعية حسب التقسيم التالي:

- تُعرف الشبكات الاجتماعية بأنها مجموعة من المواقع الإلكترونية التي ظهرت مع الجيل الثاني من شبكة الويب (Web 2.0)، وتتيح للأفراد إمكانية التواصل ضمن بنية مجتمع افتراضي يجمعهم اهتمام مشترك أو نوع من الانتماء، مثل الانتماء إلى بلد، مدرسة، جامعة، أو شركة، وغيرها. ويجري هذا التواصل من خلال تبادل الرسائل، والاطلاع على الملفات الشخصية، ومعرفة الأخبار والمعلومات التي يختار المستخدمون مشاركتها. وتُعد هذه الشبكات وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي، سواء بين أصدقاء نعرفهم في الواقع أو أولئك الذين نلتقيهم عبر الفضاءات الافتراضية.¹
- هي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تتيح للمستخدم إنشاء صفحة أو موقع شخصي خاص به، ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني بأعضاء آخرين يشاركونه الاهتمامات أو الهوايات ذاتها، أو تربطه بهم علاقات سابقة مثل الزملاء في الجامعة أو المدرسة الثانوية.²
- تُعد شبكات التواصل الاجتماعي منصات إلكترونية صُممت وفق مبدأ التفاعلية، بهدف إنشاء مجتمعات رقمية تجمع الأفراد عبر الإنترنت، من خلال توفير خدمات وأدوات تقنية متكاملة عبر الشبكة العنكبوتية، تُمكن المستخدمين من التواصل وتبادل المحتوى بأشكاله المختلفة. من خلال هذا التعريف يتبين أن مبدأ التفاعلية هو من أهم المبادئ التي بنيت عليها شبكات التواصل

¹ وليد رشاد زكي، نظرية الشبكات الاجتماعية من الإيديولوجيا إلى الميثودولوجيا، المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني، مارس 2012، ص3

² راضي زاهر، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمان الأهلية، عمان، ص23

الاجتماعي ولكن مفهوم التفاعلية قد تغير مع بداية الألفية الجديدة وذلك بولادة عدد من الشبكات العملاقة في هذا المضمار مثل HI5, FACEBOOK, MYSPACE, TWITTER وغيرها التي أعادت فكرة شبكات التواصل الاجتماعي من تفاعلية الأصدقاء إلى تفاعلية المؤسسات مع الزبائن وتفاعل المؤسسات مع بعضها وتفاعل الشعوب مع الشعوب.³

- شبكات التواصل الاجتماعي هي استخدام الانترنت لتمكين الأفراد من إيجاد بعضهم البعض وفق الاهتمامات المشتركة وإيجاد فرصة ليلاقوا بعضهم افتراضيا على شبكة الانترنت.⁴
- تُعرف الشبكة الاجتماعية بأنها خدمة إلكترونية تهدف إلى بناء وتعزيز الروابط الاجتماعية بين الأفراد الذين تجمعهم اهتمامات أو أنشطة مشتركة، أو أولئك الذين يسعون لاكتشاف اهتمامات وميول الآخرين. وترتكز هذه الخدمات بالدرجة الأولى على إتاحة مجموعة متنوعة من وسائل التفاعل بين المستخدمين، مثل: المحادثات النصية، الرسائل الخاصة، البريد الإلكتروني، مكالمات الفيديو والصوت، تبادل الملفات، التدوين، والنقاشات الاجتماعية وغيرها.⁵
- تُعد مواقع التواصل الاجتماعي جزءًا لا يتجزأ من منظومة الإعلام الجديد (New Media) أو الإعلام الرقمي (Digital Media)، والذي يُشير إلى مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية المستحدثة التي تتيح إنتاج المحتوى الإعلامي ونشره واستهلاكه بمختلف أشكاله، وذلك من خلال استخدام الوسائط الإلكترونية، سواء كانت متصلة بشبكة الإنترنت أو غير متصلة بها.⁶

المطلب الثاني: نشأة وتطور مواقع الشبكات الاجتماعية:

يُعد موقع TheGlobe.com، الذي أطلق عام 1994 في الولايات المتحدة، من أوائل مواقع التواصل الاجتماعي التي ظهرت على شبكة الإنترنت على هيئة تجمعات إلكترونية. تلاه في العام نفسه موقع GeoCities، ثم موقع Tripod في العام التالي. وقد ركزت هذه المنصات المبكرة على إتاحة فرص التفاعل بين الأفراد من خلال غرف الدردشة وتبادل المعلومات والأفكار الشخصية حول موضوعات متنوعة، عبر وسائل نشر فردية على صفحات إلكترونية، وهو ما شكّل الأساس لظهور المدونات لاحقًا. وفي هذا السياق، ظهرت أيضًا بعض التجمعات التي اعتمدت على ربط الأفراد من خلال عناوين بريدهم الإلكتروني، وكان أبرزها موقع Classmates.com الذي أطلق عام 1995، ويُعتبر أول موقع على الإنترنت يمكن وصفه فعليًا بأنه "شبكة اجتماعية". وقد صممه "راندي كونرادز" بهدف مساعدة الأصدقاء الذين جمعتهم المدارس أو الجامعات في فترات محددة من حياتهم، ثم فرقتهم ظروف الحياة، على إعادة التواصل فيما بينهم مجددًا.⁸

