

”تأثير الإعلام كقوة ناعمة على شخصية الشباب في إقليم كردستان العراق (دراسة ميدانية)”  
"The Impact of Media as a Soft Power on the Youth Personality in the Kurdistan  
Region of Iraq (A Field Study)"

Dr. [Chnar Namiq Hasan](#)<sup>a</sup>  
Saladin University /College of Arts<sup>a</sup>

د. چنار نامق حسن<sup>a</sup>  
قسم الإعلام /كلية الآداب/جامعة صلاح الدين

**Article info.**

**Article history:**

- Received 07 Mar.2024
- Received in revised form 15 Mar .2024
- Final Proofreading 30 Mar. 2024
- Accepted 29 Apr. 2024
- Available online:30. July. 2024

**Keywords:**

- Media influence
- Soft power
- Youth
- Iraq
- Kurdistan Region

©2024. THIS IS AN OPEN ACCESS  
ARTICLE UNDER THE CC BY LICENSE  
<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



**Abstract:** The research aims to determine the extent of the negative impact of the media as a powerful force on controlling youth, family relationships, and social and interpersonal relationships, and to know the extent to which young people use the results of the results. For the purpose of achieving the research objectives, the questionnaire form is relied upon as a survey tool, as this study is one of the descriptive studies that rely on survey implementation. The research community was represented by the young group of university students who are audience members of the media as well as users of social networking sites, with the creativity of its innovation (185) honest students from the College of Arts, Saladin University - Erbil, and the impact of those goals on the applications. The study concluded the negative impact of social networking sites as a soft power on young people due to the use of these sites for entertainment and leisure time rather than for cognitive interests. It also negatively affected family relationships, as it led to them being distracted from the family. In addition to the behavioral impact, such as imitating celebrities whose behavior does not fit the standards of our society.

\*Corresponding Author: Dr. Chnar Namiq Hasan, Email: [chnar.hasan@su.edu.krd](mailto:chnar.hasan@su.edu.krd)

Tel:009647504538311, Affiliation: Salaheddin University /College of Arts /Department of Media

## معلومات البحث :

**الخلاصة:** يهدف البحث التعرف على مدى التأثير السلبي للإعلام كقوة ناعمة على سلوك الشباب وعلى العلاقات الأسرية والعلاقات الاجتماعية والبيئية، ومعرفة مدى استخدام الشباب لتلك الوسائل ولغرض تحقيق أهداف البحث تم اعتماد استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، حيث تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على المنهج المسحي، فيما كان مجتمع البحث متمثلاً بفئة الشباب من طلبة الجامعة الذين هم من جمهور وسائل الإعلام وكذلك المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي، باتخاذ عينة قوامها ( 185 ) طالب وطالبة من كلية الآداب جامعة صلاح الدين - أربيل، لمعرفة تأثير تلك الوسائل على الطلبة . خلصت الدراسة الى التأثير السلبي لمواقع التواصل الاجتماعي كقوة ناعمة على الشباب بسبب استخدام تلك المواقع للتسلية وقضاء أوقات الفراغ بدلاً من اهتمامات معرفية. كما أثرت سلباً على العلاقات الأسرية حيث أدى الى انشغالهم عن الأسرة. فضلاً على الأثر السلوكي كتقليد المشاهير الذين لا يتناسب سلوكهم مع معايير مجتمعنا.

## تواريخ البحث:

- الاستلام: 07 اذار 2024
- الاستلام بعد التنقيح 15 آذار 2024
- التدقيق اللغوي 30 آذار 2024
- القبول: 29 نيسان 2024
- النشر المباشر: 30 تموز 2024

## الكلمات المفتاحية :

- تأثير الإعلام
- القوة الناعمة
- الشباب
- العراق
- إقليم كردستان

## المقدمة:

يعد الاعلام كقوة ناعمة من القوة المؤثرة في المجتمع نظراً لما تمتلكها من قدرات للتأثير، عن طريق مضامينها ورسائلها المغلفة حيث يتأثر المتلقي برسائل ووسائل الإعلام سواء كان التأثير مباشر أو التأثير التراكمي، ويحدث هذا التأثير من خلال وسائل الإعلام بشقيها منها الإعلام التقليدي والإعلام الحديث ايضاً.

ويأتي هذا المبحث للكشف عن الآثار التي تحدثها وسائل الاعلام ومواقع التواصل الاجتماعي على الشباب ولاسيما على الطلبة؛ لكونهم الأكثر استخداماً لها. لمعرفة الغرض من التعرض أو من استخدام وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي، هل هو قضاء أوقات الفراغ والتسلية أم التعرف على آخر الأخبار أو التواصل مع الأصدقاء والأسرة أو يتابع الشباب لمشاهدة الاعلانات للسلع والألبسة وامور أخرى. فسحت الوسائل الحديث المجال أمام الشباب للتعبير عن آرائهم بحرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.. وهل أثرت وسائل الإعلام بشقيها على إدمان الإستخدام والتعرض عند المتلقي.

اشتمل البحث على ثلاثة مباحث، جاء اولها ليحدد الاطار المنهجي له، اما الثاني فتطرقنا فيه الى الجانب النظري المتعلق بعنوان البحث، وآخر مبحث كان متضمنا النتائج التي توصلنا اليها مع تفسيرها، وكذلك عرضنا لاهم الاستنتاجات المرتبطة بنتائج البحث.

## المبحث الأول: الإطار المنهجي

### أولاً : مشكلة البحث:

تكمن المشكلة البحثية في الشعور بوجود تأثير سلبي لمضامين الوسائل الاعلامية ومواقع التواصل الاجتماعي كقوة ناعمة مؤثرة على الشباب، نتيجة التعرض الكثيف لها، مما يؤدي الى عملية غرس الأفكار والاتجاهات المؤثرة سلباً على سلوك وشخصية الشباب.

### ثانياً: تساؤلات البحث:

تم وضع تساؤلاً رئيساً للبحث وهو: ما اهم التأثيرات السلبية التي حصلت على شخصية الشباب الجامعي نتيجة تعرضه لوسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي كقوة ناعمة يؤثر على الشباب ؟

### ثالثاً: اهمية البحث:

تكمن أهمية البحث من الموضوع قيد الدراسة وهو تأثير الإعلام السلبي كقوة ناعمة على الشباب، حيث لا بد من دراسة أثر الإعلام على شخصية الشباب في زمن الشاشة الصغيرة التي تلاحق المضامين والرسائل الأفراد اينما تواجدوا، من هنا يظهر أثر تلك الوسائل كقوة ناعمة على طريقة تفكير الفرد وتكوين آرائه واتجاهاته إزاء القضايا وبالتالي تؤثر على سلوكه وشخصيته.

### رابعاً: أهداف البحث:

يهدف البحث الى:

1. التعرف على مدى استخدام الشباب الجامعي لوسائل الإعلام التقليدي (التلفاز - الراديو - الصحف) ولوسائل التواصل الاجتماعي فيسبوك، إنستغرام، تيك توك، سناب شات، يوتيوب. للتعرف على اثر القوة الناعمة للإعلام على الشباب.

2. معرفة سلبيات التعرض للإعلام كقوة ناعمة واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على سلوك الفرد.

### الدراسات السابقة

### الدراسات العربية:

دراسة بثينة مهيرة بعنوان "أثر القوة السيبرانية الناعمة لشبكات التواصل الاجتماعي على المجتمعات العربية وسبل التصدي لها".<sup>(1)</sup>

<sup>1</sup> / بثينة مهيرة، أثر القوة السيبرانية الناعمة لشبكات التواصل الاجتماعي على المجتمعات العربية وسبل التصدي لها، جامعة الأمير عبدالقادر للعلوم الإسلامية، القسطنطينية الجزائر، مجلة أقلام، مج1، العدد1.

هدفت الدراسة الإجابة على التساؤل الرئيسي ماهي أهم آثار استراتيجية القوة السيبرانية الناعمة لشبكات التواصل الاجتماعي على المجتمعات العربية وخطوات مكافحة تأثيرها؟

لخصت الدراسة بأن لشبكات التواصل الاجتماعي دور بارز في خدمة استراتيجية القوة السيبرانية الناعمة الأمريكية والدليل ما شهدتها المنطقة بما يعرف بالربيع العربي، الذي يعبر عن احتجاجات أو ثورات ناعمة استخدمت المنصات الإلكترونية كوسيلة لنشاطاتها رغبة منها للتغير الى واقع أفضل.

1. دراسة زهراء حرز الله بعنوان "الحرب الناعمة قوة جديدة من الأمني والسلاح المدنية والميديا الجديدة المفاهيم والإشكاليات والمقاربات" (1)

هدفت الدراسة الى طرح الإشكاليات العلمية لغرض حماية هوية المجتمعات المستهلكة لثقافة الغرب والمستخدمة للتكنولوجيا الرقمية ومميزاتها العملية السريعة و استنتجت الدراسة بأن شكل الاندماج والتزاوج بين تكنولوجيا الاتصال والعولمة القفزة الإعلامية النوعية والفرصة للتسلل لعقول ونفسيات الجمهور المتنوع والملتف حولها، حيث اصبحت صراعات الحرب الناعمة تركز على صراعات الحاضر والمستقبل وتكون حول القيم المتنافسة الذي يخلقه الإعلام الترفيهي على النحو العالمي، بسبب التدفق الثقافي المنبثق بوفرة عن المعلومات المعولمة، كما اصبحت السلطة للصورة من خلال التأثير على عواطف المتلقي.

---

<sup>1</sup> / زهراء حرز الله، الحرب الناعمة قوة جديدة من الأمني والسلاح المدنية والميديا الجديدة المفاهيم والإشكاليات والمقاربات، جامعة عمار تليجي الاغواط، الجزائر، مجلة أقلام، مج1، العدد1.

