أثر وسائل الإعلام الوطني ووسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية لدى طلاب هيئة التعليم التطبيقي والتدريب بدولة الكويت

إعـــــداد

د/ غانم حمد عبدالله الشيخ مساعد

مدرب متخصص– قسم الادارة المكتبية بالمعهد العالي

للخدمات الادارية الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب دولة الكويت

أثر وسائل الإعلام الوطني ووسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية لدى طلاب هيئة التعليم التطبيقي والتدريب بدولة الكويت

د/ غانم حمد عبدالله الشيخ مساعد *

المقدمة:

تحمل الألفية الثالثة الكثير من التطورات في كافة المجالات عامةً وتكنولوجية الفضاء والإلكترونيات خاصة، حيث أصبح العالم قرية صغيرة تعيش نهضة معلوماتية كبيرة، استفادت منها الوسائل الإعلامية لكي تحافظ على مكانتها في ظل تنافس محموم بين وسائل الاتصال والإعلام.

تلعب وسائل الإعلام دوراً هاماً يتمثل في قدرتها الكبيرة على تغيير القيم والاتجاهات وحتى طريقة التفكير، ويشير إلى ذلك (سيرز وآخرون، ٢٠١٠) عندما يؤكدون أن عملية التغيير هذه تتم من خلال الانتباه العام الذي يتم أساساً من خلال الاتصال الجماهيري عن طريق التأثير ووضع الأجندة والإعداد والتهيؤ، ثم الإقناع الذي هو تغيير اتجاهات الناس من خلال الكلمة المنطوقة والمكتوبة عن طريق توفير الحجج والأدلة ذلك أن وسائل الإعلام لم تعد أدوات لنقل المعلومات فقط، بل أصبحت أداة لتوجيه الأفراد والجماعات وتكوين مواقفهم الفكرية والاجتماعية، ودورها لم يعد يقف عند صنع الصورة فقط، بل بتنظيمها وطبعها في آذان الجمهور. (عبدالرازق، الساموك، ٢٠١١م)

ومثل ظهور شبكات التواصل الاجتماعي في توقيتات متزامنة فتحاً تاريخياً نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوقة، وأعطى مستخدميه فرصا أكبر للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا قيود ولا رقابة إلا بشكل نسبي محدود، كما أعطى قنوات للتعاطي المباشر والحي والفوري من جمهورها في تطور يغير من جوهر نظريات النظريات الاتصالية المعروفة ويوقف احتكار صناعة الرسالة الإعلامية لينقلها إلى

* **د/ غانم حمد عبدالله الشيخ مساعد:** مدرب متخصص– قسم الادارة المكتبية بالمعهد العالي للخدمات الادارية الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب دولة الكويت.

مدى أوسع وأكثر شمولية، وبقدرة تأثيرية وتفاعلية لم يتصورها محللو وخبراء الإعلام والاتصال. (محمود، ٢٠١١م)

وترتبط أزمة الهوية بمرحلة المراهقة وبدايات الشباب، حيث تمثل المطلب الأساسي للنمو خلال هذه المرحلة وتعبر عن تحول في شخصية المراهق نحو الاستقلالية الضرورية للنمو السوي في المراحل القادمة، وتنمو الهوية من وجهة نظر أريكسون وفق مراحل متتابعة يواجه الفرد في كل منها أزمة معينة، ويتحدد مسار نموه تبعاً لطبيعة حلها إيجاباً أو سلباً متأثراً بعدة عوامل بيولوجية واجتماعية وثقافية، وإن تقاطع العوامل البيولوجية والاجتماعية تجعل الهوية إما في حالة الإنجاز أو التعليق أو الانغلاق أو التشتت. (المصري، ٢٠١٦م)

ويتعرض المراهقون والشباب لعديد من التغيرات النمائية التي تطرأ على كل جوانب الشخصية ويمثل هوية الفرد محور هذا التغيير من وجهة نظر علماء النفس، حيث ترتبط بقدرة الفرد على تحديد معتقداته وأدواره في الحياة من خلال محاولة الوصول إلى قدر حيال تساؤلات تصبح ملحة عما أسماه أريكسون "أزمة الهوية" وخلال التشكل يكون الشباب في مفترق طرق فأما يتمكن من تحقق الهوية الإيجابية، أو يعاني من اضطراب وتشتت الهوية، وفشل في تحديد أهدافه وأدوار حياته، كما يؤثر ذلك في صقل شخصيته واعتماده على نفسه. (الشمري، ٢٠١٧م)

مشكلة البحث:

يعد هدف الحفاظ على الشباب من خطر التحديات الثقافية وتهديد الهوية من أهم الأهداف التي تسعى التربية إلى تعزيزها وترسيخها لدى النشء والشباب، وقد أصبح مجال رعاية الشباب بمفهومه الواسع موضوعا استثماريا في المقام الأول بالنسبة للأمة والمجتمع لأنه المعين الذي يساهم في عملية البناء والتقدم، ومن خلال تفحص الموقف الحضاري المعاصر، نجد أن ثمة خطر تترصد بشبابنا ويتمثل في تهديد هويته، ومصدر هذا الخطر يكمن في سطوة العولمة وتراجع قيم الولاء والانتماء، مما يشكل ضغوط وصراعات نفسية تصل أحيانا إلى أزمات حادة تؤدي إلى اضطرابات سلوكية مسببة أزمة للنمو في مرحلة المراهقة والشباب حيث يمثل حلها المطلب الأساسي لاستمرارية النمو السوي خلال هذه المرحلة ونقطة تحول نحو الاستقلالية الضرورية للنمو السوي في مرحلة الرشد.

وبناء على ذلك تتحدد مشكلة هذه الدراسة فى الوقوف على أثر وسائل الاعلام الوطني ووسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية لدى طلاب هيئة التعليم التطبيقي والتدريب بدولة الكويت.

أهداف البحث:

يهدف الى التعرف علي أثر وسائل الأعلام الوطني ووسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية لدى طلاب هيئة التعليم التطبيقي والتدريب بدولة الكويت، من خلال :

١. تعرف مدي متابعة طلاب هيئة التعليم التطبيقي والتدريب لوسائل الإعلام الوطني بدولة الكويت.
٢. الوقوف على الدور الذى تقوم به وسائل الإعلام الوطني ووسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية لدى طلاب هيئة التعليم التطبيقي والتدريب.
٣. توضيح مدى مساهمة وسائل الإعلام الوطني ووسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية لدى طلاب هيئة التعليم التطبيقي والتدريب.

تساؤلات البحث:

تركز على أثر وسائل الإعلام الوطني ووسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية لدى طلاب هيئة التعليم التطبيقي والتدريب بدولة الكويت، وتتلخص أهم التساؤلات في الآتي:

١. ما طبيعة عرض البرامج والمحتوى من حيث الشكل (القوالب الفنية – أساليب التقديم – جهة الإنتاج – اللغة – أسلوب التقديم– مشاركة الشباب – الضيوف – المشاركون في طرح الموضوعات التي تتعلق بالهوية الوطنية)؟

الدراسات السابقة:

قام الباحث بعرض الدراسات السابقة المرتبطة بهذا البحث عرضاً تنازلياً من الحديث إلى الأقدم، وقد تألفت من عدد (٥) دراسات عربية، وعدد (١) دراسة أجنبية.

بحثت دراسة **(المليكي، حمود محسن وآخرون ٢٠١٩م):** بعنوان تصور مقترح لدور وسائل الإعلام الحديثة في تنمية القيم الوطنية لدى الشباب اليمني من وجهة نظر القيادات التربوية، **و**هدف البحث إلى تقديم تصور مقترح لدور وسائل الإعلام الحديثة في تنمية القيم الوطنية لدى الشباب اليمني من وجهة نظر

القيادات التربوية، واستخدم الباحثون المنهج الوصفي التحليلي، وبلغت عينة البحث ١١ خبيراً من القيادات التربوية ، وتوصل الباحثون إلى تصور مقترح لدور وسائل الإعلام الحديثة في تنمية القيم الوطنية لدى الشباب اليمني من وجهة نظر القيادات التربوية.

