

المحددات المعرفية والنفسية والاجتماعية للإعلام الرقمي

المساهمة في تشكيل الشخصية لدى الشباب الجامعي

د/ هدي حسن أحمد عبد المالك

(مدرس علم النفس التربوي- كلية التربية النوعية- جامعة القاهرة)

ملخص البحث

هدف البحث الحالي إلى التعرف علي المحددات المعرفية والنفسية والاجتماعية للإعلام الرقمي، ودراسة العلاقة بين التعرض للإعلام الرقمي وتشكيل الشخصية لدى الشباب الجامعي، باستخدام المنهج الوصفي، وتم إعداد مقياس البحث وتطبيقه إلكترونياً علي عينة من طلاب كلية التربية النوعية جامعة القاهرة بلغت (٢٤٦) طالباً وطالبة، وأسفرت نتائج البحث عن: أن المحددات المعرفية والنفسية والاجتماعية للإعلام الرقمي ووسائله تؤثر بشكل كبير وإيجابي في تشكيل الشخصية لدى عينة البحث، الإعلام الرقمي ووسائله يقدم المعارف والمعلومات المختلفة ويتيح متابعة الأخبار بسهولة وسرعة مما يساعد في زيادة الوعي المعرفي لدى عينة البحث، الإعلام الرقمي يشبع الحاجة إلي المعرفة وحب الاستطلاع لدى عينة البحث، يتيح التواصل الرقمي التواصل مع الأقارب والأصدقاء بشكل أسهل.

الكلمات المفتاحية: المحددات المعرفية والنفسية والاجتماعية – الإعلام الرقمي – الشخصية – الشباب الجامعي

Cognitive, psychological and social determinants of digital media that contribute to shaping the personality of university youth

Abstract

The current research aims to identify the cognitive, psychological and social determinants of digital media, and to study the relationship between exposure to digital media and the formation of personality among university youth, using the descriptive approach. In addition, the results of the research resulted in that the cognitive, psychological and social determinants of digital media and its means significantly and positively affect the personal components of the research sample. It satisfies the need for knowledge and curiosity among the research sample. Digital communication makes it easier to communicate with relatives and friends.

Keywords: cognitive, psychological and social determinants
- digital media - personality - university youth

المحددات المعرفية والنفسية والاجتماعية للإعلام الرقمي

المساهمة في تشكيل الشخصية لدي الشباب الجامعي

د/ هدي حسن أحمد عبد المالك

(مدرس علم النفس التربوي- كلية التربية النوعية- جامعة القاهرة)

مقدمة البحث

يعيش المجتمع المعاصر تحولات هائلة في مجال الاتصال والإعلام أدت هذه التحولات في السنوات الأخيرة إلى تغييرات كبيرة في أساليب إنتاج وتوزيع وتلقي المعلومات. فقد ظهرت تقنيات وأساليب اتصالية حديثة، وانتشرت عن طريقها خصائص ووظائف اتصالية جديدة، من أهمها التحول من وسائل الاتصال الجماهيري ذات الاتجاه الواحد، والمحتوى المتجانس، إلى تقنيات الاتصال التفاعلية ذات الاتجاهين والمضامين المتعددة، وظهر مصطلح الإعلام الجديد للتعبير عن هذه الظواهر الجديدة.

وقد شهدت شبكة الانترنت نموًا ملحوظًا في أوائل عقد التسعينيات من القرن الماضي وتطورت شبكة الويب العالمية، وأدى هذا التطور الهائل الذي صاحب دخول العالم في حقبة الاتصال الرقمي إلى تشكيل بيئة اتصالية وإعلامية جديدة، لها خصائص مغايرة لما كان متعارف عليه من قبل.

ويكاد اليوم لا يخلو بيت من أحد الأجهزة المتطورة أو بعضها أو جميعها، مثل أجهزة الكمبيوتر والهواتف الذكية وغيرها، فضلا عن استخدام شبكة الإنترنت، ويتفق الكثير من العلماء على أن شبكات التواصل الاجتماعي بمختلف أشكالها وأنواعها قد فتحت عصرًا جديدًا من الانفتاح الحضاري بين الشعوب، وأسهمت بطريقة غير مسبوقه في عملية الاتصال والتواصل والتفاعل بشكل مباشر أو غير مباشر بين جميع شعوب العالم وربطت أجزاء هذا العالم بفضائها الواسع ومهدت الطريق للمجتمعات كافة للتقارب والتعارف وتبادل الآراء والأفكار.

والإعلام الحديث قد واكب مختلف التطورات التي حدثت في ميدان الاتصالات والمعلومات، فتعددت خدماته وتضاعفت وظائفه وكبر مجال استخدامه والاستفادة منه. وتحظى وسائل الاعلام الرقمية بمختلف اشكالها وانواعها باهتمام كبير من قبل كافة أفراد المجتمع بمختلف طبقاته بدءا بمواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك، واليوتيوب، وتويتر، وانسجرام، والسناپ جات وغيرها) من المواقع والتطبيقات الرقمية التي تلقى إقبالا كبيرا وأصبح الهدف الرئيسي في هذه الوسائل اليوم هو تبادل الآراء والافكار ونقل المعلومات والصور والفيديوات وغيرها وطرح المشكلات التي تواجه المجتمعات وتقديم المقترحات والحلول لها في عصر تتسارع فيه المتغيرات العالمية والذي يمكن أن نطلق عليه عصر العولمة المعلوماتية التي انعكست تأثيراتها بشكل كبير على المجتمعات الإنسانية وثقافتها وانساقها القيمية السائدة. لقد جلب التطور التكنولوجي لوسائل الإعلام والاتصال أشكالاً وأفكاراً جديدة بحيث تؤكد الدراسات التي تم إجرائها أن الطفل في عصر المعلومات يحمل من الأفكار ما يماثل مرحلة من مراحل الإنجاز الفكري والعلمي أي ما يفوق معلومات فيلسوف إغريقي قديم. وهذا دليل على حجم الفائدة المعرفية ومستوى الذكاء الذي تمنحه التكنولوجيا للأفراد ما يجعلهم قادرين على التفوق على الكثير من الصعاب التي كانت تعد في وقت سابق عوائق حقيقية.

ويعتقد الباحثون في علم الاجتماع أن نقطة الاصطدام بين المحتويات التكنولوجية وثوابت المجتمع والتربية قد تتسع أو تضيق بالقدر الذي تؤخذ التناقضات بعين الاعتبار. فمسألة إنكار محاسن هذه التكنولوجيات أمر محجف. فيما يرى بعض الباحثين النفسانيين أن الطفل الذي تزامن مع تطور وانتشار التكنولوجيات يتعلق بصورة أكبر بمضامين هذه الأخيرة ولا يعير اهتماما كبيرا للعلاقات الكلاسيكية التي تقوم على العلاقات المباشرة وجها لوجه بين الأصدقاء، مقابل قبوله لمعايير العالم الجديد المبني على الأسس الإلكترونية والاندماج فيه وهو ما يجعله يتعلق بالتكنولوجيات الجديدة أكثر من غيره. (شفيق، إيكوفان. ٢٨، ٢٠١٩، ٢٩)

وقد أجريت العديد من الدراسات التي تناولت تأثيرات ما يقدمه الإعلام بوجه عام علي الأفراد ولا سيما الشباب الذي يعد الركيزة التي يقوم عليها نمو وتطور المجتمعات، والإعلام لما له من قوة تأثير يلعب دورا هاما في تشكيل شخصية الفرد التي تتكون من مزيج من الدوافع و العادات والميول والعقل والعواطف والآراء والعقائد والأفكار والاستعدادات والقدرات والمشاعر والاحاسيس والسمات، كل هذه المكونات أو أغلبها تمتزج لتكون شخصية الإنسان الطبيعية.

مشكلة البحث

تعد أهمية دراسة الإعلام الجديد نابعة من مدى وقوة تأثيره في الآونة الأخيرة على الواقع الاجتماعي والنفسي والثقافي والمعرفي وأيضاً لحدائثة المجال فنتيجة لذلك اتجهت الأدبيات النظرية والدراسات لنتناول هذا المجال الجديد الذي فرض نفسه على الواقع وأصبح منافساً للوسائل الأخرى بجدارة مما يستدعي تحول الأنظار إليه، مثل دراسة (صادق، إيمان، ٢٠١٧) التي سعت للكشف عن عادات استخدام الفيس بوك في مصر من قبل الشباب الجامعي المصري، فضلاً عن طبيعة المضامين المنشورة على صفحات الشخصيات العامة الفنية والدينية، والمنظمات الحكومية والخاصة، ومنظمات المجتمع المدني، وبعض الصفحات التابعة لمؤسسات إعلامية، فضلاً عن المجموعات المغلقة، واعتمدت الدراسة على منهج الوصف والتحليل، وأسلوب المسح بالعينة في كل من الدراسة التحليلية والدراسة الميدانية، وقامت الباحثة بتطبيق ست مجموعات نقاشية على (٥٤) مفردة من الشباب الجامعي المصري في الفئة العمرية من (١٨-٢٤ عاماً)، وقد توصلت الدراسة لعدد من النتائج من أهمها تنوع الموضوعات المنشورة بصفحات التحليل كل على حسب الاهتمام وتخصص الصفحة؛ فأغلب الموضوعات المنشورة كانت دينية وفنية، في حين اهتمت صفحات المجتمع المدني بالترويج لأنشطتها بهدف حشد متبرعين للمرضى والتوعية بالأمراض المختلفة، أما صفحات المؤسسات الإعلامية فقد تنوعت موضوعاتها ما بين السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، والتكنولوجية،

والصحية، وجاءت صفحات المنظمات الحكومية لترصد دور المؤسسات الحكومية وجهودها في المجالات المختلفة سياسية وتعليمية. ودراسة (McKinney, ٢٠١٢, Bruce C & et al, التي سعت للكشف عن استخدام الشباب الجامعي لموقعي فيسبوك وتويتر من حيث النرجسية (التكلف في الحديث مع الآخرين أو الانفتاح على العالم الخارجي) وذلك بالتطبيق على عينة قوامها (٢٣٣) من طلاب جامعتي Southern University Northeastern University بالولايات المتحدة الأمريكية (١٤٤ من الإناث بنسبة ٦٢% و ٨٩ من الذكور بنسبة ٣٨%)، وقد توصلت لعدد من النتائج من أهمها أن اتجاه الشباب الجامعي يتعلق ايجابيا نحو الانفتاح مع تبادل المعلومات مع الآخرين على عدد مرات استخدام فيسبوك وتويتر، كما يتعلق اتجاه الشباب الجامعي ايجابيا نحو التكلف مع تبادل المعلومات مع الآخرين على عدد أصدقائهم في موقعي فيسبوك وتويتر وعدد التغريدات Tweets التي يقومون بإرسالها إلي الآخرين ولا توجد علاقة بين تبادل الشباب الجامعي المتكلف النرجسي مع الآخرين وعدد مرات استخدام موقعي فيسبوك وتويتر، كما هدفت دراسة (Wail Ismail Abdel Barry, 2009) إلي التعرف على القضايا الجديدة التي تثيرها عمليات استخدام الفضائيات الإعلامية الجديدة (اليوتيوب، فيسبوك، تويتر، ماي سبيس) مثل قضايا تجزئة الجمهور وتعددية المحتوى الإعلامي الرقمي، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي وقد أجريت على عينة الجمهور الرقمي بلغت (٢٠٠) مفردة، وتوصلت لعدد من النتائج من أهمها وجود علاقة سببية للاعتماد المتبادل بين الجمهور عبر الانترنت ومستوى المضمون المتاح وتثير نتائج الدراسة بعض القضايا مثل تجزئة الجمهور وتعددية المحتوى الإعلامي الرقمي من حيث تعبيره عن الواقع الاجتماعي.