دراسة: T. Camber Warren<sup>(1)</sup>

Not by the Sword Alone: Soft Power, Mass Media, and the Production of State Sovereignty  
تشير الدراسة الى مساهمة القوة الناعمة والاتصال الجماهيري في تكوين سيادة الدولة حيث أن سيادة الدولة لا تنتج بالسيف بالقوة والسيف، وقد لخصت الدراسة بأن التركيز على التحقيقات التجريبية السابقة والأبعاد المادية والقسرية لسلطة الدولة، ادى إلى حجب الدور الحاسم الذي يلعبه توليد الامتثال الطوعي واسع النطاق من خلال عمليات الاتصال السياسي، أي إنتاج "القوة الناعمة" من خلال تكنولوجيا الاتصال الجماهيري - الذي يمكن أن يعزز قدرة الدولة فقط من خلال تعزيز قدرة الدولة على نشر الرسائل السياسية على نطاق واسع وعلني.

يرى الباحث أن القدرات المعززة للتأثير المعياري واسع النطاق التي تولدها تكنولوجيا الاتصال الجماهيري من الممكن أن تنتج حواجز كبيرة أمام تعبئة التحديات العسكرية لحكم الدولة، من خلال تعزيز اقتصاديات الحجم في سوق الأفكار. باستخدام البيانات العابرة للحدود الوطنية المجمعة حديثاً حول إمكانية الوصول إلى وسائل الإعلام في فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية.

وقد استنتجت الدراسة بأن أنظمة وسائل الإعلام تقلل بشكل كبير من احتمال حدوث عنف مدني واسع النطاق، وبالتالي توفر أدلة جديدة على الأهمية الأساسية للدولة غير المادية.

دراسة: Aleksandrina V. Mavrodieva<sup>(2)</sup>

**Role of Social Media as a Soft Power Tool in Raising Public Awareness and Engagement in Addressing Climate Change**

لقد كان تغير المناخ أحد أكثر المواضيع التي نوقشت في العقود القليلة الماضية، ولكن هناك عددًا من التحديات التي أعاقت تطوير سياسات واستراتيجيات قوية من قبل الدول. وفي الوقت نفسه، أتاحت منصات وسائل التواصل الاجتماعي - مثل إنستغرام وتويتر وفيسبوك - الفرصة لعامة الناس لتبادل الآراء والتفاعل مع قضية تغير المناخ بشكل لم يسبق له مثيل. وتعتبر هذه الظاهرة شكلاً جديداً من أشكال القوة الناعمة التي يمكن أن توفر مدخلات في المناقشة وربما تؤثر على الآليات السياسية الدولية الحالية. تهدف هذه الورقة إلى

<sup>1</sup> - T. Camber Warren, Not by the Sword Alone: Soft Power, Mass Media, and the Production of State Sovereignty, <https://www.jstor.org/stable/43282097>

<sup>2</sup> - Aleksandrina V. Mavrodieva, et-al, Role of SocialMedia as a Soft Power Tool in Raising Public Awareness and Engagement in Addressing Climate Change, **Published: 21 October 2019**, <https://www.mdpi.com/2225-1154/7/10/123>

(1) تحديد أشكال وخصائص وسائل التواصل الاجتماعي كأسلوب من أساليب القوة الناعمة، (2) تحليل تأثيرها على وعي المجتمعات، و (3) تقييم ما إذا كان الوعي العام المتزايد يمكن أن يؤثر على السياسة والسياسات الرسمية. العمليات. من أجل تقييم ما إذا كانت وسائل التواصل الاجتماعي لها تأثير على الوعي النسبي للناس، ركزت الدراسة على تحليل الروابط بين عدد قليل من الأحداث الواضحة للغاية المتعلقة بتغير المناخ والاتجاهات في عمليات بحث الأشخاص على الإنترنت فيما يتعلق بتلك الأحداث. وجدت الدراسة أن هناك روابط واضحة بين وسائل التواصل الاجتماعي والتصورات العامة المتغيرة، مع إمكانية تأثير الرأي العام على عملية صنع القرار السياسي.

دراسة: Alla L. Popova (1)

### The Role of Social Media in Implementing the Concept of “Soft Power”

تتناول الدراسة دور الشبكات الاجتماعية في العمليات الاجتماعية والسياسية. اليوم، أصبحت الشبكات الاجتماعية أداة فعالة لتنفيذ "القوة الناعمة"، ولها تأثير كبير على الأجندة السياسية والعلاقات الدولية والعمليات الاجتماعية داخل الدول. في الواقع، تخلق الشبكات الاجتماعية أشكالاً جديدة من التفاعل بين المجموعات الاجتماعية والمؤسسات، كقاعدة عامة، غير محدودة بأراضي الدول الفردية. يمكن أن تكون نتائج هذا التفاعل بناءة ومدمرة من حيث تأثيرها على استراتيجية التنمية الاجتماعية الحالية. ومع زيادة نسبة سكان البلاد الذين يشاركون بنشاط في الشبكات الاجتماعية، تزداد مخاطر التهديدات الاجتماعية والسياسية المرتبطة بالاستخدام المكثف لتقنيات الاتصال هذه. تتناول البحث العوامل العالمية الرئيسية التي تحدد وتيرة واتجاه تطور الشبكات الاجتماعية، فضلاً عن ميزات عملها في روسيا. يحلل المؤلفون التغييرات في بنية مستخدمي أكبر الشبكات الاجتماعية الناطقة بالروسية في الفترة 2014-2018، أي خلال فترة استقرارهم بعد التطور السريع في 2011-2013. يثير المقال أيضاً مشكلة التأثير المعلوماتي المستهدف على مستخدمي الشبكات الاجتماعية، مما يسمح لهم بتشكيل إمكانات تلاعبية كبيرة في مجال الاتصالات الاجتماعية والسياسية. وفقاً لنتائج الدراسة، خص إلى أن عمليات تطوير الشبكات الاجتماعية الناطقة باللغة الروسية مستمرة، ويتم تسييسها تدريجياً، مصحوبة بتشكيل إمكانات التلاعب. وبالتالي، فإن دور الشبكات الاجتماعية في تنفيذ "القوة الناعمة" أخذ في

<sup>1</sup> -Alla L. Popova, et-al, The Role of Social Media in Implementing the Concept of “Soft Power”  
file:///C:/Users/Windows%20Dunya/Downloads/125970838%20(1).pdf

الازدياد، لكن طبيعة هذه القوة وناقل عملها سيعتمدان على المجموعات الاجتماعية أو المؤسسات المحددة التي سيكون لها تأثير معلوماتي فعال على مستخدمي الشبكات الاجتماعية.

#### مناقشة الدراسات السابقة:

تتفق هذه الدراسات مع البحث الدراسة الحالية في تشابه عناوينها التي تشمل على متغيري هذه الدراسة الإعلام والقوة الناعمة ومن حيث الجانب النظري الذي يستوجب توظيف مفهوم القوة الناعمة، لكن تختلف دراستنا مع تلك الدراسات من حيث نوع البحث والمنهجية المستخدمة حيث تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية المعتمدة على منهج المسح وقد تم استخدام اداة استبيان لغرض الحصول على المعلومات من المفحوصين الذين هم متلقين ومستخدمين وسائل الاعلام التقليدي والحديث.

#### خامساً: نوع البحث ومنهجه:

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تصف الظاهرة محل الدراسة، وقد تم اتباع المنهج المسحي، لغرض وصف وتحليل البيانات المتعلقة بتأثير الإعلام كقوة ناعمة على المبحوثين.

#### سادساً: ادوات البحث:

تم استخدام استمارة الاستبيان لجمع البيانات حول الموضوع قيد الدراسة، حيث تم تصميم أستبانة تحتوي على 15 فقرة بإستخدام مقياس ليكرت الخماسي، تكونت فقراتها من (أنفق بشدة، أنفق، محايد، لا أنفق، لا أنفق بشدة)، وتمت الإجابة عليها من قبل الشباب الجامعيين، بالإضافة الى الملاحظة لسلوك الشباب في معاملتهم مع وسائل الإعلام.

#### سابعاً: مجتمع البحث وعينته:

يمثل مجتمع البحث الشباب الجامعي في جامعة صلاح الدين - اربيل، ونقصد بهم جميع الطلبة الذين يتلقون تعليمهم في الجامعة، الذين أجريت عليهم دراستنا والمسجلين في السنة الجامعية 2022-2023م ، من سن الشباب الذين يتعرضون لوسائل الإعلام التقليدي والمستخدمون لوسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي..، وقد تم اتخاذ عينة قوامها (185) طالبة وطالباً من مجموع ( 1648) طالب وطالبة في كلية الآداب، الأقسام الستة (الإعلام، الفلسفة، علم النفس، الإجتماع، الآثار وقسم العمل الإجتماعي). في الدوام الصباحي والمسائي.

**ثامناً: الصدق والثبات:** اعتمدت الدراسة الصدق الظاهري وقد تم عرض الاستمارة على مجموعة من أساتذة قسم الإعلام لغرض النظر الى فقراتها ومن ثم إبداء ملاحظاتهم لغرض إجراء التعديلات اللازمة وقد ظهر بأن

الإستبانة صالحة للتوزيع، وحقت نسبة صدق عالية بين المحكمين. هنا ندرج أسماء الأساتذة المحكمين للإستمارة مع ألقابهم العلمية كالآتي:

- أ.د. يوسف حسن محمود، جامعة تكريت، كلية الآداب، قسم الاعلام.
- أ.م. د. سامان جلال، قسم الإعلام، جامعة صلاح الدين.
- أ.م. د. اكرم فريدون حمة امين، قسم الإعلام، جامعة صلاح الدين.

