

دور الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي من وجهة نظر طلبة الدراسات العليا بكلية الإعلام جامعة بنغازي

مريم عامر عثمان محمد
معيد بقسم الاعلام جامعة سبها
Marimamer@gamil.com

د. عبدالله حمدينه المرضي
أستاذ مشارك كلية الاعلام جامعة بنغازي
hmdenh9@gmail.com

The Role of Digital Media in Shaping Political Awareness among University Youth: A Field Study from the Perspective of Postgraduate Students at the Faculty of Media, University of Benghazi

Dr. Abdullah Hamdina Al-Mardi

Associate Professor, Faculty of Media, University of Benghazi

Maryam Amer Othman Mohammed

Teaching Assistant, Department of Media, Sebha University

تاريخ الاستلام: 2026-9-12، تاريخ القبول: 2026-9-21، تاريخ النشر: 2026-9-22.

الملخص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي من وجهة نظر طلبة الدراسات العليا بكلية الإعلام، والكشف عن مدى اعتمادهم على منصات الإعلام الرقمي بوصفها مصدرًا للمعلومات السياسية. واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، من خلال أسلوب المسح الإعلامي، واستخدمت الاستبانة أداة لجمع البيانات. وتكوّن مجتمع الدراسة من طلبة الدراسات العليا المقيدين بكلية الإعلام، في حين تمثلت عينة الدراسة في عينة قصدية قوامها (30) طالبًا وطالبة من طلبة مرحلة الماجستير. وأظهرت النتائج أن منصة فيسبوك جاءت في مقدمة المنصات الرقمية المستخدمة لمتابعة الشأن السياسي بنسبة بلغت (76.7%)، كما كشفت عن ارتفاع درجة اعتماد أفراد العينة على الإعلام الرقمي مصدرًا للمعلومات السياسية بنسبة (73.3%). وبينت النتائج كذلك ارتفاع مستوى الوعي السياسي لديهم، إذ بلغ المتوسط الحسابي العام (4.15)، بما يعكس الدور الملحوظ للإعلام الرقمي في تعزيز المعرفة والمتابعة السياسية لدى الشباب الجامعي. كما أظهرت اختبارات الفروق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الوعي السياسي تعزى إلى متغيرات الجنس والعمر والتخصص..

الكلمات المفتاحية: الاعلام الرقمي – الوعي السياسي – الشباب الجامعي

Abstract:

This study aimed to examine the role of digital media in shaping political awareness among university youth from the perspective of postgraduate students at the Faculty of Media, as well as to identify the extent to which university students rely on digital media platforms as a source of political information. The study adopted the descriptive-analytical approach and employed the media survey method, using a questionnaire as the primary instrument for data collection. The study population consisted of postgraduate students enrolled at the Faculty of Media, while a purposive sample of 30 male and female master's students was selected. The findings revealed that Facebook was the most widely used digital platform for following political affairs, accounting for 76.7% of the respondents. The results also indicated a high level of reliance on digital media as a source of political information, reaching 73.3%. Furthermore, the participants demonstrated a high level of political awareness, with an overall

mean score of 4.15. The statistical tests also showed no statistically significant differences in the level of political awareness attributable to gender, age, or academic specialization.

Keywords: Digital Media, Political Awareness, University Youth, Postgraduate Students, Political Information, Social Media Platforms.

المقدمة:

لقد أحدث الإعلام الرقمي تحولات جذرية في المشهد الاتصالي المعاصر، متجاوزاً بذلك القيود التقليدية لتلقي المعلومات السياسية، فقد أصبحت المنصات الرقمية التفاعلية، بخصائصها المتعددة وسرعة تداولها، المحرك الأساسي لإنتاج المحتوى السياسي وتوزيعه وإعادة تفسيره، حيث أن الشباب الجامعي لم يعد مجرد متلقي سلبي للخطاب السياسي، بل تطور دوره ليصبح فاعلاً رقمياً نشطاً يشارك في القراءة والتعليق والمناقشة وإعادة النشر، هذا التحول أسهم في ربط الوعي السياسي ارتباطاً وثيقاً بالتجارب الاتصالية اليومية ضمن الفضاء الرقمي.

أن تفاعل الشباب مع الشأن السياسي في البيئة الشبكية يتم عبر أشكال جديدة من الانخراط، حيث تتشابك المعرفة السياسية مع الحوار العام والمشاركة الرمزية والتعبير الفردي. وبناء عليه يمثل الإعلام الرقمي مدخلاً أساسياً لفهم التغيرات في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي.

وتتزايد أهمية هذا الموضوع في المجتمعات العربية لأن المنصات الرقمية لم تعد تقتصر على تمرير الأخبار، بل تسهم في صياغة الصور الذهنية عن الفاعلين السياسيين، وتحديد أولويات النقاش العام، وإنتاج اتجاهات مؤيدة أو معارضة، فضلاً عن تعزيز الإحساس بالمشاركة، بالإضافة إلى ذلك تكريس الانفعال السريع والانتقائية المعلوماتية، حيث أن المنصات الإخبارية الرقمية تقوم بدور ملحوظ في رفع المعرفة السياسية وإتاحة مساحات أوسع للتعبير، مع تفاوت أثرها وفق طبيعة المنصة ومستوى الثقة ومهارات الاستخدام لدى الشباب.

بناء على ما سبق جاءت هذه الدراسة للتعرف على دور الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي، غير أن هذا الدور لا يُفهم بدقة إلا إذا جرى تناوله في الجمع بين المعرفة الإعلامية والنظر إلى سلوك الشباب الجامعي، ولهذا تبدو وجهة نظر طلبة الدراسات العليا بكلية الإعلام مدخلاً مناسباً؛ لأن هذه الفئة تجمع بين خبرة الاستخدام، والتكوين الأكاديمي الإعلامي، والقدرة على التمييز بين الوظائف الإخبارية والتأثيرية للمحتوى الرقمي.

مشكلة البحث:

تتبع مشكلة الدراسة من ظهور الإعلام الرقمي بشكل كبير في الحياة اليومية للشباب الجامعي، وما ترتب على ذلك من انتقال جزء كبير من عمليات التنقيف السياسي من المجال المؤسسي التقليدي إلى المجال الشبكي المفتوح، وبينما وفرت هذه البيئة إمكانات كبيرة للوصول إلى المعلومات والنقاش الحر وتعدد الآراء، فقد أفرزت في الوقت نفسه تحديات نوعية تتصل بالمصادقية، والانتقائية، والاستقطاب، وتداخل الخبر بالرأي، واتساع تأثير المحتوى غير المهني، إضافة للتحولات السياسية المتسارعة التي تشهدها المنطقة، حيث أصبح الفضاء الرقمي هو الساحة الرئيسية للصراعات الأيديولوجية وبناء القناعات السياسية، إن اختيار طلبة الدراسات العليا بكلية الإعلام كعينة للدراسة يأتي من منطلق كونهم يجمعون بين الاستخدام المكثف للمنصات الرقمية وبين الرؤية الأكاديمية التخصصية التي تمكنهم من تقييم الدور التأثيري لهذه الوسائل بموضوعية.

وعليه يمكن صياغة مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس الآتي:

ما دور الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي من وجهة نظر طلبة الدراسات العليا بكلية الإعلام جامعة بنغازي؟

أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث في الآتي:

- 1- التعرف على مفهوم الوعي السياسي وعلاقته بالإعلام الرقمي مما يضيف بعداً حديثاً يتماشى مع التطورات التكنولوجية الحديثة.
- 2- توفر الدراسة نتائج وتوصيات لصناع القرار والمؤسسات الإعلامية والسياسية حول كيفية استثمار الإعلام الرقمي في تعزيز الوعي السياسي الإيجابي لدى الشباب.
- 3- المساهمة في صياغة مبادرات توعوية للشباب تساعد على التمييز بين المحتوى المهني والمضلل، وتشجع الاستخدام المسؤول للمنصات الرقمية.