كما أشارت دراسة **(الشمري، صاحب أسعد ويس ٢٠١٧م)** التي بعنوان تأثيرات وسائل الإعلام الجديد على الشباب الجامعي، وتكون مجتمع البحث من طلبة كلية التربية، جامعة سامراء الدراسة الصباحية للعام الدراسي ٢٠١٤/٢٠١٥م الدراسة الصباحية والبالغ عددهم (١٨٨٦) طالباً وطالبة، وتألفت عينة البحث الحالي من (٤٨٩) طالباً وطالبة ، تم اختيارهم بصورة عشوائية من مجتمع البحث وهي تشكل ما نسبته (٢٥.٩٢%) من مجتمع البحث، وتوصل البحث إلى أن الشباب العراقي وسائل الإعلام الجديد بصورة كبيرة جداً، وأنهم يرون أن تأثيرات وسائل الإعلام الجديد تكون في المدى البعيد وليس القريب أو المتوسط.

وطرحت دراسة **(الضحوي، هناء علي و الساعدي، ناصر محمد ٢٠١٧م)** عنوان المواطنة الرقمية استراتيجية تعزيز المواطنة والاعتدال باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي لمواجهة التحديات والتطرف والتكفير في دول مجلس التعاون الخليجي، ولقد تم استخدام تقنيات وأدوات بحثية مطورة لتحليل هذه البيانات ومن ثم استخدام أساليب إحصائية متعددة لتقويم النتائج. بعد ذلك تم طرح الإطار العملي للبحث مشتملا على جزأين رئيسيين: الأول يتعلق بإطار العمل المقترح، والثاني بالذكاء الاصطناعي وتقنية تدريب الآلات، ولقد أسفر إطار العمل عن عدد من النتائج التي توضح الوضع الحالي لمدى مواطنة الأفراد، وكيفية سد الخلل للحصول على مستوى مواطنة رقمية أعلى.

وأوضحت دراسة **(الوداعي، مسفر أحمد ٢٠١٦م):** وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الأمن الفكري من وجهة نظر طلبة المرحلة الثانوية ومعلمي العلوم الشرعية بمنطقة عسير، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر وسائل التواصل الاجتماعي على الأمن الفكري من وجهة نظر طلبة المرحلة الثانوية ومعلمي العلوم الشرعية بمنطقة عسير، ومن أجل تحقيق هذا الهدف اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات حيث تم تطبيق البحث في مدينتي أبها وخميس مشيط بمنطقة عسير على عينة

مكونة من (١٠٠) طالب ومعلم للعلوم الشرعية بالمرحلة الثانوية، وقد تم اختيارها بطريقة عشوائية طبقية، وقد توصلت الدراسة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي أسهمت في الاطلاع على ثقافة الشعوب الأخرى مما يساعد على الانسجام والتعايش مع الآخرين؛ كما أسهمت في سرعة التواصل بين الأفراد في مختلف دول العالم وبصورة فورية، وتكوين المجموعات والصداقات ذات الاهتمامات المشتركة، إلا أنها في المقابل أسهمت في انتهاك خصوصيات الآخرين من خلال عمليات التجسس الإلكتروني، وانتشار ظاهرة انتحال الشخصيات، والتي أثرت في عدم ثقة المتلقي بكل ما يكتب في وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة.

كما بينت دراسة **(المصري رفيق يونس، ٢٠١٦م):** بعنوان تأثير وسائل الإعلام الرسمية على تعزيز الهوية الوطنية الفلسطينية، هدفت هذه الدراسة إلى محاولة الوقوف على مدى تأثير وسائل الإعلام الرسمية على تعزيز الهوية الوطنية الفلسطينية، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة على عدد من طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية بلغت ٥٠٠ طالب وطالبة، وتشير النتائج إلى تأثير وسائل الإعلام الرسمية على تعزيز الهوية الفلسطينية.

واستكشفت دراسة (Iordache, D. D. Lamanauskas, V.2013) استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل المفاهيم السياسية والرأي العام لشباب الجامعات في رومانيا، وتم التوصل إلى النتائج التالية، أظهرت التحليلات أن أكثر شبكات التواصل الاجتماعي التي يحرص طاب الجامعات الرومانية على استخدامها هي الفيس بوك ثم اليوتيوب ، ظهرت علاقة ارتباط موجبة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية وتوجيه الرأي العام الطلبة نحو القضايا في رومانيا.

فروض البحث:

تسعي الدراسة لاختبار الفروض التالية:

- توجد فروق دالة إحصائية في مدي متابعة الشباب لوسائل الإعلام الوطني المتاحة بدولة الكويت.
- توجد فروق دالة إحصائية في الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام الوطني ووسائل التواصل الاجتماعي بدولة الكويت في تدعيم الهوية الوطنية ونشرها بين الشباب.

- توجد فروق دالة إحصائية في مدي مساهمة برامج وسائل الإعلام الوطني ووسائل التواصل الاجتماعي في توفير المعلومات حول الهوية الوطنية والتي يحتاجها الشباب الكويتي.
- توجد فروق دالة إحصائية في تحديد نوعية برامج وسائل الإعلام الوطني ووسائل التواصل الاجتماعي التي يُقبل عليها الشباب، والمدة التي يقضونها في الاستماع لتلك البرامج.
- توجد فروق دالة إحصائية في حجم برامج وسائل الإعلام الوطني ووسائل التواصل الاجتماعي بدولة الكويت.
- توجد فروق دالة إحصائية في نوعية المعلومات التي تتناولها برامج وسائل الإعلام الوطني ووسائل التواصل الاجتماعي بدولة الكويت.
- توجد فروق دالة إحصائية في جوانب القصور في البرامج التي تبثها وسائل الإعلام الوطني ووسائل التواصل الاجتماعي بدولة الكويت.

مصطلحات البحث:

- **الأثر:** Effect

"هو قياس تبعات تعرض الجمهور خاصة الشباب الذي يشكل عينة الدراسة لمضامين وسائل الإعلام سواء كانت التقليدية وهي الصحافة المكتوبة والإذاعة والتلفزيون أو الوسائل الإعلامية الحديثة وهي الصحافة الإلكترونية وشبكات الإعلام الاجتماعي ويرتكز مفهوم "الأثر" في سياق الدراسة على التبعات السلوكية الاتصالية للجمهور اتجاه الوسيلة الإعلامية من حيث الإقبال أو العزوف عن المشاهدة والاستماع أو التفاعل عبر الاستخدام المكثف للوسيلة الإعلامية أو تراجعه وغيابه". (مرواني، ٢٠١٩م)

- **وسائل التواصل الاجتماعي:** Social Media

"منظومه من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها". (راضي، ٢٠٠٣م)

- **الإعلام:**

يشير إلى "جميع أوجه النشاط الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بجميع الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والمعلومات عن القضايا

والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية وبدون تحديد مما يؤدي إلى خلق أكبر درجة من الوعي والإدراك والإحاطة الشاملة لدى فئة الجمهور المتلقين للمادة الإعلامية لجميع الحقائق والمعلومات الصحيحة عن هذه القضايا والموضوعات منهم يسهم في تأثير الرأي العام وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور في الوقائع والموضوعات والمشكلات المطروحة". (كمال،٢٠١٧م).

الإجراءات المنهجية للبحث:

١- نوع البحث ومنهجه:

هذا البحث يقع ضمن الأبحاث الوصفية التي تهتم بدراسة الظاهرة الإعلامية في وضعها الراهن، ولا تقف عند حدود الوصف والتشخيص بل تتجاوز ذلك إلي وصف تأثيرات العلاقة لاكتشاف الحقائق المرتبطة بها وتعميمها، لذا تم الاعتماد على المنهج المسحي الذى يعد من أبرز المناهج المستخدمة في جانب الدراسات الإعلامية خاصة البحوث الوصفية ويعد منهجاً منظماً للحصول على أهم البيانات والمعلومات والأوصاف المتعلقة بالظاهرة محل الدراسة. (عبدالحميد، ٢٠١٥م)

٢- مجتمع البحث والعينة:

تم تحديد مجتمع البحث في جميع المضامين البرامجية الشبابية التي تبث في وسائل الإعلام الوطني ووسائل التواصل الاجتماعي.