ومن اجل تحقيق ثبات استمارة الاستبيان فقد تم توزيعها بصيغتها النهائية بعد تحقيق الصدق، على 10% من أفراد العينة التي بلغت عددهم (18) مبعوثاً، مع حفظ عملية الترميز، ومن ثم تم إعادة إرسال الإستمارة الى نفس المبعوثين بعد مدة زمنية بلغت اسبوعين بعد الأختبار القبلي فحصلت على نتائج متقاربة مع اجاباتهم في المرة الأولى.

#### تاسعاً: تحديد المصطلحات:

**تأثير الإعلام:** نقصد بتأثير الإعلام الأثر الناجم على الشباب جراء تعرضهم لرسائل ومضامين وسائل الإعلام التقليدية او استخدام وسائل الإعلام الحديث؛ الذي بدوره كقوة ناعمة يؤدي الى تغيير سلوكه أو شخصيته.

**القوة الناعمة:** يعبر مصطلح "القوة الناعمة" عن القدرة على التأثير والإقناع من خلال وسائل غير عسكرية أو اقتصادية. يشمل الإعلام العديد من وسائل الاتصال والتواصل مثل التلفزيون والإذاعة والإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، وهذه الوسائل يمكن أن تمارس تأثيراً كبيراً على الشباب بصورة خاصة.

**الشباب:** نقصد بهم الشباب الجامعي جميع الطلبة الذين يتلقون تعليمهم في الجامعات الذين أجريت عليهم دراستنا والمسجلين في السنة الجامعية 2022-2023م من سن الشباب الذين يتعرضون لوسائل الإعلام التقليدي والمستخدمون لوسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي.

## المبحث الثاني: القوة الناعمة ونظريات التأثير الإعلامي على الجمهور:

أولاً : القوة الناعمة:

تم صياغة هذا المفهوم من قبل جوزيف ناي من جامعة هارفارد في تسعينيات القرن الماضي، يقصد بمفهوم القوة الناعمة (Soft Power) القدرة على التأثير على الاتجاهات والإقناع دون استخدام أية وسيلة ضغط، وأصبحت وسائل الإعلام القوة المؤثرة على الجمهور، وهذا ما يهدف إليه الإعلام بكافة أشكاله، لغزو الجمهور وكسب تأييدهم من خلال استخدام قنوات أقل شفافية، واستثمار الإعلام في تجسيد الأخلاق والمبادئ والأفكار التي تسعى الدولة الى نشرها لجعل الجماهير يتبعونه ومن ثم يتبعون مصادره.

وعلى الرغم من حداثة النسبية لمفهوم القوة الناعمة، الا إنه اصبح احد المفاهيم واسعة الاستخدام والانتشار في تحليل السياسات الخارجية التي تساهم في تعميق فهم طبيعة القوة وتطورها في العلاقات الدولية.<sup>(1)</sup> وتعرف القوة الناعمة حسب الباحثين بأنها:

بأنها القدرة على الجذب والاستقطاب اللذين يؤديان إلى التراضي، ويمكن ان تجعل الآخرين يحترمون قيمك ومثلك ويفعلون ماتريده: <sup>(2)</sup> وهي القدرة على فعل ذلك من خلال الإعجاب بدلاً من الترهيب<sup>(3)</sup> القدرة على التوصل الى الغاية من خلال جذب الآخرين، وليس باللجوء الى التهديد أو الجراء، وهذه القوة تعتمد على الثقافة، والمبادئ السياسية والسياسات المتبعة<sup>(4)</sup>

ينتقد بول كينيدي (Paul Kennedy's) في كتابه صعود وتراجع القوة العظمى 1988 ، حيث يشير الى أن على الرغم امتلاك الولايات المتحدة العلوم والتكنولوجيا الأكثر تقدماً مع القوة العسكرية واكبر رأس مال، الا أنها تواجه تحدياً جراء ظهور منافسين جدد يتمتعون بمخدرات أكبر، وتعد الولايات المتحدة الأولى ولكن ليس بالضرورة ان تكون العليا <sup>(5)</sup>

<sup>1</sup> - علي جلال معوض، مفهوم القوة الناعمة وتحليل السياسة الخارجية، مكتبة الأسكندرية مركز الدراسات الاستراتيجية، مصر، 2019، ص17.

<sup>2</sup> - اياد خلف عمر الكعود، استراتيجية القوة الناعمة ودورها في تنفيذ اهداف السياسة الخارجية الأمريكية في المنطقة العربية، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، 2016، ص24

<sup>3</sup> - نيثان غردلز ومايك ميدافوي، الاعلام الأمريكي بعد العراق حرب القوة الناعمة، ت: بثينة الناصري، المركز القومي للترجمة، العدد 2065، 2015 ص23.

<sup>4</sup> - طابية ساعد، الدبلوماسية الأمريكية في الشرق الأوسط بع 11 سبتمبر، رسالة ماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر كلية العلوم والإعلام قسم العلوم السياسية والعلاقات الدولية، 2011-2012، ص11.

<sup>5</sup> - LI Anshan, Soft Power and the Role of Media

القوة الناعمة هي القوة الغير محسوسة تحاول الإنجذاب من خلال القيم المشتركة والعدالة<sup>(1)</sup> وقد كان لوسائل التواصل الاجتماعي كقوة ناعمة على المستوى الدولي تأثير حاسما على التعايش<sup>(2)</sup> كان احد وزراء الخارجية يرى بأن الأمريكان أقوياء بسبب الهام احلام الآخرين من خلال امتلاكهم الصور العالمية عبر الافلام والتلفزيون<sup>(3)</sup> ومع التطور التكنولوجي والتقنيات الجديدة ظهرت وسائل الإعلام الحديث، الذي جعل التأثير على المتلقي بصورة سهلة.<sup>(4)</sup> ومن هنا يمكن القول بأن القوة الناعمة هي الصورة الذهنية التي ترسمها دولة أو جهة ما من خلال احتكار وسائل الإعلام وتكريس تلك الوسائل في خدمة مشروعها، لجعلها صورة نمطية في الآخر حيث تقف خلف عرض الأفلام الأمريكية والسينما الأمريكية الترويج للسلح وثقافة الأمركة ، بالإضافة الى الألعاب الإلكترونية الذي أصبح الإدمان عليها أمر طبيعي عند أفراد البلدان النامية، يلعب القوة النامية في الإعلام الموجه دور بارز في الغزو الفكري في العالم على جميع الأصعدة لجعل الجميع مستخدمين لا يمكنهم العيش دون الدول العظمى المنتجة للتقنيات الاتصالية من خلال احتكار الفضاء من قبل كبريات الشركات، ليصبح العالم سوقاً لتصريف منتجاتهم وغير قادرة للعيش بالاستغناء عن خدماتهم. وهذا هو مفهوم القوة الناعمة حيث المقصود بها الاستيلاء أو السيطرة على العقول دون حرب.

ثانياً: أمثلة عن القوة الناعمة<sup>(5)</sup> التبادل الثقافي – Cultural Exchange ويقصد به تبادل الثقافة بين الدول لغرض التأثير عن طريق تبادل القيم والتنوع الثقافي والمعرفة إقامة المؤتمرات.

---

A Case Study of PKU African Tele-Info (Draft), Peking University  
<https://www.cmi.no/file/2655-.pdf>

<sup>1</sup> - Margarita!Jaitner, Exercising!Power!in!Social!Media,

A!Study!of!Hard!and!Soft!Power!in!the!Context!of!Russian!Elections!2011@2012. P.13.

<sup>2</sup> -Mahmoud Kaleem, The Impact of the Use of Soft Power in Social Media on Public Diplomacy for International Co- existence, International Journal of Membrane Science and Technology, 2023, Vol. 10, No.3, pp 372.

<sup>3</sup> - جوزيف س ناي، القوة الناعمة وسيلة النجاح في السياسة الدولية، ت. محمد توفيق البجيرمي، مكتبة العبيكان، المملكة العالبية السعودية، 2007، ص29.

<sup>4</sup> - اسماء أحمد جودة الإبشيهي، دور وسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي بمخاطر الإرهاب دراسة ميدانية، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، ص177.

<sup>5</sup> - Chris Drew, Soft Power: Examples And Definition:<https://helpfulprofessor.com/soft-power-examples/>

تصدير الثقافة - Cultural Export ويقصد به التأثير على الآخرين من خلال تصدير الثقافة منها الموسيقى والأفلام شاملاً جميع مجالات الأدب والفنون.

تصدير التعليم - Education Export - التبادل التعليمي - Education Exchange ويقصد به التبادل التعليمي قبول الطلبة ما بين الدول للدراسة وتبادل الطلاب للتعرف على معرفة البعض لمد جسور التواصل بين مختلف البلدان.

الاعلام العالمي - Global Media وتتمثل في وسائل الإعلام الدولية العابرة لحدود المكان والزمان توجه بلغات مختلفة لتسهيل عملية الفهم وبفضل تكنولوجيا الإعلام اصبحت هذه المهمة أسهل للتأثير على الشعوب. الدبلوماسية - Diplomacy : تعد الدبلوماسية من اهم الأمثلة على القوة الناعمة السياسية التي يمكن من خلالها تعزيز صورة الدولة لدى الآخرين.

الحكم - Governance : تعني السلطة في الحكم احترام الحرية والديمقراطية للمواطنين، مما يؤدي إلى وجود مجتمع مدني. على سبيل المثال، تدعم السياسة الخارجية للولايات المتحدة حقوق الإنسان والقانون الدولي.. والتجارة - Business and trade يؤثر الاقتصاد في جذب الآخرين من خلا استثمارها في المجالات التي تساعد في تشكيل صورة ذهنية ايجابية عن الدولة. (1)

### ثالثاً: القوة الناعمة في الإعلام وتأثيرها على الجمهور

نقصد بالإعلام كقوة ناعمة في هذا البحث الإعلام بشقيها الإعلام التقليدي بمختلف وسائلها، والإعلام الحديث أو الجديد بمختلف تسمياتها ووسائلها، وهو الإعلام الرقمي أو البديل ويشمل جميع الاستخدامات والتواصل عبر الإنترنت ووسائل الاتصال الإلكتروني.