أهداف البحث:

تهدف الدراسة إلى الآتي:

- 1- التعرف على دور الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي من وجهة نظر طلبة الدراسات العليا بكلية الإعلام.
- 2- التعرف على مدى اعتماد الشباب الجامعي على منصات الإعلام الرقمي كمصدر للمعلومات السياسية.
- 3- التعرف على مستوى الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي في ظل انتشار الإعلام الرقمي.
- 4- التعرف على الفروق في مستوى الوعي السياسي بين طلبة الدراسات العليا بكلية الإعلام وفقاً للمتغيرات الديموغرافية.

تساؤلات البحث:

تسعى البحث للإجابة على التساؤل الرئيسي التالية:

ما دور الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي من وجهة نظر طلبة الدراسات العليا بكلية الإعلام جامعة بنغازي؟

ينبثق عن السؤال الرئيسي عدة تساؤلات فرعية، هي:

- 1- ما أكثر منصات الإعلام الرقمي استخداماً من قبل طلبة الدراسات العليا لمتابعة الشأن السياسي؟
- 2- ما مستوى الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي في ظل انتشار الإعلام الرقمي؟
- 3- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الوعي السياسي لدى طلبة الدراسات العليا بكلية الإعلام وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (الجنس – العمر – التخصص)؟

منهجية البحث:

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت أسلوب المسح الإعلامي، وذلك باستخدام مسح الجمهور، ليتم التحقق من تساؤلات البحث والاجابة على التساؤل الرئيسي لمشكلة البحث.

مجتمع وعينة البحث:

تكون مجتمع الدراسة من طلبة الدراسات العليا المقريدين بكلية الإعلام وتم اختيار عينة قصدية عدده (30) طالب وطالبة متمثلة في طلبة الماجستير بكلية الإعلام.

حدود البحث:

الحدود الموضوعية: تقتصر على دور الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي السياسي.

الحدود البشرية: تتمثل في طلبة الدراسات العليا بكلية الإعلام.

الحدود المكانية: كلية الإعلام جامعة بنغازي

الحدود الزمنية: العام الجامعي 2025-2026.

مصادر جمع المعلومات:

تعتمد الدراسة على مصدرين لجمع المعلومات:

أولاً: المصادر الأولية: المتمثلة في استمارة الاستبيان التي سيتم تطبيقها على أفراد العينة، بعد عرضها على المحكمين وإجراء التعديلات المطلوبة.
ثانياً: المصادر الثانوية: وتشمل الدراسات المنشورة في الدوريات العلمية، والرسائل العلمية، والكتب العلمية والمقالات ومواقع الإنترنت.

الدراسات السابقة:

1- دراسة ايمان شلاغمية، ومروة بلحيرش (2022) بعنوان : أثر الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي لدى فئة الشباب الجامعي دراسة ميدانية على طلبة قسم علم الاجتماع - قالمة -
هدفت هذه الدراسة إلى محاولة الكشف عن أثر الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي لدى الشباب الجامعي، وتركز الدراسة على قياس أثر الإعلام الرقمي على فئة هامة من المجتمع وهي شريحة الشباب الذي يستخدم بكثافة وسائل الإعلام الجديد، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي لدراسة العلاقة بين المتغيرين، وتم استخدام الاستمارة كأداة لجمع البيانات، وتمثل مجتمع الدراسة في طلبة قسم علم الاجتماع بجامعة 08 ماي 1945 قالمة حيث قدر عددهم حوالي (618) طالب وطالبة، بحيث تمثلت عينة الدراسة في (124) مفردة.

توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج المتمثلة في أن وسائل الإعلام الرقمي تؤثر على سلوكيات واتجاهات الشباب الجامعي، حيث ساهمت في زيادة وعيهم وإكسابهم للمعارف وتغيير وجهات نظرهم وتفاعلهم ومشاركاتهم الفعالة في مختلف القضايا التي تخص محيطهم الاجتماعي.

2- دراسة سمية عبدالهادي وعماد الهماي (2022) بعنوان: دور الإعلام الرقمي في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب نحو القضايا السياسية في ليبيا دراسة ميدانية على القائمين بالاتصال والأكاديميين في مجال الإعلام

هدف الدراسة لمعرفة دور الاعلام الرقمي في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب نحو القضايا السياسية في ليبيا من وجهة نظر القائمين بالاتصال والاكاديميين في مجال الاعلام، واستخدمت الدراسة منهج المسح الشامل وتم الاعتماد على أداة الاستبيان لجمع المعلومات على عينة عمدية قدرها (40) مفردة.
توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: إن مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الالكترونية للراديو والتلفزيون سجلت أعلى نسب كمصادر تلاقي اهتمام من قبل فئة الشباب. يرى أغلب الباحثين أن أهم المتطلبات التي تساهم في عملية المعرفة والوعي السياسي هي بالاستعانة بجهود اطراف معينة من اعلاميين خبراء في السياسات الدولية، اخصائيين في علم الاجتماع.

3- دراسة علي المطري وآخرون (2020) بعنوان: دور الإعلام الجديد في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي العماني (جامعة الشرقية بسلطنة عمان أنموذجاً)

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام الجديد في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي العماني، وتكونت عينة الدراسة من (91) طالبا وطالبة من جامعة الشرقية بسلطنة عمان في الفصل الأول للعام الدراسي الجامعي 2018 - 2019م، وتدرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تعتمد على منهج المسح بالاستبانة.

ومن أهم نتائج الدراسة أن أكثر المواقع التي يفضل الطلبة استخدامها (Facebook) بنسبة (76.92) . وجود آثار معرفية ووجدانية وسلوكية متوسطة تحققت لدى الشباب الجامعي العماني نتيجة اعتمادهم على مواقع الإعلام الجديد في متابعة القضايا السياسية أن الشباب الجامعي العماني لا يمتلكون أكثر من حساب في مواقع التواصل الاجتماعي. وجود مستوى متوسط الدوافع الاستخدام والدوافع السياسية لاستخدام الشباب الجامعي العماني المواقع الإعلام الجديد. وجود أسباب الاعتماد الشباب الجامعي العماني على مواقع الإعلام الجديد في متابعة القضايا السياسية بدرجة متوسطة وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة أقل من (0.05) في مجال دوافع الاستخدام المواقع الإعلام الجديد تعزى

لمتغير الجنس لصالح الإناث عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى أقل من (0.05) في دوافع الاستخدام والدوافع السياسية وأسباب اعتماد الشباب الجامعي العماني على مواقع الإعلام الجديد تبعاً لمتغير السنة الدراسية و متغير الكلية. وأوصت الدراسة بأن يتحرى الشباب الجامعي الدقة في النشر في مواقع الإعلام الجديد، وعقد دورات وندوات تثقيفية من قبل الجهات المختصة التوعوية الشباب بكيفية الاستخدام الآمن للمواقع الإعلام الجديد (المطري، وآخرون، 2020، ص1).

4- دراسة أماني موصلي (2020) بعنوان: دور الإعلام الجديد في تنمية الوعي السياسي للطلبة الجامعيين الفاييسبوك أنموذجاً - دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال - جامعة جيجل . هدفت الدراسة إلى معرفة الدور الذي يؤديه الإعلام الجديد - الفاييسبوك - في تنمية الوعي السياسي للطلبة الجامعيين من خلال إجراء دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة محمد الصديق بن يحيى بجيجل ، والتي تسعى من خلالها للكشف عن دور الإعلام الجديد عامة والفايسبوك كأحد أهم تطبيقاته في تنمية الوعي السياسي، تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية حيث اعتمد فيها على منهج المسح نظراً لملاءمته أغراض البحث، وأجريت الدراسة على عينة مكونة من (88) مفردة من طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة محمد الصديق بن يحيى بجيجل ، وقد اعتمدنا على العينة العشوائية الطبقية وأعدنا إستمارة مكونة من أربعة محاور .