وقد بدأت ظاهرة المواقع الاجتماعية تنتشر مع موقع الدرجات الست Six degrees.com عام 1997 لإتاحة الفرصة بوضع ملفات شخصية للمستخدمين على الموقع وكذلك إمكانية التعليق على الأخبار الموجودة على المواقع وتبادل الرسائل مع باقي المشتركين. وهذه الشبكات اتبعت أسلوبًا مغايرًا ببساطة عن طريق الارتباط مع البعض عبر عناوين البريد الإلكتروني. وفي نهاية العقد التاسع أصبحت الملفات الشخصية هي الخاصة المحورية لمواقع الشبكات الاجتماعية، حيث أتاحت للمستخدمين تكوين قوائم من الأصدقاء والبحث عن مستخدمين آخرين لهم نفس الاهتمامات. وبهذا تضمنت مواقع تلك الشبكات الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء.

وبالرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أنها لم تستطع أن تدر ربحًا لمالكيها وتم إغلاق بعضها. وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الفترة ما بين 1999 وبين عام 2001 لكنها لم تحقق نجاحًا كبيرًا.

وتم ابتكار طرق جديدة للتواصل الاجتماعي في نهاية العقد التاسع، حيث بدأت كثير من المواقع في توفير إمكانية متقدمة للمستخدمين لتوسعة نطاق الأصدقاء والقدرة على التحكم في تلك الدائرة من الصداقات، وبهذا بدأ الرعي الجديد من الشبكات الاجتماعية في الازدهار بظهور مايك أوت كلوب **Make out club** في عام 2000 ثم "فرنديستر" Friendster عام 2002 وسرعان ما أصبح جزءًا من فعاليات الانترنت المتعارف عليها.⁸

منذ عام 2003، بدأت تظهر العديد من مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، وبرزت في هذا العام بشكل متسارع ظاهرة "المحتوى المُنتج من قبل المستخدمين"، حيث بدأت المنصات تركز على ما يقدمه الأعضاء أنفسهم من مواد ومشاركات، مثل الصور في موقع **Flickr**، والموسيقى في **Last.fm**، ومقاطع الفيديو في **YouTube**. وفي السياق ذاته، شهد موقع **MySpace** إقبالًا متزايدًا من المستخدمين، خاصة بعد انتشار شائعة مفادها أن موقع **Friendster** يعتزم فرض رسوم على مستخدميهم لقاء خدماته، مما دفع الكثير من المستخدمين إلى التحول إلى منصات بديلة مثل **MySpace**. وقد تميز هذا الأخير بإتاحة خدمات مخصصة وفق رغبات المستخدمين، حيث سمح لهم

¹Benneth, Iloka & Tangavelu, Vimala(2012). "Social Network Adoption in Businesses", a report belongs to www.ilokabenneth.com available on:

http://www.iservices.ilokabenneth.com/images/social_networking_in_buisness.pdf

⁴ Mohmed, Mohamed Y & Abdul. Rahman, Azizah(2010). "The Impact of Social Network on Some Selected Corporate Business", International Journal of Engineering Science and Technology Vol. 2(10), 2010, 5245-5254. Available on: <http://www.ijest.info/docs/IJEST10-02-10-161.pdf>

³ جمال مختار، حقيقة الفيس بوك عدو أم صديق، شركة متروبول للطباعة، مصر، ط 1، 2012، ص 9.

⁶ محمد سعيد باقر الومضان، الإعلام السعودي وتأثيره على السياحة الداخلية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية المفتوحة بالدمار، 2012، ص 61

³ فاطمة الزهراء عماري، استخدام القنوات التلفزيونية الاخبارية لتفاعلية شبكات التواصل الاجتماعي حالة الفيس بوك، رسالة ماستر غير منشورة، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 3، 2012، ص 33.

¹ أسامة بن صادق طيب، المعرفة وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية، العدد 39، مركز الدراسات الاجتماعية، جامعة الملك عبد العزيز، السعودية، 2012، ص 10

بإضافة سمات شخصية على صفحاتهم الخاصة. وكان الفتيان من صغار السن من أبرز المستخدمين لهذا الموقع، مما أدى لاحقاً إلى ظهور مشكلات تتعلق باستغلال القاصرين جنسياً عبر المنصة.⁹

خصائص الشبكات الاجتماعية :