نتفق النظريات العلمية المفسرة لتأثير وسائل الاتصال المتعلقة بالجمهور على قدرة تلك الوسائل في التأثير على المتلقي سواء كانت نظريات التأثير المباشر وقصير المدى، أو نظريات التأثير طويل المدى أو التراكمي، وتتمثل في نظرية التطعيم او التلقيح، ونظرية التأثير على مرحلتين، ونظرية تحديد الأولويات، نظرية حارس البوابة و نظرية الاستخدامات و الإشباع. وكذلك نظريات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام، كونها قوة ناعمة الا أن تأثير تلك الوسائل تختلف من وسيلة الى أخرى.

<sup>1</sup> -Barbara Háberová <https://www.iir.cz/social-media-as-new-source-of-soft->, University of Matej Bel, 27.3.2019.

تفترض اليزابيث نويل- نويمان في نظرية دوامة الصمت التأثير القوي لوسائل الإعلام من خلال ثلاثة متغيرات التكرار والشمولية والتجانس حيث هذه المتغيرات تقلل من فرصة الفرد المتلقي من التفكير في القضايا المثارة لذا يصعب عليه من تكوين رأياً مستقلاً غير التي تتبناه وسائل الإعلام<sup>(1)</sup> حيث ان الكم الهائل والتراكمي وتكرار الرسائل في وسائل الإعلام والاتصال يؤدي الى التأثير على الجمهور على المدى البعيد. <sup>(2)</sup> هنا يظهر القوة الناعمة في الإعلام من خلال تأثيراتها سواء كان تأثير قوي ومباشر أو معتدل وتراكمي.

يؤكد "جورج جرينر" على قدرة الإعلام في عملية الغرس الثقافي من خلال تكرار تعرض المشاهدين بكثافة لمشاهد ورسائل ومضامين إعلامية مختلفة عن الواقع الاجتماعي في وسائل الإعلام عامة تؤثر في إدراك الجمهور لهذا الواقع على أنه واقع حقيقي، وهذا يمكن تطبيقه على أن زيادة التعرض لوسائل الإعلام تؤدي إلى تولد شعور بالحب أو الكراهية، ويرجع هذا إلى الكم الكبير من المعلومات والانطباعات التي قد يتلقاها المشاهد أو يجدها في هذه المضامين <sup>(3)</sup>.

الأ أن ظهور الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي فسح المجال امام الجمهور المستخدم أن يكون جمهور نشط وفق فرض نظرية الاستخدام والاشباع التي ظهرت كردة فعل لنظريات التأثير القوي والمباشر لوسائل الاعلام. حيث " لم يعد مقبولاً بين الباحثين في مجال الاعلام النظر للجمهور على انه خامل ولا يمارس أي نشاط تجاه الرسائل الاعلامية المختلفة التي يتعرض لها". <sup>(4)</sup>

ان وسائل التواصل الاجتماعي تساوي أدوات في المجال الدولي، يعمل التأثير المتزايد لوسائل التواصل الاجتماعي على تغيير ديناميكيات القوة الناعمة في جميع أنحاء العالم تدريجياً. السياسيون "ينخرطون بشكل متزايد في الدبلوماسية الرقمية". وهذا يعني أن الاتصالات العالمية أسهل ولكنها في نفس الوقت أكثر تعقيداً. إنه يتحدى نماذج النفوذ الحالية بالإضافة إلى هياكل السلطة الهرمية التقليدية. على سبيل المثال، توفر وسائل

<sup>1</sup> - حسن عماد المكاوي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط11، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2014، ص280.

<sup>2</sup> - مي عبد الله، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، بيروت، 2010، ص289.

<sup>3</sup> - أحمد جاسم مطرود، دور المؤسسة الإعلامية في نشر ثقافة التسامح، مجلة جامعة بابل العلوم الانسانية، المجلد23، العدد4، 2015

<sup>4</sup> - احمد زكريا احمد، نظريات الاعلام، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، المنصورة، 2009، ص 253.

التواصل الاجتماعي مثل Facebook موارد كبيرة للبيانات. قدم فيسبوك وتويتر أدوات جديدة مصممة لزيادة شفافية الإعلان على وسائل التواصل الاجتماعي.<sup>(1)</sup>

وتتباين دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي عند الأفراد فمنها تعود الى:

بعد المسافة بين الأهل والأقارب والاضطرار إلى البحث على وسيلة للتواصل معهم، فضلاً إلى لجوء الأفراد إلى استخدام تلك المواقع للهروب من المشكلات الأسرية التي تحدث داخل المنزل، فيلجأ إلى البحث عن أصدقاء جدد كما أدى تعشي البطالة إلى لجوء الشباب إلى زيادة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.<sup>(2)</sup>

تعد القوة الناعمة إحدى أساليب الغزو الفكري خاصة مع تزايد انتشار وسائل الاتصالات والتكنولوجيا الحديثة وتزايد استخدامات الإنترنت وفي ظل انتشار ظاهرة العولمة التي أصبح واقعاً، هذا كله يشكل تحدياً يواجه المؤسسات التربوية التي تقوم على إعداد الشباب وتزويدهم بالمعرفة و الفكر و المهارات والقيم، التي تشكل قوة ناعمة داخلية، لمواجهة الغزو الفكري من خلال الحفاظ على ثوابت المجتمع و الهوية الثقافية في ظل التغيير الثقافي المتسارع<sup>(3)</sup>

**خامساً : الآثار الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام التقليدي واستخدام وسائل الإعلام الحديث كقوة ناعمة تساهم في التأثير على الجمهور:**

يساهم الإعلام كقوة ناعمة في غرس الأفكار والقيم والاتجاهات عند المتلقي وهذا ماتم تأكيده حسب نظريات التأثير الإعلامي على الجمهور.

وأهم مانتج من آثار سلبية لإستخدام وسائل الإعلام التقليدي والحديث مواقع التواصل الاجتماعي هو الضعف في العلاقات الأسرية والعزلة النسبية للأسرة.<sup>(4)</sup> فالقوة الناعمة تغزو الأفكار والقلوب دون الأبدان<sup>(5)</sup>

---

<sup>1</sup> -Barbara Háberová <https://www.iir.cz/social-media-as-new-source-of-soft->, University of Matej Bel, 27.3.2019.

<sup>2</sup> - ساعد ميمون مراتي، استخدام الطلبة الجامعيين موقع فيسبوك للحصول على الأخبار . جزائر: دار القسطنطينية للنشر والطباعة، 2020 ، ص111.

<sup>3</sup> - جمعة سعيد التهامي، استراتيجية مقترحة لتوظيف التعليم العالي في تدعيم القوة الناعمة في مصر لمواجهة الغزو الفكري، مجلة كلية التربية، العدد الثالث، 2017، ص237.

<sup>4</sup> - محمد الحيلة، أثر الاستخدام المنزلي للإنترنت في التحصيل الدراسي لمستخدميه، مصر، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، 2000، ص35-37

<sup>5</sup> - راند فاضل محمد الحسني وعلي جاسم التميمي، مقلييس القوة الناعمة في القرن الواحد والعشرين، المجلة السياسية الدولية، 53، 2022، ص465.

ونتيجة لتأثير القوة الناعمة في الإعلام أصبح المستخدم مقلداً للآخرين مما أدى الى ارتفاع مستوى طموح الفرد وجعله يعيش واقع خيالي ويهرب من واقعه، على الرغم من عدم إمكانته على توفير المستلزمات الحياتية. وقد أثرت وسائل الإعلام الى تبدل المتلقي وجعله لايبالي بما يدور حوله من امور نتيجة تعلقه بوسائل الإعلام. على الرغم من التأثير السلبي لوسائل الإعلام الا إن الإنسان يظل بحاجة ماسة الى تلك الوسائل ولايمكن له الإستغناء عنه حيث يمكن استثمار وسائل الإعلام من خلا تأديتها لوظائفها المهمة إزاء المجتمع، كما ينبغي على الشباب استخدام تلك الوسائل بحذر وتفحص المعلومات والنظر الى الموضوع بوعي تام وعين ناقدة.

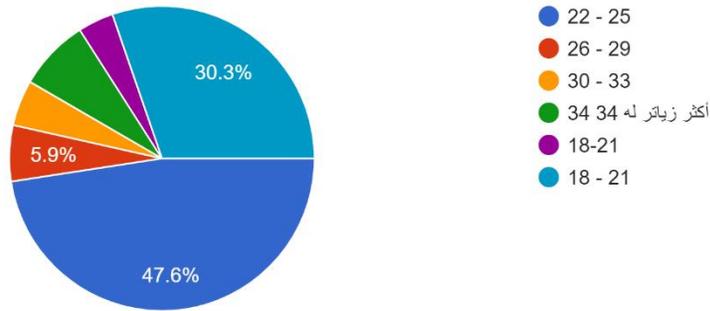
### المبحث الثالث

#### الإطار الميداني للدراسة :

يتناول هذا المبحث تحليل بيانات الدراسة الميدانية حول موضوع "تأثير الإعلام كقوة ناعمة على الشباب" استنادا للمعطيات التي تم الحصول عليها من استمارة الاستبيان التي تم توزيعها إلكترونياً على المبحوثين والتي قدرت بـ (185) مفردة من مجتمع البحث. وبعد عمليه ترقيم الاستمارة وتفرغ معلوماتها وتسجيل الإجابات في أشكال تحمل تكرارات ونسب مئوية تم التعليق عليها. حيث تم تصميم الاستبانة بدأ من البيانات الشخصية والتي ركزت على العوامل الديموغرافية لأفراد العينة حسب الفئة العمرية والنوع (الجنس) والحالة الاجتماعية التي يمكن خلالها أن يتعرف الباحث على خصائص المبحوثين.