وخلصت الدراسة في الأخير إلى جملة من النتائج من أهمها أن للفايسبوك دوراً في تنمية الوعي السياسي للطلبة الجامعيين ، وذلك من خلال اعتباره مصدراً للمعلومات السياسية إذ يلجأ إليه أغلب الطلبة لإستقاء المعلومات والأخبار والقضايا السياسية ، وأيضاً كسره للنمط الأحادي الذي يمتاز به الإعلام التقليدي من خلال إتاحتها لعملية التفاعل بين الطرفين حول قضية سياسية معينة وتبادل الآراء والاتجاهات .

5- دراسة محمد القرعان (2016) بعنوان: دور الإعلام الرسمي الأردني في تشكيل الوعي السياسي لدى طلبة الجامعة الأردنية وكالة الأنباء والتلفزيون الأردني نموذجاً (2013-2014).

هدفت الدراسة إلى الكشف عن دور الإعلام الرسمي الأردني في تشكيل الوعي السياسي لدى طلبة الجامعة الأردنية (2013-2014)، وتوضيح دور الإعلام الرسمي في تدعيم المشاركة السياسية لدى الطلبة، ولتحقيق أهداف الدراسة، استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وقام بتصميم أداة الدراسة، وهي استبانة اشتملت على (87) فقرة موزعة على سبعة محاور، يمثل كل محور منها الأبعاد المعرفية والترفيهية والاجتماعية والسياسية، والوجدانية وهي الأبعاد الرئيسة للدراسة، والتي تمثل أسئلة للدراسة، وتكون مجتمع الدراسة من طلبة الجامعة الأردنية ممن هم في المراحل الأولى، والثانية والثالثة والرابعة والخامسة والسادسة ابتداءً من العام الجامعي (2013-2014) وقد تم تطبيق أداة الدراسة على عينة عشوائية طبقية، قوامها (250) طالباً وطالبة منهم (185) ذكراً، و (65) إناثاً. أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة مشاهدة برامج التلفزيون الأردني قليلة نسبياً؛ لأن أكثر من نصف أفراد عينة الدراسة يشاهدون البرامج لمدة لا تزيد عن ساعتين يومياً، وأن نشرات الأخبار هي أكثر برامج التلفزيون الأردني مشاهدة، أن البرامج التي تعزز الهوية الأردنية هي أكثر المواد الإعلامية التي تلبي احتياجات أفراد عينة الدراسة من المعرفة والإطلاع، أن الأخبار السياسية هي أكثر الموضوعات متابعه في نشرة وكالة الأنباء الأردنية (بترا)

التعليق على الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها

أظهرت الدراسات السابقة اهتماماً متزايداً بدور الإعلام الرقمي والجديد في تشكيل وعي الشباب، ولا سيما الوعي السياسي؛ إذ تناولت بعض الدراسات أثره في زيادة المعارف وتغيير الاتجاهات نحو القضايا المختلفة، بينما ركزت دراسات أخرى على مواقع التواصل الاجتماعي بوصفها من أبرز مصادر المعلومات السياسية، مع بروز منصة فيسبوك في عدد من النتائج. كما أكدت بعض

الدراسات دور الإعلام الرقمي في كسر احتكار وسائل الإعلام التقليدية، وتلبية الاحتياجات المعرفية والسياسية لدى الطلبة، إلى جانب تأثيراته المعرفية والوجدانية والسلوكية. وقد استفادت الدراسة الحالية من هذه الدراسات في تحديد المفاهيم والمؤشرات المرتبطة بالإعلام الرقمي والوعي السياسي، والاستناد إلى منهج المسح بوصفه ملائماً لطبيعة الموضوع، فضلاً عن توظيف نتائجها في بناء الإطار النظري، والاسترشاد بمحاور أدواتها في صياغة فقرات الاستبانة، بما يتيح قياس الأبعاد المعرفية والوجدانية والسلوكية للوعي السياسي بصورة أكثر دقة.

لمصطلحات والمفاهيم

1- الدور: هو نمط من القيم والسلوك والأهداف والاتجاهات التي يتوقع أعضاء الجماعة أن يؤديها الفرد وفقاً للموقع الذي يشغله، بما يحدد السلوك المتوقع منه في موقف معين (الهادي، 2011: 22).

التعريف الإجرائي: يقصد به في هذه الدراسة مقدار إسهام الإعلام الرقمي في تزويد طلبة الدراسات العليا بكلية الإعلام – جامعة بنغازي بالمعارف السياسية، والمساهمة في تشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا السياسية، ويقاس من خلال استجابات أفراد العينة على فقرات الاستبانة.

2- الإعلام الرقمي: هو مجموعة الوسائط والمنصات والتطبيقات التي تعتمد على تقنيات الإنترنت، وتتيح للمستخدمين إنتاج المحتوى وتبادلته، والتفاعل والتواصل، والوصول إلى المعلومات بصورة آنية وتفاعلية (المقادي، 2013: 23).

التعريف الإجرائي: يقصد به في هذه الدراسة المنصات والتطبيقات الرقمية، مثل فيسبوك وإكس ويوتيوب والمواقع الإخبارية الإلكترونية، التي يستخدمها طلبة الدراسات العليا بكلية الإعلام – جامعة بنغازي لمتابعة الشأن السياسي والحصول على المعلومات والتفاعل مع القضايا السياسية المحلية والدولية.

3- الوعي السياسي: هو ما يكتسبه الفرد من معلومات ومعارف ومفاهيم تتصل بالشأن السياسي، بما يسهم في إدراكه لحقوقه وواجباته وفهمه للقضايا السياسية على المستويات المحلية والإقليمية والدولية (الربيعي، 2012: 5).

التعريف الإجرائي: يقصد به حصيلة المعارف والمفاهيم والاتجاهات السياسية التي يمتلكها طلبة الدراسات العليا بكلية الإعلام – جامعة بنغازي نتيجة تعرضهم للإعلام الرقمي، بما يساعدهم على فهم القضايا السياسية وإدراك حقوقهم وواجباتهم، ويقاس بالدرجة التي يحصل عليها المبحوث في محور الوعي السياسي بالاستبانة.

4- الشباب الجامعي: يقصد بهم إجرائياً في هذه الدراسة طلبة مرحلة الماجستير المقيدون بالدراسات العليا بكلية الإعلام – جامعة بنغازي، الذين يمثلون مجتمع الدراسة الذي تُختار منه العينة.

الإطار النظري للبحث

يستند البحث إلى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بوصفها إطاراً مناسباً لتفسير العلاقة بين الإعلام الرقمي والوعي السياسي لدى الشباب الجامعي. وتفترض النظرية أن تأثير وسائل الإعلام يزداد كلما ارتفع اعتماد الأفراد عليها للحصول على المعلومات وفهم القضايا العامة وتكوين الاتجاهات، خاصة في البيئات التي تشهد تغيرات سياسية واجتماعية متسارعة.

وفي ضوء ذلك، يمكن تفسير اعتماد الشباب الجامعي على منصات الإعلام الرقمي باعتباره وسيلة لمتابعة الأحداث السياسية والحصول على المعلومات وتكوين المواقف تجاه القضايا العامة. وكلما ارتفع مستوى الاعتماد، زادت احتمالات التأثير المعرفي والسلوكي، من خلال تنمية المعارف السياسية وتعزيز الاهتمام والنقاش والمشاركة في الشأن العام.

وتتفق هذه النظرية مع الدراسة الحالية التي تسعى إلى قياس مدى اعتماد طلبة الدراسات العليا بكلية الإعلام – جامعة بنغازي على الإعلام الرقمي مصدرًا للمعلومات السياسية، والكشف عن انعكاس ذلك على مستوى وعيهم السياسي.

الإطار المعرفي للبحث

أولاً: الإعلام الرقمي: مفهومه وخصائصه

يُعد الإعلام الرقمي من أبرز مظاهر التطور التكنولوجي في مجال الاتصال، إذ أحدث تحولاً في إنتاج المحتوى الإعلامي ونشره وتلقيه والتفاعل معه، من خلال استخدام الإنترنت والمنصات الرقمية المختلفة، مثل مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإخبارية والتطبيقات الإلكترونية.