ومع تنامي موجات العولمة، وما رافقها من تطورات هائلة في مجال المعلوماتية، وظهور وسائل التواصل الرقمية بمختلف أشكالها وأنواعها مما أحدث تأثيراً في النسيج الاجتماعي والثقافي للمجتمع عامة والنسق القيمي خاصة وبذلك فقد أحدثت وسائل

الإعلام الرقمية نقلة نوعية في العلاقات والتفاعلات الاجتماعية، مما يتطب إعداد دراسات مستمرة على تأثيرات تلك الوسائل علي مستوى المجتمع عامة وعلى الأفراد ولاسيما الشباب منهم. (شريف، سعيدة، ٢٠١٥، ٣) أجريت دراسات مثل دراسة (كامل، محمود، ٢٠٠٧) حول دور الإعلام في البناء الثقافي والاجتماعي للمصريين وقد استهدفت التعرف علي دور وسائل الإعلام في تكوين صفات شخصية الإنسان المصري الإيجابية والسلبية وذلك من خلال دراسة تأثير هذه الوسائل على صفاته الشخصية وعلاقة هذا بالتنمية في مصر، أجريت الدراسة علي (٣٩٤) مفردة من المجتمع المصري من زائري معرض القاهرة الدولي للكتاب، وأظهرت نتائجها وجود علاقة دالة إحصائياً بين بعض صفات شخصية الإنسان المصري كما تراها عينة الدراسة في الواقع وكما تقدمها وسائل الإعلام، وتعتقد غالبية عينة الدراسة أن وسائل الإعلام تلعب دوراً بارزاً في البناء الثقافي والاجتماعي لشخصية المصريين وفي تعليم الصفات الإيجابية والسلبية لهم وأن العولمة تكسب صفات سلبية بنسبة (٣٧,٦%)، وأن الصفات الإيجابية تساعد على التنمية على عكس الصفات السلبية، وأن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين النوع والدخل الشهري وبعض صفات شخصية الإنسان المصري.

وفي هذا السياق نجد أن الإعلام الرقمي الجديد قد جعل تشكيل الوعي والثقافة والشخصية في أزمة فلا نعد نستطيع تحديد بشكل دقيق هل يكون الإغراق المعلوماتي على مواقع التواصل الاجتماعي وتعدد الآراء الدارجة يكوّن وعي وشخصية الأفراد أم الاعتقادات والأيديولوجيات المعتقد لدى الأفراد هي التي توجههم لإنتهاج اعتقاد فكري معين وسمات شخصية مختلفة عن النسق المجتمعي. وقد تناولت بعض الدراسات تأثيرات الإعلام في شخصية الأفراد منها دراسة (Rocco Servidio, 2014) حول استكشاف تأثير العوامل الديموجرافية واستخدام الإنترنت وسمات الشخصية على إيمان الإنترنت لدى عينة من طلبة الجامعات الإيطالية، وذلك بالتطبيق على عينة بلغت (١٩٠) طالب جامعي إيطالي، وأظهرت النتائج أن الذكور أكثر استخداماً من الإناث للإنترنت وبالتالي

يكونوا أكثر إيماناً، وأنه توجد علاقة بين بعض سمات الشخصية وإدمان الإنترنت وبخاصة بعد الانفتاح وهذه النتائج تؤكد أن هناك عدة عوامل تؤثر على مستخدمي الإنترنت بشكل مفرط مما يؤدي إلى إدمانه. كما استهدفت دراسة (Candan Ozturk & et al,2015) معرفة العلاقة بين السمات الشخصية وإدمان الإنترنت لدى المراهقين، من خلال التطبيق على عينة بلغت (٣٢٨) مراهق في مدرستين ثانويتين في تركيا وتم جمع بيانات الدراسة باستخدام الاستبيان الذي احتوى على مقياس للسمات الشخصية ومقياس إدمان الإنترنت، إلى وجود علاقة بين سمات الشخصية وإدمان المراهقين للإنترنت فخطر إدمان الطلاب للإنترنت ارتبط إلى حد كبير ببعض سمات الشخصية من الانبساط والانفتاح. وأجريت دراسة (Runhua Xu & et al, 2016) حول فهم تأثير سمات الشخصية على تبنى تطبيقات الموبايل - رؤى من دراسة ميدانية واسعة النطاق أن الكم الهائل من التطبيقات المتاحة على الموبايل تسمح لمستخدميها أن يطوعوها لتناسب مع شخصيتهم ومصالحهم، وتكونت عينة الدراسة من (٢٠٤٣) مستخدم موبايل ، وتم استخدام أداة الاستبيان لتقييم السمات الشخصية الخمسة الكبرى، وأكدت النتائج أن السمات الشخصية لها تأثير كبير على تبنى أنواع مختلفة من تطبيقات الموبايل.

كما أوضحت دراسة (J.Twenge, Gabrielle N.Martin,2020) الفروق بين الجنسين في العلاقة بين استخدام الوسائط الرقمية والرفاهية النفسية، وتوصلت إلي أن الإناث أمضت وقتاً أطول على الهواتف الذكية ووسائل التواصل الاجتماعي والرسائل النصية والاستخدام العام للكمبيوتر والإنترنت، وقضى الذكور وقتاً أطول في اللعب وعلى الأجهزة الإلكترونية بشكل عام. كانت الارتباطات بين الاستخدام المعتدل أو الثقيل للوسائط الرقمية وانخفاض مستوى الرفاهية النفسية ومشكلات الصحة العقلية أكبر بشكل عام بالنسبة للإناث مقارنة بالذكور. وكان منخفض الاستخدام للوسائط الرقمية أعلى قليلاً في الرفاهية مقارنة بالمستخدمين، بينما كثيف الاستخدام للوسائط الرقمية في كثير من الأحيان أكثر احتمالاً بمرتين من انخفاض مستوى الرفاهية أو مشاكل الصحة

العقلية، بما في ذلك عوامل خطر الانتحار. وهذا ما أكدته دراسة (Akshatha Jain,) (Leena Jadhav, K. Datar, 2020) التي هدفت إلى كشف العلاقة بين استخدام الوسائط الرقمية والصحة النفسية لدى الشباب. وأوضحت أن التكنولوجيا بشكل عام لها مزاياها وعيوبها، وأنها تؤثر على الشباب بشكل أكثر سلبية، حيث يؤدي الاستخدام المفرط لوسائل التواصل الاجتماعي إلى تدهور الصحة النفسية كما يؤدي إلى زيادة القلق والاكتئاب والوحدة والسلوك القهري.

وأمام حقيقة تنامي المد التكنولوجي والانتشار السريع للإعلام الرقمي الذي أصبح متوفر ومتاح، ومتعدد الوسائل والمحتويات، في مناخ سيطر فيه منطلق التدفق الحر للمعلومات والمعارف والخبرات، كان من الضروري تناول المحددات المعرفية والنفسية والاجتماعية التي تعد واحدة من الموضوعات الهامة التي يجب التعريف بها وتحديدها كميثاق عمل للإعلام الرقمي الجديد إلا أن هناك ندرة في الدراسات والبحوث التي تناولت المحددات النفسية والمعرفية والاجتماعية للإعلام الرقمي الجديد فقد تناولت دراسة (محمد، داليا، ٢٠١٨) المحددات المعرفية والنفسية والاجتماعية للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية المصرية، واستهدفت التعرف علي رؤية الخبراء والأكاديمين نحو تلك المحددات التي يجب أن تحكم البرامج الحوارية المقدمة بالقنوات الفضائية المصرية، وقد تم استطلاع رأي (٢٥) من الخبراء والأكاديمين، أمكن من خلالها تحديد الأسس والمعايير التي يجب أن تحكم المقدم والمعد والضيوف في البرامج الحوارية.

وبرغم ما تزخر به المكتبات الإعلامية من موائيق الشرف الإعلامية متعددة ووافية لاحظت الباحثة عدم وجود رؤية أو معايير أو محددات معرفية ونفسية واجتماعية واضحة ومحددة يؤدي الإلتزام بها من قبل الإعلام الرقمي إلي المساعدة في تنمية السمات الإيجابية في شخصية الأفراد خاصة الشباب.

لذلك رأت الباحثة ضرورة التعرف علي طبيعة الدور الذي تلعبه الممارسات التفاعلية للإعلام الرقمي الجديد في تشكيل الشخصية لدى الشباب المصري.

المحددات المعرفية والنفسية والاجتماعية للإعلام الرقمي المسهمة في تشكيل الشخصية لدى الشباب الجامعي

وبذلك تتبلور مشكلة البحث في محاولة التعرف علي ما يقدمه الإعلام الرقمي من محددات معرفية ونفسية واجتماعية المسهمة في تشكيل شخصية الشباب الجامعي، ومحاولة الإجابة على التساؤل الرئيس التالي:

ما هي المحددات المعرفية والنفسية والاجتماعية للإعلام الرقمي الجديد المسهمة في تشكيل الشخصية لدى الشباب الجامعي؟.

ويتفرع من هذا التساؤل الرئيس الأسئلة الفرعية التالية:

١- ما المحددات المعرفية للإعلام الرقمي المسهمة في تشكيل الشخصية لدى الشباب الجامعي؟

٢- ما المحددات النفسية للإعلام الرقمي المسهمة في تشكيل الشخصية لدى الشباب الجامعي؟

٣- ما المحددات الاجتماعية للإعلام الرقمي المسهمة في تشكيل الشخصية لدى الشباب الجامعي؟

أهداف البحث

يسعي البحث الحالي إلى تحقيق الأهداف التالية:

- التعرف علي المحددات المعرفية والنفسية والاجتماعية للإعلام الرقمي.
- دراسة العلاقة بين التعرض للإعلام الرقمي وتشكيل الشخصية لدى الشباب الجامعي.
- تقديم التوصيات والنتائج التي يمكن أن تسهم في إبراز المحددات المعرفية والنفسية والاجتماعية للإعلام الرقمي الجديد وتساعد في تشكيل شخصية الشباب بشكل إيجابي.

أهمية البحث

تكمن أهمية البحث الحالي في:

أولاً: الأهمية النظرية

وقد تمثلت في أهمية:

- تسليط الضوء على فاعلية الإعلام الرقمي وتأثيراته المعرفية والنفسية والاجتماعية في تشكيل شخصية الشباب
- دراسة المحددات المعرفية والنفسية والاجتماعية للإعلام الرقمي الجديد.
- الفئة العمرية التي يتناولها البحث الحالي وهي الشباب الذي يعد عماد أي مجتمع.
- دراسة مكونات الشخصية لدى الشباب.

ثانياً: الأهمية التطبيقية

- الخروج بنتائج تثري الجانب الفكري في كلٍّ من الإعلام الرقمي وكذلك علم النفس فيما يخص المحددات المعرفية والنفسية والاجتماعية.
- يوفر البحث الحالي مقاييس كل من المحددات المعرفية والنفسية والاجتماعية وتأثيراتها علي مكونات الشخصية لدى الشباب الجامعي.
- مساعدة الباحثين في إجراء بحوث ودراسات تتناول المحددات المعرفية والنفسية والاجتماعية للإعلام الرقمي وتأثيراتها في متغيرات أخرى ولدي فئات عمرية وفي مراحل دراسية مختلفة.

مصطلحات البحث

المحددات المعرفية Cognitive Determinants:

قامت الباحثة بتعريف المحددات المعرفية إجرائياً بأنها: هي كل ما يقدمه الإعلام الرقمي من معارف ومعلومات وموضوعات بحيث تسهم في نقل الخبرات وبناء وتشكيل المعرفة لدى الشباب الجامعي وتشبع لديهم الحاجة إلي المعرفة والانفتاح علي ثقافات أخرى.

المحددات النفسية Psychological Determinants:

قامت الباحثة بتعريف المحددات النفسية إجرائياً بأنها: هي ما يقدمه الإعلام الرقمي ويساعد في تعزيز السمات النفسية الإيجابية في شخصية الشباب الانبساطية والثقة بالنفس والأحاساس بالذات، وإثارة الخيال والتحكم في الانفعالات وغيرها.

المحددات الاجتماعية : Social Determinants

قامت الباحثة بتعريف المحددات المعرفية إجرائياً بأنها: هي ما يقدمه الإعلام الرقمي ويساعد في دعم وتشكيل القيم الاجتماعية وتحديد الإطار القيمي للعلاقات الاجتماعية مثل تكوين صداقات جديدة قائمة علي الاحترام المتبادل، إتاحة التواصل بين الأهل والأقارب، الحث علي الإلتزام بقيم المجتمع والأعراف والتقاليد السائدة وغيره.

الإعلام الرقمي Digital Media :

هو الإعلام الذي يتم عبر الطرق الالكترونية وعلى رأسها الإنترنت، يحظى هذا النوع من الإعلام بحصة متنامية في سوق الإعلام وذلك نتيجة لسهولة الوصول إليه وسرعة إنتاجه وتطويره وتحديثه كما يتمتع بمساحة أكبر من الحرية الفكرية وتعد التسجيلات الصوتية والمرئية والوسائط المتعددة والأقراص المدمجة والإنترنت أهم أشكال الإعلام الالكتروني الحديث.

https://ar.wikipedia.org/wiki#cite_ref-1 /إعلام إلكتروني

وقد حددت الباحثة الإعلام الرقمي إجرائياً في الوسائل التي اعتمدت على الإنترنت كوسيلة اتصال، وبالتالي فإن الإعلام الرقمي في هذا البحث هو الإعلام الذي يستخدم وسائل المواقع الإعلامية على شبكة الإنترنت - الصحافة الالكترونية - الإذاعة والتلفزيون الإلكتروني، ويشمل خدمات البث الحي للقنوات التلفزيونية والإذاعية على مواقع الانترنت من خلال حزم البث الإذاعي - الإعلانات التجارية عبر مواقع الانترنت - المدونات - وسائل التواصل الاجتماعي - استخدام الهواتف الذكية في البث التلفزيوني، وغير ذلك من المجالات المختلفة والمتنوعة التي تزخر بها مواقع الانترنت.

مكونات الشخصية :Components of Personality

قسم علماء النفس مكونات الشخصية إلى مجموعات مختلفة لتسهيل عملية دراسة الشخصية وتخصيص الجهود في جزء معين من أجزاء الشخصية الإنسانية المعقدة

للغاية، واعتمد ذلك التقسيم على ثلاثة جوانب متباينة تعمل فيما بينها بشكل مستمر لإخراج الأفعال وردود الأفعال المميزة لكل فرد على حدة، وهي: الجانب الوجداني أو العاطفي: لا يدخل معه التفكير العاقل، بل يشمل منظومة القيم، والأخلاق، والسلوكيات الأساسية التي تتم دون وعي مباشر في الكثير من الأحيان. الجانب المعرفي: هو جانب عقلي تماماً ومهمته الأساسية تجميع المعارف والخبرات المختلفة من خلال التفاعل سواء كان طبيعياً مع البيئة، أم اجتماعياً مع الآخرين. الجانب الاجتماعي: تعتبر العوامل الثقافية والاجتماعية من العوامل البيئية المؤثرة في شخصية الفرد، وتعتبر العادات والتقاليد والأعراف والقيم الدينية أهم مكونات الثقافة في المجتمع، لذا فهي تحدد الصفات التي يهتدى بها السلوك الإنساني، ونتيجة لاختلاف السلوك والصفات الثقافية تختلف شخصيات الأفراد من مجتمع لآخر. الجانب الحركي: اهتم به علماء النفس الحديث مؤخراً بشكل كبير، حيث تظهر تغيرات واضحة في شخصية وسلوك الإنسان بحسب قدرته على الحركة وسد الاحتياجات من خلال تأدية المهام البدنية دون الحاجة إلى مساعدة. وسوف تتناول الباحثة في هذا البحث الجوانب المعرفية والنفسية والاجتماعية.

الإطار النظري

النظريات المعرفية

تعطي النظريات المعرفية أهمية كبيرة لمصادر المعرفة واستراتيجيات التعلم (الانتباه والفهم والذاكرة والاستقبال ومعالجة وتجهيز المعلومات)، فوعي المتعلم بما اكتسبه من معرفة وبطريقة اكتسابها، يزيد من نشاطه الميتمعرفي. هذا النشاط أو الخبرة أو التدريب الحاصل لدى الفرد، يُحدث تغييراً في سلوكه. وتهتم النظريات المعرفية بالبنية المعرفية من خلال الخصائص التالية: التمايز والتنظيم والترابط والتكامل والكم والكيف والثبات النسبي.

تتري النظريات المعرفية أن حدوث المعرفة يمر عبر استراتيجية متتالية في الزمن وتتلخص فيما يلي:

- الانتباه الانتقائي للمعلومات.
- التفسير الانتقائي للمعلومات.
- إعادة صياغة المعلومات، وبناء معرفة جديدة.
- الاحتفاظ بالمعلومات أو المعرفة المحصلة بالذاكرة.
- استرجاع المعلومات عند الحاجة إليها.

<https://www.new-educ.com؟-ما-هي-النظريات-المعرفية->

والبعد المعرفي: يشير إلى العمليات العقلية التي يجب أن يقوم بها الجمهور من حيث القدرة على إدراك المعاني والرموز والدلالات والأساليب الإقناعية التي تحتويها المضامين الإعلامية (محمد، احمد، ٢٠١٥، ٤١، ٤٢)

ووفقا لنظرية الاستخدامات والشبكات للإعلام نجد أن حاجات ودوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام تنقسم إلى قسمين:

أولاً: دوافع نفعية (Instrumental Motive): وهي تستهدف التعرف إلى الذات، واكتساب المعارف والمعلومات والخبرات، وجميع أشكال التعلم بوجه عام، وتعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية.

ثانياً: دوافع طقوسية (Ritualized Motive): وهي تستهدف إضاعة الوقت، والاسترخاء، والصدقة، والألفة مع الوسيلة، والهروب من المشكلات، وتنعكس هذه الفئة في البرامج الترفيهية، مثل المسلسلات، والأفلام، والمنوعات، وبرامج الترفيه المختلفة. (مكاوي، حسن حسين، ليلي، ١٩٩٨، ٢٤٧)

إشباع المحتوى، وتحتوي على نوعين من الإشباع:

أ: إشباعات توجيهية (Orientational Gratifications): وتتمثل في الحصول على معلومات، وتأكيد الذات ومراقبة البيئة، وهي إشباعات ترتبط بكثرة التعرض والاهتمام بالوسائل والاعتماد عليها.

ب: إشباعات اجتماعية (Social Gratifications): ويقصد بها ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية؛ حيث يستخدم أفراد الجمهور وسائل الإعلام لتحقيق نوع من الاتصال بينهم وبين أصدقائهم وأسرهم، من خلال تحقيق إشباعات مثل إيجاد موضوعات للحديث مع الآخرين، والقدرة على إدارة النقاش والتمكن المعرفي، والقدرة على فهم الواقع، والتعامل مع المشكلات.

ثانياً: إشباعات عملية الاتصال (Process Gratifications): وتنقسم هي الأخرى إلى نوعين:

أ: إشباعات شبه توجيهية (Para Orientational): وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات، وتنعكس في مواضيع التسلية والترفيه والإثارة.

ب: إشباعات شبه اجتماعية (Para Social): وتتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام، وتزداد هذه الإشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية، وزيادة إحساسه بالعزلة، مثل تحرير الخيال، واستثارة العواطف، والتخلص من الشعور بالملل والضيق، والتخلص من الشعور بالوحدة والعزلة، والتوحد أو الاندماج مع الشخصيات. (السيد، ممدوح

كامل، حنان، ٢٠١٤)

وقد حدد (Mondi Makingu & others) خمسة أبعاد رئيسية في مجال الاستخدامات والإشباعات التعليمية المتوقعة للطلاب من الإنترنت وهي:

١- الاستخدامات والإشباعات المعرفية المتوقعة: من خلال رغبة الطلاب في الحصول على المعلومات وبناء المعرفة الجديدة والفهم والإبداع ومهارات التفكير الناقد.

٢- الاستخدامات والإشباعات العاطفية المتوقعة: من خلال رغبة الطلاب في الحصول

على المتعة العاطفية باستخدام جهاز الكمبيوتر وتقنياته لأغراض تعليمية.

٣- الاستخدامات والإشباعات الشخصية المتوقعة : من خلال رغبة الطلاب في تحقيق المصداقية الذاتية والقدرة على التنظيم الذاتي لعملية التعلم واستغلال موارد التعلم الإلكتروني في زيادة المهارات والأنشطة الشخصية .

٤- الاستخدامات والإشباعات الاجتماعية التكاملية المتوقعة : من خلال رغبة الطلاب في تحقيق التفاعل والمشاركة داخل مجتمع التعلم والاندماج في السياق الاجتماعي لعملية التعلم التعاوني . ٥- الاستخدامات والإشباعات الترفيهية المتوقعة : من خلال رغبة الطلاب في تحقيق المتعة والإثارة والبحث عن الهدوء بالبعد عن ضغوط التعليم التقليدي، وإضفاء السرور على الطلاب باستخدام المزايا الفريدة للتعلم عبر الإنترنت.(Makingu Mondri & others, 2008,243)

الإعلام الرقمي

تعددت مداخل النظر في مفهوم الإعلام الجديد وتطور وسائله في سياقات تاريخية وتكنولوجية مختلفة، فجون بافلنك Pavlik يراه من خلال مدخلي الثورة الرقمية والإنترنت وما يليهما من تطبيقات، أما ديفيس Davis وواين Owen فيريا انطلاقة من خلال مجموعة من الأشكال الإعلامية الجديدة التي غيرت تماما نموذج الإعلام التقليدي، كما يبني غيتلمان Gitelman وبنغري Pingree نظرتهما للإعلام الجديد علي مبدأ الحالة الانتقالية للإعلام.(مصطفى، عباس ، ٢٠٠٨ ، ٢٩)

وقد ظهر مصطلح الإعلام الجديد New Media ليشير إلى المحتوى الإعلامي الذي يبيت أو ينشر عبر الوسائل الإعلامية التي يصعب إدراجها تحت أي من الوسائل التقليدية كالصحافة، والراديو، والتلفزة، وذلك بفعل التطور الكبير في إنتاج وتوزيع المضامين الإعلامية.(شفيق، حسنين، ٢٠١٠ ، ٥٨).

وقد اقترنَ تطوُّر العمل الإعلامي بالتطور التقني والتكنولوجي، وكان دائماً ما يعكس القفزات العلمية والتقنية بشكل متسارع؛ بدءاً من الصحف، فالمذياع، وصولاً إلى التلفاز

والمحطات الفضائية، وأخيراً مجتمع الإنترنت وصفحات التواصل الاجتماعي التي صاغت مفهوم الإعلام الجديد، ويعتبر الإعلام الجديد هو إعلام عصر المعلومات، وهو وليد ظاهرتي تفجر المعلومات وظاهرة الاتصال، والإعلام الجديد يعتمد على استخدام الحاسوب والاتصالات عن بُعد في إنتاج المعلومات والتسليم، وتخزينها وتوزيعها، لكن المميز أن الإعلام الجديد قادر على إضافة خاصية جديدة لا يُوفرها الإعلام القديم، وهي التفاعل، وهذه الخاصية أضافت بُعداً جديداً مُهماً إلى أنماط وسائل الإعلام الجماهيري. (شيخاني، سميرة، ٢٠١٠، ٤٤٢)

خصائص الإعلام الرقمي:

نظراً لتطور المستحدثات الرقمية وإمكانياتها، فإن نظام الاتصال الرقمي قد تجاوز الكثير من هذه الفروقات والتباينات، وأقام حزمة من الخصائص الموحدة التي تتسم بها كل أشكال الاتصال الرقمي ومستوياته، فلم تعد المرونة التي تميز الاتصال المواجهي قاصرة فقط على هذا النمط من الاتصال، ولم يعد الانتشار الذي يميز الاتصال الجماهيري قاصراً عليه وحده أيضاً، وإنما أصبحت حزمة الخصائص التي تميز النظم الرقمية واستخداماتها، تميز كل أشكال الاتصال القائمة على هذا النظام. وهذه الخصائص لا تميز الإعلام الرقمي فقط إنما ثرت في بناء المفاهيم الخاصة به وعناصره، وأهم هذه الخصائص: التفاعلية، التنوع، التكامل، الفردية والتجزئ، تجاوز الحدود الثقافية، تجاوز وحدة المكان والزمان، الاستغراق في عملية الاتصال (حسين، مهدي، ٢٠٢٠، ٢١-٢٢، بتصرف)

وظائف الإعلام الرقمي

قدم لازارسفيلد وروبرت ميرتون قائمة جديدة لوظائف وسائل الاتصال في المجتمع وهي:
- تشاور وتبادل الآراء: حيث ستساعد وسائل الإعلام على إيجاد فضاءات النقاش من أجل اختيار التوجهات المشتركة الصحيحة.

- تدعيم المعايير الاجتماعية: وتقترب هذه الوظيفة من تصور بارسونز لوظيفة المحافظة على الأنماط الثقافية السائدة، حيث تتم عملية إعادة إنتاج المعايير والقيم الاجتماعية لدى جميع أفراد المجتمع عن طريق وسائل الإعلام.

- الخلل الوظيفي المخدر: أكد كل من لازارسفيلد وميرتون على نوع خاص من الخلل الوظيفي الذي يمكن أن يصيب وسائل الإعلام أطلقا عليه اسم "التخدير"، ويحدث هذا التخدير عندما يصبح دور وسائل الإعلام عكسياً، حيث تقوم وسائل الاعلام بزيادة حجم المعلومات التي تعرض إلى مستويات مرتفعة، ينتج عنها افتقاد الجمهور للتحكم في الاستجابة الجيدة لها، فتقل مشاركته وترتفع عنده نسبة السلبية واللامبالاة حيال المعلومات التي تأتيه من وسائل الإعلام، وفي الأخير تفقد وسائل الإعلام دورها في إيقاظ الجمهور ويتحول هذا الدور إلى العكس أي تخدير الجمهور. (برنيس، نعيمة، ٢٠١٠، ٣٨)

الوظائف الاجتماعية للإعلام الرقمي

- الوظيفة الاخبارية: تعد أولى الوظائف وأهمها، لأن كل فرد في المجتمع لديه رغبة تصل إلى مستوى الغريزة في معرفة ما يدور حوله من أحداث سواء كانت إيجابية أو سلبية، رغبة في مراقبة البيئة لتجنب الأخطار التي تهدد وجوده، واقتناص الفرصة التي تكفل استمراره.

- وظيفة التوجيه وتكوين مواقف والاتجاهات: ومن الطبيعي أن تتم وظيفة التوجيه من خلال المضامين والمحتويات التي تقدمها، البرامج المسموعة والمرئية، والمواقع المختلفة، ولن تكون هذه المضامين مقنعة لجمهور المتلقين تجاه مسألة أو قضية من القضايا ما لم تعتمد على حقائق مؤكدة.

- وظيفة الترفيه والتسلية: لا تقل أهمية التسلية والترفيه عن بقية الوظائف الأخرى لأن الفرد لا يمكنه أن يعيش حياته كلها عمل جاد، بحيث لا يجد ما يخفف عنه متاعبه، لذلك

هناك مساحات للترفيه، للتحقيق الاشباعات السيكولوجية والاجتماعية المشروعة، وإزالة التوتر وضغوطات العمل.

- وظيفة التنشئة الاجتماعية: وترتبط تلك الوظيفة بنقل التراث الاجتماعي والقيم وأنماط السلوك من جيل إلى جيل، ومن خلال توفير رصيد مشترك من المعرفة يمكن للناس أن يعملوا فيه كأعضاء ذوي فعالية في المجتمع الذي يعيشون فيه.

والحقيقة أن معظم ما ذكر في المراجع الإعلامية من وظائف الإعلام سواء كان تقليدياً أو معاصراً يمكن حصره في التالي:

- الإخبار أو الإعلام، التثقيف، التوجيه، التسلية والترفيه، النقد والتعيري، التغطية السريعة للحدث، التغطية المتعمقة للحدث، خلق حراك مجتمعي فوري، الدعاية والإعلان، فتح نوافذ للمجتمعات المغلقة، الترويج الإعلامي للدولة الممولة.(ابراهيم، إسماعيل، ٢٠١٤، ٤٢).

التأثيرات المتوقعة من وسائل الإعلام

- التأثيرات المعرفية Cognitive effects: والتي تتمثل في مجالات عديدة منها تجاوز مشكلة الغموض Ambiguity الناتجة عن تناقض المعلومات التي يتعرض لها الفرد، أو نقص المعلومات أو عدم كفايتها لفهم معاني الأحداث أو تحديد التفسيرات الممكنة والصحيحة لهذه الأحداث والغموض الناتج عن نقص المعلومات أو تعارض تقارير وسائل الإعلام، يتم حله بما تقدمه هذه الوسائل من استكمال لهذه المعلومات أو تفسير لها. وهناك تأثيرات معرفية أخرى توضح الأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في تشكيل الاتجاهات Attitude formation حيث تقوم وسائل الإعلام بدفع غير محدود للأراء والموضوعات والشخصيات التي تثير المتلقين للاهتمام بها وخاصة في أحوال الأزمات أو الاضطرابات أو الحروب.

- التأثيرات الوجدانية Affective effects وذلك مثل مشاعر الحب والكراهية وغيرها التي تقوم بأشكال مختلفة وفي سياقات متعددة، ويظهر هذا التأثير عندما تقدم

معلومات معينة من خلال الرسائل الإعلامية، تؤثر على مشاعر الأفراد واستجاباتهم بالتالي في الاتجاه الذي تستهدفه هذه الرسائل ومن أمثلة هذه التأثيرات الفئور العاطفي فهناك فرض يرى أن التعرض المكثف إلى موضوعات العنف في الرسائل الإعلامية يؤدي إلى الفئور العاطفي وهذا ما يؤكد نقص الرغبة في مساعدة الآخرين نتيجة كثافة التعرض إلى أعمال العنف، وبالتالي فالفرد يتصرف كما لو كان العنف هو الحياة الحقيقية، وإن كان علماء الاجتماع- كما يقول هايمان Hayman- لم يبدوا اهتماما بتأثيرات العنف في وسائل الإعلام على المشاعر الوجدانية للمتلقين، وهناك بعض الأدلة علي أن الاستثارة النفسية التي تنشأ نتيجة التعرض لأعمال العنف في وسائل الإعلام تتناقص بمرور الزمن، فضلاً عن حالات القلق والخوف وعلى سبيل المثال نجد أن التعرض المكثف للرسائل الجديدة أو للدراما التلفزيونية التي ترسم مدناً ما على أنها تتميز بالعنف ربما يؤدي ذلك التعرض إلى الخوف من الحياة في هذه المدن أو السفر إليها.

التأثيرات الأخلاقية والمعنوية **Morale and alienation** وهذه تحدث نتيجة الرسائل الإعلامية وطبيعة المعلومات التي يكون لها تأثير على معنويات الأفراد ومستوى الأخلاق، فالدعم المعنوي والأخلاقي لا يمكن تطويره دون تأثيرات نظم الاتصال، فالعناصر الوجدانية في تشكيل الاتجاهات يمكن أن يكون لها نتائج اجتماعية معينة، ويمكن أن نجد في فترات التوتر الاجتماعي والسياسي عدداً من الاتجاهات التي يتم تشكيلها من خلال عرض السمات الشخصية للجماعات.

التأثيرات السلوكية **Behavioral affects** فالتغير في الاتجاهات أو المعتقدات أو المجالات الوجدانية يهتم بها الجميع أيضاً، ولكن على أنها درجة للتأثير في السلوك الواضح. ومن أهم التأثيرات في هذا المجال الفعالية **Activation** وعدم الفعالية **Deactivation** أو تجنب القيام بالفعل ومفهوم الفعالية يظهر عندما يقوم الفرد بعمل ما كان يعمل لولا تعرضه للرسائل الإعلامية، والتأثيرات السلوكية في النهاية هي الناتج النهائي للتأثيرات المعرفية أو الوجدانية وعلى سبيل المثال نجد أن الناس يمكن أن

ترتبط بوجهة نظر أو حل لمشكلة نتيجة لاتجاهات كونتها بالمعرفة والمشاعر التي طورتها من خلال الرسائل الإعلامية. (عبد الحميد، محمد، ٢٠١٠، ٣٠٢: ٣٠٤)

١. النظرية الاجتماعية المعرفية

تنص النظرية المعرفية الاجتماعية المستخدمة في علم النفس والتعليم والتواصل على أن أجزاء من اكتساب المعرفة للفرد يمكن أن تكون مرتبطة بشكل مباشر بمراقبة الآخرين في سياق التفاعلات الاجتماعية والتجارب وتأثيرات وسائل الإعلام الخارجية، تم تقديم هذه النظرية من قبل ألبرت بانادورا كامتداد لنظرية التعلم الاجتماعي الخاصة به، وتنص النظرية على أنه عندما يلاحظ الناس نموذجًا يؤدي سلوكًا ونتائج هذا السلوك، فإنهم يتذكرون تسلسل الأحداث ويستخدمون هذه المعلومات لتوجيه السلوكيات اللاحقة، يمكن أن تؤدي مراقبة نموذج أيضًا إلى حث المشاهد على الانخراط في سلوك تعلموه بالفعل، بعبارة أخرى لا يتعلم الناس السلوكيات الجديدة فقط من خلال تجربتها وإما النجاح أو الفشل، بل إن بقاء البشرية يعتمد على تكرار أفعال الآخرين، اعتمادًا على ما إذا كان الناس يكافئون أو يعاقبون على سلوكهم ونتائج السلوك، قد يختار المراقب تكرار السلوك على غرار توفر الوسائط نماذج لمجموعة كبيرة من الأشخاص في العديد من البيئات البيئية المختلفة.

https://stringfixer.com/ar/Social_Cognitive_Theory

ويرى وجيه محبوب أنّ المعرفة مجموعة معانٍ ومفاهيم ومعتقدات وتصورات ذهنية للإجابة عن تساؤلات الفرد، مُشبعة لطموحاته، ومُحققة إبداعاته لما يريد أن يعرف. (محبوب، وجيه، ٢٠٠٢، ٢٠) ويرى ياسين أنّ المعرفة هي أساس القدرة في عملية خلق الأفكار، وتحقيق مستويات عالية من الجودة والإبداع التقني. (ياسين، سعد، ٢٠٠٢، ٢٤).

أصبحت قوة الدول وقدراتها في التأثير على مجريات الأمور والتحكم في مصائرها ومستقبلها تقاس بالقوة المعرفية، كما أصبحت ظاهرة المعرفة تتحرك معنا في كل

مجالات الحياة وفي ميادين المعلومات والإبداع والسياسة والتعليم والصناعة، وبذلك

تحولت المعرفة إلى قوة في حد ذاتها. (Adolf, M. & Stehr, N. 2017)

تتميز مجتمعات المعرفة أن المعرفة تشكل أهم المكونات التي يتضمنها أي عمل أو نشاط، وخاصة فيما يتصل بالاقتصاد والمجتمع والثقافة، وكافة الأنشطة الأخرى التي أصبحت معتمدة على توافر كم كبير من المعرفة والمعلومات، ويتسم مجتمع المعرفة بكون المعرفة لديه من أهم المنتجات أو المواد الخام. وليست مجتمعات المعرفة أمرا حديثا، فإنه على سبيل المثال كان الصيادون يتقاسمون المعرفة منذ زمن بعيد بشأن التنبؤ بالطقس وذلك في إطار المجتمعات المحلية التي يعيشون بها، ويتم إضافة المزيد باستمرار إلى هذه المعرفة التي تعد جزءا من رأس مال هذه المجتمعات. الأمر الذي جد حديثا هو أنه بفضل التكنولوجيات الحديثة، لم يعد ضروريا التقيد بالتواجد في نفس المكان الجغرافي، وتسمح التكنولوجيا المتاحة حاليا المزيد والمزيد من الإمكانيات لتقاسم المعرفة وحفظها واستعادتها.

https://ar.wikipedia.org/wiki/مجتمع_المعرفة

أصبح للمجتمع المعلوماتي أبعاد مختلفة ومتشابهة يجب استغلالها كما ينبغي حتى لا تبقى نعيش على هامش المجتمع الدولي. ومن أهم هذه الأبعاد ما يلي:

- البعد الاقتصادي: تعتبر المعلومة في المجتمع المعلوماتي هي السلعة أو الخدمة الرئيسية والمصدر الأساسي للقيمة المضافة وخلق فرص العمل وترشيد الاقتصاد، وهذا يعني ان المجتمع الذي ينتج المعلومة ويستعملها في مختلف شرايين اقتصاده ونشاطاته المختلفة هو المجتمع الذي يستطيع ان ينافس ويفرض نفسه.

- البعد التكنولوجي: مجتمع المعلومات يعني انتشار وسيادة تكنولوجيا المعلومات وتطبيقها في مختلف مجالات الحياة في المصنع أو المزرعة والمكتب والمدرسة والبيت... إلخ. وهذا يعني كذلك ضرورة الاهتمام بالوسائط الاعلامية والمعلوماتية وتكييفها وتطويعها حسب الظروف الموضوعية لكل مجتمع سواء فيما يتعلق بالعتاد أو

البرمجيات، كما يعني البعد التكنولوجي لثورة المعلومات توفير البنية اللازمة من وسائل اتصال وتكنولوجيا الاتصالات والمعلومة وجعلها في متناول الجميع.

- البعد الاجتماعي: اجتماعياً يعني المجتمع المعلوماتي سيادة درجة معينة من الثقافة المعلوماتية في المجتمع وزيادة مستوى الوعي بتكنولوجيا المعلومات وأهمية المعلومة ودورها في الحياة اليومية للإنسان. والمجتمع هنا مطالب بتوفير الوسائط والمعلومات الضرورية من حيث الكم والكيف ومعدل التجدد وسرعة التطوير للفرد.

- البعد الثقافي: ثقافياً يعني مجتمع المعلومات اعطاء أهمية معتبرة للمعلومة والمعرفة والاهتمام بالقدرات الابداعية للأشخاص وتوفير جو حرية التفكير والابداع والعدالة في توزيع العلم والمعرفة والخدمات بين الطبقات المختلفة في المجتمع، كما يعني نشر الوعي والثقافة المعلوماتية في الحياة اليومية للفرد والمؤسسة والمجتمع ككل.

<https://www.albayan.ae/opinions/1,1345491-27-08-2002>

التواصل الاجتماعي الرقمي

التفاعل الاجتماعي هو عملية يرتبط بها أعضاء الجماعة مع بعضهم البعض عقليا ودافعيا وفي الحاجات والرغبات والوسائل والأهداف والمعارف. ويقصد أيضا بالتفاعل الاجتماعي التأثيرات المتبادلة التي تحددت بين الأفراد والجماعات بحيث يؤثر ويتأثر بالآخر، إذ يبدأ كل شخص بفعل اجتماعي يعقبه رد فعل، يصدر عن شخص آخر ويحدث ذلك في محاولة من الأفراد لحل مشاكلهم وفي كفاحهم من أجل الوصول إلى الأهداف.(عبادة، لطيفة، ٢٠١٤، ٢٤)

وقد تراجع دور العملية الثقافية- الاجتماعية في المجتمعات التقليدية والنامية والتي كانت الأكثر عراقة وتأثيراً في تطور وإدارة هذه المجتمعات وذلك بسبب الإختراق الكاسح للعمليات الاقتصادية والإعلامية والثقافية مما يعمل على تهديد منظومة القيم الأصيلة ويشكل نوعاً من الازدواجية الثقافية التي تجتمع فيها تناقضات الأصالة

والمعاصرة مما يؤدي إلى تهمة أو تغيير ملامح الثقافة الوطنية. (حجازي، احمد، ٢٠٠١، ٢٧)

تشير الدراسات والأبحاث إلى أن أكثر المجالات استخداماً في شبكة الإنترنت هو مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك وتويتر، وبرامج المحادثات مثل الواتس آب وسكاي بي والفاير، والمواقع الترفيهية مثل الألعاب ومواقع الأفلام، والمواقع السياسية والإخبارية والمواقع غير الأخلاقية، وتعتبر الفئات الأكثر عرضة لإدمان الإنترنت من المراهقين، وذلك لأن الشبكة توفر لهم واقعاً افتراضياً خيالياً، يكون محبباً لهم خاصة في فترة المراهقة يعبر عن تطلعاتهم، ويعتبر الذكور أكثر عرضة للإدمان من الفتيات، ويجد الشخص الانطوائي الذي لا يملك مهارات التعامل مع المجتمع أن شبكة الإنترنت توفر له التعامل مع أشخاص من خلف الشاشات، وهو ما يجعل حاجته للثقة بالنفس غير مطلوبة، ويمكن أن يصنع لنفسه شخصية غير شخصيته الحقيقية، ويصاب بنسبة أكبر بالإدمان من يعانون الاكتئاب أو الوحدة والملل، وتتجذب كل شريحة من هذه الشرائح لمواقع بعينها، فالمرهقون ينجذبون إلى مواقع الألعاب والمواقع غير الأخلاقية، والأشخاص المصابون بالانطوائية يبحثون عن مواقع الدردشة، أما من يعانون الوحدة والملل فيبحثون عن مواقع التواصل الاجتماعي.

<https://www.alkhaleej.ae/ملحق/إدمان-الإنترنت-أمراض-نفسية-وعضوية>

ويرى السيد ياسين أن من أهم سلبيات تكنولوجيات المعلومات أنها أصبحت بمثابة دين جديد، له تأثير قوى على إضعاف القيم، وبزوغ إمبراطوريات جديده للقوة وشركات عملاقة، مما يعمل على حلول قيم السوق محل القيم الإنسانية، وعدم المساواة في الحصول على الثروة المعلوماتية لمختلف طبقات المجتمع، فضلاً عن هيمنة الثقافة الأمريكية واللغة الإنجليزية على الفضاء المعرفي، كما أنها تعمل على خرق الخصوصية الشخصية واستقلال البيانات في عمليات إجرامية. (درويش، نهله، ٢٠٠٩، ١٦٠)

أن هذا الفضاء الاتصالي الجديد يمنح حرية الاختيار للمستخدمين المتحاورين أن يفصحوا عن هوياتهم الفعلية أو يتكتموا عنها، فيتيح لهم إمكانية اتخاذ هويات وأسماء مستعارة، وفي هذه الحالة يميل كثير من الشباب إلى التستر خلف أسماء وصور غير حقيقية إذا وجدوا صعوبات في التعبير وجها لوجه عن بعض الأفكار. كما أوضح ذلك Elisheva Groos من جامعة كاليفورنيا في دراسته "استخدام الانترنت والرفاه في سن المراهقة"، كما أردف الباحث أن هذه الوسائل الجديدة تعمل على ملء الفراغ العاطفي وتعويضه. نظرا أن الشباب يمتازون بسمات نفسية تميزهم عن باقي فئات المجتمع الأخرى، فمرحلة الشباب هي فترة عمرية يمر بها الفرد ويحتاج فيه إلى استقلالية وفردانية في بناء ذاته وشخصيته، والشباب في هذه الفترة يمتلك حس استكشافي وخيالي كبير، يفض إملاءات وضغوطات الآخرين، ويريد دوما أن يتعرف على العالم الخارجي بطريقته الخاصة. (وداد، سميثي ٢٠١٥، ٢١٠)

مفهوم الشخصية

يشير مفهوم الشخصية إلى نمط الأفكار والمشاعر والتكيفات الاجتماعية والسلوكيات التي تظهر باستمرار، والتي تؤثر على توقعات الفرد ومفاهيمه الذاتية وقيمه ومواقفه إلى حد كبير، تنتبأ الشخصية بردود الأفعال البشرية تجاه الأشخاص الآخرين، والمشاكل، والتوتر. (Winnie, J.F. & Gittinger, J.W. 1973)

تعتبر الشخصية في علم النفس الحديث مزيجاً من العديد من المكونات المختلفة والمتباينة، وتشمل تلك المكونات الدوافع الأساسية كالحاجة إلى المأكل، والملبس، والمأوى، والعادات الشخصية التي يمكن أن تكون أصيلة أو موروثية، والميول الذاتية التي تحركها كل من القدرات الذهنية والبدنية، ودرجة الذكاء، والعقائد والأفكار التي تكون حصيلة التفاعل المجتمعي عادة، والعواطف، والقدرات الذهنية والبدنية، والمشاعر والأحاسيس سواء بالذات أم بالآخرين، ويمثل تفاعل كل تلك المكونات وامتزاجها الشخصية الطبيعية للإنسان، ويؤدي نقص أحد تلك المكونات إلى ظهور شكل من أشكال

اضطراب الشخصية، وهو يأخذ صوراً متعددة ومتباينة بحسب نوع الاضطراب.

[مكونات الشخصية في علم النفس](https://mawdoo3.com/مكونات الشخصية في علم النفس)

وتتسم الشخصية الإنسانية ببعض السمات منها:

- التوافق: هو مقياس لميول الفرد فيما يتعلق بالانسجام الاجتماعي. تعكس هذه السمة مدى انسجام الفرد مع الآخرين، ومدى تعاونهم أو شكوكهم ، وكيف يمكن أن يتفاعلوا داخل الفريق.

- الضمير: هو مقياس لمدى حرص الفرد وتمهله وانضباطه وتنظيمه، غالباً ما ينبئ الضمير بإنتاجية الموظف، لا سيما في المناصب ذات المستوى الأدنى.

- الانبساط: هو مقياس لمدى كون الفرد اجتماعياً ومنفتحاً وحيوياً، فالأفراد الذين يحصلون على درجات أقل في مقياس الانبساط يُعتبرون أكثر انطوائية، أو أكثر تعمداً، وهادئاً، ومستقلاً، يقيس الانفتاح مدى قدرة الفرد على التخيل والإبداع، على عكس الواقعية والتقليدية.

<https://www.criteriacorp.com/resources/glossary/big-five-personality-traits>

وقد يميز كاتل من وجهة عامة بين ثلاثة أنواع من السمات أو مكونات الشخصية هي:

- السمات المعرفية: وتعني القدرات وطريقة الاستجابة للمواقف.
- السمات الدينامية: وتتصل بإصدار الأفعال السلوكية، وهي التي تختص بالاتجاهات العقلية أو بالدافعية أو الميول، كقولنا شخص طموح أو شغوف بالرياضة أو له اتجاه ضد السلطة.
- السمات المزاجية: وتختص بالإيقاع، والشكل والمثابرة، فقد يتسم الفرد مزاجياً بالبطء أو المرح أو التهيج أو الجراءة. (أبو جبل، فوزي، ٢٠٠٠، ٣٠٤)

إجراءات البحث الميدانية

منهج البحث:

اعتمد البحث الحالي علي المنهج الوصفي هو طريقة علمية يصف فيها الباحث الظاهرة بشكل كيني أو كمي، ومن ثم طرح مجموعة من التساؤلات المُبهمة، والقيام بعملية

تجميع للبيانات والمعلومات؛ من خلال مجموعة من الأفراد التي تتضح فيهم الخصائص، ومن ثم تحليلها لبلوغ النتائج والقيام بالتفسير.

عينة البحث

- تم تطبيق مقياس المحددات المعرفية والنفسية والاجتماعية للإعلام الرقمي علي عينة قوامها (٢٤٦) طالب وطالبة من طلاب كلية التربية النوعية- جامعة القاهرة.
- تم إرسال لينك إلكتروني للمقياس إلى الطلاب علي مواقع التواصل الخاصة بهم.

أدوات البحث:

- مقياس المحددات المعرفية والنفسية والاجتماعية للإعلام الرقمي من إعداد الباحثة، يضم المقياس (٥٢) عبارة موزعة علي الأبعاد الثلاثة للمقياس وهي البُعد المعرفي والبُعد النفسي والبُعد الاجتماعي، بحيث يتضمن كل بُعد من أبعاد المقياس مكوّن من مكونات الشخصية، فعبارات مقياس المحددات المعرفية يقيس مدي تأثير الإعلام الرقمي علي الجانب المعرفي لدي عينة البحث، وتقيس عبارات مقياس المحددات النفسية مدي تأثير الإعلام الرقمي في السمات النفسية لدي عينة البحث، وهكذا تقيس عبارات مقياس المحددات الاجتماعية مدي تأثير الإعلام الرقمي في السمات الاجتماعية لدي عينة البحث، والجدول التالي يوضح توزيع عبارات المقياس لكل أبعاد المقياس:

جدول (١)

توزيع عبارات مقياس المحددات المعرفية والنفسية والاجتماعية للإعلام الرقمي

أرقام العبارات	عدد العبارات	أبعاد المقياس
٢٢ : ١	٢٢ عبارة	المحددات المعرفية
٣٧ : ٢٢	١٥ عبارة	المحددات النفسية
٥٢ : ٣٨	١٥ عبارة	المحددات الاجتماعية

صدق المقياس

الصدق الظاهري: للتحقق من صدق المقياس استخدمت الباحثة الصدق الظاهري، وذلك من خلال عرض المقياس بصورته الأولية علي (١٠) من المحكمين محكما من ذوي الخبرة والمتخصصين في مجال علم النفس التربوي، والإعلام من أعضاء هيئة التدريس

بجامعة القاهرة، وذلك للكشف عن مدى صدق فقرات المقياس، وملائمته لما وضع لقياسه. وفي ضوء ملاحظات المحكمين على أبعاد المقياس تم إجراء بعض التعديلات. **صدق البناء:** فقد تم التحقق منه باستخدام صدق الاتساق الداخلي وحساب معامل ارتباط بيرسون بين عبارات المقياس والمقياس ككل علي النحو التالي:

جدول (٢)

معامل ارتباط بيرسون بين أبعاد المقياس ومجموعها (ن = ٢٤٦)

الأبعاد	عدد العبارات	معامل ارتباط بيرسون	الدلالة
المحددات المعرفية	٢٢ عبارة	٠,٨٧٢	مرتفعة
المحددات النفسية	١٥ عبارة	٠,٨٨١	مرتفعة
المحددات الاجتماعية	١٥ عبارة	٠,٨٩٢	مرتفعة

ومن الجدول السابق يتضح وجود قيم ارتباطية مرتفعة دالة إحصائيًا بين الدرجة الكلية لكل بُعد من أبعاد المقياس وبين الدرجة الكلية للمقياس عند مستوي دلالة (٠,٠١)، وهو ما يؤكد صدق المقياس وصلاحيته لقياس ما وضع لقياسه.

ثبات المقياس: تم التأكد من ثبات الاتساق الداخلي للمقياس باستخدام معامل ألفا كرونباخ عند مستوي دلالة (٠,٠١) علي النحو التالي:

جدول (٣)

درجات الثبات باستخدام معامل ألفا كرونباخ لأبعاد المقياس

الأبعاد	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ	دلالة درجة الثبات
المحددات المعرفية	٢٢ عبارة	٠,٩٨١	مرتفعة
المحددات النفسية	١٥ عبارة	٠,٩٧٤	مرتفعة
المحددات الاجتماعية	١٥ عبارة	٠,٩٧٦	مرتفعة
المقياس ككل	٥٢ عبارة	٠,٩٦٢	مرتفعة

يتضح من جدول (٣) ارتفاع درجة ثبات المقياس حيث بلغت قيمة معامل ألفا كرونباخ ٠,٩٦٢، وبلغت قيم معامل ألفا لأبعاد المقياس ٠,٩٨١ لبُعد المحددات المعرفية، و٠,٩٧٤ لبُعد المحددات النفسية، و٠,٩٧٦ لبُعد المحددات الاجتماعية، مما يدل علي صلاحية كل عبارات المقياس للتحليل الإحصائي عند مستوي دلالة (٠,٠١)

أساليب المعالجة الإحصائية لبيانات البحث

بعد تطبيق المقياس تم تفرغته في جداول تكرارية تم معالجة البيانات إحصائياً اعتماداً علي برنامج الحزم الإحصائية (SPSS)، وتم استخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية التي تستهدف التحليل الوصفي لعبارات المقياس وهي: معامل ارتباط بيرسون، معامل ألفا كرونباخ، والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات المقياس، اختبار T-test

نتائج البحث وتفسيرها:

- النتائج الخاصة بدرجة التحقق من المحددات المعرفية للإعلام الرقمي المسهمة في تشكيل الشخصية لدي الشباب الجامعي.

تم حساب التوزيعات التكرارية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات مقياس المحددات المعرفية للإعلام الرقمي كالتالي:

جدول (٤)

التكرارات ومؤشرات الإحصاء الوصفي لعبارات المحددات المعرفية للإعلام الرقمي (ن = ٢٤٦)

م	عبارات المقياس	درجة التحقق							
		أوافق		إلي حد ما		لا أوافق			
١.	الإعلام الرقمي يقدم موضوعات وقضايا تتسم بالحدثة	١٦٩	٦٨,٧	٧٢	٢٩,٣	٥	٢,٠	٢,٦٧	٨٢,٤٦
٢.	الإعلام الرقمي يقدم معلومات تنمي الوعي الديني	٩٦	٣٩,١	١١٣	٤٥,٩	٣٧	١٥,٠	2.24	39.89
٣.	يقدم معلومات تنمي الوعي الصحي	١٦٥	٦٧,١	٧٢	٢٩,٣	٩	٣,٦	٢,٦٣	٧٨,٤٨
٤.	يقدم معلومات تنمي الوعي السياسي	١٣٩	٥٦,٥	٩١	٣٧,٠	١٦	٦,٥	2.50	61.99
٥.	يقدم إجابات تشبع حاجاتي للمعرفة أكثر مما يثير تساؤلاتي	١١٣	٤٥,٩	١١٧	٤٧,٦	١٦	٦,٥	2.39	57.19
٦.	استفيد منه في مجال الدراسة والتعلم	١٦٩	٦٨,٧	٧٠	٢٨,٥	٧	٢,٨	٢,٦٦	٨١,٦٦

المحددات المعرفية والنفسية والاجتماعية للإعلام الرقمي المسهمة في تشكيل الشخصية لدى الشباب الجامعي

35.37	2.28	١٧,٤	٤٣	٣٧,٠	٩١	٤٥,٧	١١٢	٧	يفيدني في تعلم لغات أخرى
77.89	٢,٦٣	-	-	٣٧	٩١	٦٣	١٥٥	٨	يقدم معلومات علمية جديدة باستمرار
61.73	2.41	٤,٤	١١	٥٠	١٢٣	٤٥,٦	١١٢	٩	اتعلم مهارات وخبرات جديدة في مختلف المجالات
81.66	2.66	٢,٨	٧	٢٨,٥	٧٠	٦٨,٧	١٦٩	١٠	سهولة الوصول إلى المعلومات في مجال دراستي
٧٥,٠٢	٢,٦١	٣,٣	٨	٣٢,٥	٨٠	٦٤,٢	١٥٨	١١	يستعين بأراء الخبراء والمختصين في مجال الموضوع المطروح
65.89	2.48	٢,٤	٦	٤٧,٦	١١٧	٥٠	١٢٣	١٢	يدعم الجوانب المعرفية المطروحة بالأدلة والإحصائيات لضمان صحة المعلومات
58.62	2.46	٦,٥	١٦	٤١,٥	١٠٢	٥٢,٠	١٢٨	١٣	أتعلم موضوعات جديدة تساعد في تحقيق طموحاتي
68.51	2.39	٢,٤	٦	٥٦,٥	١٣٩	٤١,١	١٠١	١٤	أتعلم من خلال الإعلام الرقمي أشياء جديدة تجعل حياتي ممتعة
61.88	2.17	١٠,٩	٢٧	٦٠,٦	١٤٩	٢٨,٥	٧٠	١٥	أجد إجابات عن جميع تساؤلاتي واستفساراتي
79.73	2.65	٢,٤	٦	٣٠,٥	٧٥	٦٧,١	١٦٥	١٦	يساعد علي الانفتاح علي ثقافات أخرى
٨١,٩٠	٢,٦٦	٢,٣	٨	٢٧,٦	٦٨	٦٩,١	١٧٠	١٧	يتيح متابعة الأخبار بسهولة وسرعة
65.87	2.15	١٠,٩	٢٧	٦٣,٠	١٥٥	٢٦,٠	٦٤	١٨	أحصل على حلول واضحة عن مشكلاتي الخاصة
47.70	2.33	١٠,٩	٢٧	٤٥,٦	١١٢	٤٣,٥	١٠٧	١٩	استطيع التمييز بين الحقيقة والرأي
60.62	2.43	٤,٨	١٢	٤٧,٦	١١٧	٤٧,٦	١١٧	٢٠	استطيع إدراك المعاني والرموز والدلالات التي يعرضها الإعلام الرقمي
74.55	2.61	٢,٤	٦	٣٤,٦	٨٥	٦٣,٠	١٥٥	٢١	يتيح لي المناقشة والتعليق علي الرسائل المقدمة.
15.72	2.08	٢٦,٤	٦٥	٣٩,٠	٩٦	٣٤,٦	٨٥	٢٢	يتجنب الإعلام الرقمي أساليب التلاعب والتضليل الدعائي
٢,٤٦								المتوسط العام	

من جدول (٤) يتضح أن متوسطات بعض عبارات مقياس المحددات المعرفية للإعلام الرقمي تقترب من درجة ٣ وقد تراوحت ما بين (٢,٦٧) و (٢,٠٨)، كانت أعلاها لعبارة "الإعلام الرقمي يقدم موضوعات وقضايا تتسم بالحدثية"، فضلاً عن أن يتيح متابعة الأخبار بسهولة وسرعة، بالإضافة إلى أنه يقدم معلومات تنمي الوعي الصحي، ويفيد في مجال الدراسة والتعلم، يقدم معلومات علمية جديدة باستمرار، وكما يسهل من خلال الإعلام الرقمي الوصول إلى المعلومات في المجالات الدراسية، كما أن الإعلام الرقمي يستعين بآراء الخبراء والمختصين في مجال الموضوع المطروح، فضلاً عن أنه يساعد علي الانفتاح علي ثقافات أخرى، وإتاحة الفرصة للمناقشة والتعليق علي الرسائل المقدمة، وإمكانية إدراك المعاني والرموز والدلالات التي يعرضها الإعلام الرقمي، في حين أن الإعلام الرقمي - إلى حد ما- لا يتجنب أساليب التلاعب والتضليل الدعائي. وفي هذا الصدد أكدت دراسة (أبو زيد، احمد، ٢٠١٤) أن مواقع الشبكات الاجتماعية وغيرها من الوسائل التي تقوم علي التفاعل وتحويل المستخدم إلي منتج قادر علي الإضافة والمناقشة، تمتلك قدرات عديدة يمكن استثمارها في طرح مبادرات تعمل علي تجديد دماء الاستراتيجيات الأمنية عبر وسائل جديدة تحمل ثقافة مختلفة وأساليب مبتكرة وقيما تدعم دور الفرد ومسئوليته.

كما أشارت دراسة (حسين، عزة، ٢٠١٤) إلى أهم إيجابيات وسائل الإعلام الجديد من وجهة نظر عينة البحث أنها تفتح أبواباً تمكن من إطلاق الإبداعات والمشاريع التي تحقق الأهداف وتساعد المجتمع على النمو، و سرعه التواصل، رفع المستوي المعرفي والثقافي. كما أوضحت دراسة (Petrovic & et al,2012) إلى أن ٩٧ % من الطلاب بجامعة بلجراد أكدوا أن الفيسبوك ساعد على زيادة معارفهم من البيئة المحيطة، ووافق ٤,٥ % أنه ساعد على الوعي البيئي ٩٠,٩ % وافق على أنه غير أنماط سلوكهم ومشاركتهم في عملية التعليم والتعلم باكتساب المعارف والمعلومات باعتباره بيئة تعليمية عالية الجودة، وأكدوا أنه لا يمكن الاستغناء عنه في التعليم ولا بد من دمج مع التعليم التقليدي.

وأكدت دراسة (Ophus & Abbitt,2009) أن ٩٥,٥ % من طلاب التعليم الجامعي بأمريكا يستخدمون الفيسبوك، وأن الشبكات الاجتماعية هي بيئات تعليمية لتعليم أفضل في حال تطويعها للتعليم والتعلم، ولا بد أن تكون أنشطتها ذات مغزى، ويتم دمجها في التعليم بطريقة تتفق مع رغبات الطلاب وتصوراتهم.

- **النتائج الخاصة بتساؤل:** ما علاقة المحددات النفسية للإعلام الرقمي بمكونات الشخصية لدى الشباب الجامعي؟ تم حساب التوزيعات التكرارية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات مقياس المحددات النفسية للإعلام الرقمي كالتالي:

جدول (٥)

التكرارات ومؤشرات الإحصاء الوصفي لعبارات المحددات النفسية للإعلام الرقمي (ن = ٢٤٦)

م	عبارات المقياس	درجة التحقق			الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي			
		أوافق	إلى حد ما	لا أوافق					
١.	استطيع إقامة علاقات مع الجنس الآخر وتخطي حاجز الخجل	٩١	٣٧	١٠٧	٤٣,٥	٤٨	١٩,٥	٢,١٧	٣٠,٥١
٢.	يسهم الإعلام الرقمي في احترام الذات واحترام خصوصية الآخرين	١٠٢	٤١,٥	١٠٧	٤٣,٥	٣٧	١٥,٠	٢,٢٦	٣٩,٠٥
٣.	الإعلام الرقمي ينمي الشعور بالمسؤولية	٩١	٣٧	١٣٩	٥٦,٥	١٦	٦,٥	٢,٣٠	61.99
٤.	استطيع التعبير عن رأيي بحرية من خلال التواصل الرقمي	١٥٥	٦٣,٠	٨٥	٣٤,٦	٦	٢,٤	٢,٦١	74.55
٥.	التواصل الرقمي يعزز لدي الاحساس بالذات	١٤٩	٦٠,٦	٨٦	٣٤,٩	١١	٤,٥	٢,٥٦	69.09
٦.	الإعلام الرقمي يشبع لدي الحاجة إلي المعرفة وحب الاستطلاع	١٦٢	٦٥,٩	٧٦	٣٠,٩	٨	٣,٢	٢,٦٣	٧٧,١٨
٧.	يثير لدي الخيال	١٠٢	٤١,٥	١٢٣	٥٠	٢١	٨,٥	٢,٣٣	53.86
٨.	يعزز روح الانتماء للوطن	١١٢	٤٥,٥	١٢٣	٥٠	١١	٤,٥	٢,٤١	61.73
٩.	أستطيع التحكم بانفعالاتي أثناء الاتصال الرقمي أكثر من الاتصال الشخصي	١٢٣	٥٠	١٠٢	٤١,٥	٢١	٨,٥	٢,٤١	53.86
١٠.	يجعلني لا أشعر بالوحدة	١٠٧	٤٣,٥	١٢٨	٥٢,٠	١١	٤,٥	٢,٣٩	62.38
١١.	أشعر أنني شخص مهم من خلال التواصل الرقمي	٩٧	٣٩,٤	١٢٣	٥٠	٢٦	١٠,٦	٢,٢٩	50.21

د/ هدي حسن أحمد عبد المالك

68.51	٢,٣٩	٢,٤	٦	٥٦,٥	١٣٩	٤١,١	١٠١	كثير من أصدقاء التواصل الرقمي يتقون بي وبآرائي	.١٢
61.99	٢,٥٠	٦,٥	١٦	٣٧,٠	٩١	٥٦,٥	١٣٩	استطيع أن أمارس هواياتي من خلال التواصل الرقمي	.١٣
69.76	٢,٥٧	٦,٥	١٦	٣٠,٥	٧٥	٦٣,٠	١٥٥	استطيع تجنب الأشخاص والأمور التي تثيرني وتضايقني	.١٤
٧١,٥٣	٢,٥٨	٢,٤	٦	٣٧,٤	٩٢	٦٠,٢	١٤٨	استمتع بالتواصل الرقمي وأشعر بالتسلية والترفيه	.١٥
2.43`								المتوسط العام	

يتضح من جدول (٥) أن متوسطات بعض عبارات مقياس المحددات النفسية للإعلام الرقمي تقترب من درجة ٣ وقد تراوحت ما بين (٢,٦٣) و (2.17)، كانت أعلاها لعبارة "الإعلام الرقمي يشبع لدي الحاجة إلي المعرفة وحب الاستطلاع"، وأدناها لعبارة "استطيع إقامة علاقات مع الجنس الآخر وتخطي حاجز الخجل"، كما أوضحت متوسطات عبارات المقياس أن الشباب عينة البحث يستطيعون التعبير عن رأيهم بحرية من خلال التواصل الرقمي، وأنهم يستمتعون بالتواصل الرقمي ويشعرون بالتسلية والترفيه، فضلاً عن أنهم يستطيعون تجنب الأشخاص والأمور التي تثيرهم وتضايقهم، ويعزز التواصل الرقمي الاحساس بالذات لديهم، كما يستطيعون ممارسة هواياتهم من خلال التواصل الرقمي، ويعزز الإعلام الرقمي روح الانتماء للوطن، بالإضافة إلى أنهم يستطيعون التحكم بانفعالاتهم أثناء الاتصال الرقمي أكثر من الاتصال الشخصي، كما أن الإعلام الرقمي يثير لديهم الخيال، وينمي الشعور بالمسؤولية، لا يشعرون بالوحدة، كما أن كثير من أصدقاء التواصل الرقمي يتقون بهم وآرائهم، فضلاً عن شعورهم بأهميتهم من خلال التواصل الرقمي، كما يساهم في احترام الذات واحترام خصوصية الآخرين.

وفي هذا الصدد أوضحت دراسة (حسين، عزة، ٢٠١٤) الآثار النفسية (الإيجابية-السلبية) لوسائل الإعلام الجديد، حيث يشعر عينة الدراسة بالسعادة بالتواصل مع أصدقائهم من خلال وسائل الإعلام الجديد وبأنهم أشخاص إيجابيين عندما يشاركون أصدقائهم والآخرين ما يمر بهم من أحداث سعيدة أو غير سعيدة، وأنهم اجتماعيون عندما

المحددات المعرفية والنفسية والاجتماعية للإعلام الرقمي المسهمة في تشكيل الشخصية لدى الشباب الجامعي

يستخدمون أي من وسائل الإعلام الجديد، وتزداد وتتطور مهارتهم علي اتخاذ القرارات وحل المشكلات عند استخدام أي من وسائل الإعلام الجديد، إلا أنهم يتقصدون أذوار وحالات غير حقيقية عندما يعبرون عن حالاتهم عبر وسائل الإعلام الجديد.

- النتائج الخاصة بتساؤل: ما علاقة المحددات الاجتماعية للإعلام الرقمي بمكونات الشخصية لدى الشباب الجامعي؟ تم حساب التوزيعات التكرارية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات مقياس المحددات الاجتماعية للإعلام الرقمي كالتالي:

جدول (٦)

التكرارات ومؤشرات الإحصاء الوصفي لعبارات المحددات الاجتماعية للإعلام الرقمي (ن = ٢٤٦)

م	عبارات المقياس	درجة التحقق						الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي
		أوافق		إلى حد ما		لا أوافق			
١.	استطيع تكوين صداقات جديدة	١٤٤	٥٨,٥	٩١	٣٧	١١	٤,٥	2.54	66.96
٢.	اتاحة التواصل مع الأقراب والأصدقاء بشكل أسهل	١٨٨	٧٦,٤	٥٣	٢١,٥	٥	٢,٥	2.74	94.88
٣.	سهولة بيع أو شراء السلع التجارية	١٦٣	٦٦,٣	٧٨	٣١,٧	٥	٢,٥	٢,٦٤	٧٩,٥٨
٤.	الإعلام الرقمي يرسخ القيم والمبادئ والأخلاق الحسنة	٦٦	٢٦,٨	١٤٤	٥٨,٥	٣٦	١٤,٦	٢,١٢	55.75
٥.	أتعرف من خلال الإعلام الرقمي على قوانين المجتمع وأقوم بالالتزام بها	٨٥	٣٤,٦	١٤٤	٥٨,٥	١٧	٦,٩	٢,٢٨	63.55
٦.	أقوم بمناقشة ما اتعرض له من قضايا وأحداث وموضوعات مع أصدقائي وزملائي وأفراد الأسرة	١٤٥	٥٨,٩	٨٥	٣٤,٦	١٦	٦,٥	٢,٥٢	64.55
٧.	أشارك بالتعليقات علي بعض الأخبار التي تعرض علي شبكات التواصل الرقمي	١١٧	٤٧,٦	٨٤	٤٣,١	٤٥	١٨,٣	٢,٢٩	36.04
٨.	يلتزم الإعلام الرقمي بأداب اللغة والبعد عن الموضوعات المبتذلة	٩١	٣٧	١٣٤	٥٤,٥	٢١	٨,٥	٢,٢٨	57.04
٩.	يوضح الإعلام الرقمي الحقائق دون تزييف	٦٥	٢٤,٤	١٣٩	٥٦,٥	٤٧	١٩,١	٢,٥٥	49.79
١٠.	أكثر ما يقدم من خلال الإعلام الرقمي يثير	١٣٥	٥٤,٩	١٠٢	٤١,٥	٩	٣,٦	٢,٥١	٦٥,٣٤

د/ هدي حسن أحمد عبد المالك

								فضايا تهم الرأي العام	
63.41	2.37	٤,٤	١١	٥٤,١	١٣٣	٤١,٥	١٠٢	يهتم الإعلام الرقمي بذوي الاحتياجات الخاصة	١١
57.82	2.19	١١,٤	٢٨	٥٨,١	١٤٣	٣٠,٥	٧٥	يلتزم الإعلام الرقمي بقيم المجتمع والأعراف والتقاليد الشرقية	١٢
37.99	2.23	١٥,٩	٣٩	٤٥,١	١١١	٣٩,٠	٩٦	يتجنب الإعلام الرقمي الأفكار التي تزوج للدجل والشعوذة والخرافات	١٣
24.33	1.82	٣٩,٨	٩٨	٣٨,٢	٩٤	٢٢,٠	٥٤	لا يتعرض الإعلام الرقمي للحياة الخاصة للمواطنين أو للمشاهير	١٤
67.09	2.41	٢,٤	٦	٥٤,١	١٣٣	٤٣,٥	١٠٧	يشجع الإعلام الرقمي على عدم الكراهية والتمييز أو التحريض بين أطراف المجتمع	١٥
								٢,٣٣	المتوسط العام

يتضح من جدول (٦) أن متوسطات بعض عبارات مقياس المحددات الاجتماعية للإعلام الرقمي تقترب من درجة ٣ وقد تراوحت ما بين (٢,٧٤) و (١,٨٢)، كانت أعلاها لعبارة "إتاحة التواصل مع الأقارب والأصدقاء بشكل أسهل"، و أدناها لعبارة "لا يتعرض الإعلام الرقمي للحياة الخاصة للمواطنين أو للمشاهير"، حيث يري الشباب عينة البحث أن الإعلام الرقمي ينتهك الحياة الخاصة للمشاهير وفي بعض الأحيان الحياة الخاصة لبعض المواطنين، في حين أن الغالبية من عينة الدراسة تري أن الإعلام الرقمي يسهل عملية بيع أو شراء السلع التجارية، وأن أكثر ما يقدم من خلال الإعلام الرقمي يثير قضايا تهم الرأي العام، ويستطيع تكوين صداقات جديدة من خلال التواصل الرقمي، كما يشجع الإعلام الرقمي على عدم الكراهية والتمييز أو التحريض بين أطراف المجتمع، فضلاً عن اهتمام الإعلام الرقمي بذوي الاحتياجات الخاصة والتعرض لقضاياهم، ويمكن الشباب من المشاركة بالتعليقات علي بعض الأخبار التي تعرض علي شبكات التواصل الرقمي، كما يتعرف الشباب عينة البحث من خلال الإعلام الرقمي على قوانين المجتمع ويقومون بالالتزام بها، كما يلتزم الإعلام الرقمي بأداب اللغة والبعد عن الموضوعات المبتذلة من وجهة نظر عينة البحث بمتوسط حسابي (٢,٢٨) وانحراف

معياري (٥٧,٠٤)، كما يري الشباب عينة البحث أن الإعلام الرقمي يتجنب الأفكار التي تروج للدجل والشعوذة والخرافات بمتوسط حسابي (٢,٢٣) وانحراف معياري (٣٧,٩٩)، كما يروي أن الإعلام الرقمي يلتزم بقيم المجتمع والأعراف والتقاليد الشرقية بمتوسط حسابي (٢,١٩) وانحراف معياري (٥٧,٨٢)، في حين جاءت عبارة "الإعلام الرقمي يرسخ القيم والمبادئ والأخلاق الحسنة" في الترتيب الثالث عشر من ضمن ما يراه الشباب عينة البحث حول المحددات الاجتماعية للإعلام الرقمي بمتوسط حسابي (٢,١٢) وانحراف معياري (٥٥,٧٥) تليها في الترتيب عبارة "يوضح الإعلام الرقمي الحقائق دون تزييف".

وفي هذا الصدد أوضحت دراسة (عبد الحي، أسماء، ٢٠١٣) التأثيرات الإيجابية لشبكات التواصل الاجتماعي على الجوانب التربوية والتعليمية منها تكوين صداقات وعلاقات اجتماعية جديدة وزيادة التحصل المعرفي في مجال التعليم والتعلم والعمل، وتنمية مهارات الحوار.

وهذا ما أوضحه (Yonghwan Kim & et al,2013) أن الإعلام الجديد ووسائله أضاف إلى حياة الملايين من البشر الكثير، فقد سهل التواصل فيما بينهم وبين عائلاتهم وأصدقائهم، وكذلك فتح آفاقا جديدة لتشكل شخصياتهم وعاداتهم الاجتماعية حول ثقافة الشبكات الاجتماعية والتواصل عبر الانترنت.

وأكدت نتائج دراسة (الشهري، حنان، ٢٠١٣) أن استخدام الفيس بوك وتوتير له آثار إيجابية أهمها الانفتاح الفكري والتبادل الثقافي، بينما جاء قلة التفاعل الأسري أحد أهم الآثار السلبية.

كما أشارت دراسة (Fang, Ling,2011) إلي معرفة نوع العلاقة بين استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية والحاجات الاجتماعية والمعرفية، مثل: عدد أصدقاء المستخدمين، الوقت المنقضي علي تلك المواقع، البحث عن المعلومات، كثافة استخدامهم لتلك المواقع، وتوصلت إلى أن الإناث جاءت في مقدمة مستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية كما جاء

طلاب الأقليات من حيث العرق أكثر استخدامًا لتلك المواقع ، وأثبتت الدراسة أن الطلاب الذي لديهم عدد أكثر من الأصدقاء علي تلك المواقع يقضون وقتًا أكبر داخلها مما يثبت أن تلك المواقع تستخدم بشكل كبير لاشباع الحاجات الاجتماعية، كما أوضحت الدراسة أن الشباب يستخدم تلك المواقع لاشباع حاجاتهم المعرفية من خلال الاعتماد علي مواقع الشبكات الاجتماعية كمصدر للمعلومات والأخبار.