#### 1. العمر

185 responses

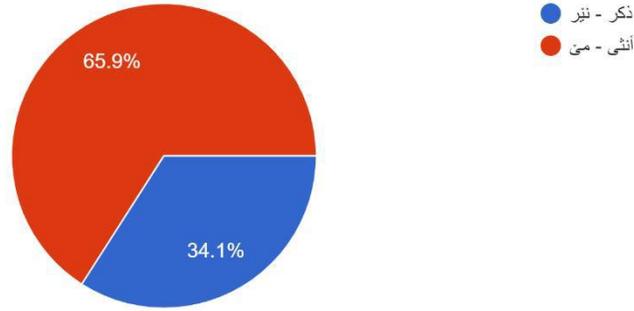


الشكل ( 1 ) يوضح عمر المبحوثين من طلبة جامعة صلاح الدين المشاركين في الإجابة على الاستبانة، حيث يظهر في الشكل بأن الفئة العمرية (22-25) جاءت في المرتبة الأولى وبنسبة 47.6%، وتلتها الفئة العمرية (18-21) من الطلبة في المرتبة الثانية بنسبة 34.1%. أما الفئة العمرية الأخيرة أكثر من 34

حازت على 7.6%. وهم من طلبة الدوام المسائي، بينما حصلت الفئة العمرية (26-29) على 5.9% والفئة (30-33) جاءت بنسبة 4.9%.

## 2. النوع الاجتماعي

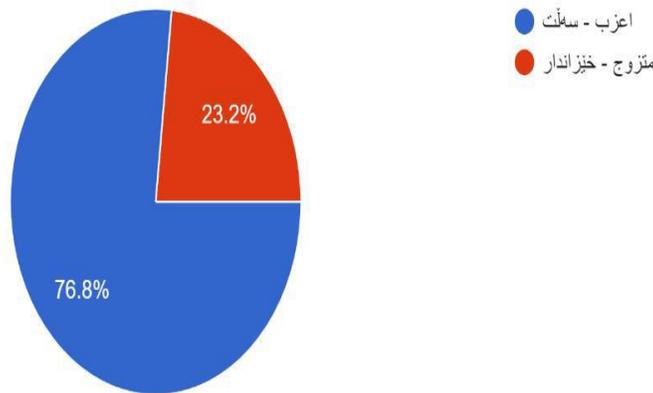
185 responses



الشكل (2) يوضح توزيع افراد العينة حسب الخصائص الديموغرافية وعامل الجنس حيث حاز المبحوثين من طلبة الجامعة من اذكور على أكبر نسب وجاء الذكور بالمرتبة لأولى وبنسبة 65.9%. أما الإناث فقد كانت نسبة مشاركتهم 34.1% وهي نسبة أقل من الذكور بنسبة متفاوتة.

## 3. الحالة الاجتماعية

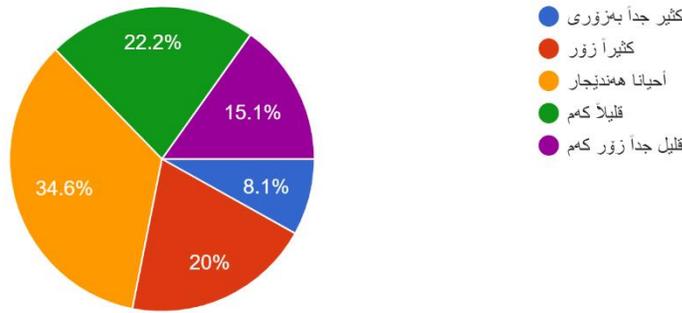
185 responses



الشكل (3) يوضح الحالة الاجتماعية للمبحوثين من الطلبة حيث يتبين بأن الفئة الأولى من الطلبة الغير متزوجين هم اغلبية أفراد العينة الذي جاء بالمرتبة الأولى وبنسبة 76.8%. بينما حصل المتزوجين على ثاني مرتبة وبنسبة 23.2%.

#### 4. ما مدى تعرضك لوسائل الإعلام ( التلفزيون الراديو- الصحف )

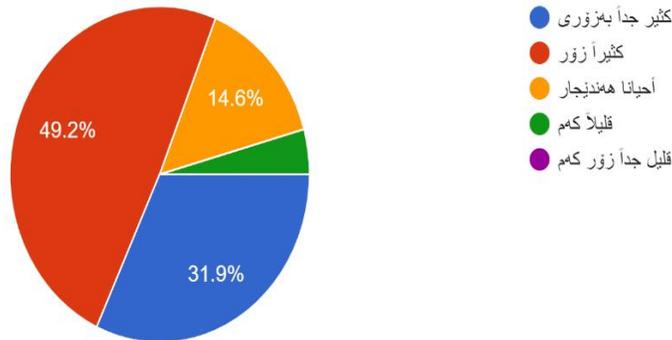
185 responses



الشكل (4) يوضح إجابة المبحوثين على السؤال مدى تعرض المبحوثين لوسائل الإعلام التقليدي لمعرفة تعرضهم لرسائل ومضامين وسائل الإعلام التقليدي الذي ينجم عنه التأثيرات على سلوك الفرد وبالتالي ينعكس على شخصيته، حيث كانت النتائج كآلاتي : 34.6% من المبحوثين أحياناً يتعرض لتلك الوسائل وهي أعلى نسبة ضمن الخيارات الأخرى، كما أن 22.2% من المبحوثين يتعرضون قليلاً لتلك الوسائل وجاءت بالمرتبة الثانية، ونسبة 20% يتعرضون كثيراً لوسائل الاعلام وبالمرتبة الثالثة. كما كانت نسبة الإجابة بقليل جداً

#### 5. مامدى استخدامك لوسائل التواصل الاجتماعي يوميا فيسبوك، إنستغرام، تيك توك، سناب شات، يوتيوب؟

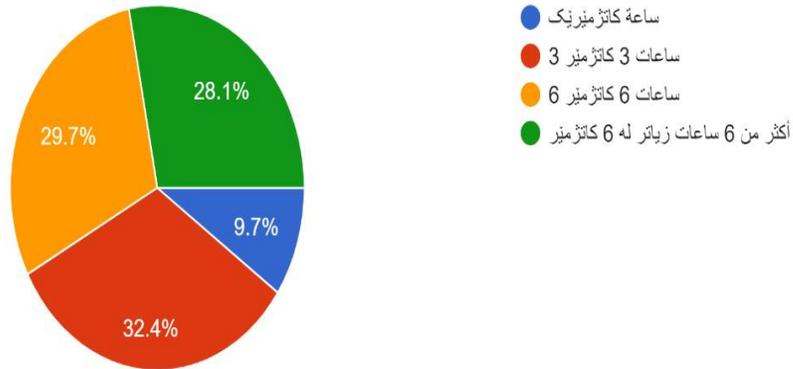
185 responses



15.1% بالمرتبة الرابعة، وحصلت الإجابة بكثير جداً على 8.1% وهي أدنى نسبة وآخر مرتبة. وهذا دليل على قلة متابعة المبحوثين للإعلام التقليدي في ظل الثورة الرقمية التي اجتاحت العالم. الشكل (5) يشير الى إجابة المبحوثين على السؤال مدى استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي لغرض معرفة التأثيرات الناجمة من استخدامهم على سلوك الفرد وبالتالي ينعكس على شخصيته ، حيث كانت النتائج كآلاتي: 49.2% من المبحوثين أستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بكثرة، حيث حصلت الإجابة كثيراً على المرتبة الأولى، وجاءت الإجابة كثيراً جداً بالمرتبة الثانية وبنسبة 31.9%، كما جاءت الإجابة أحياناً بالمرتبة الثالثة وبنسبة 14.6%، وتلتها قليلاً بالمرتبة الرابعة بنسبة 4.3% ولم تحز الإجابة قليل جداً على تكرارات ونسب. وهذا يدل على اعتماد المبحوثين على وسائل التواصل الاجتماعي أكثر من التعرض لوسائل الإعلام التقليدي ، حيث يؤكد هذا الجدول صحة ما ورد في الجدول رقم (4).

#### 6. ما هو متوسط ساعات استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي يومياً؟

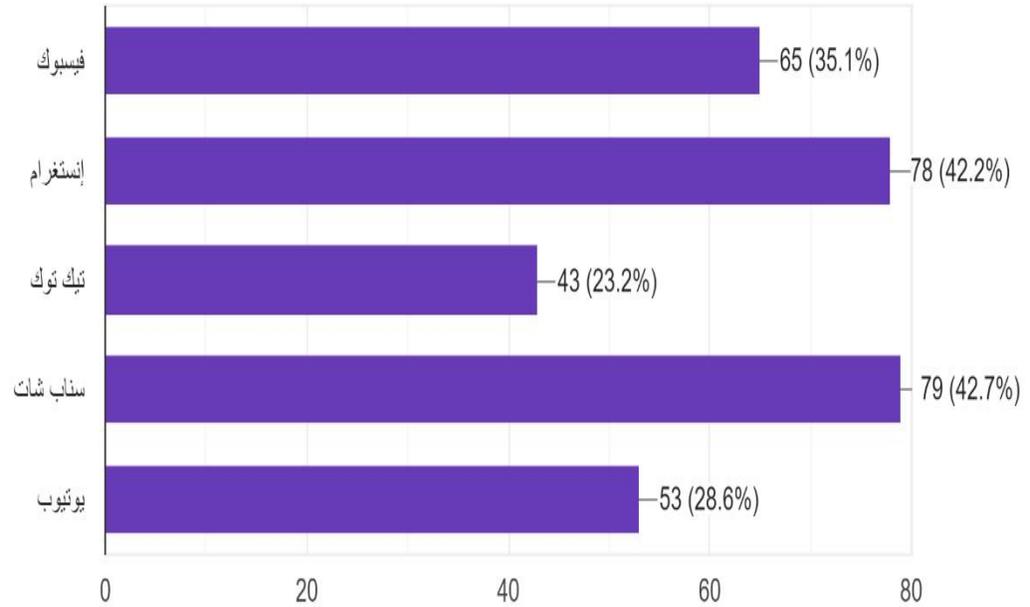
185 responses



الشكل (6) يوضح متوسط ساعات استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث تبين بأن نسبة 32.4% يستخدمون تلك المواقع لمدة ثلاث ساعات يومياً وحاز على المرتبة الأولى، بينما 29.7% يستخدمونها ستة ساعات يومياً وجاء بالمرتبة الثانية، اما الخيار اكثر من ستة ساعات حصل على المرتبة الثالثة وبنسبة 28.1%، والخيار ساعة واحدة جاء بالمرتبة الأخيرة وبنسبة 9.7% وهي أقل نسبة.