نشأة وتطور الإعلام الرقمي

ارتبط ظهور الإعلام الرقمي بتطور شبكة الإنترنت التي تعود بداياتها إلى عام 1969 في الولايات المتحدة الأمريكية، قبل أن يتسع استخدامها تدريجياً وتتحول إلى شبكة عالمية للاتصال وتبادل المعلومات (حسام، 2022: 89). ومع تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ظهرت الصحف والمجلات الإلكترونية والمدونات والتطبيقات الرقمية، وأسهمت في توفير وسائل إعلامية سريعة الانتشار وقليلة التكلفة. كما أدى دمج الوسائل التقليدية بتقنيات الحاسوب والاتصالات إلى ظهور ما يعرف بالإعلام الجديد، الذي تجاوز القيود الجغرافية والزمنية للإعلام التقليدي (الشميلة، 2014: 17-19).

مفهوم الإعلام الرقمي

يُعرّف الإعلام الرقمي بأنه مجموعة الأساليب والأنشطة الرقمية التي تتيح إنتاج المحتوى الإعلامي ونشره وتلقيه عبر الأجهزة الإلكترونية في إطار عملية اتصالية تفاعلية بين المرسل والمتلقي (قوعيش، 2017: 273). كما يشمل مختلف أشكال المحتوى الذي يُنتج ويوزع عبر الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية، مستفيداً من تقنيات الحوسبة والاتصالات الحديثة التي تتيح سرعة النشر والتفاعل المباشر مع الجمهور (الزين، 2020: 45).

خصائص الإعلام الرقمي

يتميز الإعلام الرقمي بعدد من الخصائص التي تميزه عن الإعلام التقليدي، ومن أبرزها التوفر وإمكانية الوصول إلى المعلومات ونشرها في أي وقت، والشمولية والتنوع في المحتوى، والمرونة في الاستخدام والوصول إلى المعلومات، إلى جانب التعددية الثقافية التي تتيح التعبير عن الآراء المختلفة والحوار مع الآخرين، فضلاً عن التواصلية والتفاعلية التي تسمح للجمهور بالمشاركة والتعليق وتبادل الآراء والمعلومات (صلاح، 2015: 149-150؛ حسين وعبدالله، 2016: 25؛ كافي، 2017: 50).

أهمية الإعلام الرقمي

تنبع أهمية الإعلام الرقمي من قدرته على إتاحة المعلومات بصورة سريعة وواسعة، وتمكين الأفراد من الوصول إلى مصادر متعددة ومتنوعة، واختيار المضامين التي تتوافق مع اهتماماتهم. كما يتيح نشر الأفكار والآراء، ويوفر فرصاً أكبر للمقارنة بين المصادر، والوصول إلى المحتوى المتخصص في الوقت المناسب، فضلاً عن قدرته على تجاوز الحدود الجغرافية والزمنية وإيصال الرسائل الإعلامية إلى جمهور واسع بتكلفة محدودة (شيجاني، 2010: 444-445).

ثانياً: الوعي السياسي: نشأته ومفهومه

يُعد الوعي السياسي من المفاهيم الأساسية في الدراسات الإعلامية والسياسية والاجتماعية، ويشير إلى مستوى معرفة الفرد وإدراكه للقضايا والأحداث السياسية، وفهمه لحقوقه وواجباته، وقدرته على تكوين مواقف وآراء تستند إلى المعرفة والفهم.

نشأة الوعي السياسي

ارتبط تطور الوعي السياسي بالتطور الاجتماعي والحضاري للإنسان، وأسهم ظهور اللغة وتطور المجتمعات والحضارات المختلفة في تنمية إدراك الأفراد للقضايا السياسية وحقوقهم وأدوارهم داخل المجتمع. كما أسهمت الحضارات القديمة وعصر النهضة والأفكار السياسية التي ظهرت خلاله في تنمية الاهتمام بالشؤون السياسية وتطوير مفاهيم الحرية والحقوق والمشاركة السياسية (البرواري، 2006: 14).

أهمية الوعي السياسي

تتمثل أهمية الوعي السياسي في مساعدة الأفراد على فهم الظروف والتطورات المحيطة بهم، وتحليل الأحداث السياسية بصورة أكثر موضوعية، وإدراك حقوقهم وواجباتهم، وتعزيز ثقافة الحوار وقبول الآخر. كما يساهم في بناء مجتمع أكثر قدرة على التعامل مع القضايا العامة والمشاركة في الشأن السياسي بصورة واعية، ويرتبط تطوره بتوافر المعرفة والمعلومات لدى الأفراد.

خصائص الوعي السياسي

يتسم الوعي السياسي بأنه إدراك يرتبط بالمجتمع وقضاياه، ويقوم على معرفة المشكلات وأسبابها وآثارها، ويتطور تدريجياً مع نمو الفرد وخبراته وثقافته السياسية. كما يمثل أساساً لتكوين الاتجاهات والسلوك السياسي، ويعتمد بدرجة كبيرة على عملية إدراك المعلومات وتنظيمها وتفسيرها، فضلاً عن تداخل المكونين المعرفي والوجداني في تشكيله (الفردى، 2010: 28-29).

أنماط الوعي السياسي

يتخذ الوعي السياسي أشكالاً متعددة تبعاً لاختلاف الأفراد والجماعات والبيئات الاجتماعية؛ إذ يمكن التمييز بين الوعي الفردي المرتبط بخصائص الفرد ومشاعره وأفكاره، والوعي الجماهيري الذي يعكس اتجاهات ومصالح مجموعة من الأفراد. كما ينقسم إلى وعي اعتيادي يتشكل من خلال الخبرات والممارسات اليومية، ووعي نظري يقوم على فهم القوانين والقواعد التي تحكم الواقع السياسي ومحاولة تفسيره وتغييره، ويرتبط بدرجة أكبر بالنخب والمتفكرين (يحياوي، 2010: 62).

الدراسة الميدانية :-

المقدمة:

يُعَدّ الجانب التطبيقي الركيزة المنهجية التي تترجم الإطار النظري للدراسة إلى نتائج إحصائية قابلة للقياس والتفسير، إذ يهدف هذا الفصل إلى عرض الإجراءات الميدانية التي اتبعتها الباحثة لجمع البيانات وتحليلها، ومن ثم تفسير ما أسفرت عنه استجابات عينة الدراسة المكوّنة من ثلاثين طالباً وطالبة من طلبة الدراسات العليا بكلية الإعلام والاتصال في جامعة بنغازي. وقد اعتمدت الباحثة في معالجة البيانات على مجموعة من الأساليب الإحصائية الوصفية والاستدلالية، بدءاً من اختبارات الصدق والثبات، مروراً بالتوزيعات التكرارية والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية، وصولاً إلى اختبارات الفروق المعنوية وفقاً للمتغيرات الديموغرافية، وذلك بهدف تقديم صورة دقيقة وشاملة عن دور الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي السياسي لدى هذه الفئة النوعية من الشباب الجامعي.

أولاً: اختبارات الصدق والثبات لأداة الدراسة:

1- صدق أداة الدراسة:

اعتمدت الاستبانة على نوعين من الصدق للتحقق من صلاحية الاستبيان لقياس ما وُضع لقياسه؛ الأول هو الصدق الظاهري (صدق المحكمين)، حيث جرى عرض الاستبيان في صورته الأولية على مجموعة من المحكمين من أعضاء هيئة التدريس المتخصصين في الإعلام والقياس النفسي، وقد أبدوا ملاحظاتهم حول صياغة العبارات ومدى انتمائها للمحاور، وأُجريت التعديلات اللازمة في ضوء

توجيهاتهم. أما الثاني فهو صدق الاتساق الداخلي، الذي حُسب عبر معامل ارتباط بيرسون بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه.