الخلاصة

- أن المحددات المعرفية والنفسية والاجتماعية للإعلام الرقمي ووسائله تؤثر بشكل كبير وإيجابي في مكونات الشخصية لدي عينة البحث.
- الإعلام الرقمي ووسائله يقدم المعارف والمعلومات المختلفة ويتيح متابعة الأخبار بسهولة وسرعة مما يساعد في زيادة الوعي المعرفي لدي عينة البحث.
- الإعلام الرقمي يشبع الحاجة إلي المعرفة وحب الاستطلاع لدي عينة البحث.
- يتيح التواصل الرقمي التواصل مع الأقارب والأصدقاء بشكل أسهل.

التوصيات:

- في ضوء نتائج البحث الحالي يمكن التوجيه بعدة توصيات كالتالي:
- ١- ضرورة الاهتمام وتعزيز المحددات المعرفية والنفسية والاجتماعية لممارسات الإعلام الجديد ووسائله بوجه عام.
 - ٢- ضرورة العناية والاهتمام بمفهوم التربية الإعلامية في المراحل التعليمية المختلفة
 - ٣- الاهتمام بتنمية مهارات التفكير النقدي لدي الأفراد في مختلف الأعمار.
 - ٤- ضرورة مواجهة الإفرازات السلبية التي يفرضها الإعلام الرقمي.
 - ٥- وضع تشريعات ومعايير وأسس لتنظيم الأنشطة الإعلامية في الدولة، بما فيها الإعلام الرقمي وأنشطة النشر الإلكتروني، ومتابعة المحتوى الإعلامي الرقمي.
 - ٦- ضرورة اهتمام المعنيين بالعمل الإعلامي الرقمي بتعزيز السمات الشخصية الإيجابية لدي الأفراد.

البحوث والدراسات المقترحة

- في ضوء نتائج البحث يمكن طرح عدة مقترحات بحثية منها:
- تأثيرات الإعلام الرقمي ووسائله الإيجابية والسلبية علي الأطفال.
 - دراسات تحليلية لمضامين الرسائل المقدمة عبر الإعلام الرقمي الجديد والقيم المتضمنة.
 - أثر التواصل الرقمي علي السمات الشخصية لدي الأفراد في مختلف المراحل التعليمية والعمرية.

المراجع

أولاً: المراجع العربية

- إبراهيم، إسماعيل (٢٠١٤). الإعلام المعاصر ووسائله، مهاراته، تأثيراته، اخلاقياته، قسم الدراسات والبحوث، الدوحة: وزارة الثقافة والفنون والتراث.
- أبو جبل، فوزي محمد (٢٠٠٠). الصحة النفسية وسيكولوجية الشخصية، الإسكندرية، المكتبة الجامعية.
- أحمد، محمد أبو زيد (٢٠١٤). دور وسائل الإعلام الجديد في تفعيل الشراكة المجتمعية لمواجهة الجريمة"، *مجلة عجمان للدراسات والبحوث*، الإمارات العربية المتحدة، ج (١٢)، ع (١)، ص ١٥٣.
- البادي، عائشة سعيد (٢٠١٤). *بعض سمات الشخصية وعلاقتها بفاعلية الذات لدى الإخصائيين الاجتماعيين في مدارس سلطنة عمان*، رسالة ماجستير، قسم التربية والدراسات الإنسانية، كلية العلوم والآداب، جامعة نزوي، عمان.
- السيد، ممدوح، كامل، حنان. (٢٠١٥). *استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية ٢٠١٤* دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي المصري، [Volume 11, 2015 - Journal of Middle East Media](#)
- الشهري، حنان شعشوع (٢٠١٣). *أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية علي العلاقات الاجتماعية "الفايس بوك وتويتر نوجا"*، رسالة ماجستير، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الملك عبد العزيز، السعودية.
- برنيس، نعيمة. (٢٠١٠). *الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت في عصر ثورة المعلومات*، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري قسطنطينية، الجزائر.
- حجازي، أحمد مجدى (٢٠٠١). *الثقافة العربية في زمن العولمة*، القاهرة: دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع.

- حسين، عزة (٢٠١٤). الأثار النفسية لوسائل الإعلام الجديد علي المراهقين في المملكة العربية السعودية "دراسة ميدانية، بحث منشور، *المجلة العلمية لكلية التربية النوعية، جامعة المنوفية*، ع (٢)، ج (٣)، ص ٢٧٩ : ٣١٠.
- حسين، مهدي صالح (٢٠٢٠). أثر الإعلام الرقمي في التعليم المدونات الإلكترونية انموذجاً، بحث منشور، مؤتمر الدولي الأول التعليم الرقمي في ظل جائحة كورونا، *مجلة الجامعة العراقية*، ع (١)، ص ١٧ - ٢٨.
- درويش، نهله أحمد (٢٠٠٩). *العولمة وتغيير أنساق القيم- دراسة تطبيقية على الدراسات المصرية*، رسالة دكتوراه، كلية الآداب جامعة القاهرة، ص ١٦٠.
- شريف، سعيدة (٢٠١٥). "تلجم نوات". مؤسسة مؤمنون بلا حدود للدراسات والأبحاث، العدد ١٨، ص:٣.
- شفيق، إيكوفان (٢٠١٩). التكنولوجيا الحديثة وأزمة العلاقات الاجتماعية، *مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية*، ١١(٣)/٢٠١٩ الجزائر: جامعة قاصدي مرباح ورقلة، ص.ص ٢٥- ٣٢.
- شفيق، حسنين (٢٠١٠). *الإعلام الجديد- الإعلام البديل "تكنولوجيات جديدة في عصر ما بعد التفاعلية*، ط ١، القاهرة: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، ص ٥٨.
- شيخاني، سميرة (٢٠١٠): *الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق*، ج (٢٦)، ع:ص (٤)، ٤٤٢.
- صادق، إيمان صابر (٢٠١٧). *استخدامات منصات الإعلام الجديد في المجتمع المصري "الفيس بوك نموذجا"*، رسالة دكتوراه، كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، جامعة عين شمس.
- عبادة، لطيفة (٢٠١٤). *التفاعل الاجتماعي وعلاقته بالتحصيل الدراسي عند التلاميذ*، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الوادي، الجزائر.
- عبد الحي، أسماء الهادي إبراهيم (٢٠١٣). *الأبعاد التربوية للتواصل الثقافي لدى أعضاء المجتمعات الافتراضية ودور المؤسسات التربوية في مواجهتها*، رسالة دكتوراه، كلية التربية جامعة المنصورة.

- عبد الحميد، محمد (٢٠١٠). *نظريات الإعلام واتجاهات التأثير*، ط 3، القاهرة: عالم الكتب.
- كامل، محمود عبد الرؤف (٢٠٠٧). دور الإعلام في البناء الثقافي والاجتماعي للمصريين - دراسة ميدانية لدور وسائل الإعلام في بناء الشخصية المصرية، المؤتمر العلمي الثالث عشر لكلية الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص ص ٤، ٥.
- محجوب، وجيه (٢٠٠٢). *البحث العلمي ومناهجه*، بغداد: دار الكتب، ص ٢٠.
- محمد، أحمد جمال حسين (٢٠١٥). *التربية الإعلامية نحو مضامين مواقع الشبكات الإجتماعية: نموذج مقترح لتنمية المسؤولية الإجتماعية لدى طلاب الجامعة*، رسالة ماجستير، جامعة المنيا، كلية التربية النوعية، ص ٤١ - ٤٢.
- في في تيروا وحلا بجمار بلا تيعامتجلاو تيسفلاو تيفر عملا تاددحملا (. ٢٠١٨) (دماد ايلاد، دمحم تيعونلا تيبيرتلا ثوحب تلجم، روشنم ثحب، تصاخلاو تيموكلما تيرصملا تيناضفلا تاونقلا . ٤٠٥ - ٣٧٣ ص)، ٥٠ (ع، ليريا، ةروصنملا تعمماج
- مصطفى، عباس صادق. (٢٠٠٨). *الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات*، ط ١ عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، ص ٢٩.
- مكاوي، حسن عماد، حسين، ليلي (١٩٩٨). *الاتصال ونظرياته المعاصرة*، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ص ٢٤٧.
- وداد، سميثي (٢٠١٥). وسائل الإعلام الجديد: أي تأثير؟ إلى أي مدى؟ مقارنة تحليلية متعددة الأبعاد، بحث منشور، *مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية*، جامعة قاصدي مرباح- ورقلة، ع (٢١)، ص ٢٠٣ - ٢١١.
- ياسين، سعد غالب (. ٢٠٠٢) *الإدارة الدولية*، الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ص ٢٤.

- Adolf, M. & Stehr, N. (2017). *Knowledge: Is knowledge power?* Second Edition, London: Routledge
- Bruce c Mckinney, Lynne Kelly, Robert L Duran. (2012). *Narcissism openness?: college students, use of face book and twitter*, communication Research Reports , Apr, vol.29 Is(2).
- Candan Ozturk, Murat Bektas, Dijle Ayar, Beste Ozguven Oztornacl and Dilek Yagcl. (2015). *Association of Personality Traits and Risk of Internet Addiction in Adolescents*, In: Asian Nursing Research, vol. (9), Is (2), Pp.120:124.
- Fang, Ling (2011). *Who are the heavy users of Social Network Sites among College Students? A study of Social Network Sites and College Students Journalism and M? as Communication* , pp1-24
- J.Twenge, Gabrielle N.Martin,(2020). *Gender differences in associations between digital media use and psychological well-being: Evidence from three large datasets*, Journal Volume 79, February, Pages 91-102
- Jain, A., Jadhav, L., & Datar, K.K. (2020). *Effects of Digital Life on Psychological Health of Youth.*, at in: <https://www.semanticscholar.org/paper/Effects-of-Digital-Life-on-Psychological-Health-of-Jain-Jadhav/0451c2e7ac8ce8be77e20d52ec9f375d7804847c>
- Mondy, M., Woods, P., & Rafi, A. (2008). *A 'Uses and Gratification Expectancy Model' to predict students' 'Perceived e-learning Experience'*. Educational Technology & Society, 11 (2), 241-261.
- Ophus, J. D. & Abbitt, J. T. (2009), *Exploring the Potential Perceptions of Social Networking Systems in University Courses*, Merlot Journal of Online Learning and Teaching, Vol. 5. No. 4, pp. 639-648
- Petrovic, N., petrovic, D. , jeremic, V. , Milenkovic, N. & Cirovic, M. (2012), *Possible Educational Use of Facebook in Higher Environment Education*. Serbia. University at Belgrade
- Rocco Servidio (2014). *Exploring the effects of demographic factors, Internet usage and personality traits on Internet addiction in a sample of Italian university students*, In Computers in Human Behavior, vol. (35), Pp.85:92.

- Runhua Xu , Remo Manuel Frey, Elgar Fleisch and Alexander Illic (2016) .*Understanding the impact of personality traits on mobile app adoption - Insights from a large-scale field study*, In: Computers in Human Behavior,vol.(62),Pp.244:256.
- Wail Ismail Abdel Barry (2009). *The social Reality of new media. Pared axial Issues in the Digital Era*, Egyptian Journal of public Research, Faculty of Mass communication Cairo University.vol 9. January – June), pp 41-88.
- Winnie, J.F. & Gittinger, J.W. (1973). *An introduction to the personality assessment system*. Journal of Clinical Psychology, Monograph Supplement, 38, 1-68
- Yonghwan Kim, Shih-Hsien Hsu, Homero Gil de Zúñiga (2013). *Use of social media on discussion Network heterogeneity traits*, Journal of Communication, Vol. 63, Is 3, June, Pages 498 –516.

ثالثاً: مواقع إلكترونية

- <https://www.albayan.ae/opinions/1,1345491-27-08-2002>
- https://ar.wikipedia.org/wiki/مجتمع_المعرفة
- https://mawdoo3.com/مكونات_الشخصية_في_علم_النفس
 - <https://www.criteriacorp.com/resources/glossary/big-five-personality-traits>
- https://ar.wikipedia.org/wiki/#إعلام_إلكتروني/cite_ref-1
- https://stringfixer.com/ar/Social_Cognitive_Theory
 - https://stringfixer.com/ar/Social_Cognitive_Theory
- <https://www.alkhaleej.ae/ملحق/«إدمان-الإنترنت»-أمراض-نفسية-و-عضوية>