## 7. أختار أكثر من جواب .. أي من هذه المواقع أكثر تفضيلاً لديك؟

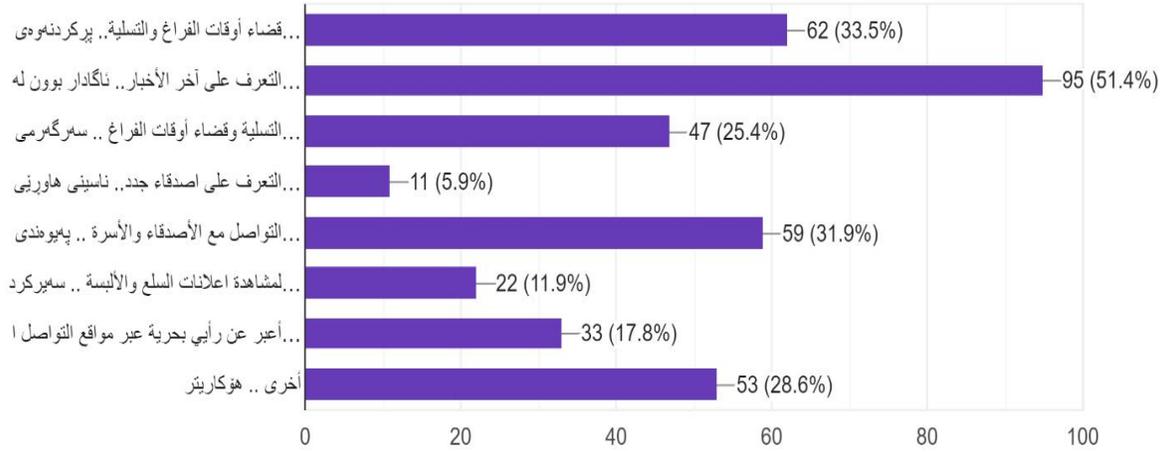
185 responses



الشكل (7) يوضح المواقع المفضلة لدى الشباب الجامعي، وصممت الاستبانة بشكل يتيح للمبحوثين اختيار أكثر من جواب، فقد حصل سناب شات على المرتبة الأولى وأعلى نسبة من الاستخدام من قبل المبحوثين 42.7%، بينما جاء انستغرام بالمرتبة الثانية ونسبة 42.2%، وجاء موقع الفيسبوك بالمرتبة الثالثة بنسبة 35.1%، ومن بعدها اليوتيوب 28.6% بالمرحلة الرابعة، وجاء التيك توك بالمرحلة الأخيرة بنسبة 23.2%.

### 8. أكثر من جواب .. ما هو غرضك من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

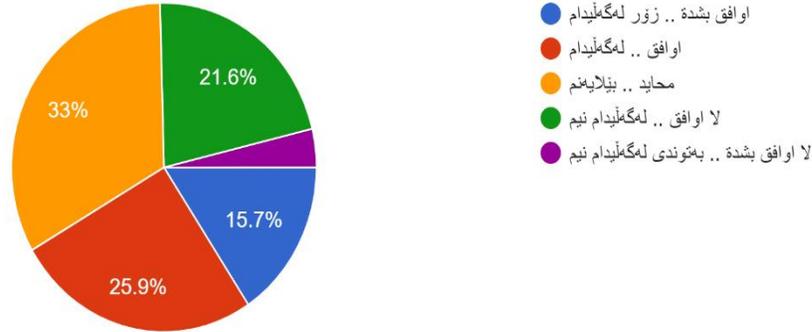
185 responses



الشكل (8) يوضح الغرض من استخدام المواقع من قبل الشباب حيث ظهر بأن 58.9% يستخدمون هذه الوسائل لقضاء أوقات الفراغ وللتسلية بالمرتبة الأولى، وبالمرتبة الثانية بنسبة 51.4% يستخدمونها للوصول الى الأنباء، وبالمرتبة الثالثة نسبة 31.9% يستخدمون هذه الوسائل للتواصل مع الأصدقاء، ونسبة 28% لاسباب أخرى، ونسبة 17.8% للتعبير عن الرأي، ونسبة 11.9% لمشاهدة الاعلانات والتعرف على السلع و5.9% التعرف على أصدقاء جدد.

### 9. أدى استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي الى انشغالي عن الأسرة.

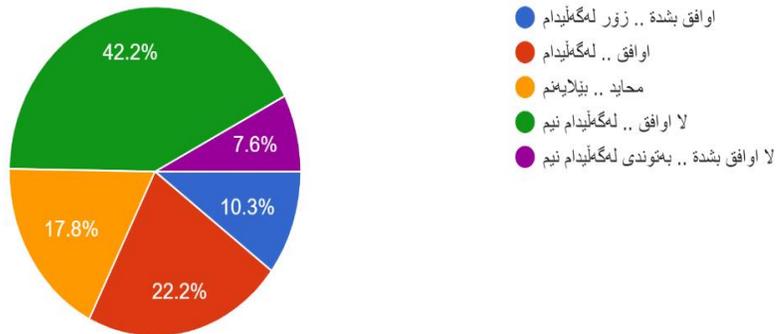
185 responses



الشكل (9) يوضح أثر هذه المواقع على انشغال الفرد وعدم اهتمامه بأسرته، حيث اجاب نسبة 33% بمحايد وبالمرتبة الأولى، بينما حاز موافق على المرتبة الثانية وبنسبة 25.9% وأوافق بشدة على 15.7% بالمرتبة الرابعة، بينما حازت الفقرة لا أوافق على المرتبة الثالثة بنسبة 21.6%، اما لا أوافق بشدة جاء في الأخير وبنسبة 1.8%.

### 10. أدى استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي في إهمال علاقاتي بالأصدقاء.

185 responses



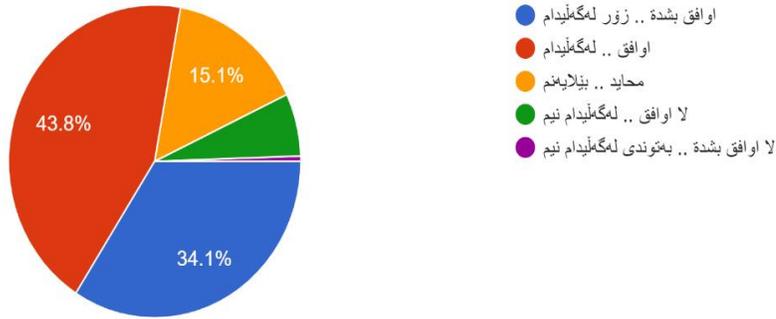
الشكل (10) يوضح إجابة المبحوثين على السؤال تأثير مواقع التواصل على علاقاتهم بالأصدقاء حيث كانت الإجابات كالآتي:

لا أوافق بنسبة 42.2% بالمرتبة الأولى أوافق 22.2% المرتبة الثانية، محايد 17.8% المرتبة الثالثة  
أوافق بشدة 10.3% المرتبة الرابعة، لا أوافق بشدة 7.6% المرتبة الأخيرة.

الشكل (11) يوضح الشكل اعلاه التأثير السلبي الذي سببته استخدامات الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي

### 11. لوسائل الاعلام والتواصل الاجتماعي تأثير سلبي على سلوك الفرد من خلال تقليد المشاهير والشخصيات الاجنبية ؟

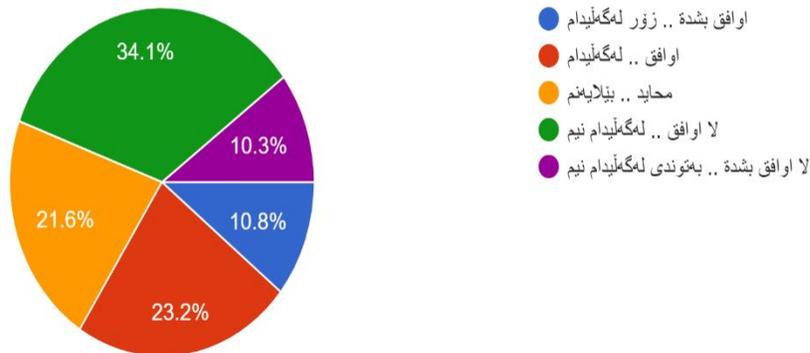
185 responses



من خلال تقليد المشاهير والشخصيات الأجنبية، حيث وافق المبحوثين على الفقرة أوافق بالمرتبة الأولى وبنسبة 43.8% وهذه نسبة عالية وتلتها الفقرة أوافق بشدة بالمرتبة الثانية بنسبة 34.1%، أما الفقرة محايد جاءت بالمرتبة الثالثة بنسبة 15.1%، ومن ثم تلتها لا أوافق في المرتبة الرابعة بنسبة 7.6%، وجاءت لا أوافق بشدة

### 12. لا أستطيع العيش دون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يوميا.

185 responses

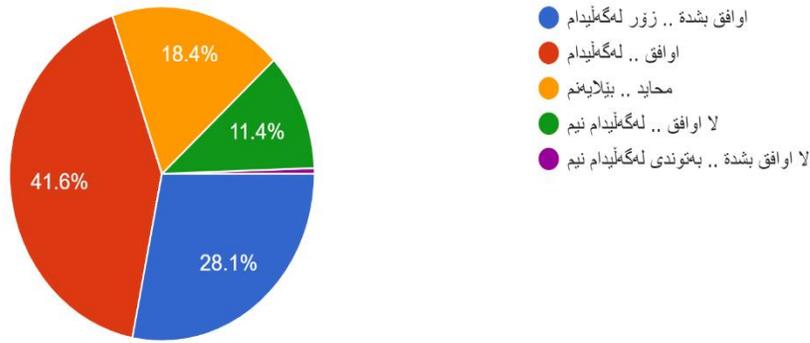


في المرتبة الأخيرة بنسب 0.5%. هنا يظهر التأثير السلبي للقوة الناعمة على الشباب من خلال استخدامهم لتلك الوسائل حيث اصبح الشباب مقلدين للشخصيات الأجنبية.