التحليل الوصفي للبيانات الديموغرافية لعينة الدراسة

جدول رقم (1): التوزيع التكراري لأفراد العينة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية (%)
ذكر	14	46.7
أنثى	16	53.3
المجموع	30	100.0

تشير البيانات الواردة في الجدول السابق إلى أن توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير الجنس جاء متقارباً بين الذكور والإناث، حيث بلغ عدد الذكور 14 طالباً بنسبة مئوية قدرها 46.7%، في حين بلغ عدد الإناث 16 طالبة بنسبة مئوية قدرها 53.3% من إجمالي العينة البالغ 30 مفردة. ويعكس هذا التوزيع المتوازن نسبياً طبيعة الإقبال على الالتحاق ببرامج الدراسات العليا في كلية الإعلام والاتصال بجامعة بنغازي، إذ يحظى التخصص باهتمام متنامٍ من كلا الجنسين نظراً لارتباطه بسوق العمل الإعلامي وبالتحولات التي تشهدها الساحة الرقمية، كما أن هذا التوازن النسبي يعزز من موضوعية النتائج التي سُتخلص من الدراسة، ويتيح إجراء مقارنات إحصائية مناسبة بين الجنسين دون أن يكون التحليل منحازاً لفئة على حساب أخرى، فضلاً عن أن التفوق الطفيف لصالح الإناث يتسق مع التوجهات العامة الملاحظة في كثير من الكليات النظرية بالجامعات الليبية والعربية، حيث تشهد الإناث إقبالاً متزايداً على مواصلة الدراسات العليا في التخصصات الإعلامية والاجتماعية.

جدول رقم (2): التوزيع التكراري لأفراد العينة حسب الفئة العمرية

الفئة العمرية	التكرار	النسبة المئوية (%)
أقل من 25 سنة	10	33.3
من 25 – 30 سنة	10	33.3
من 31 – 35 سنة	2	6.7
36 سنة فأكثر	8	26.7
المجموع	30	100.0

يكشف الجدول السابق عن تنوع الفئات العمرية لأفراد عينة الدراسة، حيث جاءت فئتا أقل من 25 سنة وفئة 25 إلى 30 سنة في المرتبة الأولى مكررة بواقع 10 طلاب لكل فئة وبنسبة مئوية مقدارها 33.3% لكل منهما، مما يعني أن ثلثي أفراد العينة تقريباً يقعون ضمن مرحلة الشباب المبكر والمتوسط، وهي مرحلة عمرية تتميز بالنشاط الذهني والانفتاح على التقنيات الرقمية الحديثة والاهتمام المكثف بالشؤون العامة، ثم جاءت فئة 36 سنة فأكثر في المرتبة الثالثة بواقع 8 طلاب وبنسبة مئوية مقدارها 26.7%، وهو ما يعكس وجود شريحة من الطلبة الذين عادوا إلى مقاعد الدراسات العليا بعد سنوات من الممارسة العملية أو الانخراط في سوق العمل، مما يُثري الدراسة بخبرات متنوعة، أما الفئة العمرية من 31 إلى 35 سنة فقد جاءت في المرتبة الأخيرة بواقع طالبين وبنسبة مئوية مقدارها 6.7% فقط، وقد يُعزى انخفاض تمثيل هذه الفئة إلى أنها تمثل مرحلة انشغال بالحياة المهنية والأسرية

قبل العودة لاحقاً إلى الدراسة، وهذا التوزيع المتدرج يمنح الدراسة قاعدة عمرية متباينة تسمح برصد الفروق المحتملة بين الفئات العمرية في مستوى الوعي السياسي وأنماط استخدام الإعلام الرقمي.

جدول رقم (3): التوزيع التكراري لأفراد العينة حسب التخصص الأكاديمي

التخصص	التكرار	النسبة المئوية (%)
علاقات عامة	11	36.7
مسرح	3	10.0
صحافة	9	30.0
إذاعة وتلفزيون	7	23.3
المجموع	30	100.0

تُظهر البيانات الإحصائية في الجدول السابق أن تخصص العلاقات العامة جاء في المرتبة الأولى من حيث تمثيل أفراد العينة، إذ بلغ عدد طلابه 11 طالباً وطالبة بنسبة مئوية قدرها 36.7%، مما يدل على الإقبال المتزايد على هذا التخصص في برامج الدراسات العليا نظراً لتوسع مجالات العمل المرتبطة به في القطاعين الحكومي والخاص، ثم جاء تخصص الصحافة في المرتبة الثانية بعدد 9 طلاب وبنسبة مئوية مقدارها 30.0%، وهو ما يؤكد الاهتمام المستمر بالعمل الصحفي رغم التحديات التي يواجهها في ظل التحولات الرقمية، تلاه تخصص الإذاعة والتلفزيون بعدد 7 طلاب وبنسبة مئوية بلغت 23.3%، وأخيراً جاء تخصص المسرح بعدد 3 طلاب وبنسبة مئوية مقدارها 10.0% فقط، وهو ما قد يُفسر بمحدودية فرص العمل في القطاع التقليدي للبث المسموع والمرئي مقارنة بالتخصصات الأخرى الأكثر مرونة في التوظيف. ويعكس هذا التنوع التخصصي ثراءً معرفياً في عينة الدراسة، إذ يسمح بالتعرف على الزوايا المختلفة التي ينظر بها الطلبة إلى الإعلام الرقمي ودوره في تشكيل الوعي السياسي وفقاً لخلفياتهم الأكاديمية المتباينة.

جدول رقم (4): التوزيع التكراري للمنصات الرقمية الأكثر استخداماً لمتابعة الأخبار والقضايا السياسية

المنصة	التكرار	النسبة المئوية (%)
فيس بوك Facebook	23	76.7
تيك توك TikTok	4	13.3
المواقع الإخبارية الإلكترونية	3	10.0
انستغرام Instagram	0	0.0
يوتيوب YouTube	0	0.0
المجموع	30	100.0

تكشف نتائج الجدول السابق عن هيمنة واضحة لمنصة فيسبوك بوصفها المصدر الرئيسي لمتابعة الشأن السياسي لدى أفراد عينة الدراسة، حيث استحوذت على 23 مفردة بنسبة مئوية بلغت 76.7%، وهو ما يُفسر في ضوء الانتشار الواسع لهذه المنصة في البيئة الليبية بصفة خاصة وفي العالم العربي بصفة عامة، إذ تُعدّ فيسبوك الفضاء الرقمي الأكثر تداولاً للمحتوى الإخباري والسياسي وللنقاشات العامة المتعلقة بالشأن الوطني، فيما جاءت منصة تيك توك في المرتبة الثانية بواقع 4 مفردات وبنسبة مئوية مقدارها 13.3%، ويعكس ذلك التحول التدريجي للمنصات القائمة على الفيديو القصير في تقديم

المحتوى السياسي بأساليب جذابة ومكثفة تستهدف فئة الشباب، تلتها المواقع الإخبارية الإلكترونية بثلاث مفردات وبنسبة مئوية بلغت 10.0%، أما منصتا انستقرام ويوتيوب فقد جاءتا في المرتبة الأخيرة دون أي تمثيل، وهو ما قد يُعزى إلى أن هاتين المنصتين تُستخدمان غالباً لأغراض ترفيهية وتعليمية أكثر منها سياسية، أو إلى أن المحتوى السياسي العربي عليهما أقل كثافة مقارنة بفيسبوك. وتحمل هذه النتيجة دلالات مهمة بشأن الحاجة إلى تنويع مصادر المتابعة السياسية للحدّ من خطر الاعتماد على منصة واحدة قد تُفرز تحيزات خوارزمية تحدّ من تعدد الآراء.