- تتسم الشبكات الاجتماعية بعدد من الخصائص والمميزات التي جعلت منها أدوات تواصل رائدة وشائعة بين فئات المجتمع المختلفة، على تنوع أعمارهم ومستوياتهم الاجتماعية وطبقاتهم. ومن أبرز هذه الخصائص نذكر ما يلي:
- العالمية:** إذ تتجاوز الحواجز الجغرافية والحدود الدولية، حيث يستطيع الأفراد من مختلف أنحاء العالم التواصل بسهولة، دون عوائق مكانية أو زمنية.
- التفاعلية:** تمكن المستخدم من أن يكون في آن واحد مستقبلاً ومرسلاً، متلقياً ومنتجاً للمحتوى، على خلاف النمط التقليدي في وسائل الإعلام القديمة، مما يمنحه دوراً فاعلاً في العملية الإعلامية.
- التنوع وتعدد الاستخدامات:** تستخدم الشبكات الاجتماعية لأغراض متعددة؛ فالطالب يلجأ إليها للتعلّم، والعالم لنشر المعرفة، والكاتب للتواصل مع القراء، وغيرهم.
- سهولة الاستخدام:** تعتمد على لغة مبسطة مدعومة بالصور والرموز، مما يسهل التفاعل معها حتى لغير المتخصصين.
- الاقتصادية:** توفر في الجهد والوقت والتكلفة، حيث إن أغلب خدماتها مجانية، مما يتيح لأي فرد - بغض النظر عن مستواه المادي - امتلاك مساحة خاصة به.¹⁰
- المشاركة:** تُشجع المستخدمين على التفاعل والمساهمة، وتزيل الحواجز بين وسائل الإعلام والمتلقين، مما يُعزز روح المبادرة والمشاركة المجتمعية.
- الانفتاح:** تتسم معظم المنصات بالانفتاح وإتاحة التفاعل والمشاركة دون قيود كبيرة، مما يسهل الوصول إلى المحتوى وتبادله.
- التجمع:** تُتيح إمكانيات تكوين مجموعات بسرعة وسهولة، بناءً على اهتمامات مشتركة أو قضايا معينة، مما يعزز التفاعل المجتمعي والروابط الافتراضية.¹¹

ثقافة التسامح من منظور إعلامي .

1. نظرية ترتيب الأولويات Agenda-setting theory : تُعد نظرية ترتيب الأولويات من أبرز النظريات التي تناولت دور

وسائل الإعلام في توجيه الرأي العام. وفقاً لهذه النظرية، تعتبر وسائل الإعلام القوة التي تحدد ترتيب الأحداث وتضع أولويات القضايا المطروحة أمام الجمهور. وترتكز وظيفة وسائل الإعلام الأساسية على التأثير في الجمهور ليس من خلال إخبارهم بكيفية التفكير، ولكن من خلال تحديد القضايا التي يجب أن يفكروا فيها، وما ينبغي أن يعرفوه ويشعروا به. في هذا السياق، تسلط وسائل الإعلام الضوء على مواضيع معينة مثل التسامح، والمحبة، وقبول الآخرين كشركاء في الوطن والهوية، أو قد تروج لمواضيع مثل الكراهية والعنف والتعصب، بما يتماشى مع التوجيهات الإعلامية المختلفة. وبذلك، ترى نظرية ترتيب الأولويات أن وسائل الإعلام تعمل كصمام أمان في نقل المعلومات، حيث تُجبر المتلقين على التفكير في قضايا معينة مع إهمال أو تأجيل التفكير في قضايا أخرى. كما تُبرز وسائل الإعلام بعض القضايا وتمنحها الأولوية النسبية في تقديمها على حساب قضايا أخرى.¹²

2. نظرية الغرس الثقافي Cultivations Theory : يُعتبر جورج جرينر (George Gerbner) المؤسس الرئيس لنظرية

الانعكاس الثقافي، التي تُعد من أبرز النظريات التي تدرس تأثير وسائل الإعلام على الإدراك الاجتماعي. تقوم هذه النظرية على فكرة أن تعرض المشاهد المستمر والمتكرر لمحتويات إعلامية تختلف عن الواقع الاجتماعي يساهم في تشكيل إدراكهم لهذا الواقع كأنه الحقيقة الفعلية. بمعنى آخر، يُمكن القول إن كثافة التعرض لوسائل الإعلام تؤدي إلى خلق مشاعر إيجابية مثل الحب أو سلبية مثل الكراهية تجاه قضايا معينة، وذلك نتيجة للكم الكبير من المعلومات والانطباعات التي يتلقاها المشاهد عبر هذه المضامين الإعلامية.¹³

المبحث الثاني: الثقافة الإعلامية ومنصات التواصل الاجتماعي

يلعب مفهوم الثقافة (Culture) دوراً محورياً في العديد من العلوم الإنسانية، لا سيما في مجالات مثل علم الاجتماع، وعلم الإنسان، وعلم الإدارة، وعلم النفس. في هذا السياق، يتخصص أحد فروع علم النفس في دراسة الثقافات المتنوعة ويعتبرها محوراً رئيسياً لاهتمامه، مما يضيف بُعداً جديداً في فهم أهمية الثقافة في الحياة العملية، سواء في الحاضر أو في المستقبل. ويعتبر إدوارد تايلور TAYLOR - EDWARD أول من وضع تعريفاً للثقافة بأنها " ذلك المركب الذي يتضمن المعرفة والعقيدة والفن والأخلاق والعادات وأي قدرات اكتسبها الإنسان كعضو في المجتمع".¹⁴

-وقدم محمد الهادي عفيفي تعريفاً شاملاً للثقافة فهي في نظره تعني " كل ما صنعه الإنسان في بيئته خلال تاريخه الطويل في مجتمع معين وتشمل اللغة والقيم الآداب السلوك العام والأدوات والمعرفة والمستويات، اجتماعية والأنظمة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والتعليمية والقضائية، فهي تمثل التعبير الأصلي عن الخصوصية التاريخية للأمة من الأمم عن نظرة هذه الأمة إلى الكون والحياة والموت والإنسان وقدراته وما ينبغي أن يعمل، وما لا ينبغي أن يعمل أو يأمل".¹

