

**دور وسائل الإعلام الحديثة في تشكيل الوعي
الاجتماعي للشباب في دولة الامارات العربية المتحدة
(دراسة ميدانية على طلبة جامعة العين)**

إعداد

أ. عبد الله حمد محمد بالقرين العامري

باحث دكتوراه بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

إشراف

أ.د. أحمد خطاب الأستاذ بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

د. مي حسام المدرس بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

**The Role of Modern Media in Shaping the Social Awareness
of Youth in the United Arab Emirates (A Field Study on Al Ain
University Students)**

Prepared by

Abdullah Hamad Mohammed Balqarin Al-Amiri

PhD Researcher, Cairo University

Supervised by

Prof. Dr. Ahmed Khattab, Professor,

Faculty of Mass Communication, Cairo University

Dr. Mai Hossam, Lecturer,

Faculty of Mass Communication, Cairo University

دور وسائل الاعلام الحديثة في تشكيل الوعي الاجتماعي للشباب في دولة الامارات العربية المتحدة (دراسة ميدانية على طلبة جامعة العين)

إعداد/ أ. عبد الله حمد محمد بالقرين العامري *
إشراف أ.د/ أحمد خطاب* د/ مي حسام*

المستخلص:

هدفت هذه الدراسة للتعرف على دور وسائل الإعلام الحديثة في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الإماراتي وتنبع أهمية الدراسة في أنها قد تسهم في فهم طبيعة دور وسائل الإعلام الحديثة (الصحافة الالكترونية ، وسائل التواصل الاجتماعي) على الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعات. واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي باعتباره أنسب المناهج البحثية لمثل هذه الدراسات حيث قامت الباحثة بإعداد استبانة شملت ثلاثة محاور تضمن المحور الأول على البيانات الأولية الخاصة بطلاب جامعة العين، والثاني يحتوى على قياس تعرض الشباب لوسائل الإعلام، والمحور الأخير يحتوى على قياس مدى الوعي الاجتماعي للشباب. وقامت الباحثة بتطبيق تلك الاستبانة بعد التأكد من صدقها وثباتها من خلال فعل "ثبات الإعادة" على عينه مكونه من " 219 " طالب وطالبة وبعد جمع البيانات، ثم تحليلها تم التوصل إلى مدى دور وسائل الإعلام الحديثة في بلورة وتشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلاب الجامعة. كما خرجت بتوصيات من أهمها وضع آليات وإستراتيجيات عملية لمواجهة طوفان المادة الإعلامية، والغير هادفة، والتي تستهدف قيم ومفاهيم المجتمع الإماراتي، والعمل على تحقيق الإشباع السياسي، والثقافي والاجتماعي والتربوي. الكلمات المفتاحية: وسائل الاعلام الحديثة، الوعي الاجتماعي ، دولة الامارات

* باحث دكتوراه بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.

* الأستاذ بكلية الاعلام - جامعة القاهرة.

* المدرس بكلية الاعلام - جامعة القاهرة.

The Role of Modern Media in Shaping the Social Awareness of Youth in the United Arab Emirates (A Field Study on Al Ain University Students)

Abstract:

This study aimed to identify the role of modern media in shaping social awareness among Emirati youth. The importance of the study lies in its potential contribution to understanding the nature of the influence that modern media (such as electronic journalism and social media) has on the social awareness of university students. The researcher employed the descriptive-analytical method, which is considered the most appropriate for such studies. A questionnaire was designed by the researcher, consisting of three sections the first focused on the demographic data of Al Ain University students, the second measured the students' exposure to media, and the third assessed the level of social awareness among youth.

The researcher validated the questionnaire for reliability and consistency through a test-retest method with a sample of 219 male and female students. After collecting and analyzing the data, the study concluded with insights into the role that modern media plays in shaping and forming social awareness among university students. The study also provided several recommendations, the most important of which included developing mechanisms and practical strategies to counter the influx of unproductive and non-constructive media content that targets the values and concepts of Emirati society. Additionally, the study emphasized the need to fulfill the political, cultural, social, and educational needs of the youth.

Keywords: Modern media, social awareness, UAE

دور وسائل الاعلام الحديثة في تشكيل الوعي الاجتماعي للشباب في دولة الامارات العربية المتحدة (دراسة ميدانية على طلبة جامعة العين)

مقدمة:

تطورت وسائل الاتصال، وتعددت في السنوات الأخيرة تطورًا هائلًا بفضل التقدم العلمي والثورة التكنولوجية التي شهدتها القرن العشرون فأصبحت وسائل الإعلام تمارس دورًا جوهريًا في إثارة اهتمام الجمهور بالقضايا والمشكلات المطروحة، حيث تعد وسائل الإعلام مصدرًا رئيسًا يلجأ إليه الجمهور في استقاء معلوماته عن كافة القضايا السياسية، والثقافية والاجتماعية بسبب فاعليته الاجتماعية وانتشاره الواسع فهو - الإعلام - بقدرته على الحراك ومخاطبة القسم الأعظم من التكوين المجتمعي، يمتلك الإمكانية على التأثير الذي لا يأخذ صورة مباشرة وإنما يقوم بتشكيل الوعي الاجتماعي بصورة غير مباشرة، وبوتيرة متسارعة غير ملحوظة دون مقدمات. كما يمثل الإعلام عنصرًا مؤثرًا في حياة المجتمعات باعتباره الناشر، والمروج الأساس للفكر والثقافة، ويسهم بفاعلية في عملية تشكيل الوعي الاجتماعي للأفراد إلى جانب الأسرة والمؤسسات التعليمية والمؤسسات المدنية؛ بل إنه في كثير من دول العالم أحد منتجي الثقافة عن طريقه التفاعل والتأثير الإنساني المتبادل، وفي السنوات الأخيرة اكتسبت وسائل الإعلام، باختلافها، أبعادًا جديدة زادت من قوة تأثيره على الأفراد والجماعات. أضف إلى ذلك أن الإعلام باعتباره مؤسسة اجتماعية هامة في المجتمعات البشرية يحمل مضامين اقتصادية وسياسية، وأيديولوجية إن لم تكن لها القدرة على ترسيخ ثقافة المجتمع وهويته، فإنها تؤدي إلى تزييف الوعي وإفساد العقول. (إبراهيم، 2014)

ولا بد من الاعتراف بأن الشباب العربي هو أكثر فئات المجتمع تأثرًا بعمليات الغزو الثقافي؛ نتيجة للانفجار المعرفي الهائل، وتطور وسائل الإعلام الجماهيرية، وبالذات الفضائيات التي توصف وسائل الإعلام بوصفها الراهن إذا تمثل متغيرًا اجتماعيًا وثقافيًا مهمًا في حياة الشباب، فهو المصدر الرئيس للمعلومات والتعلم وهو أحد مصادر عمليات تشكيل الوعي الاجتماعي في عصر العولمة الإعلامية.

مشكلة الدراسة:

تحدد مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس التالي: ما دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الإماراتي ؟ ، حيث إن وسائل الإعلام تعتبر من الوسائل المؤثرة في تشكيل الوعي الاجتماعي وخاصة الشباب. وقد دفع ذلك الباحثين إلى الاهتمام بما تقدمه وسائل الإعلام، وتتبع الآثار التي يمكن أن تتركها المادة الإعلامية، ومضامينها في أنماط تفكير، وسلوك الجمهور المشاهد وفي مقدمتهم الشباب.

لهذا فإن البحث يحاول تتبع انتشار وسائل الإعلام، ودراسة تأثيرها على الوعي الاجتماعي؛ بهدف الوقوف على النتائج المترتبة على مشاهدة الشباب للوسائل المرئية، وبمعنى أدق التوصل إلى نتائج علمية وعملية عبر الدراسة الموضوعية، والميدانية لأهم إفرازات وسائل الإعلام على علاقة الناس والفعاليات الاجتماعية، وأنماط السلوك الاجتماعي، وكيفية مواجهه الظواهر السلبية الناتجة عن ذلك. ويمكن توضيح مشكلة الدراسة من خلال ما أفرزه التساؤل الرئيس من تساؤلات فرعية على النحو التالي.

تساؤلات الدراسة:

- 1- ما الوسائل الإعلامية الأكثر شيوعاً والتي يتعرض لها الشباب الإماراتي ؟
- 2- ما حجم تعرض طلاب جامعة العين لوسائل الإعلام ؟
- 3- ما حقيقة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في التأثير على الوعي الاجتماعي لطلاب جامعة العين؟
- 4- ما هي أشكال الوعي، ومدى تعرض الشباب للوسائل الإعلامية المرئية، وعلاقتها في بلورة مستوى معرفتهم، ووعيمهم بالقضايا المجتمعية؟

أهداف الدراسة:

هدفت الدراسة إلى تحقيق:

- 1- إلي التعرف على دور وسائل الإعلام الحديثة في عملية بلورة وتشكيل الوعي الاجتماعي لطلاب الجامعة بقضايا الفرد والمجتمع السياسية والاجتماعية، والاقتصادية.
- 2- محاولة الكشف عن أشكال الوعي، ومدى تعرض الشباب للوسائل الإعلامية الحديثة، وعلاقتها في بلورة مستوى معرفتهم ، ووعيمهم بالقضايا المجتمعية.

- 3- رصد أولويات القضايا المتخزنة في الذهنية الفردية والجماعية لدى الطالب الجامعي في الإمارات ، ومدى حيوية تلك القضايا.
- 4- معرفة أهم المواد والموضوعات التي يحرص الشباب الجامعي الإماراتي على مشاهدتها ونوعية هذه المواد والموضوعات.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في فهم طبيعة دور وسائل الإعلام على الوعي الاجتماعي لديد الشباب الجامعي. وبناء عليه تنطوي هذه الدراسة على أهمية خاصة حيث يوجد العديد من المبررات التي تضيف على هذه الدراسة. أهمية خاصة على مستوى الفكر " العلمي" وأخرى على مستوى الواقع " العملي " ويتلخص أبرزها فيما يلي:

1- الأهمية العلمية:

- أ- تحليل الواقع الإعلامي وسائله في ضوء التغيرات التي يشهدها المجتمع الإماراتي ورصد الدور الذي يلعبه الإعلام الحديث، في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب.
- ب- التعرف على مستوى معرفة الشباب الجامعي الإماراتي بالقضايا السياسية، والاجتماعية والثقافية، ومدى اهتمامه بما يدور حوله داخليًا، وخارجيًا.
- ج- الكشف عن محتويات الوعي الاجتماعي لدى الشباب الجامعي، وكذا رصد وتشخيص توجهات الوعي الاجتماعي نحو الذات والموضوع " وسائل الإعلام الحديثة " والوصول إلى درجة الالتزام بالمصلحة العامة وأيضًا درجة التمحور حول المصلحة الخاصة.

2- الأهمية العلمية:

- أ - التأكيد على أهمية الوصول إلى استراتيجية واضحة لتحقيق الهدف الأساسي للإعلام من خلال الاستغلال الرشيد للإمكانات الحاضرة؛ من أجل إمكانية الوصول إلى سياسة إعلامية هادفة تعمل على تنمية الفرد والمجتمع، وتعمل على صقل وعيه تجاه قضاياها الأساسية.
- ب- وتأتي أهمية هذه الدراسة تمشيًا مع حاجة المجتمع الإماراتي لمثل هذه النوعية من الدراسات.

ج- كما تأتي أهمية الدراسة للكشف عن الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام الحديثة في تشكيل القيم والاتجاهات، مما يساعد القائمين على وضع السياسات، أو الأخذ بعين الاعتبار نتائج الدراسة.

الدراسات السابقة

دراسة (محمود والتميمي، 2025) هدفت الى الكشف عن مدى إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الجامعي، رصد القضايا الاجتماعية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي للشباب الجامعي. التعرف على المضامين الاجتماعية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي في المساعدة على تماسك المجتمع، كشفت نتائج الدراسة أن المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بصورة منتظمة، كما كشفت ان تركيز الشباب الجامعي على موضوعة معرفة أوضاع البلد من بين سائر الموضوعات الأخرى لكونها من الأمور الهامة التي تنال اهتمامهم، لما تعانيه البلاد من مشاكل اجتماعية وسياسية وأمنية وظروف اجتماعية صعبة للكثير من أفرادها.

دراسة (الجني وكعدور، 2025) هدفت إلى معرفة تأثير الإعلام الرياضي الحديث في إدارة الأزمات الرياضية بالمنطقة الغربية وتحديد مدى تأثيره في تهدئة أو تأجيج الأزمات، واعتمد الدراسة على منهج استقصائي لجمع البيانات من عينة عشوائية في المنطقة الغربية وقد توزع العينة بشكل عشوائي وكان عدد الردود (218) شخص بينهم نساء ورجال من مختلف الأعمار ، وتم استخدم أداة الاستبانة لجمع البيانات الكمية، وتشمل الأسئلة المتعلقة بشأن دور الإعلام الرياضي في إدارة الأزمات الرياضية وتأثيره على انتشار الأزمات. يتم تحليل البيانات باستخدام أساليب التحليل الاحصائي لتحديد التوزيع والعلاقات بين المتغيرات المختلفة، وقد أظهرت النتائج أن الإعلام الرياضي يمكن أن يلعب دورًا حاسمًا في إدارة الأزمات الرياضية، حيث يمكن للتغطية الإعلامية الصحيحة والمتوازنة أن تسهم في تهدئة الأزمات وتقليل تأثيرها السلبي.

دراسة (حسين، 2024) هدفت إلى التعرف على أسس ووسائل صناعة الرأي العام في المجتمعات المعاصرة التي أصبحت التكنولوجيا والتقنيات ملاصقة لها، خاصة بعد تناقص الدور الذي كانت تقوم به الوسائل التقليدية مثل الأسرة والمدرسة ، وذلك بالتركيز على الدور المتنامي تأثيرا وفاعلية لوسائل الإعلام الجماهيرية المرتبطة بشكل كبير بالتقنيات والتكنولوجيا الحديثة بل

وأخذت تتفوق بشكل ملحوظ على الوسائل التقليدية في إعادة صناعة وصياغة جديدة للرأي العام وصناعة القرار وتكوين أسس ومبادئ قد لا تتماشى في أحيان كثيرة مع النظم السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية السائدة محليا وإقليميا أو دوليا. وقد توصل البحث إلى أن الثورة الانفجارية في وسائل الاتصال والأقمار الصناعية التي حدثت في نهاية القرن العشرين كانت من العوامل الأساسية التي دخلت في تكوين وصناعة الرأي العام على اختلاف مستوياته التي ذكرت في البحث، وأصبحت هذه الظاهرة ذات أبعاد سياسية واجتماعية وعالمية بالغة الخطورة وذلك من خلال التحكم بوسائل الاعلام ورسم مضمونها بما يهدف إلى صياغة جديدة للرأي العام وصناعة القرار في أرجاء العالم.

دراسة نجم (2015) والتي هدفت إلى السعي للكشف عن العلاقة بين الطبقة المسيطرة والأساليب التي تستخدمها وسائل الإعلام في تزيف الوعي الجماهيري حيث خلصت الدراسة إلى أن الوجود المادي، والظروف الاقتصادية للأفراد تلعب دوراً في تحديد وعيهم الاجتماعي، كما تؤدي الأيديولوجية إلى ترسيخ مبادئ القيادة الجماعية، وأيضاً تحدث وسائل الإعلام وعياً قاصراً محدوداً يصعب التعامل معه وتأثيرها بالغ على المجتمع

دراسة السيد عفيفي (2015): والتي هدفت إلى التعرف على أسباب تدنى الوعي السياسي، وانخفاض المشاركة في شئون المجتمع وقضاياها حيث توصلت الدراسة إلى أن تدنى الوعي السياسي لدى الطلبة قلبي الإقبال على البرامج السياسية التي تقدمها وسائل الإعلام، وعدم اقتناع الطالب بكفاية البرامج التي تستقطب الشباب، وتدني نسبة قراءة الصحف والمجلات، واحتلال الموضوعات السياسية لقارئ الصحف والمجلات المرتبة الأخيرة، كما أن ضعف الوعي السياسي يؤدي إلى ضعف الانتماء للأحزاب السياسية بين طلاب الجامعات.

دراسة عادل فهمي البيومي (2016): حيث هدفت الدراسة إلى تحليل مشكلة الجريمة كما يقدمها التلفزيون في ضوء مفهوم الوعي الاجتماعي لدى المراهقين عينة الدراسة وتوصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة بين دافعيه المشاهدة ومستوى الوعي، وأنه يمكن أن يتقبل المراهق تلك القيم والمعارف المتضمنة في عالم التلفزيون بدون تفكير، وتوصل الباحث إلى أن المراهقين يعتمدون على الاتصال الجماهيري في تحصيل معارفهم.

دراسة حسين خزاعي (2016): وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور التلفزيون في تنمية الوعي الصحي باستخدام المنهج الوصفي التحليلي على عينة من المفردات للمجتمع الأردني وتوصلت الدراسة إلى أن التلفزيون مصدر أساسي في تزويدهم بالمعلومات الصحيحة، ويعتبر التلفزيون وسيلة فاعلة في نشر الوعي الصحي، كما يلعب القائمون بالاتصال دوراً هاماً في تطوير البرامج الصحية.

دراسة جميلة بكر حسين (2017): والتي هدفت إلى التعرف على مفهوم الوعي الاجتماعي لدى حالات الدراسة، ومدى اختلافه وفقاً للبعد الطبقي ومدى إدراك أفراد المجتمع لمشكلاتهم الاجتماعية، حيث توصلت الدراسة إلى أن الوعي الاجتماعي أتى انعكاساً لخصوصية المجتمع المصري بأبعاده الاجتماعية، وأن التلفزيون يعمل على خلق الوعي المتناقض؛ لأنه يوعي اجتماعياً من ناحية ويدعم قيم وسلوكيات تهدم الوعي من ناحية أخرى.

دراسة عبد الحكيم عبد الله مكارم (2018): وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في تكوين الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي اليمني وعلاقة المعرفة السياسية بالإدراك السياسي والسلوك السياسي باستخدام نهج المسح والتطبيق. وتوصلت الدراسة إلى أن المثقف الجامعي يهتم بمتابعة القضايا السياسية عربياً ومحلياً، ودولياً، وجاء التلفزيون في مقدمة الوسائل التي يعتمد عليها الشباب، وأشارت الدراسة إلى تقدم القضايا السياسية العربية عن غيرها من القضايا.

علي ضوء عرضنا للدراسات السابقة التي تتعلق بتأثيرات وسائل الإعلام في تشكيل الجمهور وكذلك تأثيراتها الاجتماعية والسياسية والثقافية والمعرفية يمكن لدراستنا أن تستفيد من المنهجيات المختلفة التي تناولت بها هذه الدراسات كيفية قياس الوعي والتأثيرات الثقافية والمعرفية لوسائل الإعلام لا سيما على الشباب، وكذلك يمكن الاستفادة من النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسات في مزيد من التعرف على الأبعاد المختلفة لمفهوم الشباب ومفهوم الوعي الاجتماعي وغيرها من المفاهيم الأساسية التي تتناولها الدراسة.

تعقيب على الدراسات السابقة:

في ضوء الاطلاع على مجموعة من الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة الحالية، يمكن تقديم التعقيب التالي الذي يسلط الضوء على أوجه الاتفاق والاختلاف، كيفية الاستفادة منها:

أولاً: الاستفادة من الدراسات السابقة:

يمكن للدراسة الحالية أن تستفيد من الدراسات السابقة في الجوانب التالية:

1. الإطار النظري والمفاهيمي: تم الاستفادة من التعريفات والمقاربات النظرية التي قدمتها الدراسات السابقة لمفاهيم محورية مثل "الوعي الاجتماعي"، "تشكيل الوعي"، و"دور وسائل الإعلام".
2. التصميم المنهجي: تم الاستفادة من أدوات جمع البيانات التي استخدمتها هذه الدراسات، خاصة الاستبيان الذي استخدم في دراسة (محمود والتميمي، 2025) و (الجهنى وكعدور، 2025)، مع تطويرها ليتناسب مع سياق الدراسة الحالية وأهدافها، وإضافة أبعاد جديدة تناسب البيئة الإماراتية.
3. تفسير النتائج: توفر نتائج الدراسات السابقة إطاراً مقارناً مهماً عند مناقشة نتائج الدراسة الحالية. على سبيل المثال، إذا أظهرت نتائج الدراسة الحالية أن الشباب الإماراتي أكثر ثقة في مضامين الإعلام الرسمي، فيمكن مناقشة هذا النتيجة مقارنة بنتائج دراسة (نجم، 2015) التي تحدثت عن تزييف الوعي، أو دراسة (جميلة حسين، 2017) التي أشارت إلى خلق "وعي متناقض".
4. تحديد الفجوة وتبرير الأصاله: كما هو واضح في أوجه الاختلاف، فإن الاختلاف في السياق (الإمارات)، والوسائل (الإعلام الحديث بشكل مركز)، والمنظور (التحليلي في مجتمع مستقر)، يمنح الدراسة الحالية أصالة واضحة وتبريراً قوياً لأهميتها العلمية والعملية.

ثانياً: أوجه الاتفاق بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

1. الدور الفاعل لوسائل الإعلام: أجمعت جميع الدراسات السابقة، بغض النظر عن توقيتها أو سياقها، على أن لوسائل الإعلام (تقليدية كانت أم حديثة) دوراً محورياً ومؤثراً في عملية تشكيل الوعي لدى الجمهور. سواء كان هذا الوعي اجتماعياً (كمحور الدراسة الحالية ودراسات مثل محمود والتميمي، وعادل فهيم، وجميلة حسين)، أو سياسياً (دراسات السيد عفيفي، وعبد الحكيم مكارم)، أو صحياً (دراسة حسين خزاعي)، أو حتى في إدارة الأزمات (دراسة الجهنى وكعدور).

2. التركيز على فئة الشباب: تشاركت الدراسة الحالية مع عدد من الدراسات (محمود والتميمي، السيد عفيفي، عبد الحكيم مكارم) في تركيزها على فئة الشباب باعتبارهم الشريحة الأكثر تفاعلاً وتأثراً بوسائل الإعلام، والأكثر اهتماماً بقضايا المجتمع، مما يعزز أهمية اختيار هذه الفئة كمجال للبحث.
3. تأكيد دور الوسائل الحديثة: أشارت دراسة (محمود والتميمي، 2025) بشكل مباشر، ودراسة (حسين، 2024) بشكل أوسع، إلى القوة المتزايدة لوسائل الإعلام الحديثة والرقمية في تشكيل الرأي العام والوعي، متفقين بذلك مع الفرضية الأساسية للدراسة الحالية حول دور هذه الوسائل في تشكيل الوعي الاجتماعي.
4. تعدد مستويات الوعي: كشفت الدراسات السابقة أن تأثير الإعلام لا يقتصر على مستوى واحد، بل يتعداه إلى تشكيل الوعي السياسي والاجتماعي والصحي والأمني، مما يدعم النهج الشامل الذي تتبناه الدراسة الحالية في تناولها لمفهوم "الوعي الاجتماعي" الذي يتشعب بدوره إلى قضايا متعددة.

ثالثاً: أوجه الاختلاف والفجوة البحثية:

1. السياق الجغرافي والاجتماعي المميز: جميع الدراسات السابقة تقريباً نُفذت في سياقات مختلفة (مصر، الأردن، اليمن، المنطقة الغربية). تأتي الدراسة الحالية لتسد فجوة بحثية من خلال تركيزها على السياق الإماراتي الفريد، الذي يتمتع بخصائص مميزة مثل مجتمع الشباب متعدد الثقافات، والتحول الرقمي المتسارع، والاستقرار الاجتماعي والسياسي، مما يخلق بيئة مغايرة تماماً لتلك التي أجريت فيها الدراسات السابقة.
2. طبيعة وسائل الإعلام محل الدراسة: ركزت العديد من الدراسات القديمة (مثل دراسة نجم 2015، وعادل فهمي 2016، وحسين خزاعي 2016) على التلفزيون كوسيلة تقليدية. بينما تركز الدراسة الحالية تحديداً على وسائل الإعلام الحديثة (منصات التواصل الاجتماعي، التطبيقات الإخبارية الرقمية، إلخ) التي تختلف في طبيعة مضامينها وآليات تفاعل الجمهور معها، وهو ما يتفق مع الاتجاه الأحدث في دراسة (محمود والتميمي، 2025).

3. المنظور النقدي مقابل المنظور الوصفي: تبنت بعض الدراسات (كدراسة نجم 2015) منظوراً نقدياً يركز على "تزييف الوعي" ودور الأيديولوجيا والطبقة المسيطرة. في المقابل، تتبنى الدراسة الحالية منظوراً تحليلياً وصفيّاً يهدف إلى رصد وتفسير دور هذه الوسائل في تشكيل الوعي في سياق مجتمع الإمارات، دون افتراض مسبق بنية "تزييف" ذلك الوعي.
4. شمولية مفهوم الوعي الاجتماعي: بينما ركزت بعض الدراسات على قضايا محددة مرتبطة بالوعي (كالجريمة في دراسة عادل فهمي، أو الصحة في دراسة حسين خزاعي)، تسعى الدراسة الحالية إلى تناول الوعي الاجتماعي بمفهومه الأوسع والشامل، مستكشفةً تشكّل الوعي بالقضايا المجتمعية، وقيم المواطنة، والهوية الوطنية، والتلاحم الاجتماعي في بيئة الإمارات.

الاطار النظري للدراسة:

أولاً: الرؤى النظرية المفسرة للوعي الاجتماعي :

1- الوعي الاجتماعي من منظور الاتجاهات الكلاسيكية:

(أ) الوعي الاجتماعي من منظور البنائية الوظيفية:

تعد قضية الوعي من أهم القضايا التي استحوذت على اهتمام الباحثين في الاتجاه ووقفوا منها مواقف بنائية فالنظرية الوظيفية واسعة الانتشار في الفكر السوسيولوجي بالغرم من تسليمها بأن الوعي أساس الوجود فإن بعض باحثيها يتجاهلون دور الوعي في تحديد المسارات الفعلية للواقع الإنساني ، كما أننا نجد ان الوظيفيين يؤكدون على الطابع النفسي للظواهر الاجتماعية ويستندون إلى افتراض ان سائر العلاقات القائمة بين البشر ما هي إلا ظواهر ذات طبيعة فكرية وأن الوعي الاجتماعي يقوم على تلك الروابط ويتمثل في الثقافة الاجتماعية. (إسماعيل، 2017)

وبناء على ما تقدم يمكن التأكيد على أن محددات الوعي الاجتماعي قد بدأت تتجلى في فكر دوركايم من خلال محاولاته النظرية لتحديد العلاقة بين الوعي وعناصر البناء الاجتماعي وأن العوامل الاقتصادية ليست الوحيدة التي تفرض أشكال الوعي بل أن هناك دور للعوامل الاجتماعية والتماثل والتوحد بين أفراد المجتمع وان الوعي الاجتماعي هو أكثر المحددات مركزية للواقع الاجتماعي وعلى الإنسان الخضوع والالتزام لذلك الواقع والتأقلم فيه وأن الحياة الاجتماعية ما إلا قاعدة لبنية الوعي الجماعي وان التصورات ومن جانب آخر الجمعية هي مهبط التصورات الفردية.

(البياتي، 2011)

اهتم بارسونز بمسألة الوعي من خلال تصويره عن العلم الذي يرى أن يحاول أن يعيد بناء الواقع معتمدا على رموز تصويره ولا يجب الخلط بينهما وبين الواقع الملموس

(ب) الوعي الاجتماعي من منظور الماركسية:

يمكن توضيح الرؤية المادية للوعي الاجتماعي من أعمال ماركس وإنجلز والمنهج الجدلي الذي اعتمد عليه في تحليلاتهم الاجتماعية ومن الواضح من قراءة التراث النظري أن ماركس لم يحدد ويخصص أجزاء مستقلة من أعماله من الوعي الاجتماعي ولكنه قدم تصور حول تلك القضية في إطار نظرياته العامة فعلى أساس الإحساسات الواردة عن العالم المادي تتشكل المدركات والأفكار والتصورات بدون ذلك الوجه الموضوعي فإن تلك الانعكاسات لا يمكن أن تتكون داخل عقل الإنسان فعلى ذلك لا يمكن للعقل بأن يقوم بهذا الإنتاج مستقلا عن تأثير العالم المحيط بيه وبناءا على ذلك فإن الوعي الاجتماعي نتاج اجتماعي تاريخي بقياس الوجود الاجتماعي في صور فكرية وذهنية مختلفة بالوعي ما يمكن أن يكون شيئا آخر سوى الوجود الواعي ووجود الناس هو حياتهم الفعلية الواقعية كما أن تطور الوعي يرتبط بعلاقاته بالأساس الذي يستند عليه دوره في الحياة الاجتماعية أو أن الناس بجانب تطويرهم لمنتجاتهم المادية فأنهم يطورون تفكيرهم وإنتاجهم الفكري ويتضح مما سبق أن الوعي الاجتماعي في الفلسفة الماركسية هو وعي أفراد المجتمع وفئاته ويكون تعبيرا وانعكاسا للوجود الاجتماعي لهم وتعتبر مكونات البناء القومي من نظم وثقافة بمثابة انعكاسا لذلك الوعي الاجتماعي بل ويعبر عنه. (إسماعيل، 2017)

2- الوعي الاجتماعي من منظور الاتجاهات المعاصرة:

(أ) الماركسيون الجدد:

تنطلق الماركسية الجديدة من الإطار التصوري والمنهجي للماركسية الكلاسيكية وتأتي أحداثها من حيث أنها تعيد قراءة الماركسية ومحاولة إظهار مسار عمل القوانين النوعية للتطور الاجتماعي ومن خلال المعطيات التي يفرها الواقع الاجتماعي المتغير في هذا وتتميز مواقفها بالأسلوب النقدي المجتمع أو غيره وقدم مؤسسوها حقائق ولكنها لم تخرج عن الإطار المعرفي والأيدلوجي للنظرية الماركسية الكلاسيكية (بو جلال، 2011)

وفي مجال تطوير الوعي الثوري ومتطلبات ذلك التطوير، أرجع جرامشي ذلك للأفكار التي تعتبر

الأساس في عملية تغيير الواقع الفعلي، وارجع جرامشي فشل المثاليين، إلى سيطرة طبقة على أخرى، وذلك من خلال القهر والقوة الحقيقية للظلم وذلك من خلال مجموعة من الأكاذيب المضللة، وتعتمد في ذلك على وسائل الإعلام في نشرها في تحقيق خضوع الطبقة العاملة للأيديولوجيا البرجوازية

ويذهب جولدمان في تمييزه بين الوعي الاجتماعي والأيدولوجيا، فالأول هو رؤية شاملة تضع الطبقة في أعلى مراحل قوتها والأيدولوجيا رؤية جزئية مشوهة خاص بطبقة ضعيفة، وحذر جولدمان من خطورة أساليب الاتصال الجماهيري والإعلامي التي قد تحدث وغياب لواقع قاصرا ومحدودا، ويصعب التعامل معه مستقبلا من خلال ما تقدمه من رؤى مضللة زائفة تخدم طبقات معينة. (حلس، 2013)

(ب) الاتجاه الفينومينولوجي:

تهتم المدرسة الظاهرية بدراسة البني الاجتماعية، ودعائم الوعي الإنساني ومسلّماتها الرئيسية هي أن العالم الذي نعيش فيه عالم مصنوع في وعينا أو رؤوسنا ومن السخف ذكر أن وجود العالم الخارجي ذلك العالم الذي لا معنى له إلا من خلال إدراكنا أو وعينا به، ولذا يتعين على العلماء فهم صنع البشر من عالمهم، عالم ذو معنى ويتحقق ذلك بالتخلي عما درجنا على الاعتقاد بمعرفته، بل يتبع أصول تلك المعرفة وكيفية وصولنا إليها

وأحد دعائم ذلك الاتجاه هو قياس القضايا المرتبطة بالشعور وأفكاره أو الذات وخبراتها من أدراك ووجدان وتخيل كما نرى هذه النظرية انه ليس للمعرفة أي معنى إن لم تكن نابعة من تصورات وأفكار وإدراكات وخبرات الأفراد من عالم الظواهر ، بمعنى آخر أن الوعي لا يمكن تفسيره في ضوء التراكم أو الانتظام أو أسس الارتباط، إنما يفسر بارتباطه بما يأتي في متناول الحس من موضوعات والحقائق. (حنوش، 2015)

(ج) الاتجاه النقدي:

كانت النزعة المحافظة أكثر فاعلية وصلابة وأكثر انتشارًا على مستوى الفكر السوسيولوجي، فالدفاع عن النظام الرأسمالي القائم هو الواجب المنوط برجل علم الاجتماع الكلاسيكي.

وجاء التيار النقدي الاجتماعي ليلغى تلك المهمة الكلاسيكية عن علماء الاجتماع، حيث أضحى ذلك التيار موازيًا للتيار الكلاسيكي، وشكل ولادة تيارات معينة للتيار النقدي الاجتماعي بوجه عام.

وقد اتفق علماء هذا التيار على أهمية المحور الإنساني في العملية البنائية التاريخية للمجتمعات البشرية، لما له من دور فاعل في تشكّل العقل الإنساني الناقد المؤدي لتحرير الإنسان، وأكدوا على عنصر الذات في النشاط الواقعي من خلال الوعي الذاتي فالوعي الذاتي التاريخي هو القادر على إطلاق القدرات المحدودة للإنسان، وأشاروا إلى أن الوعي هو البديل لأزمة الواقع الاجتماعي، وإن غياب الوعي وتزييفه هو لب أزمة المجتمع الرأسمالي. (الحسن، 2018)

ثانيًا: الإعلام وتشكيل الوعي الاجتماعي:

يشمل الإعلام جميع أوجه النشاط الاتصالية التي تعمل على تزويد الإنسان بجميع الحقائق والمعلومات المعرفية، باعتبار أن الاتصال هو قوة محركة للمجتمع بحيث يؤدي إلى حركة المجتمع حركة تفاعلية مؤثرة ومتأثرة، فالاتصال عملية اجتماعية، وتجرى في بيئة معينة، تؤثر فيها وتتأثر بها، وهناك تفاعل بين الاتصال والمجتمع.

ويلفت عبد الباسط عبد المعطي الانتباه إلى أهمية الدور الذي يقوم به الإعلام، يتوقف على طبيعة العلاقة بينه وبين النظامين السياسي والاجتماعي السائدين في أي بلد. (حجازي، 2015)

ويشير البعض إلى حقيقة أن العملية الإعلامية من خلال وسائل الإعلام، والثقافة تتحرك من خلال أيديولوجية المجتمع، فأيديولوجية المجتمع هي مفهوم متغير، بمعنى أنه يتحدد وفقًا للتيارات الفكرية والثقافية، والاتجاهات السياسية، ويرى "مارشال ماكلوهان: "أن - والثقافية في المجتمع. التحولات في التكنولوجيا لها تأثيرها الواضح على التنظيم الاجتماعي وعلى المشاعر الإنسانية، ويتحدد النظام الاجتماعي بطبيعة وسائل الإعلام التي تتم من خلالها عملية الاتصال، فبدون فهم الأسلوب الذي تعمل بمقتضاه وسائل الإعلام لا نستطيع الوصول إلى المعرفة لكيفية التغيرات الاجتماعية، والثقافية التي تطرأ على المجتمعات. (الحسن، 2018)

ويتزايد دور وسائل الإعلام في تنمية وعي الأفراد وزيادة معلوماتهم وتطلعاتهم، وتعد تلك الوسائل في الوقت الراهن، مصدرًا هامًا، بل وأهم مصدر نأخذ منه معارفنا ومعلوماتنا عن العالم المحيط بنا، فهي تلعب دورًا مؤثرًا في تشكيل وعي المواطنين، حيث تؤثر هذه الوسائل في الطريقة التي يدرك بها الأفراد والأمور، كما وترسم الصورة الذهنية لدى الأفراد عن الدول، والمواقف، والقضايا، والأحداث.

خطورة وسائل الإعلام الجماهيرية Mills "ويرز عالم الاجتماع " ميلز وكيفية تأثيرها في

صياغة، وتشكيل أفكار الأفراد والتأثير في آرائهم وتكوين وعيهم، حيث قال: "إن جانبًا ضئيلاً فقط مما تعرفه من حقائق اجتماعية عن العالم قد توصلنا إليه بأنفسنا، والجانب الأكبر عن طريقه وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري" (حجازي، 2015)

وهكذا نجد أن للإعلام وسائل تأثير واضحة على تشكيل الوعي الاجتماعي، حيث يعمل النظام الإعلامي للمجتمع خلال ما يتبناه من اتجاهات فكرية، وأيديولوجية، وطبقية على صياغة وعي الأفراد، ويعتمد ذلك على وسائل الإعلام نفسها، وأساليب تلك الوسائل في معالجة الرسالة الإعلامية.

ثالثاً: أشكال الوعي الاجتماعي:

أ- الوعي الاجتماعي:

الوعي الاجتماعي وعي عام يشتمل على إحاطة أفراد المجتمع بمجمل القضايا الاجتماعية والسياسية، والاقتصادية وحتى العلمية التي لها دخل في حياتهم.

ب- الوعي السياسي:

إن الحياة الاجتماعية هي المكان الذي يعيش فيه الإنسان، فهو بحاجة إلى السياسة، فالحكم طبيعة في الإنسان لما فيه من طبيعة الاجتماع كما يقول ابن خلدون: "فلا بد من نظم سياسية ينظم بها أمر العمران البشري"

فالوعي السياسي خبرة عامة نحتاجها من أجل شئون المجتمع. كما يلعب الوعي السياسي دوراً هاماً في إنارة الطريق للممارسة السياسية. (تركي، 2014)

ج- الوعي الاقتصادي:

يعبر الوعي الاقتصادي عن نفسه في التصورات النظرية واليومية مثل: تنظيم وإدارة وسائل الإنتاج على المستوى، وفاعليه البشر وروابطهم في عملية الإنتاج والتوزيع، والتبادل، والاستهلاك.

د- الوعي الديني:

يمثل الدين جزءاً لا يتجزأ من السلوك الاجتماعي وينظر إليه باعتباره مجموعة من المعتقدات الإلهية والشعائر، والثواب والعقاب التي تؤثر في أشكال ودرجات ومستويات الوعي الفردي والجماعي. (حجازي، 2015)

هـ - الوعي الثقافي:

الثقافة في مجملها هي المعرفة والتعليم وأن الوعي بهما يرقى ب الفرد إلى مستوى اجتماعي أفضل، والوعي الثقافي يعني الوعي بالحياة اليومية بما يشمل من عادات وتقاليد وأعراف وتدين وأحكام وتفاعل وصور النشاط العام التلقائي المنظم. وهناك أشكال أخرى من أشكال الوعي وهي الوعي الأخلاقي والوعي القانوني والوعي العلمي، والوعي الجماهيري، والوعي بالذات، والوعي الطبقي (الحسن، 2018)

رابعاً: الإعلام والتنشئة الاجتماعية:

تعتبر الأسرة هي الخلية الأساسية الأولى التي ينشأ الفرد في أحضانها، فتعمل على إشباع حاجاته، ورغباته، وقيمة، ووعيه بالحاضر، والحفاظ على هويته الثقافية التي تنقل له من الأجيال الكبيرة، وتنمية وعي الأفراد بالحاضر والمستقبل يتطلب الارتقاء بثقافتهم الاجتماعية وتلك غاية فتسعى المجتمعات إلى تحقيقها من خلال عمليات التنشئة الاجتماعية.

فالتنشئة الاجتماعية تتضمن عمليات متعددة أهمها التعلم الاجتماعي، والتثقيف والتوافق الاجتماعي، والانتقال الثقافي، وهي أيضاً إكساب الفرد طفلاً، أو راشداً سلوكاً ومعاييرًا، وقيماً من خلال مؤسسات عديدة أسرية وتربوية ودينية وثقافية. (حجازي، 2015)

وتأتي وسائل الإعلام في المجتمع الحديث لتقوم بدور بارز في عملية التنشئة الاجتماعية، وهذا الدور يزداد أهمية وتأثيراً بانتشار هذه الوسائل، وتطورها التقني، واختراقها لجهات الحياة المختلفة، وقبولها الفاعل بين الأفراد وخاصة الأطفال والمراهقين والشباب.

وباعتبار أن الإعلام ووسائله تعتبر مؤسسة اجتماعية، فلها دور في غرس القيم الاجتماعية وصقل الشخصية وتحديد المعايير الثقافية. (إسماعيل، 2017)

أن وسائل الإعلام عاملاً مسرعاً للانتقال السهل من الطرق: "ويري" راو التقليدي إلى الطرق العصرية في الحياة، ويقول: "شرام" إن وسائل الإعلام تشارك في كل تغيير اجتماعي مثل الثورات الفكرية، والاجتماعية، والسياسية."

ولأن بناء الأسرة ووظائفها معرضة للتغير والتحول من جديد بفعل تأثير وسائل الإعلام المرئية، فتتغير العلامات وقد تنقلص وتهمل وظائف كثيرة لأفراد الأسرة تجاه بعضهم وتصبح لكل فرد نزعه

خاصة به، الأمر الذي يدفع إلى تغيير مشاكل الأسرة من أسرة مترابطة فيما سكن إلى أسرة مغتربة فاقدة لأوصالها، وترابطاتها.

ولكننا نقف عند نقطه معينه ونقول : إن وسائل الإعلام المرئي لا يمكن أن تفعل فعلها المؤثر هذا في الأسرة وتغير بنائها ووظائفها إلى الأسوأ لو كان هناك استقبال ملائم، واستخدام مناسب لها. (بو جلال، 2011)

خامسا: الإعلام والشباب

يرتبط النشاط الإعلامي بجملة من الشروط الاجتماعية، والاقتصادية، والسياسية، والثقافية، والتي تصبغه بنوع وتوجهات الفكر الذي يعبر ويخدم مصالح القوى المتحكمة فيه، ومن ثم يصبح بديهيًا القول: أن المؤسسة الإعلامية لا تنشأ من فراغ، ولا تعمل إلا ضمن الإطار العام المرسوم لها، ووفق الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها، وفي هذا السياق يجب التنبيه إلى أن الخطاب الإعلامي للمؤسسة الإعلامية يتأثر بالمجتمع الذي ينتهي إليه، وبما يحمله هذا المجتمع من قيم، وأفكار، واتجاهات، وتسهم جميعها في تحديد شكل ومضمون الخطاب الإعلامي عبر وصوله إلى الجماهير. (بلقزيز، 2013)

في واقع الأمر، يعيش الشباب العربي أزمة ما يسمى بالتغيير، حيث يواجه الشباب العربي العديد من الظواهر السلبية التي تتعلق بالمحيط الاجتماعي الذي تسوده جملة من القيم الرديئة، والتناقض الثقافي، والفوضى الاقتصادية، والفقر، والتسلط والانحراف بكل صوره وأشكاله وأنواعه، في عصر تتزاحم فيه وسائل الإعلام وشبكات الإنترنت على بث أكبر قدر ممكن من المعلومات المختلفة وفي ظل سياسة الانفتاح وفي عصر الإعلام المعولم يمكن مشاهدة ومتابعة ما يجري بسهولة، وفي ظل محاولات أصحاب القوة والنفوذ نشر أفكارهم وتسويق توجهاتهم، أصبح الشباب أكثر عرضة للتيارات المتلاطمة والأفكار المتناقضة والمعلومات المتجددة التي أصابت قدرتهم على تحديد خياراتهم وأولويات مجتمعهم واحتياجاتهم. مما يجعلهم يستمدون من هذه السماوات المفتوحة، سلوكهم، ونمط تفكيرهم، وأسلوب حياتهم بحيث يصبح التقليد والمحاكاة لمظاهر الحياة الغربية نمطا اجتماعيا سائداً في حياتهم اليومية، وسلوكاً متحضرًا في عملية التثقيف. (البطريق، 2015)

كما أن وسائل الإعلام المختلفة ظلت عاجزة حتى الآن عن بلورة خطاب إعلامي للشباب، ينطلق من بلورة مفاهيم ورؤى جديدة للدور الهام الذي يلعبه ولعبة الشباب في المجتمع الإماراتي، بل إن تلك الوسائل تقوم بعرض كما هائلا من البرامج والمعلومات التي تعكس في مجموعها توجهها يختلف عن الحاجات التنموية والاجتماعية والثقافية للمجتمع الإماراتي، وخاصة فئة الشباب فهي تعكس ثقافة استهلاكية عادية وتروج لمفاهيم مختلفة عن واقع الشباب وقضاياها، مما يؤدي إلى زيادة الفجوة والهوة بين الشباب ومجتمعه.

وأخيرًا يمكننا القول إن وسائل الإعلام لا تمارس دورها ووظيفتها بشكل مستقل عن مؤسسات المجتمع وبالتالي فإن تأثيرها السلبي مرهون إلى حد كبير بوجود عيوب في المضمون الثقافي لوسائل الإعلام. (إسماعيل، 2017)

سادسا: الإعلام وقضايا المجتمع

أبرز التطور الهائل لتقنيات الإعلام والاتصال على المستوى الكوني ظاهرة تحول حضاري، بحيث يترك العصر الصناعي ومجتمع الاس تهلاك تدريجيًا مكانهما لما يسمي "مجتمع الاتصال". ولقد أثار هذا التدفق الإعلامي والثقافي القادم من الولايات المتحدة الأمريكية قلعة عالمية، باعتبار الظاهرة الإعلامية من أخطر الظواهر تهديدًا للأمن الثقافي، والأيديولوجي، والوحدة والهوية القومية داخل الإقليم الوطني للدولة.

أ- العولمة الاتصالية:

يرتبط الإعلام بالبيئة السياسية الدولية، وبالبيئة الاقتصادية والاجتماعية، وبالبيئة الثقافية، وترى نظرية الإعلام التنموي أن وسائل الإعلام في أي نسق اجتماعي تعد بمثابة المؤشر والعامل الرئيس، أو الوكيل للتغيير فيه، وهكذا فإنه من المتوقع من وسائل الإعلام تغيير اتجاهات الناس وتعليمهم التوحد، أو الحراك النفسي المهم والضروري لعملية التغير الاجتماعي. (بو جلال، 2011)

عالم الإعلام في الوقت الحاضر هو: عالم بلا دولة، وبلا أمة، وبلا وطن، لأن الحكومات فقدت السيطرة على فضاءها الجوي، وأصبح الفضاء اللامحدود هو المكان الذي تتحرك فيه العولمة الإعلامية، وإذا نظرنا إلى الإعلام في ضوء العولمة، نجد أنه لا يشكل نظامًا دوليًا متوازنًا لأن كل مدخلاته ومراكز تشغيله وآليات التحكم فيه تأتي من شمال الكرة الأرضية، وهذا ما أدى إلى هيمنة الدول المتقدمة عليه في مقابل تبعية الدول النامية. ويرى جيديز أن عولمة الإعلام ووسائله بأنها: "

ضغط للزمن والمكان ، وأن عولمة الإعلام امتداد وتوسع في مناطق جغرافية مع تقديم مضمون متشابه كمقدمة لنمط التوسع الثقافي. (البياتي، 2011)

ومن خلال هذا الإعلام الموجه الذي يستخدم الكلمات والصور، يروج لنمط الحياة الغربية على أساس أنها الأنموذج الأمثل، وهي حياة المجتمع الرأسمالي، وتعمل على تشجيع الآخرين للاحتذاء حزو من تقبل هذا الانموذج.

ب- الإعلام والثقافة:

للإعلام اليوم سطوة ونفوذ في عصر ثورة الاتصال، والحق إن مكانة الإعلام تحمل في طياتها فرصاً لأن يكون التأثير إيجابياً لصالح الإنسان ورقيه، إذا أحسن توظيف الوسائل الإعلامية، كما تحمل في طياتها مخاطبة أن يكون التأثير سلبياً إذا وظفت قوى الهيمنة الإعلام لاستقلاب الهوية وتقييم القيم الهابطة. وإذا نظرنا إلى علاقة الإعلام بالثقافة هي - في وجودها - علاقة النوع بالك ل. كما وتحقق هذه العلاقة نوع من التكامل الاجتماعي.

وتلعب وسائل الإعلام دوراً كبيراً في تشكيل ثقافة الإنسان المعاصر، حيث زالت الحدود أمام ثقافة الصورة فازدادت سلطتها ونفوذها ، وأصبحت تمثل تهديداً للخصوصيات الثقافية الحالية.

ويمكن أن تسهم في معالجة إشكالية تنظيم العلاقات الإعلامية وبالتالي الثقافية، بين الدول على قادة التوازن في العلاقات، أو الخصوصية الحضارية. (تركي، 2014)

من خلال هذا المشهد الغتصابي لمفاعيل العولمة وفي قلب التحدي ات الراهنة التي يغذيها عصر الإمبريالية الثقافية بدماء الاكتساح الثقافي واحتكار الرموز والقي م. يتطلب من الثقافة العربية والمثقف العربي مجهوداً نقدياً، وميدانياً، وإجرائياً، للوصول إلى التغير المطلوب، عبر آخر معاقل المقاومة الثقافية.

ج- الإعلام والسياسة :

لقد أصبح واضحاً أن وسائل الإعلام تمتلك من القوة والحرية ما يؤهلها؛ لكي تلعب دوراً بارزاً في رسم السياسات المحلية والإقليمية والدولية، كما أصبحت وسائل الإعلام جزءاً من العملية السياسية تؤثر وتتأثر بها.

فالإعلام غالبًا ما يلعب دورًا نشطًا في تشكيل السياسة والقيام بخدمات متعددة ووظائف للرأي العام. ونلاحظ الدور البارز للإعلام في لعبه دورًا وسيطًا بين الشعوب والحكومة بل وبين قطاعات مختلفة داخل الحكومة نفسها وبين الحكومات الأخرى. كما يلعب دورًا واضحًا في التعبئة والدعم السياسي للحكومات وبعض القضايا الحساسة ونلاحظ الدور الفاعل للنخب السياسية القادرة على بناء تصورات الناس وإملاء سلوكهم، وهم الذين تسمح لهم مواقعهم بالسيطرة على المعلومات ومن ثم على آراء الشعب وتسهم وسائل الإعلام في زيادة الوعي – واتجاهاته.

السياسي للأفراد وإطلاعهم وتعريفهم بالقضايا السياسية المثارة من خلال نشراتها وبرامجها الإخبارية، حيث أصبحت من المصادر الرئيسية والمهمة في تنمية وعي الأفراد السياسي، وتزود وسائل الإعلام الأفراد بصورة عن التكوين السياسي أو النظام السياسي من خلال ما تقدمه من معلومات وتصورات عن هذا النظام. (حجازي، 2015)

ويمكن القول: إن الإدراك السياسي هو الدرجة التي يصل إليها الفرد في فهم كافة المعلومات عن بلاده بصفته مواطنًا صالحًا يقوم بواجباته السياسية على وجه صحيح، ويمثل الإدراك السياسي "الوعي" معرفة الأحداث السياسية خارج مجتمع الفرد.

وتسهم وسائل الإعلام في الالتفاف الجماهيري حول مشكلات سياسية بعينها وتخلق مناخًا إعلاميًا تثار فيه التنمية السياسية وتساعد وسائل الإعلام في تكوين رأي عام صائب، لحل المشكلات السياسية.

منهجية الدراسة وإجراءاتها:

منهجية الدراسة:

المنهج المستخدم في الدراسة هو منهج المسح الاجتماعي والذي يعد من أنسب المناهج ملائمة لمثل هذه الدراسة وخاصة أن هذا المنهج يدرس الظروف الاجتماعية التي تؤثر في مجتمع معين، ويوضح العلاقة بين متغيرات الدراسة

ويعرف المسح الاجتماعي: بأنه محاولة منظمة لتقرير، وتحليل، وتفسير الوضع الراهن لنظام اجتماعي، أو جماعة، أو بيئة معينة، وهو ينص على الموقف الحاضر وليس على اللحظة الحاضرة،

كما يهدف للوصول إلى بيانات يمكن تصنيفها وتفسيرها وتعميمها ، وذلك للاستفادة بها في المستقبل وخاصة في الأغراض العلمية "(حجازي، 2015)

مجتمع وعينة الدراسة:

قامت الباحثة بتطبيق الدراسة ميدانيًا على عينة طبقية عشوائية مقدارها حوالي 10 % من طلبة كلية التربية – جامعة العين - الإمارات . والتي بلغ قوامها 219 مفردة وذلك بعد استبعاد 15 استمارة لعدم صلاحيتها. وقد تم توزيع عينة الدراسة الميدانية توزيعاً نسبياً بين طلاب وطالبات كلية التربية - حسب نسبة وجودها في المجتمع الأصلي، أي أن تمثل كل فئة في العينة بنفس نسبة تواجدها في المجتمع الأصلي.

تحليل نتائج الدراسة

أ- حجم تعرض الطلاب لوسائل الإعلام

جدول رقم (1) يبين معدل تعرض أفراد عينة الدراسة لوسائل الإعلام الحديثة

البند	التكرار	نسبة مئوية
ضعيف	11	5.02%
نادراً	5	2.28%
أحياناً	72	32.88%
دائماً	131	59.82%
المجموع	219	100%

تشير النتائج إلى أن الغالبية العظمى من عينة الدراسة (59.82%) يتعرضون لوسائل الإعلام الحديثة "دائماً"، بينما يأتي الجزء الأكبر من المتبقين (32.88%) تحت فئة "أحياناً". هذا التوزيع يعكس حقيقة واقعية مفادها أن وسائل الإعلام الحديثة، وخاصة منصات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الذكية، أصبحت جزءاً لا يتجزأ من الروتين اليومي لحياة الشباب الإماراتي. سبب ظهور هذه النتيجة بهذا الوضوح يعود إلى الطبيعة المدمجة لهذه الوسائل في الحياة الشخصية والتعليمية والاجتماعية للشباب، حيث لم تعد مجرد قنوات للمعلومات بل أصبحت بيئة للتواصل والتفاعل

الاجتماعي وإدارة الهوية الرقمية. الانتشار الواسع للهواتف الذكية واتصال الإنترنت عالي السرعة في دولة الإمارات يمكن هذا النمط من التعرض المستمر والشبه دائم.

جدول رقم (2): يبين حجم تعرض أفراد عينة الدراسة لوسائل الإعلام الحديثة

البند	التكرار	نسبة مئوية
أقل من ساعة	24	11%
من ساعة إلى ثلاث	110	50.2%
من ثلاث إلى 6 ساعات	70	32%
أكثر من 6 ساعات	15	6.8%
المجموع	219	100%

يكشف هذا الجدول أن أكثر من نصف العينة (50.2%) تقضي ما بين ساعة إلى ثلاث ساعات يوميًا، بينما تضيف نسبة (32%) ثلاث إلى ست ساعات. هذا يؤكد أن التعرض ليس متكررًا فحسب، بل هو ذو مدة معنوية. سبب هذه النتائج يتماشى مع مفهوم "التدفق الإعلامي المستمر" حيث أن الطبيعة التفاعلية والمحتوى الشخصي لوسائل الإعلام الحديثة (مثل التيك توك، سناب شات، إنستغرام) تشجع على قضاء فترات أطول، ليس بشكل متواصل دائمًا بل على شكل جلسات متقطعة طوال اليوم تملأ أوقات الانتظار والفراغ. يمكن تفسير قلة نسبة من يتعرضون لأكثر من 6 ساعات (6.8%) بأنها قد تمثل فئة محددة من المستخدمين شديدي الاهتمام بمجال معين (كالمحتوى الرياضي أو الألعاب الإلكترونية) أو أولئك الذين ترتبط مهمتهم بهذه الوسائل.

جدول رقم (3): يبين أسباب ودوافع تعرض أفراد عينة الدراسة لوسائل الإعلام الحديثة

الترتيب	البند	التكرار	%
1	متابعة الأحداث المحلية	163	74.4
2	لتنمية معلوماتي الثقافية والسياسية	145	70.3
3	متابعة الأفلام والمسلسلات	106	48.4
4	متابعة الأحداث العالمية	105	47.9
5	للإلمام التام بالقضايا المثارة للتمكن من الحوار مع الآخرين	104	47.5
6	للتسلية والترفيه وتمضية وقت الفراغ	101	46.1

الترتيب	البند	التكرار	%
7	متابعة المواضيع والقضايا الاجتماعية	99	45.2
8	للحصول على معلومات تفيدني في حياتي العملية وفي اتخاذ القرارات المناسبة بشأنها	98	44.7
9	متابعة الرياضة	71	32.4
10	للإطلاع على عادات وتقاليد الشعوب	29	13.3
11	لزيادة الرصيد المعرفي في المجالات الدينية	29	13.3
12	لتطوير الذوق العام في المأكّل والمشرب والملبس	12	5.5

على الرغم من تعدد أسباب ودوافع أفراد العينة لوسائل الإعلام إلا أن الأحداث المتسارعة التي تشهدها الساحة الإماراتية تستقطب جل اهتمام عينة الدراسة، فلقد احتلت متابعة الأحداث المحلية المرئية الأولى في الدوافع والأسباب بنسبة (74.4%) وجاءت تنمية المعلومات الثقافية والسياسية في المرتبة الثانية بنسبة (70.3% ثم متابعة الأفلام والمسلسلات بنسبة (48.4 %)، ثم متابعة الأحداث العالمية بنسبة (48.4%) وجاء في ذيل القائمة الإطلاع على عادات وتقاليد الشعوب الأخرى بنسبة (13.3%) وكذلك زيادة الرصيد المعرفي في المجالات الدينية بنفس النسبة، وأخيراً تطوير الذوق العام في المأكّل والمشرب والملبس بنسبة (5.5%)

وبناءً على ما سبق يتضح أن "متابعة الأحداث المحلية" احتلت الصدارة بنسبة عالية (74.4%)، تليها مباشرة "تنمية المعلومات الثقافية والسياسية" (70.3%). هذه النتيجة بالغة الأهمية، فهي تدحض الفكرة الشائعة بأن استخدام الشباب لهذه الوسائل يقتصر على الترفيه فقط. سبب ظهور هذه النتائج بهذا الشكل يعكس ارتفاع مستوى الوعي والانتماء الوطني لدى الشباب الإماراتي، واهتمامهم بمواكبة مسيرة التنمية والمستجدات في بلادهم. كما يشير إلى نضج في الاستخدام، حيث يتم توظيف الوسائل لتحقيق منفعة معرفية واجتماعية. جاءت الأهداف الترفيهية (كالتسلية، متابعة الأفلام) في مراتب متوسطة، مما يؤكد أن الدافع المعلوماتي والسياسي يتفوق في هذا السياق الإماراتي المحدد. ضعف نسب الاهتمام بالعادات والتقاليد الأخرى والمجال الديني قد يعكس ثقة الشباب في هويتهم الثقافية الغنية والمستقرة، وعدم شعورهم بحاجة ملحة لاستخدام هذه الوسائل لاستكشافها.

جدول رقم : (4) يبين ترتيب وسائل حسب أهميتها لأفراد عينة الدراسة

الترتيب	المجموع	أولوية 5	أولوية 4	أولوية 3	أولوية 2	أولوية 1	
الرابع	219	15	137	46	6	15	الصحف المطبوعة
الثالث	219	8	42	127	23	19	الصحف الالكترونية
الأول	219	8	10	39	70	92	مواقع التواصل الاجتماعي
الثاني	219	37	22	9	113	38	الانترنت
الخامس	219	140	13	13	11	42	المدونات

أظهرت النتائج هيمنة واضحة لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث منحها (42٪) من المستجيبين المرتبة الأولى كأهم وسيلة إعلامية. وجاء الإنترنت في المرتبة التالية، حيث صنّفه (51٪) من المشاركين في المرتبة الثانية من حيث الأهمية. كما احتلت الصحافة الإلكترونية المركز الثالث بتصويت نسبته (57.5٪) من أفراد العينة، بينما حلت الصحف المطبوعة في المرتبة الرابعة بنسبة (62.5٪). في حين احتلت المدونات المرتبة الخامسة والأخيرة، حيث صنّفها (63.5٪) من المشاركين في أدنى مرتبة من حيث الأهمية النسبية بين الوسائل الإعلامية المطروحة.

والجدول السابق يؤكد أن "مواقع التواصل الاجتماعي" تفوقت بشكل واضح كأولوية أولى، وجاء "الإنترنت" كأولوية ثانية. هذا التوزيع منطقي من الناحية العلمية، فمنصات التواصل مثل تويتر وإنستغرام وواتساب لم تعد مجرد قنوات اتصال، بل أصبحت هي البوابة الرئيسية التي من خلالها يستهلك الشباب الأخبار والمحتوى الرقمي بشكل عام (بما في ذلك مقاطع الفيديو والأخبار المقالية المنشورة علماً). سبب هيمنة مواقع التواصل هو طبيعتها الشاملة والشبكية التي تدمج بين التواصل الشخصي، والمحتوى الإخباري، والترفيه. جاءت "الصحف الإلكترونية" في مرتبة متقدمة على "المطبوعة"، وهو أمر متوقع في العصر الرقمي ويعكس تحولاً جيلياً نحو المصادر الآنية وسهلة

الوصول. احتلال "المدونات" للمرتبة الأخيرة يعكس تراجع شعبية نموذج المدونات التقليدي لصالح نماذج أكثر ديناميكية وسرعة مثل منصات الفيديو القصير والبث المباشر على وسائل التواصل.

جدول رقم (5): يبين درجة فعالية وسائل الإعلام الحديثة على زيادة الوعي الاجتماعي

البند	التكرار	نسبة مئوية
ضعيف	28	12.8%
متوسط	43	19.6%
كبيرة	148	67.6%
المجموع	219	100%

أظهرت النتائج أن الغالبية العظمى من المبحوثين (86.3%) يرون أن لوسائل الإعلام الحديثة تأثيراً فعالاً في زيادة الوعي الاجتماعي، حيث صنف (67.6%) هذا التأثير بأنه "كبير"، بينما رأى (19.6%) أنه "متوسط"، في حين اعتبر (12.8%) فقط أن درجة التأثير "ضعيفة".

وبناءً على ما سبق يتضح أن فعالية وسائل الإعلام الحديثة في زيادة الوعي الاجتماعي هي "كبيرة". هذه النتيجة تعكس القناعة الراسخة لدى المستخدمين أنفسهم بتأثير هذه الوسائل، وهي تتوافق مع النظريات الإعلامية التي تؤكد على دور الوسائل الجديدة في تشكيل الرأي العام وخلق نقاشات مجتمعية. سبب هذه القناعة يمكن إرجاعه إلى عدة عوامل: تنوع المصادر والآراء التي تتيحها هذه الوسائل مقارنة بالإعلام التقليدي، سرعة نقل الأحداث مما يجعل المستخدم يشعر بأنه في صلب المجتمع، والطبيعة التفاعلية التي تسمح له بالمشاركة في النقاش حول القضايا الاجتماعية بدلاً من أن يكون متلقياً سلبياً فقط.

جدول رقم (6): يبين أكثر وسيلة تفيد في تنمية الوعي الاجتماعي

البند	التكرار	نسبة مئوية
الصحف المطبوعة	6	2.7%
الصحف الالكترونية	21	9.6%
مواقع التواصل الاجتماعي	124	56.6%
الانترنت	50	22.8%
المدونات	18	8.2%
المجموع	219	100%

جاءت (مواقع التواصل الاجتماعي) على رأس الوسائل الإعلامية الحديثة في قدرتها على تنمية الوعي الاجتماعي بنسبة (56.6%) ، ثم جاء الانترنت وبفارق كبير في المرتبة الثانية بنسبة (22.8%) ثم تقارب الصحف الالكترونية كوسيلة إعلامية مع المدونات بنسبة (9.6%) واحتلت الصحف المطبوعة ذيل القائمة في تنمية الوعي بنسبة (2.7%) من مجموع المبحوثين. ومن خلال الجدول السابق يتضح أن مواقع التواصل الاجتماعي من أكثر الوسائل تأثيراً على الشباب الإماراتي لما تمثله من سمة للقرن الواحد والعشرين وتقدم التكنولوجيا ووسائل الاتصال الإنساني ولما لها من سرعة في نقل وتحليل الحدث.

ويتضح من الجدول السابق أن "مواقع التواصل الاجتماعي" جاءت في المقدمة مرة أخرى بنسبة عالية (56.6%)، متفوقة بفارق كبير على منافسيها. سبب اعتبارها الأكثر فاعلية في تنمية الوعي يعود إلى خصائصها الفريدة: فهي تجمع بين الصورة والنص والصوت، وتوفر إمكانية المشاركة الفورية والمناقشة العامة للقضايا، وتسهل إنشاء مجموعات ومجتمعات افتراضية حول اهتمامات وقضايا محددة. كما أن خوارزمياتها تقدم محتوى مخصصاً للمستخدم، مما يعزز شعوره بالارتباط بالمواضيع المطروحة. ضالة نسبة الصحف المطبوعة (2.7%) تؤكد بشكل قاطع تحول مركز الثقل الإعلامي نحو العالم الرقمي لدى جيل الشباب.

جدول رقم (7): ما درجة اعتمادك على وسائل الإعلام الحديثة في الحصول على المعرفة بالقضايا الاجتماعية

البند	التكرار	نسبة مئوية
محدودة	19	8.7%
متوسط	33	15.1%
كبيرة	167	76.2%
المجموع	219	100%

تُظهر النتائج اعتماداً كبيراً من قبل المبحوثين على وسائل الإعلام الحديثة في الحصول على المعرفة بالقضايا الاجتماعية، حيث أفاد الغالبية العظمى (76.2%) باعتمادهم عليها بدرجة "كبيرة". بينما أشار (1.15%) إلى درجة اعتماد "متوسطة"، في حين لم يعتمد عليها سوى ما نسبته (8.7%) بدرجة "محدودة".

ويتضح من الجدول السابق أن (76.2% يعتمدون عليها بشكل كبير) هي حجر الزاوية في تفسير جميع الجداول السابقة. فهي توضح أن وسائل الإعلام الحديثة لم تعد مجرد مصدر تكميلي للمعلومات، بل هي المصدر الأساسي والرئيسي للمعرفة بالقضايا الاجتماعية لدى الشباب الإماراتي. سبب هذا الاعتماد الشديد هو نفس أسباب الفعالية المذكورة سابقاً، مضافاً إليها عامل "سهولة والوصول الفوري". فالشباب اليوم لا يحتاج إلى انتظار النشرة المسائية أو شراء جريدة صباحية؛ فالهاتف في جيبه يزوده بمعلومات فورية، وآراء متعددة، وتحليلات مستمرة، مما يخلق لديه إحساساً بأنه متصل ومدرّك لكل ما يحدث في محيطه الاجتماعي في الوقت الفعلي. هذه النتيجة تثبت التحول الجذري في بيئة تشكيل الوعي الاجتماعي، من المؤسسات التقليدية (كالمدرسة والأسرة بشكل أقل) إلى الفضاء الرقمي.

نتائج الدراسة

توصلت الدراسة لنتائج أهمها :

جدول رقم (8) نتائج الدراسة واتفاقها واختلافها مع الدراسات السابقة

النتيجة من الدراسة الحالية	الدراسات السابقة المتفقة مع النتيجة	الدراسات السابقة المختلفة مع النتيجة أو التي تضيف بُعداً آخر
انتشار استخدام وسائل الإعلام الحديثة بشكل مكثف بين الشباب (59.8% دائماً، 50.2% من 1-3 ساعات يومياً).	- دراسة محمود والتميمي (2025) كشفت أن المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي "بصورة منتظمة". - دراسة عبد الحكيم مكارم (2018) أشارت إلى أن التلفزيون (كوسيلة تقليدية) جاء في مقدمة الوسائل التي يعتمد عليها الشباب، مما	دراسة نجم (2015): ركزت على فكرة "الوجود المادي والظروف الاقتصادية" كعامل محدد للاستخدام والوعي، وهو بُعد قد لا يكون بارزاً في السياق الإماراتي المستقر اقتصادياً.

النتيجة من الدراسة الحالية	الدراسات السابقة المتفقة مع النتيجة	الدراسات السابقة المختلفة مع النتيجة أو التي تضيف بُعداً آخر
	يؤكد فكرة الاعتماد على الوسائل السائدة في كل عصر.	
هيمنة مواقع التواصل الاجتماعي كأهم مصدر إعلامي (المرتبة الأولى بنسبة 42%) والأكثر فاعلية في تنمية الوعي (56.6%).	- دراسة حسين (2024): أكدت على الدور المتنامي لوسائل الإعلام الجماهيرية المرتبطة بالتقنيات الحديثة والتي "أخذت تتفوق على الوسائل التقليدية". - دراسة محمود والتميمي (2025): ركزت بشكل خاص على مواقع التواصل الاجتماعي كموضوع للدراسة، مؤكدة دورها.	دراسة السيد عفيفي (2015) و عديل فهي (2016): ركزنا على التلفزيون كوسيلة رئيسية، مما يبرز التحول الكبير نحو الوسائل التفاعلية في السنوات الأخيرة.
الهدف الرئيسي للاستخدام هو متابعة الأحداث المحلية (74.4%) وتنمية المعلومات الثقافية والسياسية (70.3%)، وليس الترفيه فقط.	- دراسة عبد الحكيم مكارم (2018): توصلت إلى أن المثقف الجامعي يهتم بمتابعة القضايا السياسية محلياً وعربياً ودولياً. - دراسة محمود والتميمي (2025): كشفت أن الشباب يركزون على "معرفة أوضاع البلد" كموضوع مهم.	دراسة جميلة بكر حسين (2017): أشارت إلى أن التلفزيون يخلق "وعياً متناقضاً" لأنه يوعي من ناحية ويدعم قيماً تهدم الوعي من ناحية أخرى، مما يشير إلى نتائج متضاربة وليس غاية واحدة واضحة.

النتيجة من الدراسة الحالية	الدراسات السابقة المتفقة مع النتيجة	الدراسات السابقة المختلفة مع النتيجة أو التي تضيف بُعداً آخر
إدراك الغالبية (67.6%) لفعالية كبيرة لوسائل الإعلام في زيادة الوعي الاجتماعي.	- دراسة حسين خزاغي (2016): توصلت إلى أن التلفزيون مصدر أساسي وفاعل في نشر الوعي الصحي. - دراسة الجهنّي وكعدور (2025): أظهرت أن الإعلام يمكن أن يلعب دوراً حاسماً في إدارة الأزمات عند التغطية الصحيحة.	دراسة نجم (2015): خلصت إلى أن وسائل الإعلام تستخدم في "تزييف الوعي الجماهيري" وخلق وعي "قاصر محدود"، مما يعطي منظوراً نقدياً متشائماً يتعارض مع تصور المبحوثين الإيجابي في الدراسة الحالية.
اعتماد كبير (76.2%) على وسائل الإعلام الحديثة كمصدر رئيسي للمعرفة بالقضايا الاجتماعية والسياسية.	- دراسة حسين (2024): أكدت على تناقص الدور التقليدي للأسرة والمدرسة في مواجهة الدور المتصاعد لوسائل الإعلام التقنية. - دراسة عادل فهّي البيومي (2016): توصلت إلى أن المراهقين يعتمدون على الاتصال الجماهيري في تحصيل معارفهم.	دراسة السيد عفيفي (2015): أشارت إلى أن "تدني الوعي السياسي" مرتبط بقلّة الإقبال على البرامج السياسية في وسائل الإعلام، مما يشير إلى وجود نمط من الاعتماد غير الفعال أو غير الكافي في بعض السياقات.

التوصيات :

1. العمل على تقديم برامج هادفة في وسائل الإعلام الحديثة حيث تكون المادة الإعلامية ومضمونها هادف، لتحقيق حاجات وإشاعات الشباب الإماراتي ، من خلال دراسات تقييميه قبلية.
2. وضع آليات وإستراتيجيات عملية لمواجهة طوفان المادة الإعلامية، غير الهادفة والتي تستهدف قيم ومفاهيم المجتمع الإماراتي . والعمل على تحقيق الإشباع السياسي، والثقافي والاجتماعي والتربوي.
3. اعتبار وسائل الإعلام من أهم المصادر التي تلعب دورًا هامًا في إثارة اهتمام الشباب بالقضايا الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية، إلى جانب طرحها العديد من المشاكل الشبابية، فلا بد أن تكون الوسائل الإعلامية بالأخص التلفزيون قادرًا على طرح هذه القضايا والمشاكل بشكل متميز، الذي يلعب دورًا واضحًا في تشكيل وبلورة الوعي لدى الشباب. يجب العمل على تطوير الأداء والتخطيط العلمي السليم ورسم سياسة هادفة يمكن من خلالها إحداث نوع من التوازن بين حاجات الفرد والمجتمع.
4. تعميق وعي الجمهور بمضامين الغزو الإعلامي وسلبياته على الفرد، وعلاقاته، وعلى المجتمع. العمل على إبراز القيم التنموية في وسائل الإعلام من خلال التنسيق المتكامل بين الأجهزة المجتمعية المختلفة.
5. العمل على تطوير برامج واقعية تكون قادرة على استقطاب الشباب، وتزويدهم بمعلومات وحقائق عن واقعه وتوضيح أهم القضايا التي تسعى واقع الشباب.
6. تفعيل دور الجامعات والمؤسسات غير الحكومية في الإسهام في التخطيط والتنفيذ، والتقويم للبرامج الإعلامية التوعوية الهادفة سياسيًا، واجتماعيًا، وثقافيًا.
7. وضع آليات وإستراتيجيات عملية لمواجهة طوفان المادة الإعلامية للحد من المواد غير الهادفة.

المراجع

- إبراهيم، محمد سعد. (2014). *الإعلام التنموي والتعددية الحزبية*. القاهرة: دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع.
- إسماعيل، محمود حسن. (2017). *التنشئة السياسية: دراسة في دور أخبار التلفزيون*. القاهرة: دار النشر للجامعات.
- البطريق، نسمة أحمد. (2015). *نظرية الإعلام المرئي السمعي: دراسة في المدخل الاجتماعي (ط.2)*. بلقز، عبد الإله. (2014). *العولمة والممانعة: دراسات في المسألة الثقافية*. الرباط.
- البياتي، باسل. (2011). "فضائيات الثقافة الوائدة وسلطة الصورة". *مجلة المستقبل العربي*، (267). بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
- الجني، كعدور & الجني، أماني (2025). تأثير وسائل الإعلام الرياضي الحديث في إدارة الازمات الرياضية بالمنطقة الغربية في المملكة العربية السعودية. *المجلة العربية للأدب والدراسات الإنسانية*. (36) 9
- الحسن، إحسان محمد. (2018). *تأثير الغزو الثقافي على سلوك الشباب العربي*. الرياض: أكاديمية نايف العربية للعلوم الإنسانية.
- بن سعيد، أحمد بن راشد. (2013). "قوة الوصف: دراسة في لغة الاتصال السياسي ورموزه". *عالم الفكر*، 32(1).
- بو جلال، عبد الله. (2011). "الإعلام وقضايا الوعي الاجتماعي في الوطن العربي". *المستقبل العربي*، (147).
- تركي، مصطفى. (2014). "وسائل الإعلام وأثرها في شخصية الغزو". *مجلة الفكر*، 14. (4) الكويت: وزارة الإعلام الكويتية.
- حجازي، أحمد مجدي. (2015). *العولمة والتدفق المعلوماتي: الأبعاد الاجتماعية والآثار السلبية*. الأردن: موقع Google.
- حسين، زميل أبو القاسم الشريف. (2024). دور وسائل الإعلام الحديثة في تشكيل الرأي العام وصنع القرار (الرأي العام المصري نموذجًا). *مجلة كلية التربية بتفهننا الأشراف* (2) 2.
- حلس، موسى عبد الرحيم. (2013). *مدخل إلى علم الاجتماع*. غزة: مكتبة ومطبعة دار المنار.

- حلس، موسى، ناصر مهدي. (2015). *الأسرة والمجتمع*. غزة: سلسلة دراسات المجتمع الفلسطيني.
- حنوش، زكي. (2015). "أزمة الشباب العربي بين التغيير والإرهاب وصراع القيم". *الفكر العربي*, 16(8).
- زايد، أحمد، اعتماد عالمة. (2010). *التغيير الاجتماعي*. القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.
- محمود، محمد شاكّر & التميمي، مدين عمران محمود. (2025). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعات. 17(23).