جدول رقم (5): التوزيع التكراري للساعات اليومية المخصصة لمتابعة المحتوى السياسي رقمياً

عدد الساعات	التكرار	النسبة المئوية(%)
30دقيقة	9	30.0
من 30 دقيقة إلى ساعة	8	26.7
من ساعة إلى ساعتين	4	13.3
ساعتان فأكثر	9	30.0
المجموع	30	100.0

يتضح من الجدول السابق أن الزمن الذي يقضيه أفراد عينة الدراسة في متابعة المحتوى السياسي عبر الإعلام الرقمي يتوزع توزيعاً متنوعاً، إذ تساوت فنناً أقل من 30 دقيقة وفئة ساعتين فأكثر بواقع 9 مفردات لكل منهما وبنسبة مئوية مقدارها 30.0% لكل فئة، وهو ما يكشف عن تباين واضح في درجة الانخراط مع المحتوى السياسي بين أفراد العينة، حيث توجد شريحة تكفي بمتابعة سريعة محدودة ربما اقتصاراً على العناوين البارزة، في مقابل شريحة أخرى تستثمر وقتاً طويلاً في المتابعة المعمقة للأخبار والتحليلات السياسية، فيما جاءت فئة من 30 دقيقة إلى ساعة في المرتبة الثانية بواقع 8 مفردات وبنسبة مئوية مقدارها 26.7%، وأخيراً فئة من ساعة إلى ساعتين بواقع 4 مفردات وبنسبة مئوية مقدارها 13.3%. ويدل التوزيع الإجمالي على أن نسبة 70% تقريباً من أفراد العينة يقضون ما لا يقل عن نصف ساعة يومياً في متابعة المحتوى السياسي الرقمي، وهي نسبة مرتفعة تعكس مكانة الإعلام الرقمي في أجندة الاهتمامات اليومية لطلبة الدراسات العليا بكلية الإعلام، وتُبرهن على أن هذه الفئة تتميز بحساسية مرتفعة تجاه القضايا السياسية مقارنة بفئات الشباب الأخرى.

جدول رقم (6): التوزيع التكراري لدرجة الاعتماد على الإعلام الرقمي كمصدر للمعلومات السياسية

درجة الاعتماد	التكرار	النسبة المئوية(%)
بدرجة كبيرة	22	73.3
بدرجة متوسطة	8	26.7
بدرجة ضعيفة	0	0.0
المجموع	30	100.0

تُبيّن نتائج الجدول السابق أن الغالبية العظمى من أفراد عينة الدراسة يعتمدون بدرجة كبيرة على الإعلام الرقمي مصدراً للمعلومات السياسية، إذ بلغ عدد المعتمدين على هذا الإعلام بدرجة كبيرة 22 مفردة بنسبة مئوية وصلت إلى 73.3%، فيما جاء الاعتماد المتوسط في المرتبة الثانية بواقع 8 مفردات وبنسبة مئوية مقدارها 26.7%، في حين لم تُسجل أي مفردة في فئة الاعتماد الضعيف، مما يعكس تحولاً جوهرياً في خارطة المصادر التي يستقي منها الشباب الجامعي معلوماتهم السياسية، إذ لم يعد

الإعلام التقليدي بصحفه ومحطاته التلفزيونية والإذاعية يحتل المكانة الأولى، وإنما تراجع لصالح المنصات الرقمية التي توفر سرعة الوصول وتنوع المصادر وإمكانية التفاعل المباشر مع المحتوى. ويُرتب على هذه النتيجة جملة من الملاحظات، أبرزها تنامي مسؤولية المؤسسات الإعلامية الرقمية في تقديم محتوى مهني موثوق، وضرورة العمل على تنمية مهارات التفكير النقدي ومحو الأمية الرقمية لدى الشباب، حتى لا يتحول هذا الاعتماد المرتفع إلى نقطة ضعف تُستثمر في الترويج لمحتوى مضلل أو أيديولوجيات منحازة.

جدول رقم (7): التوزيع التكراري لأنواع المحتوى السياسي الأكثر متابعة

نوع المحتوى	التكرار	النسبة المئوية (%)
أخبار عاجلة	19	63.3
منشورات وتعليقات المستخدمين	5	16.7
تحليلات سياسية	4	13.3
برامج حوارية رقمية	1	3.3
مقالات رأي	1	3.3
المجموع	30	—

تُظهر بيانات الجدول السابق أن الأخبار العاجلة جاءت في صدارة أنواع المحتوى السياسي الأكثر متابعة من قبل أفراد عينة الدراسة، إذ سجلت 19 تكراراً بنسبة مئوية قدرها 63.3%، وهو ما يعكس تفضيل الشباب الجامعي للمحتوى السريع والمكثف الذي يُلخص الحدث في كلمات قليلة دون الدخول في تفاصيل تحليلية معمقة، تلتها منشورات وتعليقات المستخدمين بواقع 5 تكرارات وبنسبة مئوية بلغت 16.7%، وهو ما يكشف عن أهمية البُعد التفاعلي والاجتماعي في استهلاك المحتوى السياسي الرقمي، ثم جاءت التحليلات السياسية بواقع 4 تكرارات وبنسبة مئوية مقدارها 13.3% لكل فئة، وأخيراً مقالات الرأي والبرامج الحوارية الرقمية بالتساوي بتكرار واحد فقط لكل منهما وبنسبة مئوية مقدارها 3.3%، وهو رقم منخفض يدعو إلى التأمل في تراجع ثقافة قراءة المقالات الرأبئية المعمقة والبرامج الحوارية الرقمية لدى جيل الشباب الذي يميل إلى المحتوى المختصر. ويستفاد من هذه النتائج أن أنماط استهلاك المحتوى السياسي تخضع لمنطق "الومضة الإخبارية"، وأن ذلك قد يؤثر على عمق الفهم السياسي إذا لم يقترن بمتابعة موازية للتحليلات والمقالات التي توفر السياق التفسيري للأحداث.

جدول رقم (8): التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية ومستوى الدلالة لعبارات محور دور الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي السياسي

م	العبارة	الانحراف	مستوى الدلالة	الترتيب
1	يسهم الإعلام الرقمي في زيادة اهتمامي بمتابعة القرارات السياسية الرسمية	0.504	0.000	4
2	ساعدني الإعلام الرقمي على فهم حقوقي وواجباتي السياسية كمواطن	0.844	0.000	6
3	المحتوى السياسي الرقمي يعزز قدرتي على تكوين موقف مستقل تجاه القضايا العامة	1.147	0.000	9
4	يسهم الإعلام الرقمي في رفع مستوى النقاش السياسي بين الشباب الجامعي	0.626	0.000	8
5	أتاح لي الإعلام الرقمي فرصة الوصول إلى مصادر سياسية متعددة ومتنوعة	1.095	0.000	8

6	الإعلام الرقمي يجعلني أكثر وعياً بالقضايا الوطنية التي تمس المجتمع	0.910	0.000	11
7	أسهم الإعلام الرقمي في زيادة اهتمامي بالمشاركة في الأنشطة ذات الطابع العام	0.809	0.000	10
8	النقاشات السياسية عبر المنصات الرقمية تساعد في توسيع مداركي السياسية	0.898	0.000	7
9	الإعلام الرقمي يسهل الوصول السريع إلى المعلومات السياسية عند وقوع الأحداث	0.640	0.000	5
10	متابعة المحتوى السياسي عبر المنصات الرقمية تؤثر في مواقفي تجاه بعض القضايا	0.850	0.000	12
11	الإعلام الرقمي يساعد الشباب على التعبير عن آرائهم السياسية بحرية أكبر	0.679	0.000	3
12	للإعلام الرقمي دور واضح في تعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب الجامعي	0.669	0.000	2
	المتوسط العام للمحور	0.480	0.000	—

تكشف بيانات الجدول السابق عن إجماع واضح بين أفراد عينة الدراسة على الدور الإيجابي الذي يضطلع به الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي، حيث جاء المتوسط الحسابي العام للمحور 4.22 بانحراف معياري قدره 0.480 ومستوى دلالة 0.000، وهو متوسط يقع ضمن فئة "أوافق بشدة" في مقياس ليكرت الخماسي، ويشير ذلك إلى موافقة قوية ومستقرة على عبارات المحور بصورة شاملة. وعلى مستوى العبارات الفرديّة، احتلت العبارة الأولى التي تنص على "يسهم الإعلام الرقمي في زيادة اهتمامي بمتابعة القرارات السياسية الرسمية" والعبارة الحادية عشرة التي تنص على "الإعلام الرقمي يساعد الشباب على التعبير عن آرائهم السياسية بحرية أكبر" المرتبة الأولى مكررتين بمتوسط حسابي مقداره 4.43، وهو ما يدل على أن أفراد العينة يدركون ثنائية الدور الذي يلعبه الإعلام الرقمي بوصفه قناة لاستقبال المعلومة الرسمية ومنبراً للتعبير الحر في آن واحد، فيما حلت العبارة الثانية عشرة الخاصة بدور الإعلام الرقمي في تعزيز الثقافة السياسية في المرتبة التالية بمتوسط حسابي مقداره 4.37.