٣- عينة البحث وأداة جمع البيانات:

تشتمل العينة على (البرامج الحوارية، البرامج الثقافية، الفنية، الندوات، التنويهات، التقارير، البرامج الوثائقية، الأحاديث).

الإطار النظري للبحث:

من أجل تحقيق أهداف هذا البحث والإجابة على تساؤلاته تناول **الباحث** توضيحه طبقاً للمجالات التالية:

١- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.
٢- وسائل الإعلام الوطني ووسائل التواصل الاجتماعي.
٣- موضوعات الهوية الوطنية التي تبثها وسائل الإعلام الوطني ووسائل التواصل الاجتماعي.
٤- التأثير على الشباب الكويتي.

١. نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

اتخذ الباحث من مدخل (الاعتماد علي وسائل الإعلام) إطاراً نظرياً باعتباره يركز علي الوسيلة ودرجة أهميتها لدي الفرد لكي يستقي معلوماته منها ، وكما يوحي اسم النظرية فإن العلاقة الرئيسية التي تحكمها هي علاقة الاعتماد على سائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور، وقد تكون هذه العلاقات مع نظم وسائل الإعلام جميعها أو مع أحد أجزائها مثل: الصحف – الراديو – التليفزيون، ومعني هذه العلاقة أن وسائل الإعلام عندما تقوم بوظائف جمع المعلومات التي نحتاج إلي معرفتها وتنسيقها ونقلها بصورة مكثفة ومتميزة سوف يزيد من قدرتها علي تحقيق أكبر قدر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي، وهذه القدرة سوف تزيد قوتها، عندما يكون المجتمع في حالة عدم استقرار بنائي لوجود الصراع والتغيير، وتقوم نظرية اعتماد الأفراد علي وسائل الإعلام علي ركيزتين أساسيتين هما:

أ- **الأهداف:** أي أن هناك أهدافاً للأفراد يسعون إلى تحقيقها من خلال المعلومات التي توفرها وسائل الإعلام المختلفة سواء كانت هذه الأهداف شخصية أو اجتماعية.

ب-**المصادر:** تعد وسائل الإعلام نظاماً معلوماتياً يسعي إليه الأفراد من أجل بلوغ أهدافهم، وتتحكم وسائل الإعلام في ثلاثة أنواع من مصادر المعلومات هي: تجمع المعلومات عبر المندوبين والمراسلين، وتنسيق المعلومات ونشرها لكي تصل إلي جمهور غير محدد. (مكاوي، السيد، ١٩٩٨م)

ويعتمد الأفراد على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف الآتية:

١-**الفهم:** ويشمل معرفة ما يدور بالبيئة المحيطة والحصول على الخبرات، وبما يساعد على معرفة أشياء عن العالم الخارجي والمحلي وتفسيرها.

٢-**التوجيه:** حيث تقوم وسائل الإعلام بتوجيه الأفراد لاتخاذ القرارات المناسبة والمشاركة السياسية، وتوجيه تفاعلي تبادلي للحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع المواقف الجديدة.

٣-**التسلية:** حيث تقوم وسائل الإعلام بتقديم التسلية التي تساهم في تحقيق الاسترخاء والتخلص من الملل والهروب من مشكلات الحياة. (Servin, Wthankrd, 1992)

ويحدد المدخل مجموعة من التأثيرات الناتجة عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام تتمثل فيما يلي:

١- **تأثيرات معرفية** Cognitive Effects: وتتحدد في كشف الغموض، وتكوين الاتجاهات، وترتيب الأولويات، وتوسيع المعتقدات، الترويج للقيم والحفاظ عليها.

٢- **تأثيرات وجدانية** Affective Effects: وتتحدد في زيادة الخوف والقلق والفتور العاطفي وتزايد أو نقص الشعور بالاغتراب.

٣- **تأثيرات سلوكية** Behavioral Effects: وتنحصر في سلوكين أساسيين هم التنشيط أي قيام الفرد بعمل ما نتيجة التعرض للوسيلة، وقد يكون سلوكاً إيجابياً مفيداً أو سلبياً ضاراً. (ديفلير، وآخرون ١٩٩٣م)

وتقوم النظرية على عدة افتراضات رئيسية هي:

١- تؤثر درجة استقرار النظام الاجتماعي وتوازنه العام علي زيادة الاعتماد أو قلته على مصادر أخبار ومعلومات وسائل الإعلام وكلما زادت درجة الاستقرار الاجتماعي قل اعتماد الأفراد علي وسائل الإعلام والعكس .

٢- تزداد درجة الاعتماد على النظام الإعلامي السائد في المجتمع في حالة قلة قنوات الإعلام الأخرى ويقل الاعتماد عليه في حالة وجود قنوات بديلة للحصول على الأخبار والمعلومات.

٣- يختلف الأفراد في درجة اعتمادهم على وسائل الإعلام نتيجة اختلافهم على الأهداف والمصالح والحاجات الفردية. (Defleur et. al. 1993)

٢. وسائل الإعلام الوطني ووسائل التواصل الاجتماعي:

إن كلمة إعلام إنما تعني أساسا الإخبار وتقديم معلومات، أن أعلم، ويتضح في هذه العملية، عملية الإخبار، وجود رسالة إعلامية (أخبار – معلومات – أفكار – آراء) تنتقل في اتجاه واحد من مرسل إلى مستقبل، أي حديث من طرف واحد، فهو في نفس الوقت يشمل أية إشارات أو أصوات وكل ما يمكن تلقيه أو اختزانه من أجل استرجاعه مرة أخرى عند الحاجة، وبذلك فإن الإعلام يعني "تقديم الأفكار والآراء والتوجهات المختلفة إلى جانب المعلومات والبيانات بحيث تكون

النتيجة المتوقعة والمخطط لها مسبقا أن تعلم جماهير مستقبلي الرسالة الإعلامية كافة الحقائق ومن كافة جوانبها، بحيث يكون في استطاعتهم تكوين آراء أو أفكار يفترض أنها صائبة حيث يتحركون ويتصرفون على أساسها من أجل تحقيق التقدم والنمو الخير لأنفسهم والمجتمع الذي يعيشون فيه. كما يعني المصطلح "تقديم الأخبار والمعلومات الدقيقة للناس، والحقائق التي تساعدهم على إدراك ما يجري حولهم وتكوين آراء صائبة في كل ما يهمهم من أمور. **(الغامدي، ٢٠١٢)**

وتتجسد وسائل الإعلام في الراديو، والتلفزيون والصحف والمجلات، والكتب، والسينما، والإعلان، وهي من أهم المؤسسات المرجعية التي تؤثر في شخصية، وقيم، وأفكار، وممارسات الشباب على مستوى الأمد البعيد وعلى صعيد الوسائل الإعلامية فإن الثالوث الإعلامي الهام الذي تتجلى مظاهرة في الإذاعة و التلفزيون و الصحيفة الورقية يشكل إطارا مفاهيميا للإعلام التقليدي فلكل وسيلة خصائص فالإذاعة تعد من أهم وسائل الإعلام المسموعة كان لها الأولوية في الانتشار قبل ظهور التلفاز تستقطب بشكل أساسي حاسة السمع ويقوم المتلقي لمضامينها برسم صورة ذهنية عن المادة الإعلامية وتصل الرسالة الإذاعية مباشر من المذيع إلى المستمع أما التلفاز يعد المصدر الرئيسي للأحداث الإخبارية ويعتمد على نشر مضامينه بالصوت والصورة على غرار الأفلام والمواد الإعلامية المسجلة والنقل المباشر. (كعنان، ٢٠١٣م)

وسائل التواصل الاجتماعي:

ظهرت في الآونة الأخيرة الكثير من وسائل التواصل الحديثة نتيجة الثورة التكنولوجية، والتي بدورها تقرب المسافات بين الأفراد ومنها، **شبكة الانترنت** Online وتطبيقاتها، مثل **السناب شات** ، **الفيس بوك**، و**تويتر**، و**اليوتيوب**، و**مواقع الدرشة** و**الانترنت** وهى عبارة عن شبكة عالمية ضخمة تربط بين الملايين من أجهزة الحاسب الآلي الموجودة في مناطق مختلفة حول العالم. (عبد الوهاب، وآخرون، د.ت)

وهي مكان يلتقي فيه الناس لأهداف محددة وهي موجهة من طرف سياسات تتضمن عدد من القواعد والمعايير التي يقترحها البرنامج. وتعرّف على أنها مواقع الأنترنت التي يمكن للمستخدمين المشاركة والمساهمة في إنشاء أو إضافة صفحاتها وبسهولة. (2005,Preece, Maloney- Krichmar)

كما تعتبر منظومة من الشبكات الإلكترونية عبر الإنترنت تتيح للمشترك فيها إنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه من خال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات نفسها أو تجمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية أو غير ذلك، وهو أيضا مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب، الذي يتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد – جامعة – شركة)، كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر من إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض. (الجرار، ٢٠١٢)

وانتشارها من قبل مؤسسات عديدة عملت على تشكيل الاتجاهات بشكل عام، ومن هذه المؤسسات التي عملت على تشكيل هذه الاتجاهات السياسية لدى الفرد سابقًا (الأسرة، والمدرسة، والجامعة، والمؤسسات الدينية، والمؤسسات الإعلامية) ولكن مع ظهور العنصر القوي في تغيير هذه الاتجاهات والمقصود بها مواقع التواصل الاجتماعي، برزت الحاجة الى تحليل ودراسة عوامل استقطاب وتأثر الشباب الجامعي لاسيما الجانب الكبير منه في الاعتماد على ما تتناوله المواقع والصحف على الشبكة العنكبوتية وعلى ما يتم تداوله من خلال مواقع التواصل الاجتماعي مثل Facebook, twitter, You tube وتأثيرها على المواطن.

وهي خامات متوفرة عبر الإنترنت تعمل على ربط عدد كبير من المستخدمين من شتى أرجاء العالم ومشاركتهم وتواصلهم في موقع إلكتروني واحد يتواصلون معاً مباشرة، ويتبادلون الأفكار والمعلومات، ويناقشون قضايا لهم أهمية مشتركة بينهم، ويتمتعون بخدمات الأخبار، والمحادثة الفورية والبريد الإلكتروني، ومشاركة الملفات النصية والمصورة، وملفات الفيديو والصوتيات. (المدهون، ٢٠١٢م)

وتعد وسائل التواصل الاجتماعي وجه المجتمع المعلوماتي الجديد وأحد مظاهر العولمة الاتصالية، خاصة وهي تمثل بداية ثورة معرفية سيكون لها آثارها المتعددة على طبيعة المعرفة الإنسانية بما توفره من إمكانية الاطلاع على مختلف المعارف، وبما تنشره من قيم وعادات وثقافات م ن مختلف المصادر، وبما سوف تساهم به في خلق ثقافة إنسانية ذات رؤية أكثر شمولاً. (السقا، ٢٠١٥م)

- **التأثيرات الإيجابية والسلبية لوسائل التواصل الاجتماعي:**

أولاً- التأثيرات الإيجابية وهي: (تعزيز قيم المواطنة لدى الأفراد، نافذة مطلة على العالم، فرصة لتعزيز الذات، أكثر انفتاحا على الآخر، منبر للرأي والرأي الآخر، التقليل من صراع الحضارات.

ثانياً- التأثيرات السلبية وهي: (يقلل من مهارات التفاعل الشخصي، إضاعة الوقت، الإدمان على مواقع التواصل، ضياع الهوية الثقافية العربية واستبدالها بالهوية العالمية لمواقع التواصل، انعدام الخصوصية، تكوين صداقات مشبوهة أو مبالغ فيها، انتحال الشخصيات، التأثير على الأمن الفكري، وسيلة لنشر العنف والتطرف)

٢- موضوعات الهوية الوطنية التي تبثها وسائل الإعلام الوطني ووسائل التواصل الاجتماعي:

تعد الهوية بمكوناتها من المؤثرات في سمات الشَّخصية؛ فهي تعريف لصاحبها فكراً وثقافة وأسلوب حياة، فإذا كانت الهوية واضحة مستقرة، اكتسبت الثبات والرسوخ، وإذا كانت مضطربة ومتناقضة، جعلته يعاني انحلالاً في عقيدته وأخلاقه وسلوكه؛ فالهوية هي التي تحفظ سياج الشخصية، وبدونها يتحول الإنسان إلى كائن تابع مقلد، وفي شبابنا اليوم من تتسم هويته بالفوضى والارتباك والقلق بسبب التقليد الأعمى، كما أن الاضطرابات الانشقاقية والتحولية، والاضطرابات الذهانية وعلى رأسها الفصام، تنشأ نتيجة انقسام هوية الفرد داخل مجتمعات تتضارب في معاييرها الدينية، والأخلاقية، والثقافية الموروثة.

وتعد وسائل الإعلام الوطني ووسائل التواصل الاجتماعي من أهم مؤثرات تدعيم الهوية الوطنية لدى الشباب في أي مجتمع من المجتمعات، حيث تعمل على تطوير المجتمع بتطوير كل الطاقات الشبابية الطلابية الموجودة فيها على مستوى كل التخصصات والتكوينات، فدورها فعال ومميز في صناعة الأجيال الحضارية حاضر الدولة ومستقبلها خاصة لما يربط ما يقدم فيها بالحياة الاجتماعية، فإذا كانت هي المعدة لمواجهة الحياة برمتها، فيجب أن تتوفر في برامجها وموضوعاتها ليس فقط كل البرامج العلمية والتعليمية والثقافية لممارسة الحقوق الوطنية على أكمل وجه، بل حتى البيئة التربوية المحافظة على كل الضوابط الاجتماعية والقيم المختلفة.

ولكن مع التطور التكنولوجي والثقافي وانتشار شبكات التواصل الاجتماعي والانترنت تأثرت هذه البيئة التكوينية من جانبين، جانب إيجابي من خلال إدخال كل الميكانزمات العلمية المتطورة على التعليم، مما انعكس بالسلب على الشباب في حد ذاته على مستوى قيّمه وأخلاقه، فالانبهار بالحياة الجامعية والجامعة أصبح محصورا لا على المستوى العالي في الرتب العلمية فقط، بل حتى على المستوى الظاهري المرتبط بالموضة وطريقة الكلام والحوار.

٣. التأثير على الشباب الكويتي:

تعتبر فئة الشباب من بين الفئات الأكثر أهمية داخل المؤسسات المجتمعية على اختلافها، خاصة لما تكون عملية التنشئة الاجتماعية، الثقافية سليمة، فيمكن اعتبارهم وقود الدولة، لأنهم هم مستقبل الأمة وهم من يحجزون بسواعدهم مكانتها بين الأمم الأخرى، في المقابل إذا فشلت هذه التنشئة الاجتماعية فهي نعكس بالضرورة على هذه الفئة وعلى كيان المجتمع وتماسكه، لأنها تضمن التكوين الصحيح للشخصية بزرعها حب الانتماء للوطن والإحساس بهويته الفردية والجماعية، خاصة لما يتم توضيح أهم مقومات تعزيز الهوية كالدين، اللغة، التاريخ والثقافة.

الاستبيان:

قام الباحث بتصميم استمارة تحليل مضمون تحتوي على مجموعة من الفئات التي تقيس تساؤلات البحث، وذلك لتوصيف المضمون المقدم خلال فترة إجراء الدراسة بغرض تحديد أثر وسائل الإعلام الوطني ووسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية لدى طلاب هيئة التعليم التطبيقي والتدريب بدولة الكويت.

قام الباحث بإعداد أداة البحث وهو استبيان أثر وسائل الإعلام الوطني ووسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية لدى طلاب هيئة التعليم التطبيقي والتدريب بدولة الكويت، حيث تم بناء أسئلة الاستبيان من خلال الاعتماد على الإطار النظري والدراسات السابقة وتكون من (١٦) سؤال ثم تم عرضة في شكله الأولي على (٥) من خبراء الإعلام التربوي.

الدراسة الاستطلاعية:

قام الباحث بجمع معلومات أولية عن وسائل الإعلام الوطني (المحطات الإذاعية – القنوات التليفزيونية – الصحف) العاملة في دولة الكويت معتمداً في ذلك على وزارة الإعلام ومن خلال ذلك توصل الباحث إلي بيان بوسائل الإعلام

الوطني بدولة الكويت وعددهم (٩) محطة إذاعة، (٩) قناة تليفزيونية، (١٩) صحيفة وطنية، ملحق رقم (١)، وقام الباحث بعمل استبيان استقصاء ملحق رقم (٢) وتم توزيعه على عدد من طلاب الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب، وكان عدد الاستمارات التي تم توزيعها (١٠) استمارة، وتضمنت استمارة الاستبيان عدد من الأسئلة عن وسائل الإعلام الوطني ووسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على الهوية الوطنية للشباب بدولة الكويت.

ثبات الاستبيان:

يقصد بثبات وصدق الاستبيان أنه يتم الحصول على نفس النتائج إذا أعيد توزيعة في شكله النهائي، لذا تم استخدام معامل الثبات ألفا كرونباخ، حيث تم على عدد (١٠) طالب وطالبة وكانت النتيجة كالتالي:

ألفا كرونباخ	٠.٨١

مما يدل على صدق وثبات قوي يسمح بجمع المعلومات ميدانياً.

تطبيق الاستبيان:

تضمن الاستبيان في شكله النهائي (١٦) سؤالاً موزعاً على (٥) محاور أولاً محور البيانات الشخصية، ثانياً محور الإذاعة وتعزيز الهوية الوطنية، ثالثاً محور التليفزيون وتعزيز الهوية الوطنية، رابعاً محور الصحف وتعزيز الهوية الوطنية، خامساً محور وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز الهوية الوطنية، وتم التطبيق على عدد (٦٠) طالب وطالبة من طلاب الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب.

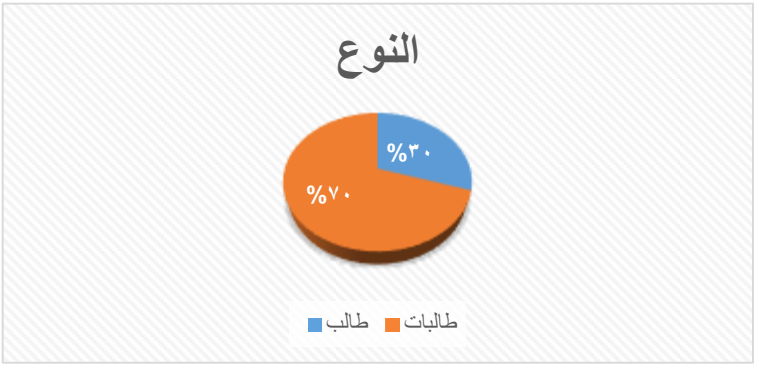
الأساليب الإحصائية:

بعد جمع البيانات تم الاعتماد على مجموعة طرق وإجراءات إحصائية للحصول على أهم النتائج التي تجيب على تساؤلات البحث وذلك باستخدام نظام الحزمة الإحصائية SPSS.

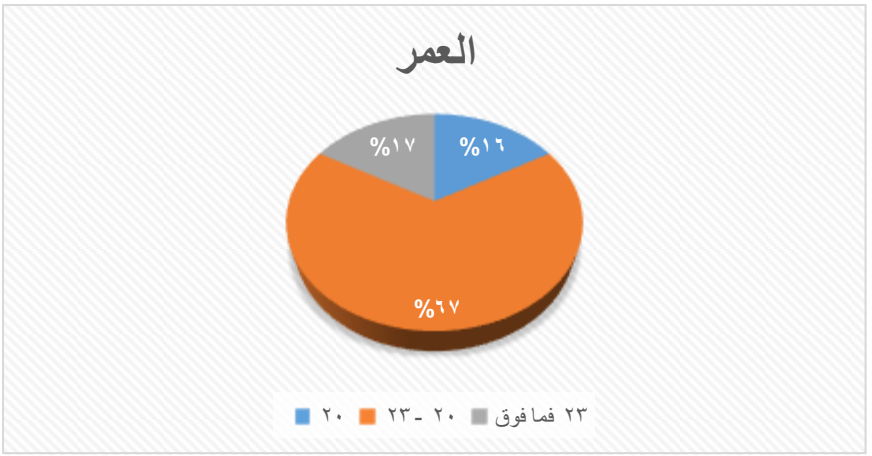
عرض النتائج:

أولاً – تحليل بيانات نتائج المحور الأول من الاستبيان:

تكونت عينة البحث من (٦٠) طالب من (طلاب وطالبات) بنسبة (30% طالب، 70% طالبات)، ويبين الشكل التالي ذلك:



شكل (١) النوع

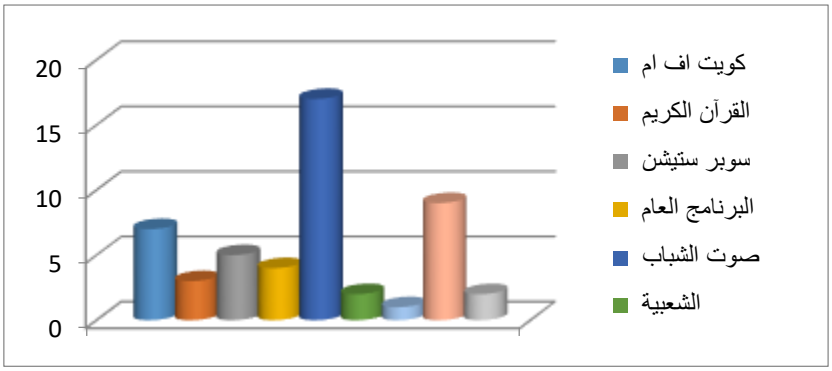


شكل (٢) العمر

ثانياً –تحليل بيانات نتائج المحور الثاني من الاستبيان:

الإذاعة المحلية المفضلة لعينة البحث:

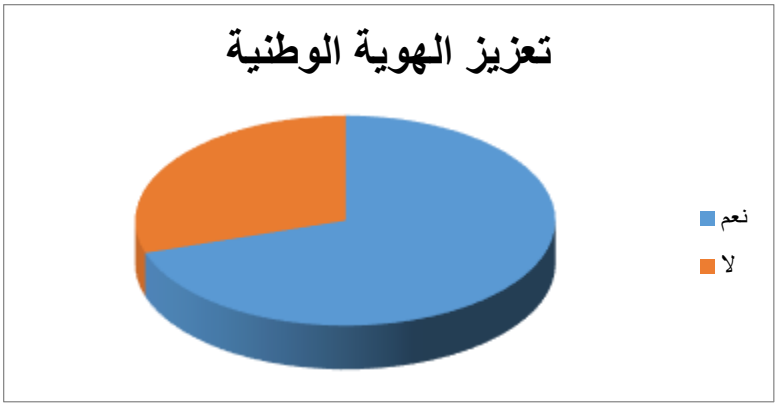
قد تبين من خلال استطلاع رأي أفراد العينة أن نسبة المتابعين لإذاعة صوت الشباب (٣٤%) من عينة الدراسة وتمثل أكثر الإذاعات متابعة من قبل أفراد العينة.



شكل (٣) الإذاعة المحلية المفضلة لعينة البحث

مساهمة الإذاعة المحلية في تعزيز الهوية الوطنية:

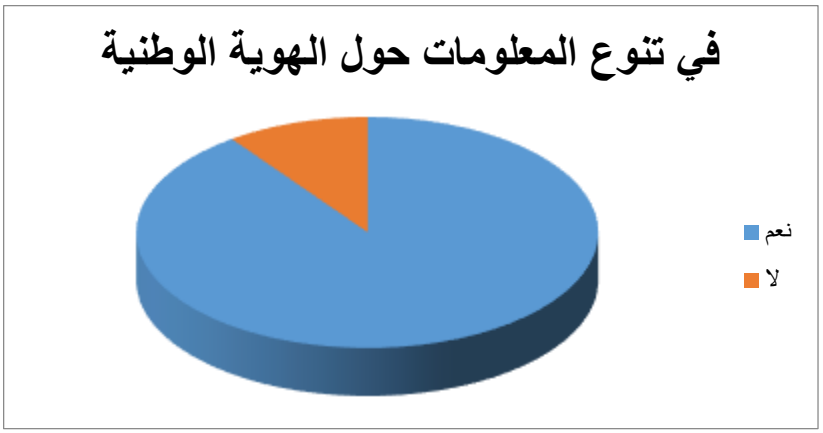
تراوحت نسبة آراء عينة البحث عن تأثير الإذاعة المحلية في تعزيز الهوية الوطنية ما بين (٧٠% : ٣٠%).



شكل (٤) تأثير الإذاعة المحلية في تعزيز الهوية الوطنية

مساهمة الإذاعة المحلية في تنوع المعلومات حول الهوية الوطنية:

تراوحت نسبة آراء عينة البحث عن مساهمة الإذاعة المحلية في تنوع المعلومات حول الهوية الوطنية ما بين (٩٠% : ١٠%).



شكل (٥) مساهمة الإذاعة المحلية في تنوع المعلومات حول الهوية الوطنية

تميز الإذاعة المحلية بتغطية المعلومات المتعلقة بالهوية الوطنية:

تراوحت نسبة آراء عينة البحث عن تميز الإذاعة المحلية بتغطية المعلومات المتعلقة بالهوية الوطنية ما بين (٨٦% : ١٤%).

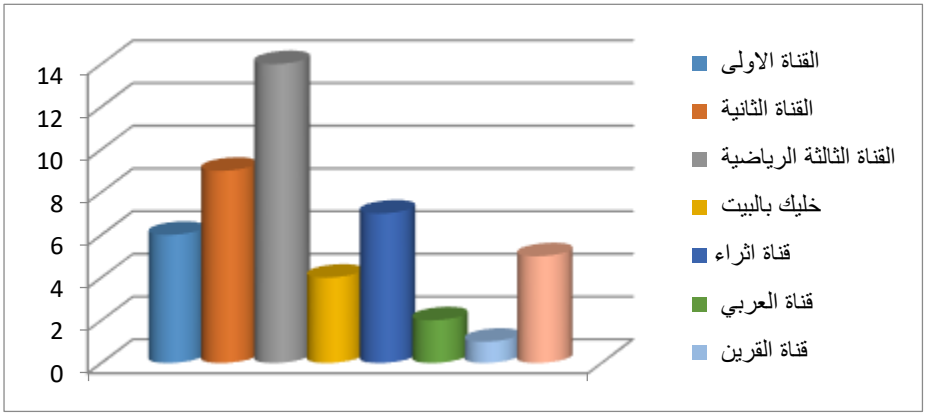
شكل (٦)

تميز الإذاعة المحلية بتغطية المعلومات المتعلقة بالهوية الوطنية

ثالثاً– تحليل بيانات نتائج المحور الثالث من الاستبيان:

محطة التليفزيون المفضلة لعينة البحث:

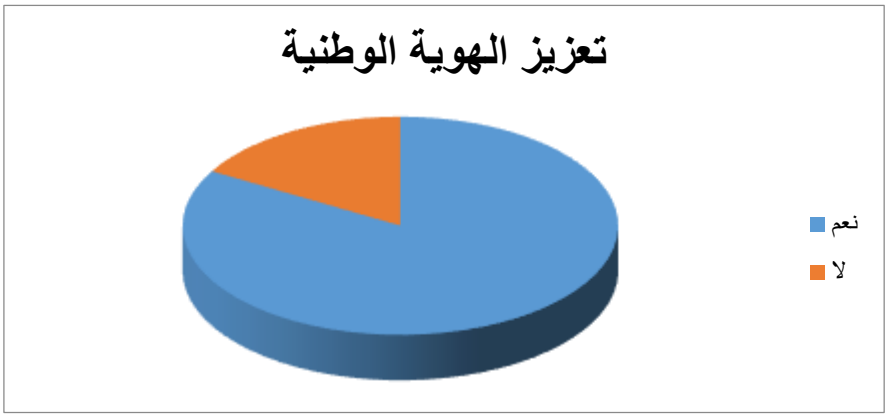
قد تبين من خلال استطلاع رأي أفراد العينة أن نسبة المتابعين للقناة الثالثة الرياضية (23.33%) من عينة الدراسة وتمثل أكثر القنوات متابعة من قبل أفراد العينة.



شكل (٧) محطة التليفزيون المفضلة لعينة البحث

مساهمة قناة التليفزيون في تعزيز الهوية الوطنية:

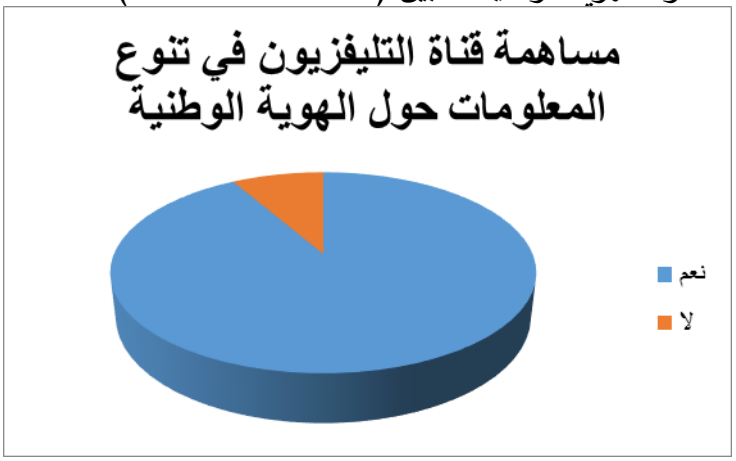
تراوحت نسبة آراء عينة البحث عن تأثير التليفزيون في تعزيز الهوية الوطنية ما بين (٨٣.٣٣% : ١٦.٦٦%).



شكل (٨) تأثير التليفزيون في تعزيز الهوية الوطنية

مساهمة قناة التليفزيون في تنوع المعلومات حول الهوية الوطنية:

تراوحت نسبة آراء عينة البحث عن مساهمة قناة التليفزيون في تنوع المعلومات حول الهوية الوطنية ما بين (٩١.٦٦% : ٨.٣٣%).



شكل (٩) مساهمة قناة التليفزيون في تنوع المعلومات حول الهوية الوطنية

تميز قناة التليفزيون بتغطية المعلومات المتعلقة بالهوية الوطنية:

تراوحت نسبة آراء عينة البحث عن تميز قناة التليفزيون بتغطية المعلومات المتعلقة بالهوية الوطنية ما بين (٨٥% : ١٥%).

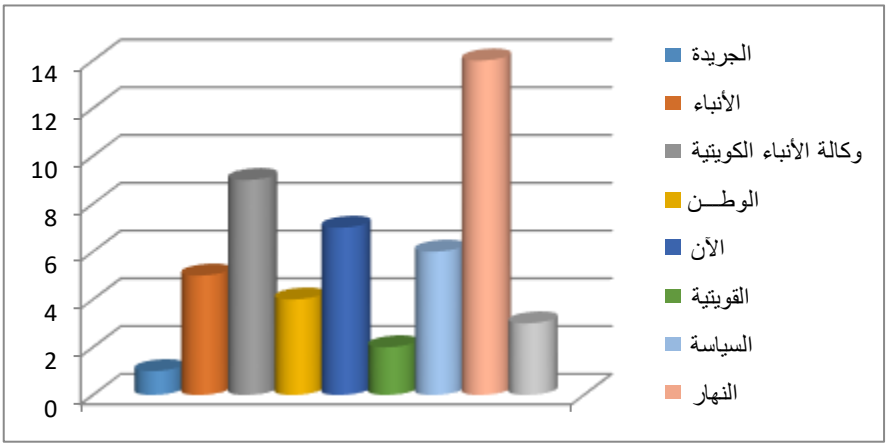
شكل (١٠)

تميز قناة التليفزيون بتغطية المعلومات المتعلقة بالهوية الوطنية

رابعاً– تحليل بيانات نتائج المحور الرابع من الاستبيان:

الصحف المفضلة لعينة البحث:

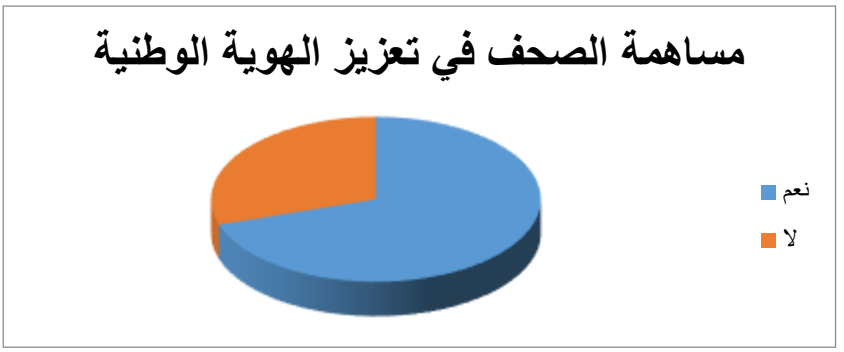
قد تبين من خلال استطلاع رأي أفراد العينة أن نسبة المتابعين لصحيفة النهار (٣٣.33%) من عينة الدراسة وتمثل أكثر الصحف متابعة من قبل أفراد العينة.



شكل (١١) الصحف المفضلة لعينة البحث

مساهمة الصحف في تعزيز الهوية الوطنية:

تراوحت نسبة آراء عينة البحث عن مساهمة الصحف في تعزيز الهوية الوطنية ما بين (٥٨.٣٣% : ٢٥%).



شكل (١٢) مساهمة الصحف في تعزيز الهوية الوطنية

مساهمة الصحف في تنوع المعلومات حول الهوية الوطنية:

تراوحت نسبة آراء عينة البحث عن مساهمة الصحف في تنوع المعلومات حول الهوية الوطنية ما بين (٦٥% : ٣١.٦٦%).

شكل (١٣) مساهمة الصحف في تنوع المعلومات حول الهوية الوطنية

تميز الصحف بتغطية المعلومات المتعلقة بالهوية الوطنية:

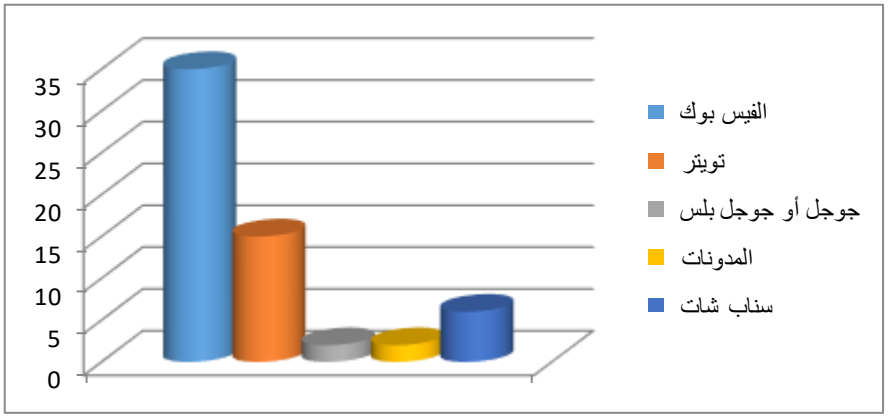
تراوحت نسبة آراء عينة البحث عن تميز الصحف بتغطية المعلومات المتعلقة بالهوية الوطنية ما بين (٦٨.٣٣% : ٣١.٦٦%).

شكل (١٤) تميز الصحف بتغطية المعلومات المتعلقة بالهوية الوطنية

خامسًا– تحليل بيانات نتائج المحور الخامس من الاستبيان:

وسائل التواصل الاجتماعي المفضلة لعينة البحث:

قد تبين من خلال استطلاع رأي أفراد العينة أن نسبة المتابعين لموقع فيسبوك (٥٨%) من عينة الدراسة وتمثل أكثر المواقع متابعة من قبل أفراد العينة.



شكل (١٥) وسائل التواصل الاجتماعي المفضلة لعينة البحث

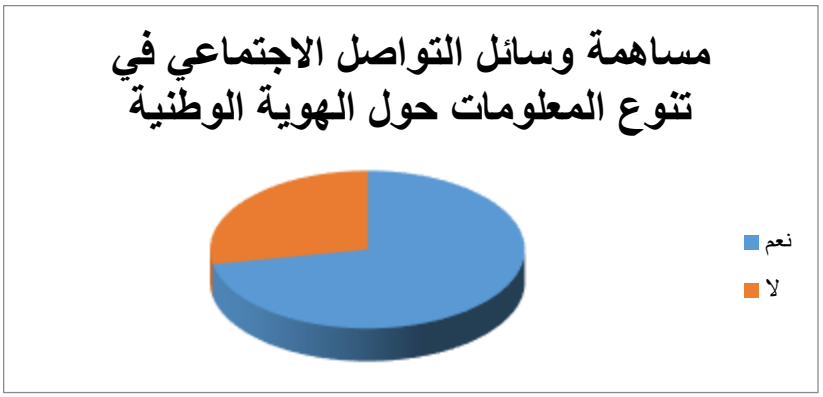
مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية:

تراوحت نسبة آراء عينة البحث عن مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية ما بين (٨٦.٦٦% : ١٣.٣٣%).

شكل (١٦) وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية

مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنوع المعلومات حول الهوية الوطنية:

تراوحت نسبة آراء عينة البحث عن مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنوع المعلومات حول الهوية الوطنية ما بين (٦٨% : ٣٢.٣٣%).



شكل (١٧)

مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنوع المعلومات حول الهوية الوطنية

تميز وسائل التواصل الاجتماعي بتغطية المعلومات المتعلقة بالهوية الوطنية:

تراوحت نسبة آراء عينة البحث عن تميز وسائل التواصل الاجتماعي بتغطية المعلومات المتعلقة بالهوية الوطنية ما بين (٩٣.٣٣% : ٦.٦٦%).

شكل (١٨)

تميز وسائل التواصل الاجتماعي بتغطية المعلومات المتعلقة بالهوية الوطنية

النتائج:

– جاءت الإجابة عن السؤال المتعلق بالإذاعة المحلية المفضلة لعينة البحث أن نسبة المتابعين لإذاعة صوت الشباب (٣٤%) من عينة الدراسة وتمثل أكثر الإذاعات متابعة من قبل أفراد العينة.

- جاءت الإجابة عن السؤال المتعلق بمساهمة الإذاعة المحلية في تعزيز الهوية الوطنية ما بين ٧٠% نعم و ٣٠% لا.
- جاءت الإجابة عن السؤال المتعلق بمساهمة الإذاعة المحلية في تنوع المعلومات حول الهوية الوطنية ما بين (٩٠% نعم: ١٠% لا).
- جاءت الإجابة عن السؤال المتعلق تميز الإذاعة المحلية بتغطية المعلومات المتعلقة بالهوية الوطنية ما بين (٨٦% : ١٤%).
- جاءت الإجابة عن السؤال المتعلق بمحطة التليفزيون المفضلة لعينة البحث أن نسبة المتابعين للقناة الثالثة الرياضية (23.33%) من عينة الدراسة وتمثل أكثر القنوات متابعة من قبل أفراد العينة.
- جاءت الإجابة عن السؤال المتعلق بمساهمة قناة التليفزيون في تعزيز الهوية الوطنية ما بين (٨٣.٣٣% نعم: ١٦.٦٦% لا).
- جاءت الإجابة عن السؤال المتعلق بمساهمة قناة التليفزيون في تنوع المعلومات حول الهوية الوطنية بين (٩١.٦٦%نعم : ٨.٣٣%لا).
- جاءت الإجابة عن السؤال المتعلق بتميز قناة التليفزيون بتغطية المعلومات المتعلقة بالهوية الوطنية ما بين (٨٥% : ١٥%).
- جاءت الإجابة عن السؤال المتعلق بالصحف المفضلة لعينة البحث أن نسبة المتابعين لصحيفة النهار 33.33%) من عينة الدراسة وتمثل أكثر الصحف متابعة من قبل أفراد العينة.
- جاءت الإجابة عن السؤال المتعلق بمساهمة الصحف في تعزيز الهوية الوطنية ما بين (٥٨.٣٣% نعم: ٢٥% لا).
- جاءت الإجابة عن السؤال المتعلق بمساهمة الصحف في تنوع المعلومات حول الهوية الوطنية ما بين (٦٥%نعم : ٣١.٦٦% لا).
- جاءت الإجابة عن السؤال المتعلق بتميز الصحف بتغطية المعلومات المتعلقة بالهوية الوطنية ما بين (٦٨.٣٣%نعم : ٣١.٦٦%لا).
- جاءت الإجابة عن السؤال المتعلق وسائل التواصل الاجتماعي المفضلة لعينة البحث أن نسبة المتابعين لموقع فيسبوك (٥٨%) من عينة الدراسة وتمثل أكثر المواقع متابعة من قبل أفراد العينة.

- جاءت الإجابة عن السؤال المتعلق بمساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية ما بين (٨٦.٦٦%نعم : ١٣.٣٣%لا).
- جاءت الإجابة عن السؤال المتعلق بمساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تنوع المعلومات حول الهوية الوطنية ما بين (٦٨% نعم: ٣٢.٣٣%لا).
- جاءت الإجابة عن السؤال المتعلق بتميز وسائل التواصل الاجتماعي بتغطية المعلومات المتعلقة بالهوية الوطنية ما بين (٩٣.٣٣%: ٦.٦٦%).

الخلاصة:

- تنوعت متابعة طلاب الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب لوسائل الإعلام الوطني (الإذاعة–محطات التليفزيون–الصحافة) ووسائل التواصل الاجتماعي.
- يسهم الإعلام الوطني في تعزيز الهوية الوطنية من خلال تنوع المعلومات المتاحة للشباب وتغطيته للموضوعات المتعلقة بالهوية الوطنية.
- تسهم وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية من خلال تنوع المعلومات المتاحة للشباب وتغطيته للموضوعات المتعلقة بالهوية الوطنية.

التوصيات:

- إبراز الدور الفعال لوسائل الإعلام الوطني والتواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية للشباب.
- ضرورة التأكيد على أهمية المحتوى والمضمون للبرامج التي تقدمها وسائل الإعلام الوطني ووسائل التواصل الاجتماعي للشباب.

المراجع

أولاً – المراجع العربية:

جرار، ليلى أحمد (٢٠١٢م): الفيسبوك والشباب العربي، عمان مكتبة الفلاح.

راضي، زاهر (٢٠٠٣م): استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، عمان، مج١٥.

السقا، همت حسن (٢٠١٥م): إدراك الشباب الخليجي لمخاطر وسائل التواصل الاجتماعي، دراسة في تأثير الشخص الثالث، بحث قُدم في مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي، التطبيقات والإشكاليات المنهجية، الرياض، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.

سيرز، دافيد. أو، وآخرون (٢٠١٠م): المرجع في عمم النفس السياسي، ج ٣، ترجمة ربيع وآخرون، المركز القومي لمترجمة، القاهرة.

الشمري، صاحب أسعد ويس (٢٠١٧م): تأثيرات وسائل الإعلام الجديد على الشباب الجامعي، مجلة الجامع للدارسات النفسية والعلوم التربوية، ع٥، ج٢.

الضحوي، هناء علي والساعدي، ناصر محمد (٢٠١٧م): بعنوان المواطنة الرقمية – استراتيجية تعزيز المواطنة والاعتدال باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي لمواجهة التحديات والتطرف والتكفير في دول مجلس التعاون الخليجي، مركز الأمير خالد الفيصل للاعتدال.

عبدالحميد، محمد (٢٠١٥م): البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط٥، القاهرة، مكتبة عالم الكتب.

عبدالرازق، انتصار إبراهيم، الساموك، وصفد حسام (٢٠١١م): الإعلام الجديد تطور الأداء والوسيمة والوظيفة، الدار الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع، بغداد.

عبدالوهاب، مصطفى رضا وآخرون (د.ت): الإنترنت طريق المعلومات السريع، دط، مطابع المكتب المصري الحديث.

الغامدي، قينان عبد الله الغامدي (٢٠١٢م): التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني، جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمنية.

كعنان، علي (٢٠١٣م): سما الإعلام بين المرئي والمسموع والمقروء، ط١، دار المعتز للنشر والتوزيع الأردن.

كمال، عايد (٢٠١٧م): تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتأثيرها على قيم المجتمع الجزائري، رسالة دكتوراه.

محمود، خالد وليد (٢٠١١م): شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي، دار مدارك للنشر، بيروت.

المدهون، يحي إبراهيم (٢٠١٢م): دور الصحافة الإلكترونية الفلسطينية في تدعيم قيم المواطنة لدى طلبة الجامعات بمحافظات غزة، رسالة ماجستير، كلية التربية، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين.

مرواني، محمد (٢٠١٩م): أثر وسائل الإعلام التقليدية على الشباب الجامعي في ظل وسائط الميديا الجديدة، رسالة دكتوراه، جامعة عبد الحميد بن باديس، كلية العلوم الاجتماعية، قسم علم الاجتماع، الجزائر.

المصري، رفيق يونس (٢٠١٦م): بعنوان تأثير وسائل الإعلام الرسمية على تعزيز الهوية الوطنية الفلسطينية، رسالة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، كلية الدراسات العليا.

مكاوي، حسن عماد، السيد، ليلي حسن (١٩٩٨م): الإتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة. ص:٣١٤

ملفين ل.ديفلير وساندرابول، روكيتش (١٩٩٣م): نظريات وسائل الاعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف, القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، ص٤٢٥–ص٤٢٩.

المليكي، حمود محسن، الحجيلي، نصر محمد، حميد، محمد عبدالله (٢٠١٩م): تصور مقترح لدور وسائل الإعلام الحديثة في تنمية القيم الوطنية لدى الشباب اليمني من وجهة نظر القيادات التربوية، مجلة الآداب للدراسات النفسية والتربوية، ع٢.

الوداعي، مسفر أحمد مسفر (٢٠١٦م): وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الأمن الفكري من وجهة نظر طلبة المرحلة الثانوية ومعلمي العلوم الشرعية بمنطقة عسير، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، ع١٧١، ج٣.

وزارة الإعلام بدولة الكويت media.www.gov.kw

ثانياً –المراجع الأجنبية:

Iordache, D. D. Lamanauskas, V. (2013). "Exploring the Usage of Social Networking Websites: Perceptions and Public Opinions of Romanian University Students". Informatica Economică; 17 (4).

Melvin L. Defleur & Sandra Ball, Rokeach (1993): Theories of mass communication",op. cit, p.262-264

Preece, J. and D. Maloney-Krichmar (2005): "Online communities: Design, theory, and practice". Journal of Computer-Mediated Communication.

Werner J. Servin & James Wthankrd Jr. (1992):"Communications Theories Origins, Methods and Uses in the Mass Media", 3rd ed,(New York London: Longman, p.263.