فالثقافة عبارة عن مجموعة الأنماط السلوكية من الناحية التي تؤثر في سلوك الفرد الموجودة في تلك المجموعة وتشكل شخصيته وتتحكم في خبراته وقراراته ضمن تلك المجموعة من الناس التي تعيش بينها.¹

فالثقافة بمفهومها الشامل على أنها نظام مفتوح يضم مجموعة من الأنظمة الفرعية التي تشمل تكنولوجيا الحياة الحاضرة والمتوقعة ويدخل في ذلك الأنظمة المادية والناتجة عن التفاعل الإنسان مع غيره من بني جنسه ومع البيئة المحيطة به على مدى زمني يمتد من الماضي إلى الحاضر إلى المستقبل.

وبلاحظ عن هذا التعريف ما يلي :

² شعبان حلالة، محمد منصر، واقع استخدام المنظمات الأهلية في قطاع غزة لشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز علاقتها بالجمهور، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية

التجارة، قسم إدارة الأعمال، الجامعة الإسلامية، غزة، 2013، ص33.

¹ - حارب سعيد ، الثقافة التربوية والثقافة الاعلامية تكامل أوتناقض ؟ ، دار الأزهر للنشر والتوزيع القاهرة ، مصر ، 2004 ص 57 .

- 1- أنه ينظر إلى الثقافة على أنها نظام عام أو نظام كبير، ومعنى ذلك أم الثقافة تتميز بالوحدة والتكامل كما أنها مفتوحة لتأثيرات الثقافات الأخرى في أحداث التغير الثقافي خاصة في عصر العولمة الذي نعيشه الآن .
- 2- إن الثقافة كنظام يضم تكنولوجيا الحياة يؤكد على قدرة الإنسان على الابتكار والخلق فالثقافة صنع الإنسان وحده وهي عنصر يميزه عن سائر الكائنات .
- 3- إن فكرة التفاعل في هذا التعريف تشير إلى ايجابية العنصر البشري وقدرته على التأثير في قوى البيئة المحيطة .
- 4- يترتب على هذا التعريف اتساع الثقافة ومحتواها ليشمل كل أنشطة الإنسان المنظمة .
- 5- يؤكد هذا المفهوم على التأثير المتبادل بين الأنظمة الفرعية للثقافة دون سيطرة أحدها على الآخر في تشكيل الثقافة² .
- ومن التعريفات السابقة للثقافة نستخلص أن العنصر المشترك فيها هو الإنسان ذو الفاعلية المؤدية إلى استحداث أمور في مجتمعه، بعضها مادي يتمثل في كل ما ينتجه ويمكن التحقيق منه بالحواس والبعض الآخر غير مادي ويتضمن العادات والتقاليد والقيم والأخلاق والأساليب الفنية.

ب - خصائص الثقافة :

على الرغم من الاختلافات والتباين الذي يظهر بين الثقافات المختلفة، إلا أنه توجد بعض الخصائص العامة التي تشترك فيها جميع الثقافات، والتي ترتبط بمفهوم الثقافة الشامل والعالمي. من بين هذه الخصائص العامة:

1- الثقافة ذات خاصية مادية ومعنوية معا :

تُحدد ثقافة المجتمع نمط وأسلوب الحياة داخل هذا المجتمع، حيث تشمل مجموعة من العناصر المادية وغير المادية. وتتمثل العناصر المادية في تلك العناصر التي تنشأ نتيجة للجهد البشري العقلي والفكري، ومع ذلك، لا تكتسب الثقافة وظيفتها ومعناها إلا من خلال المعاني والأفكار، الاتجاهات، المعارف، والعادات التي تحيط بها. علاوة على ذلك، تؤثر العناصر المادية في مفاهيم الأفراد وقيمهم واتجاهاتهم وعلاقاتهم. وهذا يشير إلى أن هناك تفاعلاً متبادلاً بين العناصر المادية واللامادية داخل البناء الثقافي، مما يجعل هذا البناء يشمل كلا العنصرين في آن واحد.

2 - الثقافة العضوية :

إذا كانت الثقافة تتكون من عناصر مادية وغير مادية، فإن كل من هذه العناصر يرتبط ارتباطاً عضوياً ببعضها البعض. ففي هذا السياق، يؤثر كل عنصر في الآخر، سواء كان مادياً أو غير مادي. هذا الترابط العضوي بين العناصر المادية واللامادية يساهم في تشكيل البناء الثقافي بشكل متكامل، حيث تكمل العناصر بعضها البعض وتؤثر بشكل متبادل في تحديد خصائص المجتمع وثقافته.

3- الثقافة مكتسبة : الثقافة ليست فطرية في الإنسان، بل هي مكتسبة يتعلمها الأفراد وينقلونها من جيل إلى آخر. يبدأ الإنسان في اكتساب الثقافة منذ سنواته الأولى، حيث تصبح جزءاً أساسياً من تكوين شخصيته. وبمرور الوقت، يتحول الفرد نفسه إلى عنصر من عناصر الثقافة، بحيث يتفاعل مع محيطه الثقافي ويسهم في استمراره وتطوره.¹⁰

4- الثقافة تراكمية : تتميز بعض عناصر الثقافة بصفة التراكم، حيث يبدأ الإنسان دائماً من حيث انتهت الأجيال السابقة وما تركته من تراث. وبفضل هذا التراكم، تتطور بعض جوانب الثقافة تدريجياً، ولكن يختلف معدل هذا التراكم والتطور من عنصر إلى آخر. على سبيل المثال، فإن تطور اللغة يعد عملية تراكمية، مما يعني أن الإنسان لا يبدأ حياته الاجتماعية من نقطة الصفر، بل ينطلق من حيث انتهت الأجيال السابقة التي ينتمي إليها، ومن التراث الاجتماعي الذي يعكس خبرات الأجيال السابقة. فبعض عناصر الثقافة في أي مجتمع تمثل خلاصة لتجارب وأزمات الأفراد في الماضي، ما رسموه من أهداف، وما استخدموه من أساليب، وما تمسكوا به من قيم ومعايير، وما نظموه من علاقات.

تقييم مواقع التواصل الاجتماعي:

يمكن تحديد إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي:

1- إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي :

1- توفير المعلومات بسهولة وسرعة:

حيث تقدم هذه مواقع توفير سريع وحيادي للمعلومات من مصادر عدة أياً كانت لغة أو حضارة هذه المعلومات فالمواقع تقدم حجم هائل من المعلومات يمكن الوصول إليه في ثوان معدودة جداً مهما كانت تلك المعلومة، ومهما كان مجالها، أولغتها.¹¹ تلك السرعة والسهولة في تبادل المعلومات جعل لمواقع التواصل الاجتماعي أهمية كبيرة في مختلف مجالات الحياة .

2- نقل الثقافات :

تعتبر العلاقات بين تكنولوجيا الإعلام والثقافة علاقة وثيقة، حيث تُعد وسائل الاتصال الوسيلة الرئيسية لنقل الثقافة. فهي تعمل كأدوات ثقافية تساهم في دعم المواقف أو التأثير عليها، كما تلعب دوراً في تشكيل الأنماط السلوكية وتعزيزها ونشرها. من خلال هذا الدور، تساهم وسائل الإعلام في تكوين الوعي الثقافي ونقل القيم والمعتقدات عبر الأفراد والمجتمعات¹⁵، عن طريق الاتصال بين الأفراد والمؤسسات والهيئات من خلال شبكة الانترنت يتم تبادل المعلومات والأفكار والثقافات، هذا الأمر جعل مواقع التواصل الاجتماعي أفضل الوسائل التي يمكن استغلالها في نشر الفكر والثقافة والعلم ذلك من خلال العمل على الاستفادة من الخبرات والطاقت الإسلامية لتحقيق عمل جدي وجهد أنفع في سبيل خدمة العلم والأخلاق الإسلامية الفضيلة، وخدمة الثقافة النافعة والفكر الصحيح وبناء حضارة¹².

3- توفير التفاعل والالتقاء والاتصال الاجتماعي:

²-علي بركات ، محاورات في الثقافة والتربية ، دار النهضة المصرية للطباعة ، ط1، القاهرة ، مصر ، 1989 ص 121 .

¹⁰ - سميح أبو مغلي وآخرون ' التنشئة الاجتماعية للطفل، دار اليازوي العلمية للنشر والتوزيع، ط1، الأردن ، 2002 ، ص 142 .

¹¹ - عبد الفتاح البيومي حجازي ، النظام القانوني لحماية التجارة الالكترونية ، دار الفكر الجامعي ، ط1، الإسكندرية ، مصر ، 2002، ص 27

¹² - الصرامي ناصر صالح ، مجتمع نحو فهم مجتمعتنا العالمي الجديد ، مطابع اليمامة ، الرياض المملكة العربية السعودية ، 1999، ص 58

إن المواقع التواصل الاجتماعي هي وسيلة الأسرع والأقل تكلفة للاتصال المباشر بالطرف الآخر سواء كان فرد أو مؤسسة، أو هيئة - أينما كان، وفي أي وقت، باستخدام مختلف مهارات الاتصال البشري (الحديث، الكتابة، الرسم الصورة ... وغيرها) ذلك يجعل المواقع وسيلة فعالة لتحقيق المزيد من التواصل بين الأفراد تفصلهم آلاف الكيلومترات في وقت قصير جداً، الأمر الذي يجعل هذه المواقع أن استخدمت بشكل جيد أسلوب جديد لتحقيق المزيد من صلة الرحم والسؤال عن الأقارب والأصدقاء.¹³

4- توفير الجهد والوقت:

يُعد توفير مواقع التواصل الاجتماعي للوقت والجهد المحصلة النهائية لجميع الإيجابيات التي تتميز بها هذه الشبكات. فهي تتيح للفرد القدرة على نقل المعلومات، تبادل الثقافات، والتواصل مع الآخرين، بالإضافة إلى تيسير الوصول إلى العلامات التجارية والإدارية وغيرها من الأنشطة. بذلك، تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في توفير الكثير من الوقت والجهد، مما يعزز فعالية الأفراد في إنجاز مهامهم وتوسيع دائرة تفاعلهم.¹⁶

سلبات مواقع التواصل الاجتماعي:

1. إضاعة الوقت :

بمجرد دخول المستخدم إلى موقع التواصل الاجتماعي، يبدأ في التنقل من صفحة إلى أخرى ومن ملف إلى آخر، دون أن يدرك مرور الساعات التي يقضيها في التعليق على صور الأصدقاء أو التفاعل مع المحتوى دون أن يحقق فائدة تذكر له أو لغيره. يُعد فيسبوك أحد المواقع التي تساهم في إضاعة وقت الشباب دون تحقيق أي منفعة حقيقية. فقد أظهرت الدراسات أن أعداداً كبيرة من طلاب الجامعات يقضون أكثر من 10 ساعات يومياً في تصفح فيسبوك فقط.

2- الإدمان وإضعاف مهارة التواصل:

تعد هذه الظاهرة من أهم الآثار السلبية التي قد تشكل خطراً على مستخدمي الشبكات الاجتماعية، خاصة الشباب المراهقين. إذ إن قضاء وقت طويل أمام شاشة الكمبيوتر في تصفح المواقع يمكن أن يؤدي إلى عزلهم عن واقعهم الأسري والمجتمعي. إن إدمان الشباب على وسائل التواصل الاجتماعي يساهم في تدهور قدرتهم على التفاعل المباشر مع المجتمع وفقدان مهارات التواصل الاجتماعي الواقعي، مما قد ينعكس سلباً على علاقاتهم الشخصية والمهنية.¹⁷

3 - انتحال الشخصية :

ما زالت عمليات انتحال الشخصيات المشاهير تضرب أطنابها بقوة في الشبكة العنكبوتية، متخذة منها مكان خصباً للتشويه والابتزاز وترويح الشائعات، كسب المال، وحرف الحقائق عن مسارها.

4- الإعلانات الدعائية المزجة :

أصبحت الشركات الكبيرة تقوم بتوظيف عدد من الأشخاص، مهمتهم إرسال رسائل دعائية للمستخدمين وموقع "الفيسبوك" كأحد من الوسائط المتبعة لذلك أصبحت تكرر بطريقة مزعجة في المجموعات التي بها ما يزيد عن آلاف عضو.¹⁴

5- الخصوصية :

تواجه أغلب المواقع الاجتماعية مشكلة انعدام الخصوصية، وهو ما يؤدي إلى العديد من الأضرار المعنوية والنفسية على مستخدميها، خاصة الشباب. قد تصل هذه الأضرار في بعض الأحيان إلى آثار مادية. على سبيل المثال، يحتوي ملف المستخدم على "فيسبوك" على معلوماته الشخصية، بالإضافة إلى ما يشاركه من هموم ومشاكل، وهو ما قد يسهل وصولها إلى أشخاص قد يستغلونها بغرض الإساءة أو التشهير.¹⁸

6- اختراق المواقع :

تمثل عملية اختراق المواقع تهديداً كبيراً للبيانات من قبل المتسللين، الذين يستعملون طرقاً غير مشروعة للوصول إلى أسرار الآخرين، وإن كان هذا السلوك يعتبره البعض نوعاً من الفضول، أو التطفل، صنفه الكثير أنه عمل إجرامي يعادل السرقة والقرصنة، لأن الأمر لا يتعلق بمجرد جيب الاطلاع على المعلومات الشخصية للأفراد، بل هو اقتحام في الكثير من الأحيان لمواقع التواصل الاجتماعي ولمواقع الشركات التجارية، ينتج عنه تسريب بيانات مهمة من أجل إفشائها أو بيعها، مما يؤدي إلى خسائر مالية ضخمة، بالإضافة إلى فقدان السرية المطلوبة في بعض الحالات، مما يشكل تهديداً للخطط الاستراتيجية الخاصة بها.¹⁵

بالإضافة إلى سلبات أخرى:

- 1- نشرها لأفكار الضالة مثل ترويح العنف والمشاركة فيه، والجنس والتورط في مبادلة.
- 2- التعرض للجرائم الإلكترونية كما أخبر بذلك موقع "كاسبرس" الذي رصد أكثر من 43 ألف ملف خبيث 2008 عام تم نشرها عبر الشبكات الاجتماعية مثل "الفيسبوك".
- 3- تعرض للخداع: فبعض الأشخاص عبارة عن مسوقين للمنتجات، وهذا مثال على خدعة بسيطة فما بالك بالخدع التي سوف تبعدك عن أهلك وأحبائك .
- 4 - فتور الحسن الأخلاقي: كما ورد في دراسة أجرتها جامعة (ساوثرن كاليفورنيا) في الولايات المتحدة الأمريكية وذلك من الكمية الهائلة من المعلومات المليئة بالدمار والعنف والتي من شأنها أن تعود الناس على مشاهدة الألم والعذاب عند البشر مما يجعله أمراً مألوفاً
- 5 - ظهور لغة جديدة بين الشباب: تتميز هذه اللغة بأنها مصطلحات خاصة لا يعرفها إلا من يعاشروهم أو من يتواصل معهم باستمرار ويعرف تلك المصطلحات ويستخدم الشباب العربي عامة والشباب الجزائري خاصة في محادثتهم عبر "الفيسبوك" مصطلحات تهدد مصير اللغة العربية؟ بحيث تحولت إلى رموز وأرقام.¹⁶

الخاتمة:

¹³ - الدنان عبد المالك ردمان ، الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت ، رسالة لنيل شهادة الماجستير ، قسم الاعلام ، كلية العلوم السياسية ، جامعة بغداد ، العراق ، 2001 ، ص

¹⁴ - سعيداني سلامي، 100 سؤال في اعلام والاتصال، نفس المرجع ص 23 ص 24

¹⁵ - سعيداني سلامي مرجع سابق ص 492 .

¹⁶ - حسن طاهر داود، أمن شبكات المعلومات ، مكتبة الفهد الوطنية ، الرياض ، السعودية ، 2004 ، ص 190

لقد شهدت الدول العربية في السنوات الأخيرة تحولاً كبيراً في مشهد الإعلام بسبب انتشار منصات التواصل الاجتماعي، التي أصبحت تشكل جزءاً أساسياً من الحياة اليومية للعديد من الأفراد. كما تزايدت أهمية هذه المنصات في نقل المعلومات ومشاركة الآراء، مما أدى إلى تغييرات جذرية في أساليب استهلاك الأخبار والمحتوى الإعلامي. وفيما تتيح هذه المنصات فرصاً كبيرة للتفاعل والنقاش وتعزيز حرية التعبير، فإنها أيضاً تثير العديد من التحديات المتعلقة بمصداقية المعلومات وانتشار الأخبار الزائفة. من خلال هذا البحث، تبين أن منصات التواصل الاجتماعي قد لعبت دوراً محورياً في تشكيل الثقافة الإعلامية في الدول العربية، حيث ساهمت في تقليص دور الإعلام التقليدي وفتح المجال لمصادر إعلامية غير تقليدية. ومع ذلك، يبقى تأثير هذه المنصات متبايناً من بلد لآخر، ويعتمد بشكل كبير على العوامل الاجتماعية والسياسية والاقتصادية التي تحكم كل مجتمع. في هذا السياق، فإن تأثير منصات التواصل الاجتماعي ليس أحادي الاتجاه، بل يتسم بالتعقيد والتعدد، حيث يمكن أن يكون لها تأثيرات إيجابية وسلبية في آن واحد. من خلال فهم هذه التأثيرات، يمكن للمجتمعات العربية الاستفادة من الفرص التي تقدمها هذه المنصات مع مواجهة التحديات الناجمة عنها.

الاستنتاجات:

1. أثرت منصات التواصل الاجتماعي بشكل كبير على أساليب الإعلام التقليدي في الدول العربية. فقد تقلص دور وسائل الإعلام التقليدية (مثل الصحف والتلفزيون) في نقل الأخبار، وأصبح لدى الأفراد قدرة أكبر على الوصول إلى المعلومات وتبادل الآراء.
2. تتيح منصات التواصل الاجتماعي للأفراد دوراً أكبر في إنتاج المحتوى الإعلامي والمشاركة في النقاشات العامة، مما يساهم في تعزيز التفاعل المجتمعي والوعي السياسي.
3. على الرغم من الفرص التي توفرها منصات التواصل الاجتماعي، فإنها ساهمت في انتشار الأخبار الزائفة والشائعات، مما يؤثر على مصداقية المعلومات ويساهم في تضليل الرأي العام في بعض الأحيان.
4. أدت منصات التواصل الاجتماعي إلى تغيير بعض القيم الاجتماعية والسياسية في المجتمعات العربية، حيث ساعدت في نشر الوعي السياسي والاجتماعي، إلا أنها في الوقت نفسه قد ساهمت في نشر خطاب الكراهية والاستقطاب السياسي.
5. هناك فرص كبيرة للاستفادة من منصات التواصل الاجتماعي في تعزيز الثقافة الإعلامية وحرية التعبير، لكنها تواجه تحديات كبيرة تتعلق بالتحقق من المعلومات، وتنظيم المحتوى، ومكافحة الأخبار الزائفة.

التوصيات:

1. يجب أن يتم التركيز على تعزيز الثقافة الإعلامية في الدول العربية من خلال برامج تعليمية وتوعوية تستهدف الأفراد والمجتمعات حول كيفية استخدام منصات التواصل الاجتماعي بشكل مسؤول وفعال.
2. من الضروري تطوير أدوات وتقنيات للتحقق من مصداقية الأخبار والمحتوى الإعلامي المنشور على منصات التواصل الاجتماعي. يمكن تحسين التعاون بين منصات التواصل الاجتماعي والمؤسسات الإعلامية لتعزيز دقة الأخبار وحماية الجمهور من التضليل.
3. ينبغي تشجيع الصحافة الوطنية والمحتوى الإعلامي البديل الذي يُنتج ويُشارك عبر منصات التواصل الاجتماعي، مع ضمان وجود آليات للمراقبة والتحقق من المعلومات.
4. من المهم تطوير القوانين التي تنظم استخدام منصات التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية، بما يضمن حرية التعبير مع حماية الأفراد من التجاوزات مثل خطاب الكراهية والمحتوى المضلل.
5. ينبغي إشراك المجتمع المدني في جهود تعزيز الإعلام المسؤول عبر الإنترنت. يمكن للمجتمعات المحلية والمنظمات غير الحكومية أن تلعب دوراً كبيراً في مكافحة الأخبار الزائفة وتعزيز الاستخدام الإيجابي لمنصات التواصل الاجتماعي.
6. من المهم التعاون بين الحكومات والشركات المالكة لمنصات التواصل الاجتماعي لتنظيم المحتوى ومنع انتشار الأخبار الزائفة، دون المساس بحرية التعبير.

قائمة المصادر:

1. وليد رشاد زكي، نظرية الشبكات الاجتماعية من الإيديولوجيا إلى الميثودولوجيا، المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني، مارس 2012، ص3
2. راضي زاهر، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمان الأهلية، عمان، ص23
3. جمال مختار، حقيقة الفيس بوك عدو أم صديق، شركة متروبول للطباعة، مصر، ط1، 2012، ص9.
1. محمد سعيد باقر الومضان، الإعلام السعودي وتأثيره على السياحة الداخلية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية المفتوحة بالدمام، 2012، ص61
1. عبد الكريم علي الدبسي، زهير ياسين الطاهات، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعة الأردنية، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 40، العدد 1، 2013، ص5.
1. بسمة اللدعي، ندى الخزندار، إستخدامات الشبكات الاجتماعية في الإعلان، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية غزة، 2011، ص45.
3. فاطمة الزهراء عماري، استخدام القنوات التلفزيونية الإخبارية لتفاعلية شبكات التواصل الاجتماعي حالة الفيس بوك، رسالة ماستر غير منشورة، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 3، 2012، ص33.
1. أسامة بن صادق طيب، المعرفة وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية، العدد 39، مركز الدراسات الاجتماعية، جامعة الملك عبد العزيز، السعودية، 2012، ص10
2. شعبان حلاسة، محمد منصر، واقع استخدام المنظمات الأهلية في قطاع غزة لشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز علاقتها بالجمهور، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة، قسم إدارة الأعمال، الجامعة الإسلامية، غزة، 2013، ص33.

- ¹ نادية بن ورقلة، **دور شبكات التواصل في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي**، تم استرجاعه بتاريخ 2014/01/10 الرابط: http://www.univ-djelfa.dz/revues/dirassat/index_html_files
- ¹ حاسي مليكة، **مواقع التواصل الالكترونية والتسويق الاقتصادي دراسة في الأهمية والمميزات**، الملتقى الدولي الثاني للإعلام الجديد وقضايا المجتمع المعاصر التحديات والفرص، جامعة بسكرة، 2013، ص12.
- (¹) فضيل دليو ، الاتصال مفاهيمه- نظرياته- وسائله، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص 9-11.
- (²) فرج الكامل ، بحوث الإعلام والرأي العام ، دار النشر للجامعات، القاهرة ، 2001، ص64-65.
- ¹ طه نجم ، علم الاجتماع الثقافي ، دار ، مصر ، 2004 ص 22 .
- ¹ - حارب سعيد ، الثقافة التربوية والثقافة الاعلامية تكامل أوتناقض ؟ ، دار الأزهر للنشر والتوزيع القاهرة ، مصر ، 2004 ص 57 .
- ² - علي بركات ، محاورات في الثقافة والتربية ، دار النهضة المصرية للطباعة ، ط1، القاهرة ، مصر ، 1989 ص 121 .
- ¹ - سميح أبو مغلي وآخرون ' التنشئة الاجتماعية للطفل، دار اليازوي العلمية للنشر والتوزيع، ط1، الأردن ، 2002 ، ص 142 .
- ¹ - عبد الفتاح البيومي حجازي ، النظام القانوني لحماية التجارة الالكترونية ، دار الفكر الجامعي ، ط1، الإسكندرية ، مصر ، 2002 ، ص 27
- ¹ - مرجع نفسه ص 27
- ¹ - الصرامي ناصر صالح ، مجتمع نحو فهم مجتمعتنا العالمي الجديد ، مطابع اليمامة ، الرياض المملكة العربية السعودية ، 1999، ص 58
- ¹ - الدنانني عبد المالك ردمان ، الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت ، رسالة لنيل شهادة الماجستير ، قسم الاعلام ، كلية العلوم السياسية ، جامعة بغداد ، العراق ، 2001، ص 73 .
- ¹ - حسن طاهر داود ، جرائم نظم المعلومات ، مركز دراسات والبحوث ، ط1، الرياض ، السعودية ، 2000، ص 23 .
- ¹ - سعيداني سلامي، 100 سؤال في الإعلام والاتصال، دار الخلدونية ، ط1، العاصمة ، الجزائر ، 2003 ص 490.
- ¹ - سعيداني سلامي، 100 سؤال في اعلام والاتصال، نفس المرجع ص 23 ص 24
- ¹ - محمد السعيد الرشيدني الانترنت والجوانب القانونية لنظم المعلومات ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، مصر ، 2004 ، ص 47 ص 48 .
- ¹ - سعيداني سلامي مرجع سابق ص 492 .
- ¹ - حسن طاهر داود، أمن شبكات المعلومات ، مكتبة العهد الوطنية ، الرياض ، السعودية ، 2004 ، ص 190