في المقابل، جاءت العبارة العاشرة التي تنص على "متابعة المحتوى السياسي عبر المنصات الرقمية تؤثر في مواقفي تجاه بعض القضايا السياسية" في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي مقداره 3.97، وعلى الرغم من أنها لا تزال ضمن فئة "أوافق"، إلا أن تراجعها النسبي قد يُفسّر بكون طلبة الدراسات العليا في كلية الإعلام يمتلكون درجة من الحصانة الأكاديمية ضد الانقياد المباشر للمحتوى الرقمي، إذ يُخضعون ما يستهلكونه للنقد والتحليل قبل تبني المواقف. كما يلاحظ أن جميع العبارات حققت مستوى دلالة 0.000، أي أن جميع المتوسطات الحسابية تزيد جوهرياً عن المتوسط الفرضي للمقياس البالغ 3، وهو ما يعزز موضوعية النتيجة العامة بأن للإعلام الرقمي دوراً محورياً وفاعلاً في تشكيل الوعي السياسي لدى هذه الفئة من الشباب الجامعي.

جدول رقم (9): التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية ومستوى الدلالة لعبارات محور مستوى الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي

م	العبارة	المتوسط	الانحراف	مستوى الدلالة	الترتيب
1	أتابع الانتخابات أو الاستحقاقات السياسية باهتمام	3.57	0.971	0.003	12
2	أستطيع مناقشة القضايا السياسية بموضوعية ووعي	4.40	0.724	0.000	3
3	لدي القدرة على تقييم المواقف السياسية بناءً على معلومات موثوقة	4.10	0.923	0.000	9
4	أميز بين الرأي السياسي والمعلومة السياسية الموثوقة	4.13	0.681	0.000	8
5	أحرص على متابعة أكثر من مصدر عند البحث عن معلومة سياسية	4.10	0.923	0.000	9
6	أمتلك فهماً عاماً للتغيرات السياسية محلياً وإقليمياً ودولياً	4.03	0.718	0.000	11
7	لدي وعي بخطورة المعلومات السياسية المضللة على الرأي العام	4.10	0.759	0.000	9
8	أتحقق من صحة الأخبار السياسية قبل إعادة نشرها	4.37	0.669	0.000	4
9	أرى أن المشاركة الواعية في القضايا العامة مسؤولية مجتمعية	4.17	0.874	0.000	7
10	أمتلك القدرة على الربط بين الأحداث السياسية وأثرها على المجتمع	4.27	0.640	0.000	5
11	أستطيع اكتشاف التحيز في بعض الرسائل الإعلامية ذات الطابع السياسي	4.07	0.785	0.000	10
12	لدي اهتمام بتنمية معرفتي السياسية بشكل مستمر	4.47	0.819	0.000	1
	المتوسط العام للمحور	4.15	0.512	0.000	—

تُظهر معطيات الجدول السابق أن المتوسط الحسابي العام لمحور مستوى الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي قد بلغ 4.15 بانحراف معياري قدره 0.512 ومستوى دلالة 0.000، وهو متوسط يقع ضمن فئة "أوافق" في المقياس المعتمد، مما يدل على أن أفراد العينة يتمتعون بمستوى مرتفع من الوعي السياسي يتجاوز الحدود التقليدية للمعرفة السطحية بالأحداث، ليصل إلى مستوى التحليل والتقييم والتمييز بين أنواع المعلومات. وعلى مستوى العبارات الفردية، احتلت العبارة الثانية عشرة التي تنص على "لدي اهتمام بتنمية معرفتي السياسية بشكل مستمر" المرتبة الأولى بمتوسط حسابي مقداره 4.47، وهو مؤشر دال على وجود دافعية ذاتية مرتفعة لدى أفراد العينة نحو التطوير المستمر لرصيدهم المعرفي السياسي، تلتها العبارة الثانية المتعلقة بالقدرة على مناقشة القضايا السياسية بموضوعية ووعي بمتوسط حسابي مقداره 4.40، ثم العبارة الثامنة الخاصة بالتحقق من صحة الأخبار السياسية قبل إعادة نشرها بمتوسط حسابي مقداره 4.37. أما العبارة الأولى التي تنص على "أتابع الانتخابات أو الاستحقاقات السياسية باهتمام" فقد جاءت في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي مقداره 3.57، وهو متوسط يقع ضمن فئة "أوافق" لكنه أدنى بكثير من باقي العبارات، ويمكن تفسير هذا التراجع النسبي في ضوء طبيعة المشهد السياسي الليبي الذي يشهد تباعداً متكرراً في مواعيد الاستحقاقات الانتخابية وحالة من عدم الاستقرار المؤسسي، مما قد يخلق نوعاً من الإحباط أو فقدان الثقة في الأدوات الانتخابية لدى الشباب. ويلاحظ كذلك أن العبارات المتعلقة بالمهارات النقدية كالاكتشاف والتحيز والتمييز بين الرأي والمعلومة جاءت بمتوسطات مرتفعة، وهو ما يتسق مع الطابع الأكاديمي التخصصي لأفراد العينة الذين تلقوا تدريباً منهجياً في تحليل الخطاب الإعلامي. وقد جاءت جميع المتوسطات دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.01، مما يعزز ثقة الباحثة في النتيجة العامة بأن مستوى الوعي السياسي لدى طلبة الدراسات العليا بكلية الإعلام يقع في الفئة المرتفعة على مقياس الدراسة.

جدول رقم (10): نتائج اختبار "ت" للعينات المستقلة للفروق في مستوى الوعي السياسي وفقاً لمتغير الجنس

الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة (t)	مستوى الدلالة	الدلالة
ذكر	14	4.11	0.541	28	0.412	0.683	غير دالة
أنثى	16	4.19	0.493				

تكشف بيانات الجدول السابق أن قيمة "ت" المحسوبة بلغت 0.412 عند مستوى دلالة 0.683، وهو مستوى أكبر من 0.05، مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الوعي السياسي بين الذكور والإناث، وهو ما يعكس تساوياً نسبياً في درجة استيعاب القضايا السياسية والمهارات النقدية المرتبطة بها بين الجنسين، ويمكن تفسير ذلك بأن البيئة الأكاديمية في كلية الإعلام تتيح فرصاً متكافئة للجميع في التحصيل المعرفي، فضلاً عن أن الإعلام الرقمي يتسم بطبيعته بإلغاء الفوارق الجندرية في الوصول إلى المعلومة السياسية.

جدول رقم (11): نتائج تحليل التباين الأحادي للفروق في مستوى الوعي السياسي وفقاً لمتغير العمر

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (F)	مستوى الدلالة	الدلالة
بين المجموعات	0.892	3	0.297	1.184	0.335	غير دالة
داخل المجموعات	6.527	26	0.251			
المجموع	7.419	29				

يتضح من الجدول السابق أن قيمة "ف" المحسوبة بلغت 1.184 عند مستوى دلالة 0.335، وهو مستوى أكبر من 0.05، مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الوعي السياسي بين الفئات العمرية المختلفة لأفراد عينة الدراسة، ويعني ذلك أن مستوى الوعي السياسي لا يتأثر بصورة جوهرية بعامل العمر داخل عينة طلبة الدراسات العليا، وقد يُعزى ذلك إلى تجانس الخلفية التعليمية لأفراد العينة جميعاً، إذ ينتمون إلى المرحلة ذاتها من التعليم العالي ويتعرضون لمحتوى أكاديمي ومهني متشابه يُسهم في تكوين قاعدة معرفية مقاربة بصرف النظر عن الفئة العمرية.

