

Digital media and its role in promoting social values among university youth/ a field study

الإعلام الرقمي ودوره في تعزيز القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي: دراسة ميدانية

A.M. Hussam Mubarak Khalaf Hamad\*1،  
Al-Iraqia University – College of Media \*1

أ.م. حسام مبارك خلف حمد\*  
كلية الإعلام – الجامعة العراقية\*1

## ABSTRACT

The research problem examines the role of digital media in promoting social values among university youth amidst increasing digital dependency. This study aims to explore the motives for using digital media, identify preferred platforms, and determine its impact on instilling social values. Methodologically, this is a descriptive study that employed a field survey approach using a questionnaire for data collection. The research was conducted on a sample of (300) male and female students from the Faculties of Administration and Economics, and Law at the University of Baghdad. Key findings indicate that digital media effectively provides youth with essential skills and expertise to enhance social values. It also plays a vital role in disseminating digital culture and building social awareness, which significantly contributes to maintaining social cohesion and protecting society from negative intellectual influences.

## الخلاصة:

تتمثل مشكلة الدراسة في التساؤل عن دور الإعلام الرقمي في تعزيز القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي، في ظل الاعتماد المتزايد عليه وما قد يسببه من تأثيرات سلوكية واجتماعية. تهدف الدراسة إلى التقصي عن دوافع استخدام الشباب للإعلام الرقمي، والكشف عن أبرز المواقع والمدد الزمنية المفضلة، وتحديد دوره في غرس القيم والمعارف الاجتماعية لديهم. تصنف الدراسة ضمن البحوث الوصفية، حيث اعتمد الباحث منهج المسح الميداني باستخدام استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات. شمل مجتمع الدراسة وعينته (٣٠٠) مبحوث من طلبة كليتي الإدارة والاقتصاد والقانون بجامعة بغداد، موزعين بالتساوي بين الذكور والإناث. توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها: أن الإعلام الرقمي يسهم بفاعلية في تزويد الشباب بالمهارات والخبرات اللازمة لتعزيز قيمهم الاجتماعية، كما يساعد في نشر الثقافة الإلكترونية وبناء الوعي الاجتماعي والسلوكي بما يسهم في حماية المجتمع وتماسكه.

## الكلمات المفتاحية:

الشباب الجامعي – القيم – الإعلام الرقمي – الدراسة الميدانية – المبحوثين

## Keywords:

University youth - values - digital media - field study – respondents

Received

استلام البحث

2/6/2024

Accepted

قبول النشر

24 /11/2024

Published online

النشر الإلكتروني

15/4/2026

## مقدمة:

تعد نهاية القرن العشرين مرحلة متقدمة ومتطورة في جميع النواحي السياسية والثقافية والاقتصادية والتكنولوجية، لاسيما في مجال الإعلام والاتصال؛ إذ استحوذ الحاسوب والأقمار الصناعية وشبكة الإنترنت على نقل المعلومة والمعرفة إلى أفراد المجتمع، مما أدى ذلك إلى ظهور الإعلام الرقمي الذي حوّل العالم إلى قرية صغيرة بسبب سرعة إيصال ما يحدث إلى جميع أنحاء العالم في الوقت ذاته، وتحول الجمهور من متلقٍ سلبي إلى متلقٍ إيجابي، لكن الإعلام الرقمي لم يبلغ دور الإعلام التقليدي، بل ساعده على التطور والتجدد والحدثة؛ إذ تمتلك أغلب وسائل الإعلام التقليدي مواقع إلكترونية على شبكة الإنترنت، إذ أصبح الإنترنت النافذة التي تطل منها الوسائل الإعلامية التقليدية على الجمهور. ويعد الإعلام بصورة عامة أهم وسيلة من وسائل التأثير الجماهيري، وارتبطت وسائل الإعلام بالقيم الاجتماعية منذ ظهور وسائل الإعلام التقليدية، وبعد التوسع الكبير في وسائل الإعلام وظهور الإعلام الرقمي الذي أحدث نقلة نوعية لم يسبق لها مثيل في نشر المعلومات والأخبار، فأصبح الإعلام ينقل في سماء مفتوحة من غير قيود أو معوقات، ومن هنا ومن هذا التأثير على الجمهور الذي شمل كل ميادين الحياة، ومنها تعزيز القيم الاجتماعية داخل المجتمع، جاءت فكرة هذا البحث. وقد اشتمل هذا البحث على ثلاثة مباحث؛ تضمن المبحث الأول الإطار المنهجي للبحث في كل مفرداته، أما المبحث الثاني فقد اشتمل على عدة مفردات كان من أبرزها: مفهوم وظهور الإعلام الرقمي، وعوامل ظهور الإعلام الرقمي، وخصائص الإعلام الرقمي، وأشكال الإعلام الرقمي، ومخاطر وسلبيات الإعلام الرقمي، ومفهوم القيم، بالإضافة إلى تصنيف أنواع القيم، أما المبحث الثالث فقد اشتمل على الدراسة الميدانية بالإضافة إلى عرض نتائج الدراسة.

## المبحث الأول: منهجية البحث

### أولاً. مشكله البحث:

تعد خطورة مشكلة البحث من أهم الخطوات في مراحل البحث العلمي وأكثرها صعوبة وغالباً ما يجد الباحث نفسه في حيرة من أمره وأمام مشكلات عدة ينبغي دراستها<sup>(١)</sup>، فشعور بالمشكلة والإحساس بها يمثل الخطوة الأولى لعملية البحث العلمي على أساس إن المشكلة هي موقف غامض أو فعالية معرفية تحتاج إلى التحليل أو التفسير أو التوضيح، وهذا الغموض ينبع من تساؤل يدور في ذهن الباحث حول موضوع أو ظاهرة تحتاج إلى تفسير<sup>(٢)</sup> لقد أصبح اليوم استخدام الإعلام الرقمي ظاهرة واسعة الانتشار لدى فئة الشباب بصورة عامة والشباب الجامعي بصورة خاصة، إذ يزودهم بالأخبار والمعلومات وآخر الأحداث والتطورات التي يحتاجونها، وبذلك أصبح يؤثر وبشكل مباشر على قيمهم الاجتماعية، فهو يستنفذ كثيراً من وقتهم مما يترتب على ذلك كثير من المشكلات الاجتماعية والنفسية، وإن هذا النوع من الإعلام قد غير من أنماط وعادات الشباب الجامعي إلى حد قد وصل إلى الإدمان، ومن هذا المنطلق تبرز مشكلة هذا البحث في محاولة للحصول على إجابة عن التساؤل الرئيس: ما هو دور الإعلام الرقمي في تعزيز القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي؟ ومن ثم يتفرع من هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الآتية:

(١) عبدالباسط محمد حسن، أصول البحث الاجتماعي، (القاهرة: دار الثقافة، ١٩٩٠م)، ص ١٦.  
 (٢) عصمت عبدالمجيد، المدخل في البحث العلمي، (بغداد: مطبعة دار الشؤون الثقافية العامة، ٢٠٠١م)، ص ٩٢.

١. ما هي أبرز دوافع الشباب الجامعي في استخدام الإعلام الرقمي؟
٢. ما هي أهم وأبرز مواقع الإعلام الرقمي التي يتابعها الشباب الجامعي؟
٣. ما هي الفترة الزمنية المفضلة لدى الشباب الجامعي في استخدام الإعلام الرقمي؟
٤. هل للإعلام الرقمي دور في تعزيز القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي؟
٥. ما أبرز القيم الاجتماعية التي يساعد الإعلام الرقمي على غرسها لدى الشباب الجامعي؟
٦. ما هي أبرز المجالات التي عزز فيها الإعلام الرقمي من قدرة الشباب الجامعي في المعرفة الاجتماعية والسلوكية؟

#### ثانياً. أهداف البحث:

إن لكل دراسة أهدافاً أو غرضاً يجعل منها قيمة علمية عالية، والهدف من الدراسة يُفهم على أنه السؤال الذي من أجله قام الباحث بإعداد هذه الدراسة، والبحث العلمي هو الذي يسعى إلى تحقيق أهداف عامة وشخصية ذات قيمة ودلالة علمية<sup>(١)</sup>.

وعليه فإن هذا البحث يهدف إلى:

١. التعرف عن أبرز دوافع الشباب الجامعي في استخدام الإعلام الرقمي.
٢. التعرف على أبرز مواقع الإعلام الرقمي التي يتابعها الشباب الجامعي.
٣. الكشف عن الفترة الزمنية المفضلة لدى الشباب الجامعي في استخدام الإعلام الرقمي.
٤. الكشف عن دور الإعلام الرقمي في تعزيز القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي.
٥. التعرف على أبرز القيم الاجتماعية التي يساعد الإعلام الرقمي على غرسها لدى الشباب الجامعي.
٦. الكشف عن أبرز المجالات التي عزز فيها الإعلام الرقمي من المعرفة الاجتماعية والسلوكية لدى الشباب الجامعي.

#### ثالثاً. أهمية البحث:

تأتي أهمية البحث من أهمية الموضوع الذي يراد دراسته وهو دور الإعلام الرقمي في تعزيز القيم الاجتماعية لدى شريحة كبيرة من المجتمع وهم الشباب الجامعي، إذ تتضح أهمية البحث في:

أ. الأهمية العلمية: تأتي أهمية هذا البحث في فهم العلاقة بين الإعلام الرقمي وغرس القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي، إذ له أهمية بالغة لأنه يمد الشباب الجامعي بالمعلومات والمهارات والخبرات التي تساعدهم على تعزيز قيمهم الاجتماعية في المجتمع الذي ينتمون إليه والاستفادة من هذه القيم في المستقبل لمواجهة الكثير من التحديات التي تواجههم في حياتهم الاجتماعية.

ب. الأهمية الاجتماعية: يسهم هذا البحث في الإشارة إلى إيجابيات الإعلام الرقمي في غرس القيم الاجتماعية الحسنة لدى الشباب الجامعي مما يسهم في بناء مجتمع متكامل وإثراء الجانب التربوي والحفاظ على المجتمع.

#### رابعاً. منهج البحث وأدواته:

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تهدف إلى وصف ظاهرة أو حدث معين من خلال جمع الحقائق والمعلومات عنها ووصف الظروف الخاصة بها، وتعرف البحوث الوصفية بأنها

(١) محمد شفيق، البحث العلمي، الخطوات العلمية لإعداد البحوث الاجتماعية، (الاسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، ١٩٩٨م)، ص ٥٥.

(وصف ظاهرة يريد الباحث دراستها وجمع أوصاف ومعلومات دقيقة عنها، والأسلوب الوصفي يعتمد على دراسة الواقع ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً رقمياً يوضح مقدار هذه الظاهرة وحجمها)<sup>(١)</sup>. واعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي الميداني باعتباره أكثر المناهج شيوعاً واستخداماً لاعتباره جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف على الظاهرة ويعرف منهج المسح بأنه (هو من المناهج الأساسية في البحوث الوصفية حيث يهتم بدراسة الظروف الاجتماعية والسياسية والاقتصادية وغيرها في مجتمع معين بقصد تجميع الحقائق واستخلاص النتائج لحل مشاكل هذا المجتمع)<sup>(٢)</sup>، إذ قام الباحث باستخدام أداة للبحث وهي استمارة الاستبيان وتعرف بأنها (أداة لجمع البيانات تتمثل في مجموعة من الاسئلة المكتوبة والتي تتعلق بظاهرة ما يطلب من المبحوث الاجابة عنها)<sup>(٣)</sup>.

#### خامساً. مجتمع البحث وعينته:

يعرف مجتمع البحث بأنه (هو المجتمع الأكبر أو مجموعة المفردات التي يستهدف الباحث دراستها هذا المجتمع الكل أو المجموعة الأكبر للمجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث دراسته ومن ثم تعميم النتائج عليها)<sup>(٤)</sup> وقد اختار الباحث كليتي الإدارة والاقتصاد والقانون في جامعة بغداد عينة للدراسة وتعرف العينة (بأنها عملية اختيار عدد من الافراد لمشاركة في دراسة ما بحيث يكون هؤلاء ممثلين للمجموعات التي تم اختيارهم من الهدف من اختيار العينة هو الحصول على معلومات حول مجتمع ما)<sup>(٥)</sup>، والعينة هي جزء من المجتمع يتم اختيارها وفق قواعد خاصة بحيث تكون العينة ممثلة قدر الامكان لمجتمع الدراسة<sup>(٦)</sup>، إذ قام الباحث بتوزيع (٣٠٠) استمارة بواقع (١٥٠) استمارة على الذكور و (١٥٠) استمارة على الاناث.

#### سادساً. مجالات البحث:

١. المجال المكاني: كليتي الإدارة والاقتصاد والقانون في جامعة بغداد.
٢. المجال الزمني: المدة المحصورة بين ٢٥ / ٢ / ٢٠٢٣ إلى ٢٥ / ٣ / ٢٠٢٣.
٣. المجال البشري تم اختيار (٣٠٠) مبحوث من كليتي الإدارة والاقتصاد والقانون في جامعة بغداد.

#### سابعاً. المعالجة الإحصائية:

لقد استخدم الباحث مجموعة من الأساليب الإحصائية من خلال تحليل البيانات من أجل

الوصول إلى النتائج، إذ استخدم الباحث قانون النسبة المئوية الذي ينص على  $\frac{\text{الجزء}}{\text{الكل}} \times ١٠٠$

#### ثامناً. أداة البحث:

قام الباحث واستناداً إلى مشكله بحثه ولكونه من البحوث المسحية إلى تصميم استمارة الاستبيان وعرضها على مجموعة من الباحثين\* والمختصين في ميدان الإعلام إذ تم حذف الاسئلة التي تم الاختلاف عليها والابقاء على الاسئلة التي تم الاتفاق عليها.

(١) نوقان عبيدان وعبدالحق، البحث العلمي وأدواته وأساليبه، (عمان: دار الفكر، ٢٠٠٩م)، ص ١٧٦.

(٢) أحمد بدر، أصول البحث العلمي ومناهجه، (بيروت: دار القلم، ٢٠٠٠م)، ص ٢٩٩.

(٣) فائز جمعة النجار، أساليب البحث العلمي، (عمان: دار النشر والتوزيع، ٢٠١٠م)، ص ٧٦.

(٤) سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٦م)، ص ٤٧.

(٥) محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية، ط ٣، (القاهرة: دار الفجر، ٢٠٠٦م)، ص ١٠٩.

(٦) أحمد محمود الخطيب، البحث العلمي، (عمان: دار الكتب الحديثة، ٢٠٠٩م)، ص ٤٩.

\* ١. أ.د. يوسف حسن محمود، كلية الآداب/ قسم الإعلام، جامعة تكريت.

٢. أ.م.د. علاء نجاح نوري، الجامعة العرفية، كلية الإعلام.

## المبحث الثاني: الاطار النظري للبحث

### اولاً. الإعلام الرقمي

إن أهم وأبرز ثورة من ثورات تكنولوجيا الاتصال هي الثورة الإلكترونية (ثورة الاتصالات الثالثة) والتي بدأت في استخدام الراديو في بداية القرن العشرين، ومن ثم بدأ استخدام التلفزيون في النصف الأول من القرن الماضي ليصبح أحد أهم إنجازات هذه الثورة، ثم جاءت الأقمار الصناعية لتوصل الإذاعة والتلفزيون إلى أنحاء العالم، ثم بعدها جاءت القنوات الفضائية والتي كانت نتيجة للتمازج بين الحاسوب الآلي والأقمار الصناعية، ومن ثم جاء الإنترنت واستقرت على أنها وسيلة حديثة للاتصال<sup>(١)</sup>.

وكان الصراع الأمريكي السوفيتي سبباً مهماً لإنشاء الإنترنت عندما قام الاتحاد السوفيتي بإطلاق أول قمر صناعي (sputnik) مما دفع الولايات المتحدة الأمريكية إلى تأسيس وكالة مشروع للأبحاث المتطورة وكان تمويل هذا المشروع من قبل وزارة الدفاع الأمريكية، ويعد عام (١٩٦٩) البداية الحقيقية للإنترنت<sup>(٢)</sup>.

وتُعرف شبكة الإنترنت بأنها (عبارة عن دائرة مصارف عملاقة يمكن للمشاركين فيها الحصول على المعلومات حول أي موضوع معين في شكل نص مكتوب أو مرسوم أو خرائط أو تراسل عن طريق البريد الإلكتروني)<sup>(٣)</sup>، ويُعد الإنترنت وسيلة الاتصال الأسرع في تاريخ البشرية؛ إذ احتاج الراديو إلى حوالي (٣٨) عاماً للحصول على (٥٠) مليون مشترك، واحتاج التلفزيون إلى (١٣) عاماً للحصول على العدد نفسه من المشتركين، أما شبكة الإنترنت فلم تحتج سوى إلى (٥) أعوام للحصول على العدد نفسه من المشتركين<sup>(٤)</sup>.

وتتمثل شبكة الإنترنت أهم تقنيات الاتصال الحديثة، إذ تمتلك مميزات اتصالية وتقنية استطاعت أن تقلب المفاهيم الزمانية والمكانية للإنتاج الإعلامي في العالم، إذ تتيح للمستخدم حرية اختيار ما يريد من الخدمات التي تلبي حاجاته<sup>(٥)</sup>، يدمج الإنترنت بين الحاسوب والاتصالات ويزيل المسافات ويكسر الحواجز والحدود و يدمج بين الصوت والصورة والنصوص في شكل رقمي ويعمل على فتح نافذه واسعة للجماهير في مختلف انحاء العالم للمشاركة والتفكير<sup>(٦)</sup>.

### ثانياً. مفهوم الاعلام الرقمي:

يعد مفهوم الاعلام الرقمي عملية اجتماعية يتم من خلالها الاتصال عن بعد بين اطراف تتبادل الادوار في عمليه بث الرسائل الاتصالية واستقبالها عن طريق الانظمة الرقمية ووسائلها من أجل تحقيق الاهداف، ويشمل هذا كل وسائل الاعلام التي تعمل وفق الانظمة الرقمية<sup>(٧)</sup>، إذ اننا نجد في كل عصر الوسيلة الاعلامية التي يتميز بها، وهذه العبارة تعبر عن استخدام وسائل الاعلام الرقمية والتي تعتمد على الانترنت، إذ أن شبكة الانترنت تتصف بالسرعة والأنية في نقل المعلومات، إذ لا يحتاج ان لا يكون المستخدم متخصصاً في برمجة المعلومات، ويعتمد الإعلام

٣. أ.م.د. أياد هلال حمادي، كلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة الأنبار.

(١) بتول السيد مصطفى، الإعلام الرقمي، (عمان: دار أسامة للنشر، ٢٠١٩م)، ص ١١.

(٢) محمد السيد ريان، الإعلام، الجديد، (القاهرة: مركز الاهرام، ٢٠١٣م)، ص ٧.

(٣) عبير الرحياني، الإعلام الرقمي، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٢م)، ص ١٣٣.

(٤) محمود خضر، الإعلام والمعلومات والانترنت، (عمان: دار مكتبة الكندي، ٢٠١٥م)، ص ١٤٩.

(٥) خيرالله سبهان، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات السياسية، (عمان: دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، ٢٠٢١م)، ص ٣٩.

(٦) فاطمة حسين عواد، الإعلام الفضائي، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م)، ص ١١٩.

(٧) رضا أمين، الإعلام جديد، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م)، ص ٣٦.

الرقمي على الدمج بين وسائل الاعلام التقليدية من أجل ايصال الرسائل المطلوبة بطريقه مؤثره ومميزه، اذ يتيح الانترنت للاعلاميين فرصاً عده لتقييم موادهم الاعلامية المختلفة في طريقة الكترونية<sup>(١)</sup>.

لقد ساهمت التقنيات الحديثة اسهاماً مباشراً في توسيع البث وايصاله إلى الجمهور بل دفعت وسائل الاعلام التقليدية إلى البحث عن اساليب جديدة تواكب التطور، إذ تمكنت شبكة الانترنت من السيطرة على جمهور وسائل الإعلام الأخرى مما دفع المؤسسات الاعلامية إلى مواكبة التطور الالكتروني بتوظيف شبكه الانترنت لمساعدته اجهزتها الاعلامية التقليدية، إذ إن مستخدمي الانترنت بدأوا يشاهدون ويحصلون على المواد الاعلامية من خلال المواقع الالكترونية والمنصات الرقمية<sup>(٢)</sup>.

إذ يعرف الاعلام الرقمي (بأنه مصطلح يضم كافة تقنيات الاتصال والمعلومات الرقمية والتي جعلت من الممكن انتاج ونشر واستهلاك وتبادل المعلومات التي نريدها في الوقت الذي نريده وبشكل الذي نريده من خلال الاجهزة الالكترونية المتصلة عبر الانترنت والتفاعل مع المستخدمين أينما كانوا)<sup>(٣)</sup>.

وقد ذهب بعض المتخصصين إلى تعريف الإعلام الرقمي بأنه (وسائل الإعلام التي تعتمد على الحاسب الآلي في انتاج وتخزين المعلومات ومن ثم تقديمها بشكل تفاعلي)<sup>(٤)</sup>، ويعرف الاعلام الرقمي بأنه (عبارة عن مجموعة من الاساليب والانشطة الرقمية الجديدة والتي تمكننا من انتاج ونشر المحتوى الاعلامي وتلقيه بمختلف اشكاله من خلال الاجهزة الالكترونية المتصلة بالانترنت في عملية تفاعلية بين المرسل والمستقبل)<sup>(٥)</sup>، ويعرف الإعلام الرقمي أيضاً بأنه (وسائل اعلام ترمز وتقرأ آلياً ويمكن انتاجه وتوزيعه واجراء التغييرات عليه وحفظه على الكمبيوتر مثل الصورة الرقمية والفيديو الرقمي وصفحات الويب)<sup>(٦)</sup>.

### ثالثاً. عوامل ظهور الاعلام الرقمي:

هنالك مجموعة من العوامل على مختلف المستويات والتي ساعدت على ظهور الاعلام الرقمي نذكر ابرزها:

١. العامل الاقتصادي: والذي يمثل بعولمة الاقتصاد مما استوجب من الاسراع في حركة السلع ورؤوس الاموال، تعد عولمة نظم الاعلام والاتصال هي واسطة لقوى الاقتصاد وعولمة السوق وتنمية النزاعات الاستهلاكية من جانب ومن جانب آخر توزيع سلع صناعية الثقافة من برامج تلفزيونية وموسيقى والالعاب<sup>(٧)</sup>.

(١) حسن رضا النجار، فاضل القرشي، الإعلام الرقمي والاتجاهات الحديثة، (العين: دار الكتاب الجامعي، للنشر والتوزيع، ٢٠١٧م)، ص ١٩.

(٢) حيدر صادق الكرخي، طغيان مواقع التواصل الاجتماعي على التلفزيون، (عمان: دار غيداء للنشر، ٢٠٢٢م)، ص ٢٩.

(٣) أحمد توفيق محمد الأنصاري، الإعلام البديل، (عمان: دار اليازوري، ٢٠٢٣م)، ص ١٢.

(٤) شرهان توفيق، الإعلام الرقمي تشريعات وأخلاق، (القاهرة: دار النشر العربي، ٢٠٢٣م)، ص ١٧.

(٥) فاضل البدراني، الإعلام الرقمي في عصر التدفق الإخباري، (بيروت: منتدى المعارض، ٢٠١٧م)، ص ١١.

(٦) غالب كاظم الدعوي، الإعلام الجديد اعتمادية متصاعدة ووسائل متجددة، (عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع، ٢٠١٧م)، ص ٦١.

(٧) علي حجازي إبراهيم، الإعلام البديل، (عمان: دار المعزز للنشر والتوزيع، ٢٠١٧م)، ص ١٣.

٢. **العامل السياسي:** والذي يمثل الاستخدام المتصاعد للوسائل الاعلامية من قبل القوى السياسية من أجل تحقيق غايتها في السيطرة على سير الامور والمحافظة على ثبات وموازين القوى حيث أن اختلاط العوامل الاقتصادية والسياسية في صورته غير مسبوقه جعلت الاعلام الرقمي الجديد قضية شائكة جداً<sup>(١)</sup>.

٣. **العامل التقني:** والذي يتعلق في التطورات التقنية في مجال الانتاج التكنولوجي وتحديد الجزيئات الالكترونية والتي ظهرت في الستينات وبدأت النتائج مطلع التسعينات ومن هذه النتائج الحاسوب الشخصي وتطور برمجياته وتجهيزاته التي ساعدت على استخدام الحاسوب لدى جميع الناس وظهور شبكة الانترنت التي كان لها العامل الاساسي في ظهور الاعلام الرقمي<sup>(٢)</sup>.

#### رابعاً. خصائص الاعلام الرقمي:

إن للإعلام الرقمي مجموعه من الخصائص والتي جعلته يتميز بها عن الاعلام التقليدي وهي<sup>(٣)</sup>:

١. خاصية التطور السريع: لقد اصبح الاعلام الرقمي ظاهره عالميه لا يمكن الاستغناء عنها بسبب التطور السريع والمتواصل له، إذ اصبح الاداء الأساسية لتيسير اعمال الاقتصاد والادارات الحكومية، فالدراسات العالمية والاحصائية تشير إلى إن استخدام الانترنت يتضاعف باستمرار ويتطور بسرعة اكبر.

٢. خاصية التوفر: إن الإعلام الرقمي متوفر في استمرار، إذ يمكن للمواطن الحصول على المعلومات باستمرار بحيث يبقى على معرفه مستمرة بما يحصل بالواقع في جميع انحاء العالم عن طريق المواقع الالكترونية والصحف الالكترونية من دون انتظار صدور جديدة في اليوم التالي، كما يوفر ارشيفا الكترونيا واعلاميا لجميع الافراد الذين يريدون الحصول على المعلومات دون قيود.

٣. خاصية التحديث: من مزايا الاعلام الرقمي تجدد الاخبار والمعلومات وتحديثها بصفه دائمه من غير مواعيد ثابتة فالمحتوى الاعلامي يتميز في استخدام الصورة ومقاطع الفيديو والقدرة على التفاعل، فضلا عن المعلومات الأساسية والتحليلات مما يضيف تفاعلا حقيقيا مع المواد الاعلامية<sup>(٤)</sup>.

٤. التفاعلية: تعد التفاعلية من مزايا الاعلام الرقمي، إذ اتاحت الحرية للمستخدم أن يشارك ويتفاعل مع المادة المعروضة في المواقع الالكترونية ويعبر عن رايه ويعلق ويعرض وجهة نظره بعدما كان المتلقي سلبياً منحسراً دوره في تلقي الرسائل الاعلامية وغير قادر على التفاعل معها وقد تحول إلى متلقي ايجابي إذ اصبح بمقدراته ان يشارك في هذا الاعلام التفاعلي مع ما يتم نشره عبر الاعلام الرقمي.

٥. المرونة: تحكي خاصية المرونة انعكاساً جيداً في مجال استخدام الانترنت، فمن كان لديه الحد الأدنى من الفهم في الانترنت، فإنه يستطيع التغلب على المشاكل الاجرائية التي تواجهه هذا من ناحية الجانب التقني، أما من الجانب الاعلامي فميزة المرونة مكنت المستخدم من الوصول بكل سهولة إلى عدد كبير من مصادر المعلومات التي يحتاجها المستخدم.

(١) مهدي شفيقة، قضايا ورهانات بحثية راهنة، (عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع، ٢٠١٩م)، ص ٤٦.

(٢) علي حجازي إبراهيم، المصدر السابق، ص ٤٥.

(٣) ينظر: عثمان محمد، مواقع التواصل الاجتماعي عن قرب، (عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع، ٢٠٢٠م)، ص ٣٦-٣٧.

(٤) عبدالرزاق الدليمي، الإعلام في ظل التطورات العالمية، (عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع، ٢٠١٩م)، ص ٢٧٧-٢٩٦.

٦. الشمولية: شمول وتنوع في المحتوى للإعلام الرقمي اتاح من انشاء المدونات والصحف الالكترونية وكل اشكال المعلومات الاخرى وهذا غير متوفر في الاعلام التقليدي.

٧. خاصية البناء الثقافي: يساهم في نشر الثقافة الالكترونية بين افراد المجتمع تحديداً في مجال التعليم الالكتروني وفي كل المجالات الاخرى مثل التجارة والترويج الالكتروني والتسوق الالكتروني.

٨. المستقبلية: إن الاعلام الرقمي هو اعلام المستقبل وذلك لأنه يعتمد على التكنولوجيا الحديثة إذ يخفض من التكلفة ويوسع من دائرة المستخدمين وان انتشار وسائل الاتصال الالكترونية واجهزه النشر الالكتروني في كف اليد قد أتاح لحاملها من الدخول على شبكة الانترنت وقراءة الصحيفة التي يفضلها ومن التصفح على أي موقع الكتروني في أي زمان ومكان.

#### خامساً. اشكال الاعلام الرقمي:

منذ ظهور الانترنت في اوائل التسعينات ومع التطور ظهرت اشكال الاعلام الجديد وتم تحديث اشكالها ووظائفها باستمرار للتنافس مع الاشكال السابقة للإعلام التقليدي، سواء كان الامر يتعلق بعدد الجماهير أو التطور من حيث المحتوى الاعلامي والاشكال الفنية، إذ ساعد الانترنت في تعزيز التأثير للاتصال للكثير من وسائل الاعلام التقليدية عن طريق الكثير من الخدمات الاعلامية وهذه الخدمات تسمى في بعض الاحيان التطبيقات، وتسمى احياناً نماذج وانماط الاتصال لوسائط رقمية<sup>(١)</sup>، وان أبرز اشكال الاعلام الرقمي هي:

١. الصحافة الالكترونية: يتفق جميع الباحثين إن بداية التسعينات من القرن الماضي هي بداية لانطلاق الصحافة الالكترونية فكانت صحيفه (هيلز نبورج داجبلاد) أول صحيفه سويدية الكترونيه عام ١٩٩٠ وأول صحيفه تنشر على شبكة الانترنت اسست لها موقعاً صحفياً وهي (شيكاغو تريبيون) البريطانية عام (١٩٩٢)<sup>(٢)</sup>.

أما في الوطن العربي فكان أول موقع الشرق الاوسط في عام (١٩٩٥) على شبكة الانترنت، ثم صحيفه النهار اللبنانية عام ١٩٩٦، ثم تلتها صحيفه الحياه اللندنية، ثم صحيفه السفير اللبنانية في العام نفسه<sup>(٣)</sup>.

وتعرف الصحافة الالكترونية بأنها (نوع من الاتصال بين البشر يتم عبر الفضاء الالكتروني الانترنت وشبكات المعلومات والاتصالات الاخرى تستخدم فيه فنون وآليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة مضافاً إليها مهارات وآليات وتقنيات المعلومات التي تناسب باستخدام الفضاء الالكتروني كوسيط أو وسيلة اتصال بما في ذلك استخدام النص والصوت والصورة والمستويات المختلفة من التفاعل مع المتلقي، لاستقاء الانباء الأنية وغير الأنية ومعالجتها وتحليلها ونشرها على الجماهير عبر الفضاء الالكتروني)<sup>(٤)</sup>.

إذ يستخدم هذا النوع من الصحافة الكمبيوتر في اعمالها كافة وتوجد عدة انواع للصحافة الالكترونية هي<sup>(٥)</sup>:

(١) صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد، (القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، ٢٠١١م)، ص ٩٠،  
 (٢) علي عبدالفتاح، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، (عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع، ٢٠١٦م)، ص ١١.  
 (٣) علي عبدالفتاح، الصحافة الالكترونية الفرعية، (عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع، ٢٠١٩م)، ص ٩٧.  
 (٤) أحمد عبدالغفار، الإعلام الرقمي الجديد، (الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة، ٢٠١٨م)، ص ٨١.  
 (٥) عبدالرزاق الدليمي، علوم الاتصال في القرن الحادي والعشرين، (عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع، ٢٠١٩م)، ص ٢٤٥.

أ. الصحف الإلكترونية الكاملة.

ب. النسخ الإلكترونية في الصحف المطبوعة.

٢. راديو الإنترنت: عبارة عن تطبيقات برامج صوتيه كمبيوترية يتم استخدامها للبث عبر الشبكة اعتماداً على تكنولوجيا تدفق المعلومات وتشغيل المواد الصوتية، فلم تعد الإذاعة عملية مركبة تحتاج إلى شغل قناة محددة في اوقات محددة<sup>(١)</sup>.

ويعرف بعض الباحثين راديو الإنترنت (أنه راديو متعدد الوظائف وهو راديو تفاعلي يمكن أن ينقل المتحكم في الوسيلة الاعلامية من الدولة ومؤسسات الإذاعة والتلفزيون إلى جمهور المستمعين ويتحول الجمهور من الاستهلاك السلبي للراديو والتلفزيون إلى استخدام قوة التسجيلات الصوتية والمرئية وذكاء الكمبيوتر والمعلومات الضخمة المعروضة في شبكة الانترنت وتتيح الشبكة الرقمية لكل فرد أن يبث برامج إذاعية أو تلفزيونية<sup>(٢)</sup>، وقد انطلقت فكرة راديو الانترنت عام (١٩٩٣) في الولايات المتحدة الامريكية وتم انشاء إذاعة (انترنت تالك راديو) والتي كانت تبث في اليوم لساعات محدده وعام (١٩٩٥) تم انشاء إذاعة (اتش كي) وتعد أول إذاعة تبث على مدار اليوم وبعدها تم انشاء إذاعة (بنات وبس) في الوطن العربي إذ انشأتها مجموعة فتيات ولاقت انتشاراً واسعاً بين أوساط المستخدمين<sup>(٣)</sup>.

٣. تلفزيون الانترنت: يمثل التطور الحاصل في تلفزيون الانترنت والذي جعل من الممكن للمستخدم أن يتصفح مواقع شبكه الانترنت وفي الوقت ذاته متابعه البرامج التلفزيونية بإمكانية عرض صورتين على شاشته واحده<sup>(٤)</sup>، كما يوفر تلفزيون الانترنت مميزات عده منها خدمه التفاعلية المجانية والتي تضمن خدمه التسجيل والتذكير والحصول على مواعيد البث والبرامج وخدمه المشاهدة حسب الطلب، إذ يوفر تلفزيون الانترنت اشكال عدة للمشاهدة وهي:

أ. المشاهدة المباشرة<sup>(٥)</sup>: والتي تعني المشاهدة عبر الانترنت بتطبيق الكتروني أو مواقع متخصصة تتيح هذه الخدمة كي يتسنى مشاهدة القنوات التلفزيونية أو متابعة البث المباشر، اتجهت كثير من القنوات الفضائية إلى بث موادها الاعلامية وبرامجها عبر مواقعها الإلكترونية وغالباً ما تكون هذه الخدمة مقدمة مجاناً في مواقع القنوات الاخبارية ومن بين القنوات التي وفرت هذه الخدمة هي قناة الجزيرة الفضائية [www.aljazeera.net/channel/livestreaminy](http://www.aljazeera.net/channel/livestreaminy) وقناه BBC على موقعها [www.bbcarabic.com](http://www.bbcarabic.com).

ب. المشاهدة المسجلة: وهي مشاهدته برنامج تلفزيوني بعد وقت عرضه في الموقع.

سادساً. مخاطر وسلبيات الاعلام الرقمي:

رغم الايجابيات والخصائص والسمات العديدة التي يتحلى بها الاعلام الرقمي الجديد إلا أنه هنالك مجموعة من السلبيات والعقبات التي تواجهه وتحد من تطوره وانتشاره وهي<sup>(٦)</sup>:

(١) جمال محمد أحمد، الإعلام والتوجيهات الدولية الراهنة، (عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع ، ٢٠١٥م)، ص٢٢٣.

(٢) خالد محمد غازي، الصحافة الإلكترونية، (الجزيرة: وكالة الصحافة الفرعية، ٢٠١٦م)، ص١٦٣.

(٣) علاء نجاح نوري، المعرفة السياسية في الاذاعات الموجهة، (عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع، ٢٠٢٠م)، ص٦٥.

(٤) يسرى خالد إبراهيم، وسائل الإعلام الإلكترونية ودورها في الانماء المعرفي، (عمان: دار النفائس للنشر والتوزيع، ٢٠١٢م)، ص١٦٨.

(٥) ديلو فضيل، دراسات في الإعلام الإلكتروني، (عمان: مركز الكتاب الإلكتروني، ٢٠١٩م)، ص٣٦٠.

(٦) ربحي مصطفى عليان، المكتبات الإلكترونية والمكتبات الرقمية، ط٢، (عمان: دار صفاء للنشر، ٢٠١٥م)، ص١٩.

١. ندرة المهارات والمعارف اللازمة لممارسة مهام وعمل الإعلام الرقمي بشكل محترف.
٢. المنافسة الشديدة بين المواقع الالكترونية وادوات الاعلام الرقمي.
٣. صعوبة الحصول على التمويل.
٤. غياب التخطيط للإعلام الرقمي نوعاً ما وعدم وضوح الرؤية المستقبلية له.
٥. عدم توفر الامكانيات التقنية في بعض الدول، مما أثر على عملية تقدم وتطور الإعلام الالكتروني.
٦. انعدام القوانين والضوابط الخاصة بعمل الاعلام الرقمي وعدم خضوعه للرقابة.
٧. صعوبة الوثوق والتحقق من مصداقيه العديد من البيانات والمعلومات على المواقع الالكترونية.

### سابعاً. مفهوم القيم لغةً واصطلاحاً:

تعد القيم من المفاهيم الجوهرية في ميادين الحياة كافة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية منها، لأنها تمس العلاقات الانسانية بكافه صورها فهي ضرورة اجتماعية لأنها معايير واهداف لا بد وأن نجدها في كل مجتمع منظم، سواء كان متقدماً أو متخلفاً، ويضيف البعض إن الحياة الاجتماعية تستحيل دون القيم ولا يمكن أن يحققوا ما يريدون وما يحتاجون إليه من الاخرين بغير القيم إذ تؤدي دوراً كبيراً في ادراك الفرد للأمور من حوله وتصوراتهِ للعالم المحيط به<sup>(١)</sup>، فالقيم لغةً، القيمة: واحدة، والقيم جمع قيمه بكسر القاف، وهي الاستقامة والاعتدال<sup>(٢)</sup>، ويقول ابن منظور: (القيام يأتي بمعنى المحافظة والملازمة، كما يأتي بمعنى الثبات والاستقامة، فيقال: أقمت الشيء وقومته فقام، بمعنى: استقامة، والقيمة ثمن الشيء بالتقويم، تقول: تقاومه فيما بينهم<sup>(٣)</sup>، والقيم في الاصطلاح (عبارة عن مجموعة الاحكام التي يصدرها الفرد بالتفصيل أو عدم التفصيل للموضوعات أو الاشياء، وذلك في ضوء تقييمه أو تقديره لهذه الموضوعات وتتم هذه العملية من خلال التفاعل بمعارف وخبراته وبين الاطار الحضاري الذي يعيش فيه ويكتسب من خلاله الخبرات والمعارف<sup>(٤)</sup>).

كما عرفت القيم بأنها (مجموعة من المبادئ والقواعد والمثل العليا التي يؤمن بها الناس ويتفقون عليها بينهم ويتخذون منها ميزانا لأعمالهم ويحكمون بها تصرفاتهم المادية والمعنوية)<sup>(٥)</sup>.

### ثامناً. تصنيف القيم:

لا يوجد تصنيف موحد في تحديد انواع القيم، وهناك تصنيفات عدة وصفها الباحثون في هذا المجال وفق معايير مختلفة، بناء على اهدافهم ومقاصدهم اضافة إلى النظر للقيم والعلاقات الموجودة بينهم، ولعل تصنيف (سبرنجر) يعد من أشهر التصنيفات للقيم وقد صنفها في كتابه (انماط الرجال) إلى ستة انماط وهي:

١. القيم النظرية: وتعني الاهتمام بالمعرفة واكتشاف الحقيقة والسعي إلى التعرف على ما وراء القوانين وحقائق الأشياء.

(١) سمير خطاب، التنشئة السياسية والقيم، ط٤، (القاهرة: دار الفجر للطباعة والنشر، ٢٠٠٤م)، ص ١٠.  
 (٢) محمد الدين، الفيروز أبدي، القاموس المحيط، ط٨، (بيروت: مؤسسة الرسالة، ٢٠٠٥م)، ص ١١٥٢.  
 (٣) جمال الدين بن منظور، لسان العرب، ط٣، (بيروت: دار احياء التراث العربي، ٢٠٠٩م)، ص ٥٢٠.  
 (٤) حسين عبدالحاميد أحمد رشوان، في القوة السلطة والنفوذ، (مصر، مركز الاسكندرية للكتاب، ٢٠٠٧م)، ص ٢٣.  
 (٥) ماجد زكي الجلال، تعلم القين، ط٢، (عمان: دار المسرة، ٢٠١٩م)، ص ٤٨.

٢. القيم السياسية: والتي تتضمن عناية الفرد بالقوة والسلطة والتحكم في الاشياء والاشخاص والسيطرة عليهم فهو شخص يهدف إلى السيطرة والتحكم في الاشياء والاشخاص والذي يشمل على النمط القيادي للسلطة<sup>(١)</sup>.

٣. القيم الاجتماعية: تمثل القيم الاجتماعية جانباً رئيساً في أي مجتمع تعد الثقافة وجوهرها فهي التي يمكن أن تحدد وتنظم النشاط الاجتماعي لكافة افراد المجتمع إذ ان لكل مجتمع من المجتمعات فلسفته التي بموجبها تحدد طريقه عيشه في اي فترة من فترات تاريخه، فالمجتمع هو الذي يحدد تصرفات افراده بشكل عام ويصمم ويرسم الاساليب التي تضمن بقاءه ودوام تماسكه ويلبي مطالب افراده الذي يمكنهم من أن يعيشوا حياة منتظمة، كما وإن تكامل البيئة الاجتماعية لأي مجتمع يعتمد على ما يسوده من قيم مشتركة بين اعضائه وعلى مدى انتشار مستويات مقاربة من درجات الوعي والادراك لتلك القيم<sup>(٢)</sup>.

٤. القيم الدينية: وتشمل على الاهتمام بالمعتقدات والقضايا الروحية والدينية والبحث عن حقائق واسرار الوجود واسرار الكون وقد عرفت القيم الدينية بانها القيم المستمدة من الدين الاسلامي الحنيف<sup>(٣)</sup>.

٥. القيم الجمالية: وهي تعبر عن الاهتمام بالجمال والشكل والتناسق وهي جزء من مصفوفة القيم التي لا ترتقي بمضمونها ولا بشكلها منفردة بل في الشكل والمضمون في آن واحد وتظهر من خلال انماط التعبير الفني للنمط البصري والنمط الذاتي ويكون التمايز العقلي ظاهراً من ظواهر النمو الذي يحدد تميز الاهتمام بالجمال<sup>(٤)</sup>.

٦. القيم الاقتصادية: وتشمل الاهتمام بالمنفعة الاقتصادية والمادية والتي يمثلها نمط رجال الاعمال والاقتصاد، والقيم الاقتصادية هي القوة المحركة للفرد نظراً لما تمثله من قدرة على تشكيل الحياة وتوفير متطلباتها، وتكون مهمة ومؤثرة في تشكيل النسق القيمي للفرد، حيث لا يمكن افعال دورها في تشكيل القيم المختلفة وترتيب اولوياتها حسب الحاجة<sup>(٥)</sup>.

### المبحث الثالث: الدراسة الميدانية

قام الباحث في اعداد استمارة الاستبيان ومن ثم توزيعها على المبحوثين من افراد العينة والتي تم اختيارها من خلال تحديد حدود البحث المكانية، اذ اختار الباحث مجالا مكانية متمثلاً في كليتي الادارة والاقتصاد والقانون في جامعه بغداد، اذ قام الباحث بتوزيع (٣٠٠) استمارة استبيان على افراد العينة إذ تم توزيع (١٥٠) استمارة للذكور و (١٥٠) استمارة للإناث وكما موضح في الجدول رقم (١).

(١) محمد فؤاد، القيم السياسية في الإسلام، عدد ٥٦٦، (الكويت: ٢٠١٢م)، ص ٩.  
 (٢) سيف الدين عبدالفتاح، القيم في الظاهرة الاجتماعية، (القاهرة: دار البشير للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨م)، ط ٤٠.  
 (٣) محمد ورنقي، أهمية القيم الدينية في تحقيق الضبط الاجتماعي، مجلة أبحاث جامعة ميسان، كلية التربية، مجلد ١٤، عدد ٢٨، ٢٠١٨م، ص ٩٨.  
 (٤) لمياء عدنان عبد، القيم الجمالية لدى طلبة المرحلة الثانوية، مجلة كلية التربية للعلوم الإنسانية، (القاهرة: العدد ٧٤، ٢٠١٢م)، ص ٢٥.  
 (٥) إبراهيم الذيب، أسس ومهارات بناء القيم، ط ٢، (مصر: مؤسسة أم القرى، ٢٠٠٥م)، ص ٦.

## ١. النوع الاجتماعي:

جدول (١) توزيع عينة الدراسة حسب النوع الاجتماعي

ت	النوع	التكرار	النسبة المئوية
١	ذكر	١٥٠	٥٠%
٢	أنثى	١٥٠	٥٠%
٣	المجموع	٣٠٠	١٠٠%

يتضح لنا من بيانات الجدول رقم (١) إن توزيع عينة البحث حسب النوع الاجتماعي والتي بلغ إجمالي عددهم (٣٠٠) مبحوثاً وقد تم توزيعها بشكل متساوي بواقع (١٥٠) مبحوثاً من الذكور وبنسبه (٥٠%) و(١٥٠) مبحوثاً من الإناث وبنسبة (٥٠%).

## ٢. الفئات العمرية:

إن للعمر اهمية كبيره في تنوع اجابات المبحوثين، إذ كلما كبر عمر الانسان ازدادت تجربته ومعرفته في مختلف ميادين الحياة وكان تفكيره اعمق وادق، فإجابات الاطفال تختلف عن اجابات الشباب واجابات الشباب تختلف عن اجابات الكبار وكما هو موضح في الجدول رقم (٢).

جدول رقم (٢) يبين الفئات العمرية للمبحوثين

ت	الفئات العمرية	العدد	النسبة المئوية
١	٢٢-١٨	٦٣	٢١%
٢	٢٦-٢٢	١٤٥	٤٨.٣٣%
٣	٣٠-٢٦	٥٥	١٨.١٣%
٤	٣٠ فما فوق	٣٧	١٢.٣٤%
٥	المجموع	٣٠٠	١٠٠%

تم توزيع الفئات العمرية في استمارة الاستبيان إلى اربعة فئات عمرية حيث بلغ عدد المبحوثين من الفئة العمرية (٢٢-١٨) (٦٣) مبحوثاً وبنسبه (٢١%)، وبلغ عدد المبحوثين (٢٢-٢٦) (١٤٥) مبحوثاً ومن كلا الجنسين وبنسبه (٤٨.٣٣%) وبلغ عدد المبحوثين من الفئة العمرية (٣٠-٢٦) (٥٥) مبحوثاً وبنسبه (١٨.١٣%) ومن كلا الجنسين، أما الفئة العمرية (٣٠) فما فوق فقد حصلت على (٣٧) مبحوثاً وبنسبه (١٢.٣٤%) ومن كلا الجنسين.

ومن بيانات الجدول رقم (٢) نلاحظ حصول الفئة العمرية من (٢٦-٢٢) على المرتبة الاولى وهذا يعد امراً طبيعياً كون اغلب طلاب الجامعات تتراوح اعمارهم من ضمن هذه الفئة.

## ٣. استخدام الإعلام الرقمي من قبل الشباب الجامعي:

اشارت نتائج الدراسة الميدانية بأن كل افراد العينة يستخدمون ويشاهدون الإعلام الرقمي وكما هو موضح في الجدول رقم (٣).

جدول رقم (٣) يوضح استخدام الاعلام الرقمي

استخدام الإعلام الرقمي				
ت	الجنس	نعم	%	لا
١	ذكر	١٥٠	٥٠	٠
٢	أنثى	١٥٠	٥٠	٠
٣	المجموع	٣٠٠	١٠٠	٠

تشير نتائج الجدول رقم (٣) إلى أنه كل افراد العينة يستخدمون الاعلام الرقمي إذ بلغ عدد الذكور (١٥٠) مبحوثاً وبنسبة (٥٠%) وعدد الاناث (١٥٠) مبحوثاً وبنسبة (٥٠%) وهذا دليل على أهمية هذا النوع من الاعلام والذي أصبح جزء لا يتجزأ من حياة الافراد اليومية.

٤. أبرز دوافع استخدام الإعلام الرقمي من قبل الشباب الجامعي:

جدول رقم (٤) دوافع استخدام الإعلام الرقمي

دوافع استخدام الإعلام الرقمي								الجنس	ت
الاجمالي		متابعة الدروس التي تهمننا		معرفة القيم الوافدة		زيادة المعلومات الثقافية			
%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد		
٥٠	١٥٠	٣٠.٣٣	٩١	١٣	٣٩	٧.٧٦	٢٠	ذكر	١
٥٠	١٥٠	٤.٣٤	١٣	٣٥.٣٣	١٠٦	١٠.٣٣	٣١	أنثى	٢
١٠٠	٣٠٠	٣٤.٦٨	١٠٤	٤٨.٣٣	١٤٥	١٧	٥١	المجموع	٣

أوضحت لنا نتائج الجدول رقم (٤) عن دوافع استخدام الاعلام الرقمي بالنسبة للذكور حصول (متابعة الدروس التي تهمني) على المرتبة الاولى بمجموع (٩١) مبحوثاً وبنسبة (٣٠.٣٣%) وحصول (معرفة القيم الوافدة) على المرتبة الثانية بمجموع (٣٩) مبحوثاً وبنسبة (١٣%)، وحصول (زياده المعلومات الثقافية) على المرتبة الثالثة بمجموع (٢٠) مبحوثاً وبنسبه (٧.٧٦%).

أما بالنسبة للإناث فقد حصلت فئة (معرفة القيم الوافدة) على المرتبة الاولى بمجموع (١٠٦) مبحوثاً وبنسبة (٣٥.٣٣%) وحصول (زياده المعلومات الثقافية) على المرتبة الثانية بمجموع (٣١) مبحوثاً وبنسبه (١٠.٣٣%) وحصول (متابعه الدروس التي تهمني) على المرتبة الثالثة بمجموعه (١٣) مبحوثاً وبنسبه (٤.٣٤%).

نستنتج من الجدول اعلاه بالنسبة للذكور هو حصول فئه (متابعه الدروس التي تهمني) على المرتبة الاولى ويرجع سبب ذلك إلى انشغال الذكور في كثير من الاعمال اليومية والتي تخص حياتهم الاسرية، وحصول فئه (معرفة القيم الوافدة) على المرتبة الاولى عند الاناث وهذا الامر نابع من طبيعة الاناث في محاوله معرفه الثقافات الوافدة.

٥. أبرز المواقع التي يتابعها الشباب الجامعي الإعلام الرقمي.

جدول رقم (٥) أبرز المواقع التي يتابعها المبحوثين

ت	اسم الموقع	ذكر		أنثى		اجمالي	
		%	العدد	%	العدد	%	العدد
١	يوتيوب	١٩.٦٧	٥٩	١٣	٣٩	٣٢.٦٧	٩٨
٢	الفيس بوك	١١	٣٣	١٣.٣٣	٤٠	٢٤.٣٣	٧٣
٣	الانستغرام	٦.٦٧	٢٠	١٥	٤٥	١٥.٣٣	٤٦
٤	تويتر	١٢.٦٦	٣٨	٨.٦٧	٢٦	٢٧.٦٧	٨٣
٥	المجموع	٥٠	١٥٠	٥٠	١٥٠	١٠٠	٣٠٠

كشفت بيانات الجدول رقم (٥) بالنسبة لأبرز المواقع التي يتابعها شباب الجامعي للإعلام الرقمي بالنسبة للذكور هو حصول موقع (يوتيوب) على المرتبة الاولى بمجموع (٥٩) مبحوثاً

وبنسبه (١٩.٦٧%) وحصول موقع (تويتر) على المرتبة الثانية بمجموع (٣٨) مبحوثاً وبنسبة (١٢.٦٦%) وحصول موقع (الفييس بوك) على المرتبة الثالثة بمجموع (٣٣) مبحوثاً وبنسبة (١١%) وحصول موقع (الانستغرام) على المرتبة الرابعة بمجموع (٢٠) مبحوثاً وبنسبة (٦.٦٧%).

أما بالنسبة للإناث فقد حصل موقع (الانستغرام) على المرتبة الاولى بمجموع (٤٥) مبحوثاً وبنسبة (١٥%) وحصول موقع (الفييس بوك) على المرتبة الثانية بمجموع (٤٠) مبحوثاً وبنسبة (١٣.٣٣%) وحصول موقع (يوتيوب) على المرتبة الثالثة بمجموع (٣٩) مبحوثاً وبنسبة (١٣%) وحصول موقع (تويتر) على المرتبة الرابعة بمجموع (٢٦) مبحوثاً وبنسبة (٨.٦٧%).

٦. الفترة الزمنية المفضلة لمتابعة الإعلام الرقمي لدى المبحوثين.

جدول رقم (٦) الفترة الزمنية المفضلة لمتابعة الإعلام الرقمي لدى المبحوثين

ت	الجنس	دوافع استخدام الإعلام الرقمي							
		صباحاً		ظهراً		مساءً		الاجمالي	
		العدد	%	العدد	%	العدد	%		
١	ذكر	٢١	٧	٦٣	٢١	٦٦	٢٢	١٥٠	٥٠
٢	أنثى	٤٢	١٤	٣٥	١١.٦٧	٧٣	٢٤.٣٣	١٥٠	٥٠
٣	المجموع	٦٣	٢١	٩٨	٣٢.٦٧	١٣٩	٤٦.٣٣	٣٠٠	١٠٠

تظهر نتائج الجدول رقم (٦) بالنسبة للفترة الزمنية المفضلة لمتابعة الاعلام الرقمي بالنسبة للذكور وحصول فتره (مساءً) على المرتبة الاولى بمجموع (٦٦) مبحوثاً وبنسبة (٢٢%) وحصول فترة (ظهراً) على المرتبة الثانية بمجموع (٦٣) مبحوثاً وبنسبة (٢١%) وحصول فتره (صباحاً) على المرتبة الثالثة بمجموع (٢١) مبحوثاً وبنسبة (٧%)، أما بالنسبة للإناث فقد حصلت فترة (مساءً) على المرتبة الاولى بمجموع (٧٣) مبحوثاً وبنسبة (٢٤.٣٣%) وحصول فترة صباحاً على المرتبة الثانية من مجموع (٢٢) مبحوثاً وبنسبة (١٤%) وحصول فتره (ظهراً) على المرتبة الثالثة بمجموع (٣٥) مبحوثاً وبنسبه (١١.٦٧%).

٧. مساعدة الإعلام الرقمي في تعزيز الثقافة الاجتماعية.

جدول رقم (٧) مساعدة الإعلام الرقمي المبحوثين في تعزيز الثقافة الاجتماعية لديهم

ت	النوع	نعم		لا		اجمالي	
		العدد	%	العدد	%	العدد	%
١	ذكر	١١٩	٣٩.٦٧	٣١	١٠.٣٣	١٥٠	٥٠
٢	انثى	٩٣	٣١	٧٥	١٩	١٥٠	٥٠
٣	المجموع	٢١٢	٧٠.٦٧	٨٨	٢٩.٣٣	٣٠٠	١٠٠

تدل بيانات الجدول رقم (٧) بالنسبة لمساعدة الاعلام الرقمي في تعزيز القيمة الثقافية والاجتماعية لدى المبحوثين بالنسبة للذكور هو حصول (نعم) على (١١٩) مبحوثاً وبنسبة (٣٩.٦٧%) وحصول (لا) على (٣١) مبحوثاً وبنسبة (١٠.٣٣%) مبحوثاً، أما الاناث فقد حصلت نسبة (نعم) على (٩٣) مبحوثاً وبنسبة (٣١%) وحصول (لا) على (٥٧) مبحوثاً وبنسبة (١٩%)، ونستنتج منها الجدول اعلاه بأن حصول (نعم) على المرتبة الاولى دليل على مساعدة ودور الاعلام الرقمي في تعزيز الثقافة الاجتماعية عند كلا الجنسين من المبحوثين.

٨. أهم القيم الاجتماعية التي يساعد الإعلام الرقمي على غرسها لدى المبحوثين.  
جدول رقم (٨) القيم الاجتماعية

ت	الجنس	القيم الاجتماعية							
		التعاون		الصدق		التكافل الاجتماعي		الإجمالي	
		العدد	%	العدد	%	العدد	%		
١	ذكر	٨٦	٢٨.٦٧	٣٢	١٠.٦٧	٣٢	١٠.٦٧	١٥٠	٥٠
٢	أنثى	٦٧	٢٢.٣٣	٧٢	٢٤	١١	٣.٦٧	١٥٠	٥٠
٣	المجموع	١٥٣	٥١	١٠٤	٣٤.٦٧	٤٣	١٤.٣٤	٣٠٠	١٠٠

أشارت نتائج الجدول رقم (٨) عن أهم القيم الاجتماعية والتي يساعد الإعلام الرقمي على غرسها بالنسبة للذكور ان (التعاون) قد حصل على المرتبة الاولى بمجموع (٨٦) مبحوثاً وبنسبه (٢٨.٦٧%) وان كلا من (الصدق والتكافل الاجتماعي) قد حصلوا على نفس المرتبة وهي الثانية بمجموع (٣٢) مبحوثاً وبنسبه (١٠.٦٧%).

أما الإناث فقد حصلت (الصدق) على المرتبة الاولى بمجموع (٧٢) مبحوثاً وبنسبة (٢٤%) وحصلت (التعاون) على المرتبة الثانية بمجموع (٦٧) مبحوثاً وبنسبة (٢٢.٣٣%) وحصلت (التكافل الاجتماعي) على المرتبة الثالثة بمجموع (١١) مبحوثاً وبنسبة (٣.٦٧%).

٩. أهم المجالات التي عزز فيها الإعلام الرقمي من قدرات الشباب الجامعي في الميادين السلوكية والمعرفية

جدول رقم (٩) أهم المجالات السلوكية والمعرفية

ت	الجنس	أهم المجالات السلوكية والمعرفية									
		المجالات التربوية		المجالات الثقافية		المجالات السياسية		المجالات المعرفية		الإجمالي	
		العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%		
١	ذكر	٤٢	١٤	٤١	١٤	٢٥	٨	٤١	١٤	١٥٠	٥٠
٢	أنثى	٢٠	٦	٤١	١٤	٣٥	١٢	٥٤	١٨	١٥٠	٥٠
٣	المجموع	٦٢	٢٠	٨٢	٢٨	٦٠	٢٠	٩٥	٣٢	٣٠٠	١٠٠

أظهرت نتائج الجدول رقم (٩) عن أهم المجالات السلوكية والمعرفية التي يسعى الإعلام الرقمي على تعزيزها لدى شباب الجامعي انه بالنسبة للذكور ان (المجالات التربوية) قد حصلت على المرتبة الاولى بمجموع (٤٢) مبحوثاً وبنسبة (١٤%) وان كل من (المجالات الثقافية والمجالات الترفيهية) قد حصلت على المرتبة الثانية وبمجموع (٤١) مبحوثاً وبنسبة (١٤%) وحصلت (المجالات السياسية) على المرتبة الثالثة بمجموع (٢٥) مبحوثاً وبنسبة (٨%).

أما بالنسبة للإناث فقد حصلت (المجالات الترفيهية) على المرتبة الاولى بمجموع (٥٤) مبحوثاً وبنسبه (١٨%) وحصلت (المجالات الثقافية) على المرتبة الثانية بمجموع (٤١) مبحوثاً وبنسبة (١٤%) وحصلت (المجالات السياسية) على المرتبة الثالثة بمجموع (٣٥) مبحوثاً وبنسبة (١٢%) وحصلت (المجالات التربوية) على (٢٠) مبحوثاً وبنسبة (٦%).

## الاستنتاجات والتوصيات

### أولاً. الاستنتاجات:

١. أظهرت نتائج الدراسة بالنسبة لاستخدام الاعلام الرقمي بان جميع افراد عينه الدراسة يستخدمون الاعلام الرقمي في حياتهم اليومية وهذا دليل على اهمية هذا النوع من الاعلام والذي اصبح جزءاً لا يتجزء من حياه الافراد اليومية.
٢. أما بالنسبة لأبرز دوافع استخدام الاعلام الرقمي بالنسبة لأفراد عينه البحث انه بالنسبة للذكور فقد حصلت (متابعه الدروس التي تهمني) على المرتبة الاولى وحصول (معرفة القيم الوافدة) على المرتبة الثانية أما بالنسبة للإناث فقد حصلت (معرفة القيم الوافدة) على المرتبة الاولى وحصل (زياده المعلومات الثقافية) على المرتبة الثانية.
٣. توصل نتائج الدراسة بالنسبة لاهم وابرز المواقع التي يتم من خلالها مشاهدته واستخدام الاعلام الرقمي بالنسبة للذكور وحصول موقع (يوتيوب) على المرتبة الاولى وحصول موقع (تويتر) على المرتبة الثانية، اما بالنسبة للإناث فقد حصل موقع (الانستغرام) على المرتبة الاولى وحصل موقع (الفيس بوك) على المرتبة الثانية.
٤. كشفت نتائج البحث بالنسبة للفترة الزمنية المفضلة للمتابعة الاعلام الرقمي بالنسبة للذكور والاناث ان فتره (مساءً) حصلت على المرتبة الاولى وعند كلا الجنسين.
٥. أما بالنسبة لمساعدته الاعلام الرقمي في تعزيز الثقافة الاجتماعية فقد حصلت (نعم) على المرتبة الاولى وعند كلا جنسيه من المبحوثين.
٦. توصل البحث بالنسبة لاهم القيم الاجتماعية التي يساعد الاعلام الرقمي على غرسها بالنسبة للذكور هو حصول (التعاون) على المرتبة الاولى اما بالنسبة للإناث فقد حصلت (الصدق) على المرتبة الاولى.
٧. كشفت نتائج الدراسة بالنسبة لاهم المجالات التي يعزز فيها الاعلام الرقمي من قدرات افراد العينة في ميدان المعرفة السلوكية والاجتماعية وحصول (المجالات التربوية) على المرتبة الاولى عند الذكور وحصول (المجالات الترفيهية) على المرتبة الاولى عند الاناث.

### ثانياً. التوصيات:

١. ادخال مناهج الاعلام الرقمي وتطبيقاته ضمن المناهج الدراسية في الجامعات العراقية لما له من دور في تعزيز القيم الاجتماعية لديهم.
٢. غرور التوعية طلبت الجامعات على اهم مخاطر وايجابيات وسلبيات الاعلام الرقمي.
٣. العمل على انشاء مواقع ومجموعات تهدف إلى تعزيز مختلف انواع القيم لدى الشباب الجامعي.
٤. دعوة الجهات التشريعية والرقابية على وضع قوانين تعمل على حمايه المجتمع بصوره عامه من القيم الوافدة والتي لا تتماشى مع قيم وعادات المجتمع العربي.

### المراجع:

- (١) إبراهيم الذيب، أسس ومهارات بناء القيم، (مصر: مؤسسة أم القرى، ٢٠٠٥م).
- (٢) أحمد بدر، أصول البحث العلمي ومناهجه، (بيروت: دار القلم، ٢٠٠٠م).
- (٣) أحمد توفيق محمد الأنصاري، الإعلام البديل، (عمان: دار اليازوري، ٢٠٢٣م).
- (٤) أحمد عبدالغفار، الإعلام الرقمي الجديد، (الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة، ٢٠١٨م).
- (٥) أحمد محمود الخطيب، البحث العلمي، (عمان: دار الكتب الحديثة، ٢٠٠٩م).

- (٦) بتول السيد مصطفى، الإعلام الرقمي، (عمان: دار أسامة للنشر، ٢٠١٩م).
- (٧) جمال الدين بن منظور، لسان العرب، (بيروت: دار احياء التراث العربي، ٢٠٠٩م).
- (٨) جمال محمد أحمد، الإعلام والتوجيهات الدولية الراهنة، (عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م).
- (٩) حسن رضا النجار وفاضل القرشي، الإعلام الرقمي والاتجاهات الحديثة، (العين: دار الكتاب الجامعي للنشر والتوزيع، ٢٠١٧م).
- (١٠) حسين عبدالحميد أحمد رشوان، في القوة السلطة والنفوذ، (مصر: مركز الاسكندرية للكتاب، ٢٠٠٧م).
- (١١) حيدر صادق الكرخي، طغيان مواقع التواصل الاجتماعي على التلفزيون، (عمان: دار غيداء للنشر، ٢٠٢٢م).
- (١٢) خالد محمد غازي، الصحافة الإلكترونية، (الجيزة: وكالة الصحافة الفرعية، ٢٠١٦م).
- (١٣) خيرالله سبهان، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات السياسية، (عمان: دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، ٢٠٢١م).
- (١٤) ديلو فضيل، دراسات في الإعلام الإلكتروني، (عمان: مركز الكتاب الإلكتروني، ٢٠١٩م).
- (١٥) ذوقان عبيدان وعبدالحق، البحث العلمي وأدواته وأساليبه، (عمان: دار الفكر، ٢٠٠٩م).
- (١٦) ربحي مصطفى عليان، المكتبات الإلكترونية والمكتبات الرقمية، (عمان: دار صفاء للنشر، ٢٠١٥م).
- (١٧) رضا أمين، الإعلام جديد، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م).
- (١٨) سمير خطاب، التنشئة السياسية والقيم، (القاهرة: دار الفجر للطباعة والنشر، ٢٠٠٤م).
- (١٩) سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٦م).
- (٢٠) سيف الدين عبدالفتاح، القيم في الظاهرة الاجتماعية، (القاهرة: دار البشير للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨م).
- (٢١) شرهان توفيق، الإعلام الرقمي تشريعات وأخلاق، (القاهرة: دار النشر العربي، ٢٠٢٣م).
- (٢٢) صلاح محمد عبدالحميد، الإعلام الجديد، (القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، ٢٠١١م).
- (٢٣) عبدالباسط محمد حسن، أصول البحث الاجتماعي، (القاهرة: دار الثقافة، ١٩٩٠م).
- (٢٤) عبدالرزاق الدليمي، الإعلام في ظل التطورات العالمية، (عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع، ٢٠١٩م).
- (٢٥) عبدالرزاق الدليمي، علوم الاتصال في القرن الحادي والعشرين، (عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع، ٢٠١٩م).
- (٢٦) عبير الرحياني، الإعلام الرقمي، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٢م).
- (٢٧) عثمان محمد، مواقع التواصل الاجتماعي عن قرب، (عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع، ٢٠٢٠م).
- (٢٨) عصمت عبدالمجيد، المدخل في البحث العلمي، (بغداد: مطبعة دار الشؤون الثقافية العامة، ٢٠٠١م).
- (٢٩) علاء نجاح نوري، المعرفة السياسية في الاذاعات الموجهة، (عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع، ٢٠٢٠م).
- (٣٠) علي حجازي إبراهيم، الإعلام البديل، (عمان: دار المعتز للنشر والتوزيع، ٢٠١٧م).

- ٣١) علي عبدالفتاح، الصحافة الإلكترونية الفرعية، (عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع، ٢٠١٩م).
- ٣٢) علي عبدالفتاح، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، (عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع، ٢٠١٦م).
- ٣٣) غالب كاظم الدعيمي، الإعلام الجديد اعتمادية متصاعدة ووسائل متجددة، (عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع، ٢٠١٧م).
- ٣٤) فاضل البدراني، الإعلام الرقمي في عصر التدفق الإخباري، (بيروت: منتدى المعارض، ٢٠١٧م).
- ٣٥) فاطمة حسين عواد، الإعلام الفضائي، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م).
- ٣٦) فائز جمعة النجار، أساليب البحث العلمي، (عمان: دار النشر والتوزيع، ٢٠١٠م).
- ٣٧) لمياء عدنان عبد، القيم الجمالية لدى طلبة المرحلة الثانوية، مجلة كلية التربية للعلوم الإنسانية، القاهرة، العدد (٧٤)، ٢٠١٢.
- ٣٨) ماجد زكي الجلاد، تعلم القيم، (عمان: دار المسرة، ٢٠١٩م).
- ٣٩) محمد الدين، الفيروز أبادي، القاموس المحيط، (بيروت: مؤسسة الرسالة، ٢٠٠٥م).
- ٤٠) محمد السيد ريان، الإعلام الجديد، (القاهرة: مركز الاهرام، ٢٠١٣م).
- ٤١) محمد شفيق، البحث العلمي، الخطوات العلمية لإعداد البحوث الاجتماعية، (الاسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، ١٩٩٨م).
- ٤٢) محمد فؤاد، القيم السياسية في الإسلام، الكويت: وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، مجلة الوعي الإسلامي، العدد (٥٦٦)، ٢٠١٢م.
- ٤٣) محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية، (القاهرة: دار الفجر، ٢٠٠٦م).
- ٤٤) محمد ورنقي، أهمية القيم الدينية في تحقيق الضبط الاجتماعي، مجلة أبحاث جامعة ميسان، كلية التربية، المجلد (١٤)، العدد (٢٨)، ٢٠١٨.
- ٤٥) محمود خضر، الإعلام والمعلومات والأنترنت، (عمان: دار مكتبة الكندي، ٢٠١٥م).
- ٤٦) مهدي شفيقة، قضايا ورهانات بحثية راهنة، (عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع، ٢٠١٩م).
- ٤٧) يسرى خالد إبراهيم، وسائل الإعلام الإلكترونية ودورها في الانماء المعرفي، (عمان: دار النفائس للنشر والتوزيع، ٢٠١٢م).

### Scientific Journals

- 1) Abdul-Basit Mohammad Hassan, Principles of Social Research, (Cairo: Dar al-Thaqafa, 1990).
- 2) Abdul-Razzaq Al-Dulaimi, Communication Sciences in the 21st Century, (Amman: Dar Al-Yazouri, 2019).
- 3) Abdul-Razzaq Al-Dulaimi, Media in Light of Global Developments, (Amman: Dar Al-Yazouri, 2019).
- 4) Abeer Al-Rahyani, Digital Media, (Amman: Dar Osama, 2012).
- 5) Ahmed Abdul-Ghaffar, New Digital Media, (Alexandria: Youth University Foundation, 2018).
- 6) Ahmed Badr, Origins and Methods of Scientific Research, (Beirut: Dar Al-Qalam, 2000).

- 7) Ahmed Mahmoud Al-Khatib, *Scientific Research*, (Amman: Dar Al-Kutub Al-Haditha, 2009).
- 8) Ahmed Tawfiq Mohammad Al-Ansari, *Alternative Media*, (Amman: Dar Al-Yazouri, 2023).
- 9) Alaa Najah Nouri, *Political Knowledge in Directed Radios*, (Amman: Dar Ghaida, 2020).
- 10) Ali Abdul-Fattah, *Electronic Journalism in Light of the Technological Revolution*, (Amman: Dar Al-Yazouri, 2016).
- 11) Ali Abdul-Fattah, *Subsidiary Electronic Journalism*, (Amman: Dar Al-Yazouri, 2019).
- 12) Ali Hijazi Ibrahim, *Alternative Media*, (Amman: Dar Al-Moataz, 2017).
- 13) Ali Hijazi Ibrahim, *Op. Cit.*
- 14) Batoul Al-Sayyid Mustafa, *Digital Media*, (Amman: Dar Osama, 2019).
- 15) Dilou Fadeel, *Studies in Electronic Media*, (Amman: Electronic Book Center, 2019).
- 16) Fadel Al-Badrani, *Digital Media in the Age of News Flow*, (Beirut: Montada Al-Ma'arif, 2017).
- 17) Fatima Hussein Awad, *Satellite Media*, (Amman: Dar Osama, 2015).
- 18) Fayez Juma'a Al-Najjar, *Methods of Scientific Research*, (Amman: Dar Al-Nashr wa Al-Tawzi, 2010).
- 19) Ghalib Kadhim Al-Da'mi, *New Media: Increasing Dependency and Renewed Means*, (Amman: Dar Amjad, 2017).
- 20) Haidar Sadiq Al-Karkhi, *The Dominance of Social Media over Television*, (Amman: Dar Ghaida, 2022).
- 21) Hassan Reda Al-Najjar & Fadel Al-Quraishi, *Digital Media and Modern Trends*, (Al Ain: University Book House, 2017).
- 22) Hussein Abdul-Hamid Ahmed Rashwan, *On Power, Authority, and Influence*, (Egypt: Alexandria Book Center, 2007).
- 23) Ibrahim Al-Deeb, *Foundations and Skills of Building Values*, (Egypt: Umm Al-Qura Foundation, 2005).
- 24) Ismat Abdul-Majid, *Introduction to Scientific Research*, (Baghdad: Dar Al-Shu'un Al-Thaqafiya Press, 2001).
- 25) Jamal Al-Din bin Manzur, *Lisan al-Arab*, (Beirut: Dar Ihya al-Turath al-Arabi, 2009).
- 26) Jamal Mohammad Ahmed, *Media and Current International Trends*, (Amman: Dar Ghaida, 2015).
- 27) Khairallah Sabhaan, *Social Media Sites and Their Role in Political Transformations*, (Amman: Dar Al-Academicun, 2021).
- 28) Khalid Mohammad Ghazi, *Electronic Journalism*, (Giza: Subsidiary Press Agency, 2016).

- 29) Lamia Adnan Abd, Aesthetic Values Among High School Students, *Journal of the Faculty of Education for Human Sciences, Cairo*, No. (74), 2012.
- 30) Mahdi Shafiq, *Current Research Issues and Stakes*, (Amman: Dar Al-Yazouri, 2019).
- 31) Mahmoud Khader, *Media, Information, and the Internet*, (Amman: Al-Kindi Library, 2015).
- 32) Majid Zaki Al-Jallad, *Learning Values*, (Amman: Dar Al-Masirah, 2019).
- 33) Mohammad Al-Din Al-Fayrouzabadi, *Al-Qamus Al-Muhit*, (Beirut: Al-Risala Foundation, 2005).
- 34) Mohammad Al-Sayyid Rayyan, *New Media*, (Cairo: Al-Ahram Center, 2013).
- 35) Mohammad Fouad, *Political Values in Islam*, Kuwait: Ministry of Awqaf and Islamic Affairs, *Al-Wa'y Al-Islami Journal*, Issue (566), 2012.
- 36) Mohammad Munir Hijab, *Basics of Media Research*, (Cairo: Dar Al-Fajr, 2006).
- 37) Mohammad Shafiq, *Scientific Research: Scientific Steps for Preparing Social Research*, (Alexandria: Al-Maktab Al-Jami'i Al-Hadith, 1998).
- 38) Mohammad Warniqi, *The Importance of Religious Values in Achieving Social Control*, *Maysan University Research Journal, Faculty of Education*, Vol. (14), No. (28), 2018.
- 39) Othman Mohammad, *Social Media Sites Up Close*, (Amman: Dar Ghaida, 2020).
- 40) Rebhi Mustafa Alian, *Electronic and Digital Libraries*, (Amman: Dar Safaa, 2015).
- 41) Reda Amin, *New Media*, (Cairo: Dar Al-Fajr, 2015).
- 42) Saif al-Din Abdul-Fattah, *Values in Social Phenomena*, (Cairo: Dar Al-Bashir, 2008).
- 43) Salah Mohammad Abdul-Hamid, *New Media*, (Cairo: Taiba Foundation, 2011).
- 44) Samir Khattab, *Political Socialization and Values*, (Cairo: Dar Al-Fajr, 2004).
- 45) Samir Mohammad Hussein, *Media Research*, (Cairo: Alam Al-Kutub, 2006).
- 46) Sharhan Tawfiq, *Digital Media: Legislation and Ethics*, (Cairo: Arab Publishing House, 2023).
- 47) Thouqan Obeidat and Abdul-Haq, *Scientific Research: Its Tools and Methods*, (Amman: Dar Al-Fikr, 2009).
- 48) Yusra Khalid Ibrahim, *Electronic Media and Its Role in Knowledge Development*, (Amman: Dar Al-Nafais, 2012).