الشكل (12) يشير الى الإجابة على السؤال إمكانية أو عدم تمكن الفرد في مواصلة الحياة دون استخدام تلك الوسائل، حيث ظهر بأن 34.1% من المبحوثين لا يوافق هذا الرأي من خلال الإجابة على الفقرة لا أوافق التي حازت على المرتبة الأولى، بينما جاءت الإجابة بموافق بنسبة 23.2% بالمرتبة الثانية وكانت نسبة المحايدون 21.6 بالمرتبة الثالثة. أما اوافق بشدة حصل على المرتبة الرابعة ونسبة 10.8%. وفي المرتبة الأخيرة جاءت الفقرة لا أوافق بشدة ونسبة 10.3%.

### 13. أثر مواقع التواصل الاجتماعي سلبا على تكاتف الأسرة.

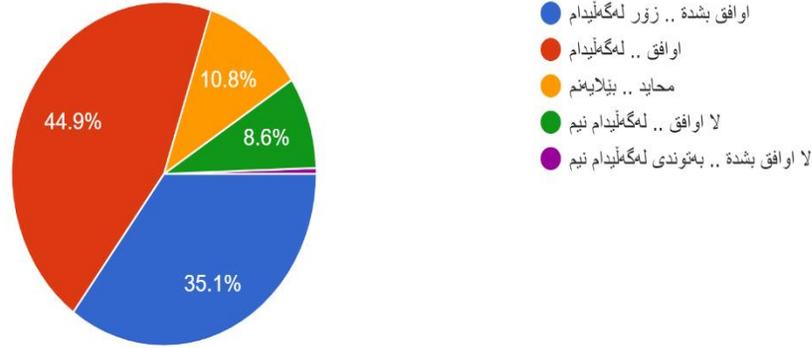
185 responses



الشكل (13) يوضح إجابة المبحوثين على السؤال أثر استخدام مواقع التواصل كقوة ناعمة سلبا على تكاتف الأسرة، حيث جاءت الأجوبة بأن نسبة 41.6% موافق بالمرتبة الأولى وحازت الفقرة أوافق بشدة على المرتبة الثانية ونسبة 28.1%. بينما حازت الفقرة محايد على المرتبة الثالثة 18.4%، والفقرة الرابعة على المرتبة الرابعة بنسبة 11.4%، أما الفقرة الخامسة لا أوافق بشدة على 1% وفي الآخر، وهذا ما نلاحظه داخل الأسر نتيجة تأثير تكنولوجيا الاتصال كقوة ناعمة في توجيه الجمهور المستخدم أدى الى الاستخدام المبالغ لتلك المواقع وبالتالي أدى تأثير القوة الناعمة الى تشتت العائلة وانشغال أفراد الأسرة عن بعضهم وعدم تمكنهم من متابعة الآخرين والحديث مع بعض وعدم تمكنهم من مشاركة الآخرين.

#### 14. ادى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الى إدمان الفرد والهروب من الواقع الحقيقي.

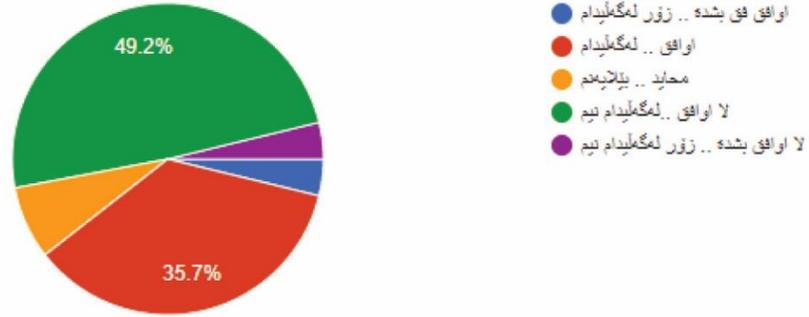
185 responses



الشكل (14) يوضح إجابة المبحوثين على السؤال مدى اتفاق المبحوثين على إن الإدمان على استخدام مواقع التواصل يؤدي الى الهروب من الواقع والدخول الى عالم افتراضي غير ماهو موجود على ارض الواقع والعيش في عالم خيالي حيث جاءت الأجوبة بأن نسبة 44.9% موافق بالمرتبة الأولى وحازت الفقرة أوافق بشدة على المرتبة الثانية وبنسبة 35.1%. بينما حازت الفقرة محايد على المرتبة الثالثة 10.8%، والفقرة الرابعة لا أوافق على المرتبة الرابعة بنسبة 8.6%، أما الفقرة الخامسة لا أوافق بشدة لم تحز على نسب وتكرارت، وهذه النتائج تتطابق مع ما نلاحظه في حياتنا اليومية من خلال ملاحظة سلوك الشباب في الحياة الطبيعية، كما تؤكد تأثير القوة الناعمة في الإعلام على المستخدم من خلال الإدمان على الإنترنت وجعلهم غير قادرين على التمكن من أداء واجباتهم وبالتالي إصابتهم بالخمول والكسل.

15: استخدم وسائل التواصل الاجتماعي لمشاهدة المشاهد المغربية.

185 responses



الشكل (15) يوضح إجابة المبحوثين على السؤال مدى اتفاق المبحوثين على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لمشاهدة المشاهد المغربية، حيث جاءت الأجوبة بأن نسبة 49.2% لا اوافق بالمرتبة الأولى وحازت الفقرة أوافق على المرتبة الثانية وبنسبة 35.7% .

بينما حازت الفقرة محايد على المرتبة الثالثة 7.6%، والفقرة الرابعة أوافق بشدة والفقرة لا أوافق بشدة حصلت بالتساوي على المرتبة الرابعة بنسبة 3.8%، وهذه النتائج تؤكد تأثير القوة الناعمة في الإعلام سلباً على المستخدم على الرغم من تفوق الفقرة لا اوافق على الإجابات الأخرى إلا أن نسبة استخدام الشباب لهذا الغرض ليست قليلة.

الجدول (1) يوضح تأثير الاعلام ومواقع التواصل الاجتماعية على الطلبة

المرتبة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لا أوافق بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة		السؤال
			%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
1	0.88	4.05	0.5	1	5.9	11	15.7	29	43.8	81	34	63	أثر الاعلام والمواقع الاجتماعية سلباً على الفرد من خلال تقليد المشاهير والشخصيات الاجنبية
1	0.92	4.05	0.5	1	8.6	16	10.8	20	44.9	83	35	65	إدمنت استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للهروب من الواقع
2	0.97	3.85	0.5	1	11.4	21	18.4	34	41.6	77	28	52	أثر مواقع التواصل الاجتماعي سلباً على

													تكايف الأسرة
3	1.08	3.29	3.8	7	21.6	40	33	61	25.9	48	15.7	29	أدى استخدامي لمواقع التواصل الاجتماعي الى انشغالي عن الأسرة
4	1.18	2.90	10.3	19	34	63	21.6	40	23.2	43	10.8	20	لا أستطيع العيش دون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يوميًا
5	1.06	2.86	3.8	7	49.2	91	7.6	14	35.7	66	3.8	7	استخدم وسائل التواصل الإجتماعي لمشاهدة المشاهد المغربية.
6	1.15	2.85	7.6	14	42.2	78	17.8	33	22.2	41	10.3	19	أدى استخدامي لمواقع التواصل



### استنتاجات البحث:

#### الاستنتاجات النظرية:

- استنتجت الدراسة أهمية الإعلام كجزء من القوة الناعمة.
- يؤثر الإعلام كقوة ناعمة في تشكيل الاتجاهات السياسية والاجتماعية ولاننسى قوة وتأثير وسائل الإعلام في تشكيل وتوجيه الرأي العام.
- تؤثر وسائل الإعلام الموجه كقوة ناعمة سلباً على الاقتصاد الوطني من خلال الترويج للاستثمار الأجنبي وتعزيزها بالإضافة الى الترويج للمنتجات والخدمات الأجنبية ويعمل على تعزيز الاقتصاد الأجنبي، عن طريق السيطرة على وسائل الإعلام واحتكار كبريات الشركات العالمية للفضاء الاتصالي.
- أثر الإعلام كقوة ناعمة سلباً على الشباب من خلال الغزو الثقافي وتشكيل تصوراتهم في خلق واقع خيالي عن البلدان المتقدمة، مما أدى الى تشجيع الهجرة الغير شرعية عند الشباب.
- أثرت وسائل التواصل الاجتماعي والإعلام الحديث كقوة ناعمة سلباً على الشباب في اضمحلالهم وعدم الثقة بالنفس مقارنة بالشباب الأجانب، لما يتمتعون به من نفوذ ورفاهية يفترها الشباب في الدول النامية.

#### استنتاجات البحث العملية:

- استنتجت الدراسة أثرت مواقع التواصل الاجتماعي كقوة ناعمة الى على اشباب من خلال ارتفاع نسبة استخداما لدى الشباب الجامعي وانخفاض نسبة التعرض لوسائل الإعلام التقليدي.
- استنتجت الدراسة بأن أثرت مواقع التواصل الاجتماعي كقوة ناعمة سلباً على الشباب وذلك لترتيب أولوياتهم من استخدام تلك المواقع للتسلية وقضاء أوقات الفراغ بدلاً من اهتمامات معرفية.
- أثرت وسائل الإعلام كقوة ناعمة سلباً على العلاقات الأسرية عند الشباب حيث أدى الى أنشغاله عن الأسرة وأهماله لهم.
- أثرت القوة الناعمة لوسائل التواصل الاجتماعي سلباً على الشباب من خلال تقليد المشاهير والشخصيات الأجنبية الذي لا يتناسب سلوكهم مع معايير مجتمعنا.
- أثرت القوة الناعمة لوسائل التواصل الاجتماعي سلباً على الشباب حيث جعل الشباب ان يعيش في واقع افتراضي هارياً من واقعه ورافضاً له.
- أثرت القوة الناعمة لوسائل التواصل الاجتماعي على الشباب من حيث استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لمشاهدة المشاهد المغرية.

## التوصيات:

- على الدولة والجهات المعنية توجيه النظر نحو مستقبل دور الإعلام كقوة ناعمة لتسخيرها في خدمة الوطن.
- العمل على تعزيز وعي الشباب بقدرتهم على تقييم واستيعاب المحتوى الإعلامي بشكل نقدي، لمعرفة ماورائه وتشجيعهم على اتخاذ قرارات مستنيرة ومسؤولة استناداً إلى تحليل شامل ومتوازن.
- استثمار الإعلام كقوة ناعمة لرفع الروح المعنوية لدى الشباب لإزدياد ثقتهم بالنفس وانتمائاتهم الوطنية .

## المصادر والمراجع:

1. بثينة مهيرة، أثر القوة السيبرانية الناعمة لشبكات التواصل الاجتماعي على المجتمعات العربية وسبل التصدي لها، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، القسطنطينية الجزائر، مجلة أقلام، مج1، العدد1.
2. زهراء حرز الله، الحرب الناعمة قوة جديدة من الأمني والسلاح المدنية والميديا الجديدة المفاهيم والإشكاليات والمقاربات، جامعة عمار ثلجي الاغواط، الجزائر، مجلة أقلام، مج1، العدد1.
3. علي جلال معوض، مفهوم القوة الناعمة وتحليل السياسة الخارجية، مكتبة الأسكندرية مركز الدراسات الاستراتيجية مصر، 2019.
4. اياد خلف عمر الكعود، استراتيجية القوة الناعمة ودورها في تنفيذ اهداف السياسة الخارجية الأمريكية في المنطقة العربية، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، 2016.
5. نيثان غردلز و مايك ميدافوي، الاعلام الأمريكي بعد العراق حرب القوة الناعمة، ت: بثينة الناصري، المركز القومي للترجمة العدد 2065، 2015.
6. طابية ساعد، الدبلوماسية الأمريكية في الشرق الأوسط بع 11 سبتمبر، رسالة ماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر كلية العلوم والإعلام قسم العلوم السياسية والعلاقات الدولية، 2011-2012.
7. جوزيف س ناي، القوة الناعمة وسيلة النجاح في السياسة الدولية، ت. محمد توفيق البجيرمي، مكتبة العبيكان، المملكة العالبية السعودية، 2007.
8. اسماء أحمد جودة الإبيهي، دور وسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي بمخاطر الإرهاب دراسة ميدانية، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية.
9. حسن عماد المكاوي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط11، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2014.
10. مي عبد الله، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، بيروت، 2010، ص289.
11. أحمد جاسم مطرود، دور المؤسسة الإعلامية في نشر ثقافة التسامح، مجلة جامعة بابل العلوم الانسانية، المجلد23، العدد4، 2015
12. احمد زكريا احمد، نظريات الاعلام، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، المنصورة، 2009.
13. ساعد ميمون مراتي، استخدام الطلبة الجامعيين موقع فيسبوك للحصول على الأخبار .جزائر: دار القسطنطينية للنشر والطباعة، 2020 .

14. جمعة سعيد التهامي، استراتيجية مقترحة لتوظيف التعليم العالي في تدعيم القوة الناعمة في مصر لمواجهة الغزو الفكري، مجلة كلية التربية، العدد الثالث، 2017.
15. محمد الحيلة، أثر الاستخدام المنزلي للإنترنت في التحصيل الدراسي لمستخدميه، مصر، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، 2000.
16. رائد فاضل محمد الحسني وعلي جاسم التميمي، مقييس القوة الناعمة في القرن الواحد والعشرين، المجلة السياسية الدولية، 2022، 53.

### Sources and references:

1. Buthaina Mahira, The Impact of Soft Cyber Power of Social Networks on Arab Societies and Ways to Address It, Prince Abdul Qadir University of Islamic Sciences, Constantinople, Algeria, Aqlam Magazine, Volume 1, Issue 1.
2. Zahraa Harzallah, Soft War: A New Force of Security, Civilian Weapons, and New Media, Concepts, Problems, and Approaches, Ammar Thilighi University of Laghouat, Algeria, Aqlam Magazine, Volume 1, Issue 1.
3. T. Camber Warren, Not by the Sword Alone: Soft Power, Mass Media, and the Production of State Sovereignty, <https://www.jstor.org/stable/43282097>
4. Aleksandrina V. Mavrodieva et al, Role of SocialMedia as a Soft Power Tool in Raising Public Awareness and Engagement in Addressing Climate Change, Published: 21 October 2019, <https://www.mdpi.com/2225-1154/7/10/123>
5. Alla L. Popova, et-al, The Role of Social Media in Implementing the Concept of “Soft Power” [file:///C:/Users/Windows%20Dunya/Downloads/125970838%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Windows%20Dunya/Downloads/125970838%20(1).pdf)
6. Ali Jalal Moawad, The Concept of Soft Power and Foreign Policy Analysis, Library of Alexandria, Center for Strategic Studies, Egypt, 2019, p. 17.
7. Iyad Khalaf Omar Al-Kaoud, Soft Power Strategy and its Role in Implementing the Objectives of American Foreign Policy in the Arab Region, Master’s Thesis, Middle East University, 2016, p. 24
8. Nathan Gerdels and Mike Medavoy, American Media after Iraq, the Soft Power War, published by: Buthaina Al-Nasiri, National Center for Translation, Issue 2065, 2015, p. 23.
9. Tayba Saed, American diplomacy in the Middle East after September 11, Master’s thesis in Political Science and International Relations, University of Algiers, Faculty of Science and Media, Department of Political Science and International Relations, 2011-2012, p. 11.
10. LI Anshan, Soft Power and the Role of Media A Case Study of PKU African Tele-Info (Draft), Peking University, <https://www.cmi.no/file/2655-.pdf>
11. Margarita Jaitner, Exercising Power in Social Media, A Study of Hard and Soft Power in the Context of Russian Elections 2011@2012. P.13.
12. Mahmoud Kaleem, The Impact of the Use of Soft Power in Social Media on Public Diplomacy for International Co-existence, International Journal of Membrane Science and Technology, 2023, Vol. 10, No.3, pp. 372.
13. Joseph S. Nye, Soft Power as a Means of Success in International Politics, ed. Muhammad Tawfiq Al-Bujairmi, Obeikan Library, Kingdom of Saudi Arabia, 2007, p. 29.
14. Asmaa Ahmed Judah Al-Ibshihi, The role of new media in developing awareness of the dangers of terrorism, a field study, Journal of Media Research and Studies, p. 177.
15. Chris Drew, Soft Power: Examples And Definition <https://helpfulprofessor.com/soft-power-examples>
16. Barbara Háberová <https://www.iir.cz/social-media-as-new-source-of-soft->, University of Matej Bel, 27.3.2019.

17. Hassan Imad Al-Makkawi and Laila Hussein Al-Sayed, *Communication and its Contemporary Theories*, 11th edition, Egyptian Lebanese House, Cairo, 2014, p. 280.
18. Mai Abdullah, *Communication Theories*, Arab Renaissance House, Beirut, 2010, p. 289.
19. Ahmed Jassim Matrud, *The role of the media institution in spreading the culture of tolerance*, *Babylon University Journal of Human Sciences*, Volume 23, Issue 4, 2015.
20. Ahmed Zakaria Ahmed, *Media Theories*, Modern Library for Publishing and Distribution, Mansoura, 2009, p. 253.
21. Barbara Háberová <https://www.iir.cz/social-media-as-new-source-of-soft->, University of Matej Bel, 27.3.2019.
22. Maimoun Marati helped university students use Facebook to get news. *Algeria: Constantinople Publishing and Printing House*, 2020, p. 111.
23. Gomaa Saeed El-Tohamy, *A proposed strategy for using higher education in strengthening soft power in Egypt to confront intellectual invasion*, *College of Education Journal*, third issue, 2017, p. 237.
24. Muhammad Al-Hila, *The Impact of Home Use of the Internet on the Academic Achievement of its Users*, Egypt, Arab Organization for Education, Culture and Science, 2000, pp. 35-37
25. Raed Fadel Muhammad Al-Hassani and Ali Jassim Al-Tamimi, *Moqlees Soft Power in the Twenty-First Century*, *International Political Review*, 53, 2022, p. 465.