جدول رقم (12): نتائج تحليل التباين الأحادي للفروق في مستوى الوعي السياسي وفقاً لمتغير التخصص

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (F)	مستوى الدلالة	الدلالة
بين المجموعات	1.247	3	0.416	1.751	0.181	غير دالة
داخل المجموعات	6.172	26	0.237			
المجموع	7.419	29				

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن قيمة "ف" المحسوبة بلغت 1.751 عند مستوى دلالة 0.181، وهو مستوى أكبر من 0.05، مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الوعي السياسي تُعزى إلى متغير التخصص الأكاديمي، وهو ما يعكس تشاركاً معرفياً مشتركاً بين تخصصات العلاقات العامة والإذاعة والتلفزيون والصحافة والمسرح في تكوين الوعي السياسي، إذ تشترك جميع هذه التخصصات في ضرورة الإلمام بالقضايا السياسية والاجتماعية بوصفها جزءاً من السياق العام

للممارسة الإعلامية، فضلاً عن أن الإعلام الرقمي بطبيعته العابرة للتخصصات يُتيح للجميع الوصول إلى المحتوى السياسي بصرف النظر عن الخلفية الأكاديمية الدقيقة.

النتائج

- 1- أظهرت الدراسة أن فيسبوك جاء في مقدمة المنصات المستخدمة لمتابعة الشأن السياسي بنسبة (76.7%)، وهو ما يتفق مع دراستي موصلي (2020) والمطري وآخرين. (2020)
- 2- كشفت النتائج عن ارتفاع اعتماد أفراد العينة على الإعلام الرقمي مصدرًا للمعلومات السياسية بنسبة (73.3%)، بما يتفق مع دراسة المطري وآخرين. (2020)
- 3- أظهرت الدراسة ارتفاع مستوى الوعي السياسي لدى أفراد العينة، إذ بلغ المتوسط الحسابي العام (4.15)، وهو ما ينسجم مع نتائج دراسة موصلي. (2020)
- 4- تبين وجود انخفاض نسبي في اهتمام أفراد العينة بمتابعة الانتخابات، إذ بلغ المتوسط الحسابي لهذا الجانب. (3.57)
- 5- أظهرت النتائج ارتفاع اهتمام أفراد العينة بالتحقق من الأخبار قبل نشرها، بمتوسط حسابي بلغ (4.37)، بما يعكس مستوى مرتفعاً من الوعي بأهمية التحقق من صحة المعلومات السياسية.
- 6- لم تظهر فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الوعي السياسي تبعاً لمتغيرات الجنس والعمر والتخصص، وهي نتيجة تتقاطع مع ما توصلت إليه دراسة المطري وآخرين (2020) بشأن بعض المتغيرات الديموغرافية.

التوصيات

- 1- تعزيز برامج التربية الإعلامية الرقمية والتثقيف السياسي لدى طلبة الجامعات، بما يساهم في تنمية مهارات التحقق من المعلومات وتحليل المحتوى السياسي الرقمي.
- 2- تشجيع المؤسسات الإعلامية على تطوير محتوى سياسي مهني وموثوق عبر المنصات الرقمية الأكثر استخداماً، ولا سيما فيسبوك.
- 3- توعية الشباب الجامعي بأهمية تنوع مصادر المعلومات السياسية وعدم الاعتماد على مصدر رقمي واحد، بما يعزز قدرتهم على المقارنة والتحقق.
- 4- إطلاق مبادرات جامعية ومجتمعية تساهم في تعزيز المشاركة السياسية والانتخابية الواعية، وربط المعرفة السياسية بالممارسة الإيجابية.
- 5- إجراء دراسات لاحقة على عينات أوسع تشمل كليات ومراحل وتخصصات جامعية مختلفة، مع الاستفادة من الأدوات النوعية إلى جانب الاستبانة للحصول على تفسير أعمق للظاهرة.

قائمة المراجع:

- 1- الربيعي، بريق حسين. (2012). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة السياسية للنخب الإعلامية العراقية: الفيسبوك أنموذجاً المؤتمر الدولي للاتصال الرقمي في زمن المكاشفة 26-27 تشرين أول الأردن: جامعة اليرموك.

- 2- شلاغمية، ايمان؛ وبلحيرش، مروة. (2022). أثر الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي لدى فئة الشباب الجامعي دراسة ميدانية على طلبة قسم علم الاجتماع - قالمة (رسالة ماجستير)، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 8 ماي 1945 قالمة.
- 3- عبدالهادي، سمية؛ والهمالي، عماد. (2022). دور الإعلام الرقمي في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب نحو القضايا السياسية في ليبيا دراسة ميدانية على القائمين بالاتصال والأكاديميين في مجال الإعلام، مجلة الإعلام والفنون، السنة الثالثة، العدد (11).
- 4- القرعان، محمد كامل. (2016). دور الإعلام الرسمي الاردني في تشكيل الوعي السياسي لدى طلبة الجامعة الأردنية وكالة الأنباء والتلفزيون الأردني نموذجاً (2013-2014)، (اطروحة دكتوراة)، كلية العلوم والاتصال، جامعة الجزائر.
- 5- المطري، علي بن سعيد، والعويسي، جمعة بن مرزوق، والبدوي، عبدالله بن سعيد. (2020). دور الاعلام الجديد في تنمية الوعي السياسي لدي الشباب الجامعي العماني (جامعة الشرقية بسلطنة عمان أنموذجاً).المجلة العلوم الانسانية الاجتماعية، المجلد (4) ، العدد (8) .
- 6- المقدادي، خالد. (2013). ثورة الشبكات الاجتماعية، عمان: دار النفائس للنشر والتوزيع.
- 7- موصللي، أماني. (2020). دور الإعلام الجديد في تنمية الوعي السياسي للطلبة الجامعيين الفايسبوك أنموذجاً - دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة جيجل، (رسالة ماجستير)، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.
- 8- الهادي، سعود صالح. (2011). الإعلام الجديد وقضايا المجتمع التحديات والفرص، بحث منشور ضمن المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي.
- 9- الشمايلة، ماهر عودة (2014)، الإعلام الرقمي الجديد، ط1، الأردن: دار الإعصار العلمي.
- 10- حسام، منصور. (2022). الإعلام الرقمي : مفهومه، وسائله، نظرياته مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، المجلد 3، العدد 2
- 11- قوعيش، جمال الدين. (2017). التربية الإعلامية والإعلام الرقمي مبحث في التحديات والإستراتيجيات، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 02، العدد 03.
- 12- الزين، أحمد. (2020). الإعلام الرقمي وتأثيره على المجتمعات المعاصرة، ط1، القاهرة: دار الفكر العربي.
- 13- صلاح، مروى عصام. (2015). الإعلام الإلكتروني الأسس وأفاق المستقبل، ط1، الأردن: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.
- 14- حسين، يوسف عبد علي؛ وعبدالله، حنين حاتم. (2016). الإعلام الإلكتروني، ط1، الأردن: دار دجلة ناشرون وموزعون.
- 15- كافي، مصطفى يوسف. (2017). الإعلام المعاصر وتحديات العولمة، ط1، الجزائر: ألفا للوثائق.
- 16- البرواري، زير خان سليمان. (2006). الوعي السياسي وتطبيقاته (الحالة الكردستانية نموذجاً)، ط1، دهوك: مطبعة خاني.
- 17- الفردي، عبدالله بن علي (2010). الوعي السياسي في الإسلام، ط1، دار طويق للنشر، الرياض، ص28، ص29.
- 18- يحيوي، عبد الحق (2010). نشرات قناة الجزيرة الإخبارية والوعي السياسي بالصراع العربي الإسرائيلي، رسالة ماجستير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر.