

Exposure of Iraqi youth to digital media and the Satisfaction Achieved it: a field Study.

تعرّض الشباب العراقي لوسائل الإعلام الرقمي والاشباعات المتحققة منها: دراسة ميدانية.

Ahmed Yassin Abid^{*1},
Prof. Dr. AQEEL Hayis Abdolgafoor^{*2}
University of Anbar - College of Arts -
Department of Media^{1* + 2*},

احمد ياسين عبد حنتوش^{*١}
أ.م.د عقيل هائيس عبد الغفور^{*٢}
جامعة الأنبار - كلية الآداب - قسم الإعلام^{٢*، ١*}

ABSTRACT

This research investigates the patterns of Iraqi youth exposure to digital media, highlighting the psychological dimensions often overlooked in relation to the formation of social values. With the widespread use of mobile phones, daily interaction with digital platforms has become a significant part of youth culture. The study aims to examine both the habits and motivations behind this media consumption. Utilizing a descriptive approach and a survey methodology, data were collected from a sample of 450 respondents in Baghdad. Results indicate that the primary motivation for using digital media was “exploring the wider world” (91.2%), followed by “learning new useful things” (89.77%), and “entertainment” (89%). The findings underscore the need to consider psychological and value-based impacts in studies of digital media use among youth.

الخلاصة

تناول البحث التعرف إلى كيفية تعرض الشباب العراقي لوسائل الإعلام الرقمي والتي أخذت تتنامى بشكل واسع دون التطرق بشكل كافٍ إلى الجوانب النفسية وتأثيرها على بناء القيم الاجتماعية في ضوء تعرضهم اليومي عن طريق الهواتف المحمولة ، ومن هذا المنطلق فإن هذه الدراسة لها أهمية وتحقيق اهداف عدة، منها رصد عادات تعرّض الشباب العراقي لوسائل الإعلام الرقمي، والتعرف على دوافع استخدام الشباب العراقي لوسائل الإعلام الرقمي أيضاً، ويصنف هذا البحث ضمن البحوث الوصفية وبالاعتماد على المنهج المسحي وذلك عن طريق الاستبانة، إذ بلغت حجم العينة (٤٥٠) مبحوث من مدينة بغداد، وتوصل البحث الى أنّ من دوافع تعرض الشباب لوسائل الإعلام الرقمي كانت في المرتبة الأولى هي (الاطلاع على العالم الواسع) وبنسبة (٩١.٢%)، بينما جاء دافع (تعلم أشياء جديدة مفيدة) بالمرتبة الثانية وبنسبة (٨٩.٧٧%)، ثم (الترفيه والتسلية) في المرتبة الثالثة وبنسبة (٨٩%).

الكلمات المفتاحية:

الإعلام الرقمي، الشباب العراقي، الاشباعات المتحققة، تعرّض، واتساب.

Keywords:

Digital Media , Iraqi youth , Satisfaction Achieved , Exposure , Whatsup.

Received

استلام البحث

2/4/2025

Accepted

قبول النشر

12 /7/2025

Published online

النشر الإلكتروني

15/9/2025

*Corresponding Author Email : * ahm22a5003@uoanbar.edu.iq aqeel.hayis@uoanbar.edu.iq



المقدمة:

أصبح الإعلام الرقمي في عصر التحول الرقمي والتطور التقني جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية للفرد، إذ يتيح له الوصول الفائق الى المعلومات والأحداث اليومية وكذلك يسهم في تشكيل الرأي العام والتأثير على السلوك العام للفرد أيضاً، وهذا كله يحدث عبر منصات التواصل الاجتماعي والإعلام الرقمي الحديث، إذ أصبح للإعلام الرقمي قدرة كبيرة على التأثير في الكثير من مجالات الحياة منها النفسية والعقلية والصحية، إذ تشكل هذه الظاهرة الحديثة تحدياً أمام المجتمعات، خاصة في ظل غياب الوعي حول مخاطر وتأثير هذا النوع على الصحة العقلية والنفسية ولا سيما الشباب العراقي تحديداً، إذ تهدف هذه الدراسة الى استكشاف العلاقة بين الإعلام الرقمي والاشباعات المتحققة منه فضلاً عن طريق تسليط الضوء عن كيفية استخدام هذه الوسائط و دراسة الآثار المحتملة على سلوك الشباب وعلى صحتهم النفسية أيضاً، وكذلك الوصول الى بعض الحلول التي من الممكن أن تقلل من التعرض وزيادة الوعي ونشر المعلومات للجمهور للوصول الى بر الأمان.

المبحث الأول: منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث

أنّ مشكلة البحث في هذه الدراسة تتعلق بوسائل الإعلام الرقمي والاشباعات المتحققة منها بين فئات الشباب العراقي المختلفة، وان مشكلة البحث تدور حول رصد عادات تعرض الشباب العراقي لوسائل الإعلام الرقمي وما دوافع استخدام الشباب العراقي لوسائل الإعلام الرقمي.

ثانياً: أهمية البحث

تكمن أهمية هذا البحث في ثلاثة اقسام وهي كالآتي:

١ - **الأهمية النظرية:** يمثل البحث اضافة علمية بموضوع تعرض الشباب لوسائل الاعلام الرقمي والاشباعات المتحققة منها، لأنها انتشرت بصورة واسعة حديثاً وبدأت بالتداول في النقاشات الدولية والاقليمية والمحلية كونها تؤدي الى الإخلال في الاستقرار الاجتماعي لدى الشباب داخل المجتمع.

٢ - **الأهمية المجتمعية:** إنّ الأهمية التي يقدمها البحث تظهر عن طريق أهمية العينة المجتمعة وما يمثلون من أهمية في هذا المجتمع وهم الشباب العراقي فأن الباحث يريد ان يأخذ وجهة نظر هذه الفئة ومعرفة ما هي الاشباعات المتحققة من وسائل الإعلام الرقمي وتأثيرها على الشباب من أجل وضع بعض المقترحات والحلول لهذه الظاهرة.

ثالثاً: أهداف البحث

يسعى البحث الى تحقيق أهداف عدة، وكالآتي:

- ١ - رصد عادات تعرض الشباب العراقي لوسائل الإعلام الرقمي.
- ٢ - التعرف على دوافع استخدام الشباب العراقي لوسائل الإعلام الرقمي.
- ٣ - قياس مدى ثقة الشباب العراقي بوسائل الإعلام الرقمي.

رابعاً: مجالات وحدود البحث:

- ١ - **المجال المكاني:** اختار الباحث مدينة بغداد العاصمة مجالا جغرافيا للدراسة، وذلك لكون مدينة بغداد العاصمة، كما أنها تمثل أكبر المدن العراقية من إذ عدد السكان.
- ٢ - **المجال الزمني:** استغرق العمل الميداني الذي قام به الباحث في تصميم الاستمارة وتوزيعها على الشباب العراق واسترجاعها بمدة شهر واحد وهي المدة الواقعة بين ٢٨ / ٦ / ٢٠٢٤م الى ٢٧ / ٧ / ٢٠٢٤م.

٣- **المجال البشري:** يتمثل المجال البشري في الشباب العراقي من سكان مدينة بغداد من الذكور والإناث، والسبب في ذلك يعود الى أن معظم سكان مدينة بغداد يمثلون المجتمع العراقي.

خامساً: مجتمع البحث والعينة:

يتكون مجتمع البحث من مستخدمي وسائل الإعلام الرقمية من جمهور الشباب العراقي في مدينة بغداد، وحددت العينة الأساسية للبحث بمقدار (٤٥٠) مفردة من الشباب العراقي في مدينة بغداد المركز، وقد تم اختيار العينة المتاحة المتوفرة في إطار نوع العينات غير الاحتمالية.

سادساً: نوع البحث ومنهجه و أدواته:

اعتمدنا في بحثنا هذا على المنهج المسحي كونه المنهج الأفضل وفق المنهج الوصفي، للوصول الى أدق وصف للمشكلة؛ والحصول على البيانات اللازمة والمهمة وتحليلها بأفضل درجة من الدقة وتحليلها وتصنيفها من اجل الخروج بالنتائج المطلوبة واعتمد الباحث أيضاً عند دراسته وجمع البيانات الخاصة بموضوعه على أسلوب الاستبانة وذلك عن طريق استمارة الاستبانة والتي تعد أداة أصيلة في جمع المعلومات والتي اشتملت على المتغيرات والأسئلة التي تجيب على فرضيات وأسئلة البحث.

سابعاً: المفاهيم والمصطلحات:

١ - **الشباب:** هم أفراد المجتمع الذين تمتد اعمارهم ما بين ١٥ الى ٣٠ عام، وتنقسم هذه المرحلة الى نصفين بحسب الخصائص الاجتماعية والنفسية التي تميزها، وهي مرحلة المراهقة المتأخرة والتي تمتد من ١٥ وحتى ٢١ عام، ومرحلة الرشد التي تمتد من ٢٢ الى ٣٠ عام وهي المدة التي يكون فيها الشاب قد اجتاز التعليم والبدء بمرحلة مختلفة من حياته.^(١)

٢ - **الإعلام الرقمي:** هو الإعلام المعتمد على التكنولوجيا الرقمية مثل مواقع الويب، ويوظف الفيديو والصوت والنصوص وغيرها وعلى هذا فهو العملية الاجتماعية التي يتم فيها الاتصال عن بعد بين أطراف يتبادلون الأدوار في بث الرسائل المتنوعة واستقبالها عن طريق النظم الرقمية ووسائلها لتحقيق أهداف معينة ويشمل كل وسائل الإعلام التي تعمل بالنظم الرقمية بما فيها التلفزيون التفاعلي وغير التفاعلي الذي يستخدم النظم الرقمية في إنتاج وبث المضامين الإعلامية.^(٢)

ثامناً: دراسات سابقة:

١ - **دراسة الياس وعبد العزيز (٢٠٢٣م)** ^(٣): هدفت الدراسة الى التعرف على ظاهرة المخدرات الرقمية للمجتمع الجزائري وتداعيتها على الشباب والتوصل الى أهم الأسباب والعوامل الدافعة لتعاطي المخدرات الرقمية لدى الشباب والكشف عن الأضرار التي تنتج عن تعاطي هذه المخدرات وسط الشباب الجزائري، ومن ثم الكشف عن الأساليب الوقائية والعلاجية وإيجاد الحلول المهمة لمكافحة هذه الظاهرة الرقمية عند الشباب الجزائري، وكانت عينة الدراسة التي لجأ اليها الباحث هي العينة المقصودة وهي انتخاب عينة من القنوات التي تناولت موضوع البحث (Youtube) بعد إجراء البحث الشامل لأغلب القنوات الجزائرية والتي عرضت ظاهرة المخدرات الرقمية فكانت العينة عبارة عن ١٣ فيديو لكل القنوات، وقد خرجت الدراسة بعدد من النتائج منها: إن المخدرات الرقمية وظيفتها كموسيقى أو ذبذبات أو نغمات أو ترددات مختلفة عبر الأذن، وتعد نوعاً جديداً من الإدمان غير التقليدي ولها أنواع تحاكي في مفعولها المخدرات التقليدية ولكنها الكترونية، ولها أخطار وآثار تترتب عليها، وتؤدي الى الهروب من المشاكل

(١) ماجد رحيمة الحلفي، نظرة الشاب العراقي الى المستقبل في ظل الظروف الراهنة التي يمر بها البلاد، بحث منشور في مركز البحوث العلمية، العراق، جامعة ميسان، المجلد ٣١، العدد ١، ٢٠٢٠م، ص ٥٢.

(٢) حسنين شفيق، الإعلام الجديد والجرائم الالكترونية، (مصر: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠١٥م)، ص ٢٩.

(٣) حسناوي الياس، حفظ الله عبد العزيز، المخدرات الرقمية عبر الشبكة العنكبوتية، دراسة تحليلية لأثر الإدمان الرقمي على الشباب، رسالة ماجستير غير منشورة، الجزائر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، ٢٠٢٣م.

العائلية ذات الجو المشحون داخل العائلة لولوجهم الى عالم الإنترنت الذي يلجأ بهم الى العزلة في ظل الترويج المجاني لمواقع المخدرات الرقمية، وتبين إن تعاطي هذه المخدرات لها آثار نفسية وعقلية وجسدية واجتماعية أيضاً وهي الاكتئاب والإحساس بالراحة والنشوة و تقلبات المزاج وتشنجات عضلية ونقص في حاسة السمع والصراخ اللاإرادي والسكتة القلبية والدماغية والوفاة، كذلك عدم توازن العقل وتأثيرها على الجهاز العصبي، وتوصلت الى أن هنالك علاقة بين المخدرات وانحراف الشباب أيضاً وهي الإحساس بالنشوة مثلها التي تحاكي المخدرات التقليدية.

١ - دراسة صالح (٢٠١٦م)^(١): هدفت الدراسة الى التعرف على مدى تعرض الشباب الجامعي في مصر لمخاطر المخدرات الرقمية والتي يتصفحها هؤلاء عن طريق المواقع الالكترونية والتي تهتم بهذه الظاهرة وذلك ضمن إطار تطبيق فرضيات نظرية تأثير الشخص الثالث، وجاءت النتائج التي توصل اليها الباحث هي كالآتي: أشارت نتائج الدراسة بأن ٩٥% من هؤلاء الشباب يركزون على اللجوء بتصفح تلك المواقع الالكترونية التي تهتم بهذه الظاهرة منهم ٤٥% يتصفحونها أحياناً، و ٢٥.٥% يتصفحونها نادراً و ٢٤.٥% دائماً و ٥% لا يتصفحونها، وجاءت هذه النتيجة بأن أبرز المواقع التي يتصفحها هي الخاصة بالمخدرات ثم تليها الدرجة الثانية هو اليوتيوب ومن ثم تويتر في المركز الثالث، و أشارت النتائج أيضاً بأن ٩٣.٣% من الشباب الجامعي المصري لديهم اطلاع ومعرفة كافية حول ظاهرة المخدرات الرقمية ويقابلها نسبة ٦.٧% فقط ليس لديهم اطلاع حول هذه الظاهرة.

المبحث الثاني: وسائل الإعلام الرقمي:

شهد العالم أجمع في النصف الثاني من القرن العشرين العديد من التطورات التقنية الحديثة مشهداً جديداً في سوق الإعلام الجديد والذي يطلق عليه (الإعلام الرقمي) إذ جعل العالم كله عبارة عن قرية كونية صغيرة بين متناول اليد وبفضل وسائله وخدماته المتقدمة جداً في عمق التطور الغى هذا التقدم الحواجز بين المرسل والمتلقي.

والإعلام الرقمي هو الشكل الجديد للإعلام المعتمد على وسيط واحد هو الانترنت والوسائل الرقمية والتقنيات الحديثة في نقل المادة الإعلامية والتواصل مع الجمهور بدلاً من الاعتماد على الورق والأقمار الصناعية المعتمدة في الإعلام التقليدي، إذ أن الإعلام الرقمي هو عرض البيانات والمعلومات المكتوبة والمرئية والمسموعة عبر الانترنت وعن طريق الشاشات والأجهزة الرقمية (الحاسوب) والهاتف المحمول.

أولاً: نشأة الإعلام الرقمي

إن نشأة الإعلام الرقمي قد تقدّم بخطوات، واحدة تلو الأخرى بعد مراحل تطور الشبكة العنكبوتية (الإنترنت) وتوسعت استخدامات هذه الشبكة وقد ظهرت بوابرها مع ظهور الإنترنت عام ١٩٦٩م في الولايات المتحدة الأميركية، عندما قام مجموعة من الباحثين من جامعة كاليفورنيا وبأمر وزارة الدفاع نحو تجربة علمية هدفها ربط جهاز حاسوب الي في مدينة لوس أنجلوس بجهاز ثاني داخل مدينة متلوبيارك بواسطة خط الهاتف، بأن تكون مقدرة الجهازات بالعمل معاً، وهذه التجربة كانت جزء من متطلبات إيجاد هذه الشبكة وتستمر حتى في حالة وجود هجوم نووي لذا حققت هذه التجربة والأبحاث القاعدة الأساسية لشبكة المعلومات العالمية والتي بدأت

(١) صالح العراقي، تعرض الشباب الجامعي المصري للمواقع الالكترونية التي تهتم بقضايا المخدرات وعلاقتها بإدراكهم لمخاطر إدمان المخدرات الرقمية في إطار تطبيق نظرية تأثير الشخص الثالث، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، جامعة الزقازيق، مصر، ٢٠١٦م.

خدماتها الفعلية سنة ١٩٨٥م^(١)، وبذلك قد تطورت خدمة المنشأة العسكرية الى الجامعات، وفي عام ١٩٨٦م أصبحت الاتصالات جارية بين الباحثين والمستخدمين في العالم وصار الانتشار السريع والواسع على الصعيد العالمي، وإمكانية استخدام الشبكة لنشر المعلومات وانتشارها بمعدل سريع جداً وكان من المتوقع في عام ٢٠٢٠م سيتصل الانترنت بكاملة الخبرة البشرية المتراكمة لهذا الكوكب وهي المعرفة والحكمة اللتان تراكمتا على مدى خمسة آلاف عام من التاريخ الإنساني المكتوب.^(٢)

ثانياً: أهمية الإعلام الرقمي: يلعب الإعلام الرقمي دوراً مهماً ورئيساً في حياة المجتمعات وقد يكون دوره سلبياً أو إيجابياً حسب الطريقة التي يستخدم فيها، ومن أهم هذه الأدوار التي يقوم بها كالآتي^(٣):

- ١- تبادل المعلومات بين الناس بشكل سريع.
 - ٢- يساعد في ازدهار الأعمال والنشاطات التجارية وذلك بسبب توفيره الجهد والوقت والمال.
 - ٣- يسهل عملية التفاعل بين التواصل وتواصلهم مع بعضهم عن طريق تضيق المسافات.
 - ٤- يعزز التفاهم بين المجتمعات وتجاوز الحدود بين البلاد.
 - ٥- يساعد في إيصال اصوات الناس وقت الأزمات والقضايا الإنسانية وكذلك العالمية.
 - ٦- توفير المرونة وتعزيز الإنتاجية للعامل وأصحاب العمل لإنجاز اعمالهم.
 - ٧- سهّل العملية التعليمية واكتشاف العقبات التي تقف في طريق العلم وتذليلها.
- ثالثاً: اقسام الإعلام الرقمي:** إذ يمكن تقسيم الإعلام الرقمي الى أربعة أقسام، منها^(٤):

• **الإعلام الرقمي القائم على شبكة الانترنت وتطبيقاتها Internet Applications**، وهو جديد كلياً وبصفات ومميزات غير مسبوقة وينمو بسرعة وتتولد عنه مجموعة تطبيقات لا حصر لها.

• **الإعلام الرقمي القائم على الأجهزة المحمولة**، من أجهزة قراءة الكتب والصحف والمقالات وغيرها، وكذلك ينمو بسرعة وتنشأ منه أنواع من التطبيقات والأدوات المحمولة، منها المساعدات الرقمية وأجهزة الهاتف المحمول وغيرها.

• **النوع القائم على منصة الإعلام التقليدي كالراديو والتلفزيون**، وكذلك أضيفت اليها ميزات جديدة مثل (التفاعلية، والرقمية، والاستجابة للطلب).

• **الإعلام القائم على منصة الكمبيوتر**، يتم تداول هذا النوع من خلال مجموعة متنوعة من طرق الحفظ (مثل الأقراص المضغوطة وغيرها) او طرق الحفظ عبر الإنترنت، ويتضمن العروض المرئية والعباب الفيديو والكتب الالكترونية وما الى ذلك.

(١) ماهر عودة الشمائلة وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، (عمان: دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، ٢٠١٤م) ص ص ١٧-١٨.

(٢) بن ابراهيم محمد، استخدام تكنولوجيايات الاتصال الحديثة في التعليم الجامعي، رسالة ماجستير غير منشورة، الجزائر، جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم، ٢٠١٥م، ص ٤٧.

(٣) شيماء وفاد، مفهوم الاعلام الرقمي، مقال منشور على الانترنت عن طريق موقع موضوع، وعبر الرابط الآتي <https://mawdoo3.com/>، تمت الزيارة بتاريخ ١١/١/٢٠٢٣م، ١٨:١٠ مساءً.

(٤) حسنين شفيق، الإعلام الجديد والجرائم الالكترونية، (مصر: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠١٥م) ص ٣٥.

رابعاً: خصائص الإعلام الرقمي : لو بحثنا اليوم عن ما أحدثته التقنية الحديثة في عالمنا الحالي من تطورات هائلة متمثلة بالحاسوب والانترنت والأقمار الصناعية وما نشأ عنها من تطبيقات لأمكننا أن نستخلص جملة من الخصائص والسمات التي تحدد ملامح مرحلة ما بعد ظهور الانترنت، يمكننا أن نلخص تلك الخصائص^(١) :

١- **رقمنة الوسائل:** إن التكنولوجيا المستخدمة في الإعلام المعاصر هي التكنولوجيا الرقمية ؛ لأن أي إعلام لا يعتمد على هذه التكنولوجيا فإنه يصنف تقليدي، لأن أنظمة الحاسوب وأجهزة الطباعة التي تستخدمها تلك المؤسسات وأجهزة البث البصري والسمعي في المحطات والقنوات وحتى شبكات الهاتف المحمول لا تقوم إلا على هذه التكنولوجيا الرقمية؛ لأنها أصبحت عنصراً رئيسياً^(٢) ، لواقع هذا العصر، وأن استخدام التقنيات الرقمية في الإعلام يعني هو جودة الطباعة و وضوح ونقاء الصوت والصورة في البثين الإذاعي والتلفزيوني والجوال والانترنت، طالما لم تجابه بعمليات تشويش.^(٣)

٢- **التفاعلية:** في الإعلام التقليدي المرسل لا يبالي كثيراً لرد فعل المتلقي، ولا يقيم لرأيه وزناً، وفي واقع حال الصحافة التقليدية فإن حراس البوابة اعتادوا على اختيار ما يوافق سياسة الصحيفة التي يعملون بها، وفي الإذاعة والتلفزيون يقطع أي رأي على الهواء إذا تعارض مع وجهة نظر المؤسسة، على عكس ما نراه في الإعلام الرقمي إذ اضطرت المؤسسات الى قبول الآراء وردود الأفعال في ظل تزايد أعداد المؤسسات الإعلامية ومنها الرقمية، الأقل تكلفة وأوسع انتشاراً وأكثر جذباً، المتاحة للجميع هي شبكة الانترنت لاحتوائها على مواقع إخبارية وأخرى للتواصل الاجتماعي والهاتف المحمول الذي جمع جميع خصائص وسائل الإعلام.^(٤)

٣- **التنوع المعلوماتي وحرية الاستخدام:** على الرغم من توسع مجال انتشار المعلومات في العصر المعلوماتي، إذ يقدم الإعلام معلومات كثيفة ومتنوعة تتميز بالكم والكيف بصورة غير مسبقة، ويجعلها في متناول يد المتلقين من دون مقابل، سواء كانوا أفراداً او جماعات، إذ يسمح لهم بالتعامل معها في ضوء التفاعل وإبداء الرأي.

٤- **التخزين والاسترجاع بأقصى طاقة:** تتسع هذه الخاصية الحصول على المعلومات واسترجاعها وتحليلها وعرضها في أي وقت، مستفيدة من التقنيات الرقمية والأساليب الفنية في تصويرها وطباعتها وإضافة المؤثرات الحركية والصوت والضوء، لتكون مزيجاً بين الأدوات التي يستخدمها المنتج للرسالة الإعلامية التي يصل بها الى جمهوره، حتى وصلت العملية جميعها الى عملية رقمية ومن ثم التفاعلية.^(٥)

٥- **العالمية:** إن الرسائل المتبادلة بين الجمهور لم تعد حبيسة النطاق الإقليمي أو المحلي، بل توسعت الى نطاق اوسع لتشمل العالم كله، ولم نعد نرى ذلك غريباً بأن نجد أبناءنا ذوي السنوات

(١) امجد صفوري، رستم ابو رستم، الإعلام الرقمي " تطبيقات وبرمجيات ومفاهيم "، (عمان: دار الأيام للنشر والتوزيع، ٢٠٢٣م)، ص ١٢.

(٢) المرجع نفسه، ص ١٣.

(٣) سمر طاهر، الإعلام في عصر العولمة والهيمنة الأمريكية، (مصر: دار نهضة مصر للنشر، ٢٠١١م)، ص ٢٦.

(٤) ابراهيم اسماعيل، الإعلام المعاصر، وسائله، مهاراته، تأثيراته، أخلاقياته، (قطر: وزارة الثقافة والفنون والتراث، ٢٠١٤م)، ص ص ٢٣-٢٤.

(٥) لشهب عائشة، اثر ومخاطر الإعلام الجديد على الشباب في المجتمع الجزائري، الملتقى الدولي حول الإعلام المحلي في الجزائر، ٢٠١٩م، ص ٨.

العشر قد ارتبطوا بصداقات عديدة مع أشخاص يقيمون في بلدان أخرى قد لا نعلم مواقعهم على الخارطة.^(١)

٦- **التوجه نحو التصغير:** وفي ظل هذه الثورة، تتجه وسائل الإعلام الى وسائل صغيرة قادرة على نقلها من مكان الى آخر، بما يتناسب مع الظروف الاستهلاكية في هذا العصر الذي يتميز بكثرة الحركات والتنقلات، على عكس تلك العقود الماضية التي اتسمت بالسكون والثبات، ومن أمثلة هذه الوسائل الجديدة أجهزة تلفزيون الجيب والهواتف المحمولة وأجهزة الكمبيوتر المحمولة المزودة بطابعات الكترونية، والتي تتميز أيضاً بالتناغم بين التصغير وقوة المعلومات وسرعتها. المعالجة تتطور بمعدل لا نهائي.^(٢)

٧- **السرعة او الفورية:** بفضل هذه التقنيات الحديثة والاتصال الفائق، يرى العلماء ان في عام ٢٠٢٦م ستبلغ سرعة الاتصال مستويات يصعب تصورها، وتتيح هذه السرعة فوائد كبيرة وعديدة في الوسط الرقمي والمهني وان سرعة نقل المعلومات وإمكانية توفير الاحتياجات في أي وقت ستجعلان الكون صغيراً جداً.^(٣)

٨- **الديمومة أو الاستمرارية:** والمقصود هو ديمومة واستمرار المنتج الإعلامي بكل انواعه، السمعي والمرئي والمطبوع، لمدة أطول من دون الحاق الضرر به أو التلف، ففي السابق كانت المحطات تحتاج الى مكتبات للأفلام والشرائط ذات مساحات كبيرة واحتاجت المؤسسات الصحفية مخازن للحفاظ على اعدادها السابقة، فكانت المحطات سابقاً تضطر الى التخلص من أقدم الافلام أو الاشرطة بإتلافها من دون إدراك أن القديم هو أكثر أهمية وقيمة وبمثابة كنز وثائقي ومعلوماتي لا يقدر بثمن، أما في الإعلام الرقمي فقد أصبح بالإمكان تخزين المواد في هارد ديسك Hard Disk لا يتجاوز حجمه السنتيمترات وبقاء هذه المادة محفوظة لمئات السنين دون أن تفقد ميزاتها.^(٤)

خامساً: وظائف الإعلام الرقمي: هنالك عدة وظائف للإعلام الرقمي في المجتمعات، منها رئيسية ومنها فرعية، وقد ولد تطور الحاجات السياسية والاقتصادية والاجتماعية للمجتمعات المختلفة وظائف، حددها كل من شرام ولاسويل وهي^(٥) :

١- تجاوز قيود العزلة، إذ يتعامل الفرد لساعات طويلة مع الكمبيوتر الشخصي، بعيداً عن التواصل مع الآخرين في الحقيقة وتجاوز القيود هذه تتم عن طريق الاتصال مع الآخرين بواسطة برامج الحاسوب أو الشبكات.

(١) حارث عبود، مزهر العاني، الإعلام والهجرة الى العصر الرقمي، (عمان: دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م)، ص ٧٣.

(٢) خير الدين حجار خرفان، محاضرات تكنولوجيا الإعلام والاتصال، سنة ثانية اعلام واتصال، ٢٠١٨م، ص ٧٠.

(٣) عبد الامير موييت الفصيل، مؤيد نصيف جاسم، الاندماج الاتصالي في الإعلام الجديد بناء نموذج اتصالي، مجلة الباحث الإعلامي، كلية الإعلام، جامعة بغداد، المجلد ١٠، العدد ٣٩، ٢٠١٨م، ص ٢١٩.

(٤) مي العبدالله وآخرون، اشكاليات التلقي في الاتصال الرقمي، مداخلات المؤتمر الذي نظمته الرابطة العربية للبحث العلمي وعلوم الاتصال، جامعة دهوك، نيسان ٢٠١٩م، ص ٩.

(٥) نسرین حسونة، الإعلام الجديد، المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف، شبكة الالوكة، بحث منشور على الشبكة وعبر الرابط <https://www.alukah.net>، تمت الزيارة بتاريخ ١١/١/٢٠٢٣م، ١٢:١٢ مساءً، ص ١٤.

- ٢- فورية الإعلام وسهولة الاتصال بالمواقع الإخبارية، إذ تتوافر آلاف المواقع الإعلامية الالكترونية التي تقدم الأخبار وتنشر الأحداث والوقائع التي تحدث في بقاع العالم حل وقوعها بشكل سريع وفوري.
- ٣- القدرة على القيام بالتعبئة لتأييد الأفكار التي تنادي بها، مع مناهضة غيرها من الأفكار، إذ يمكن أن تسهم في تكوين رأي عام او عالمي نحو المواقف والقضايا والأفراد في وقت معين.
- ٤- غياب المصادر وتحري المصادقية تسهم في تدعيم وظائف الدعاية، التي تسهم في جانبها السلبي من تحقيق الغزو الثقافي والهيمنة والتبعية الثقافية.^(١)
- ٥- تقديم الكثير من المعلومات، المتعددة والمتنوعة التي تتميز بالضخامة وبشكل غير مسبوق، نتيجة الخصائص التي تتميز بها التكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وأهمها هي سعة التخزين وسهولة اتاحتها في أي وقت.
- ٦- في مجال التعلم عن بعد، نجد أن هنالك توسعاً في استخدام وسائل الإعلام الجديد في التعليم، إذ حققت تقدماً ملموساً في تقديم الخدمة التعليمية.
- ٧- الإعلان والتسويق؛ إذ أصبحت وظيفة التسويق والإعلان تأخذ صدى كبيراً لدى المعلنين، و لاسيما بالنسبة للمواقع التي تحقق نسبة أكبر في الاستخدام والدخول عليها.
- ٨- منع انتشار برامج المسابقات والالعاب على مواقع شبكة الأنترنت أو في البرامج الرقمية التي تعد لهذا الغرض وتناسب فئات ومستويات عمرية عديدة، إذ أسهم الإعلام الرقمي في ذلك من تحقيق وظيفة التسلية والترفيه بجانب ما تقدمه المواقع الإعلامية، والتي تسهم في تحقيق هذه الوظيفة وحاجات جمهور المستخدمين منها.

المبحث الثالث: تعرض الشباب العراقي لوسائل الإعلام الرقمي والاشباكات المتحركة منه

تعد وسائل الإعلام الرقمي اليوم من أبرز الوسائل التي يتعرض لها الشباب في العالم، بما في ذلك الشباب العراقي. شهد العراق، كغيره من الدول، تحولاً كبيراً في استخدام وسائل الإعلام بفضل التطور التكنولوجي وانتشار الإنترنت، مما أتاح وصول الشباب الى كم هائل من المعلومات والمحتوى المتنوع بسرعة وسهولة ويتعرض الشباب العراقي لوسائل الإعلام الرقمي بشكل يومي من خلال الهواتف الذكية، مواقع التواصل الاجتماعي، المدونات، والبلث المباشر، مما يفتح لهم فرصاً جديدة للتفاعل والتواصل. ومع ذلك، فإن هذا التعرض يرافقه تحقيق مجموعة من الإشباكات النفسية والاجتماعية مثل الحاجة الى التواصل الاجتماعي أو بناء الهويات الرقمية أو الحصول على الترفيه والمعلومات وتعزيز مهاراتهم الشخصية.

(١) أماني موصلي، دور الإعلام الجديد في تنمية الوعي السياسي للطلبة الجامعيين، الفيسبوك انموذجاً، رسالة ماجستير غير منشورة، الجزائر، جامعة محمد الصديق بن يحيى، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم علوم الاتصال، ٢٠٢٠م، ص ص ٦٥-٦٦.

النتائج الاحصائية:
أولاً: المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين
١- جنس المبحوثين.

جدول رقم (١) يبين توزيع المبحوثين حسب جنسهم

الجنس	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
ذكور	٢٣٨	٥٢.٨٩%	الأولى
إناث	٢١٢	٤٧.١١%	الثانية
المجموع	٤٥٠	١٠٠%	-

بينت النتائج الخاصة بتوزيع المبحوثين حسب متغير الجنس، أنَّ فئة (الذكور) كانت أعلى نسبة من فئة (الإناث) المشاركين في هذه الاستبانة من عينة البحث بفارق نسبي بين الفئتين مقداره ٥.٥٨% إذ حلت فئة الذكور بالمرتبة الأولى بواقع (٢٣٨) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (٥٢.٨٩%) تلتها بالمرتبة الثانية فئة الإناث بواقع (٢١٢) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (٤٧.١١%).

ومن نتائج الجدول المذكور آنفاً نستنتج أنه غالباً ما يميل الذكور الى استخدام التقنيات والأجهزة الرقمية بشكل أكبر من الإناث، وهذا ما جعل وسائل الإعلام تميل الى إبراز القصص بشكل قد يلفت انتباه الذكور أكثر.

2-السن:

جدول رقم (٢) يوضح توزيع مفردات العينة وفقاً لعمر المبحوثين.

ت	العمر	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	٢٠-٢٩ سنة	٧٨	١٧.٣٣%	الثالثة
٢	٢٥-٢٩ سنة	١٤٧	٣٢.٦٧%	الأولى
٣	٣٠-٢٩ سنة	١١٩	٢٦.٤٤%	الثانية
4	٣٥-٣١ سنة	٥٧	١٢.٦٧%	الرابعة
5	٤٠-٣٦ سنة	٤٩	١٠.٨٩%	الخامسة
	المجموع	٤٥٠	١٠٠%	-

أظهرت نتائج جدول رقم (٢) أن الفئة العمرية من (٢١ - ٢٥ سنة) حلت بالمرتبة الأولى بواقع (١٤٧) تكراراً ونسبة بلغت (٣٢.٦٧%)، وحلت فئة من (٢٦ - ٣٠ سنة) في المرتبة الثانية وسجلت (١١٩) تكراراً ونسبة (٢٦.٤٤%)، في حين جاءت فئة من (١٦ - ٢٠ سنة) في المرتبة الثالثة وحقق (٧٨) تكراراً ونسبة (١٧.٣٣%)، أما فئة من (٣١ - ٣٥ سنة) فقد حلت في المرتبة الرابعة وسجلت (٥٧) تكراراً ونسبة بلغت (١٢.٦٧%)، لتأتي فئة من (٣٦-٤٠ سنة) في المرتبة الأخيرة بواقع (٤٩) تكراراً ونسبة (١٠.٨٩%).

ويتبين من الجدول المذكور آنفاً أن الفئة العمرية من ٢١ الى ٢٥ سنة تعتبر من أكثر الفئات استهلاكاً لمحتوى وسائل الإعلام الالكتروني، وعلة ذلك أنَّ فئة الشباب في هذا العمر هي الأكثر استخداماً للهواتف الذكية والإنترنت، مما يسهل عليهم الوصول الى المحتويات المختلفة وقد تكون

هذه الفئة العمرية أقل وعياً بالمخاطر المرتبطة بوسائل الاعلام الرقمية وتطبيقاتها مما يجعلها أكثر عرضة لتقبل هذه الظواهر.

٣- المستوى التعليمي:

جدول رقم (٣) يوضح توزيع مفردات العينة وفقاً للمستوى التعليمي.

ت	المستوى التعليمي	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	متوسطة	٣٢	٧.١١%	الخامسة
٢	إعدادية	٧٥	١٦.٦٧%	الثانية
٣	دبلوم	٣٦	٨%	الرابعة
٤	بكالوريوس	٢٥١	٥٥.٧٨%	الأولى
٥	دراسات عليا	٥٦	١٢.٤٤%	الثالثة
	المجموع	٤٥٠	١٠٠%	-

بيّنت لنا نتائج جدول رقم (٣) أنَّ عدد أفراد العينة الذين يحملون مستوى (بكالوريوس) احتلوا المرتبة الاولى بواقع (٢٥١) تكراراً ونسبة بلغت (٥٥.٧٨%)، تلاها مستوى (إعدادية) بالمرتبة الثانية بتكرار (٧٥) ونسبة (١٦.٦٧%)، ثم مستوى (دراسات عليا) في المرتبة الثالثة وسجل (٥٦) تكراراً ونسبة بلغت (١٢.٤٤%)، أما مستوى (دبلوم) فقد حلَّ بالمرتبة الرابعة بواقع (٣٦) تكراراً ونسبة بلغت (٨%)، ليأتي مستوى (متوسطة) في المرتبة الخامسة وسجل (٣٢) تكراراً ونسبة بلغت (٧.١١%).

يتبين من الجدول المذكور آنفاً أنَّ حملة شهادة البكالوريوس يمكن أن يكونوا الأكثر تفاعلاً مع وسائل الإعلام الالكترونية ويُعزى ذلك الى أن الأشخاص الحاصلين على درجة البكالوريوس غالباً ما يكون لديهم مستوى عال من التعليم، ويكون لديهم القدرة على المشاركة في المناقشات الاجتماعية والبحث عن المعلومات من مصادر موثوقة، مما يعزز وعيهم حول استخدامات وسائل الاعلام الرقمي.

٤- السكن:

جدول رقم (٤) يوضح توزيع مفردات العينة حسب السكن.

ت	السكن	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	المدينة	٣٦٢	٨٠.٤٤%	الأولى
٢	الريف	٨٨	١٩.٥٦%	الثانية
	المجموع	٤٥٠	١٠٠%	-

يتضح من نتائج جدول رقم (٤) أنَّ في توزيع المبحوثين حسب السكن أن المبحوثين الذين يسكنون المدن أكثر من المبحوثين الذين يسكنون الريف، إذ بلغ عدد المبحوثين المشمولين باستمارة الاستبانة من الذين يسكنون المدينة (٣٦٢) مبحوثاً ونسبة بلغت (٨٠.٤٤%)، في حين بلغ عدد المبحوثين المشمولين باستمارة الاستبانة (٨٨) مبحوثاً ونسبة بلغت (١٩.٥٦%).

ويتضح من الجدول المذكور آنفاً أنَّ الأفراد الساكنين في المناطق الحضرية يتابعون وسائل الإعلام الالكتروني بشكل مكثف ويمكن أن يكونوا أكثر عرضة للتأثر بمحتوى وسائل الاعلام

الرقمي، ويعزى ذلك أن وسائل الإعلام الالكترونية توفر مصادر معلوماتية متعددة يمكن الوصول إليها بسهولة مما قد يؤدي الى تقبلها او محاولة استخدامها، أما في الريف، فقد يكون هناك مستوى أقل من الوعي او الوصول الى هذه المعلومات، مما يجعل الأفراد أقل تعرضاً لتأثيرات وسائل الإعلام الالكترونية كما أن القيم الاجتماعية والثقافية في المجتمعات الريفية قد تسهم أيضاً في تقليل انتشار سلبيات وسائل الاعلام الرقمي مما يمكننا القول إن الأفراد في المناطق الحضرية الذين يتبعون وسائل الإعلام الالكترونية يؤدي الى زيادة فرص تعرضهم لمعلومات أكثر، مقارنة بالأفراد في المناطق الريفية.

٥ - مستوى الدخل:

جدول رقم (٥) يوضح توزيع مفردات العينة وفقاً لمستوى الدخل.

ت	مستوى الدخل	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	منخفض (أقل من مليون)	٢٩٨	٦٦.٢٢%	الأولى
٢	متوسط (من ١-٢ مليون)	١٣٨	٣٠.٦٧%	الثانية
٣	مرتفع (أكثر من مليونين)	١٤	٣.١١%	الثالثة
	المجموع	٤٥٠	١٠٠%	-

بينت نتائج جدول رقم (٥) توزيع مفردات العينة وفقاً لمستوى الدخل، واحتلت المرتبة الاولى فئة (منخفض (أقل من مليون) بواقع (٢٩٨) تكراراً ونسبة بلغت (٦٦.٢٢%)، بينما حلت فئة (متوسط (من ١-٢ مليون)) بالمرتبة الثانية وسجلت (١٣٨) تكراراً ونسبة (٣٠.٦٧%)، أما فئة (مرتفع (أكثر من مليونين)) فقد حلت بالمرتبة الثالثة محققة (١٤) تكراراً ونسبة بلغت (٣.١١%).

ويتبين من المذكور آنفاً أعلاه أن مستوى الدخل المنخفض يمكن أن يلعب دوراً مهماً في كيفية تفاعل الأفراد مع وسائل الإعلام الالكترونية، ويعزى ذلك أن الأفراد من ذوي الدخل المنخفض قد يعتمدون بشكل أكبر على الأجهزة المحمولة والإنترنت للحصول على المعلومات والترفيه وقد يؤدي ذلك الى تعرضهم بشكل أكبر للمحتوى الضار، ويمكن أن تتسبب الظروف الاقتصادية الصعبة في بحث الأفراد عن طرق للهروب من الضغوط النفسية، مما يؤدي الى محاولة استخدام وسائل الاعلام الرقمية كوسيلة للهروب.

ثانياً: عادات وانماط التعرض للإعلام الرقمي:

6- ما أكثر وسائل الإعلام الرقمي التي تستخدمها: -

جدول رقم (٦) يبين أكثر وسائل الإعلام الرقمي التي يستخدمها أفراد عينة الدراسة ن = ٤٥٠.

ت	الوسيلة	دائماً	أحياناً	نادراً	لا استخدمها	الوسط المرجح	الوزن المئوي	المرتبة	الاتجاه
١	المدونات الشخصية	ك	٩٦	١٤٤	١٠٨	١٠٢	٦٣	٩	أحياناً
		%	٢١.٣٣	٣٢	٢٤	٢٢.٦٧			
٢	المنتديات	ك	٨٨	١٢٨	٩٦	١٣٨	٥٩.٢٥	١٠	لا استخدمها
		%	١٩.٥٦	٢٨.٤٤	٢١.٣٣	٣٠.٦٧			
٣	المواقع الالكترونية	ك	١٨٨	١٤٦	٨١	٣٥	٧٧	٤	دائماً
		%	٤١.٧٨	٣٢.٤٤	١٨	٧.٧٨			

٤	المواقع الشخصية	ك	١٧٤	١٤٤	٧٣	٥٩	٢.٩٦	٧٤	٦	دائماً
		%	٣٨.٦٧	٣٢	١٦.٢٢	١٣.١١				
٥	الواتساب	ك	٣٣٧	٦٧	٣٢	١٤	٣.٦٢	٩٠.٥	١	دائماً
		%	٧٤.٨٩	١٤.٨٩	٧.١١	٣.١١				
٦	الفيس بوك	ك	٢٣٦	٧٩	٧٤	٦١	٣.٠٩	٧٧.٢٥	٣	دائماً
		%	٥٢.٤٤	١٧.٥٦	١٦.٤٤	١٣.٥٦				
٧	تويتر	ك	١١٢	٦٦	٦٨	٢٠.٤	٢.١٩	٧٣	٧	دائماً
		%	٢٤.٨٩	١٤.٦٧	١٥.١١	٤٥.٣٣				
٨	سناب شات	ك	١٤٨	١٠٦	٨٤	١١٢	٢.٦٤	٦٦	٨	دائماً
		%	٣٢.٨٩	٢٣.٥٦	١٨.٦٦	٢٤.٨٩				
٩	التيك توك	ك	٢٢٦	٨٣	٥٣	٨٨	٢.٩٩	٧٤.٧٥	٥	دائماً
		%	٥٠.٢٢	١٨.٤٤	١١.٧٨	١٩.٥٦				
١٠	تليجرام	ك	٣١٥	٩٣	٣٠	١٢	٣.٣٧٣	٨٤.٣	٢	دائماً
		%	٧٠	٢٠.٦٧	٦.٦٧	٢.٦٦				

يتضح من بيانات الجدول ترتيب أكثر وسائل الإعلام الرقمي التي يستخدمها المبحوثين حسب اتجاهات أفراد عينة الدراسة، والتي تشير في مجملها الى موافقة عينة الدراسة على الوسائل التي يستخدمها المبحوثين والتي جاءت كما يأتي:

جاء تطبيق " الواتساب " في مقدمة أكثر وسائل الإعلام الرقمي التي يستخدمها أفراد عينة الدراسة بمتوسط حسابي (٣.٦٢) وبوزن مؤوي قدره (٩٠.٥%)، بينما جاء تطبيق " تليجرام " بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (٣.٣٧٣) وبوزن مؤوي قدره (٨٤.٣%)، تلاها تطبيق " الفيس بوك " بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (٣.٠٩) وبوزن مؤوي قدره (٧٧.٢٥%)، وجاءت " المواقع الالكترونية " بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (٣.٠٨) وبوزن مؤوي قدره (٧٧%)، ليأتي تطبيق " التيك توك " بالمرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (٢.٩٩) وبوزن مؤوي قدره (٧٤.٧٥%)، في حين جاءت " المواقع الشخصية " بالمرتبة السادسة بمتوسط حسابي (٢.٩٦) وبوزن مؤوي قدره (٧٤%)، تلاها تطبيق " تويتر " بالمرتبة السابعة بمتوسط حسابي (٢.١٩) وبوزن مؤوي قدره (٧٣%)، بينما جاء تطبيق " سناب شات " بالمرتبة الثامنة بمتوسط حسابي (٢.٦٤) وبوزن مؤوي قدره (٦٦%) في حين جاءت " المدونات الشخصية " بالمرتبة التاسعة بمتوسط حسابي (٢.٥٣) وبوزن مؤوي قدره (٦٣%)، وأخيراً جاءت " المنتديات " بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (٢.٣٧) وبوزن مؤوي قدره (٥٩.٢٥%)، ونستنتج من نتائج الجدول المذكور آنفاً أن أهم أكثر وسائل الإعلام الرقمي التي يستخدمها المبحوثين حسب اتجاهات أفراد عينة الدراسة وعزا ذلك الى أن الواتس أب يتميز بسهولة الاستخدام وواجهة المستخدم البسيطة، وكذلك يتميز بالمراسلة الفورية في ضوء السماح بإرسال الرسائل النصية والصوتية، ومشاركة الصور والفيديو ويقدم ميزات مكالمات صوتية ومرئية مجانية عبر الإنترنت، وحل بعد الواتساب تطبيق تليجرام الذي يمتلك ميزات أمان متقدمة مثل التشفير، مما يجعله خياراً مفضلاً لمن يهتمون بالخصوصية، ويمكن للمستخدمين إنشاء قنوات لنشر المحتوى الى جمهور واسع، يتيح إرسال ملفات كبيرة الحجم مقارنة بوسائل التواصل الأخرى.

٧- ما معدل استخدامك لوسائل الإعلام الرقمي يوميًا ؟

جدول رقم (٧) يوضح معدل استخدام أفراد عينة الدراسة لوسائل الإعلام الرقمي يوميًا.

ت	الاستجابات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة	درجة الحرية	قيمة كا ٢		مستوى الدلالة
						المحسوبة	الجدولية	
١	أقل من ساعة	٢٣	٥.١١	٥	٤	٢٥٨.٧٨	٩.٤٩	٠.٠٥
٢	ساعة - أقل من ساعتين	٤٠	٨.٨٩	٤				
٣	من (٢ - ٣) ساعات	٦١	١٣.٥٦	٣				
٤	أكثر من ثلاث ساعات	١١٤	٢٥.٣٣	٢				
٥	حسب الظروف	٢١٢	٤٧.١١	١				
	المجموع	٤٥٠	١٠٠%	-				

كشفت بيانات جدول رقم (٧) أن (٤٧.١١%) من أفراد عينة الدراسة أنهم يستخدمون وسائل الإعلام الرقمي يوميًا بحسب الظروف، بينما أشار (٢٥.٣٣%) من أفراد عينة الدراسة أنهم يستخدمون وسائل الإعلام الرقمي يوميًا أكثر من ثلاث ساعات، بالمقابل أشار (١٣.٥٦%) أفراد عينة الدراسة أنهم يستخدمون وسائل الإعلام الرقمي يوميًا من ساعتين الى ثلاث ساعات، أما ما نسبته (٨.٨٩%) من أفراد عينة الدراسة فانهم يستخدمون وسائل الإعلام الرقمي يوميًا من ساعة الى أقل من ساعتين، في حين أشار (٥.١١%) من أفراد عينة الدراسة أنهم يستخدمون وسائل الإعلام الرقمي يوميًا أقل من ساعة. وبإجراء اختبار Chi-Square Tests تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية في معدل استخدام أفراد عينة الدراسة لوسائل الإعلام الرقمي يوميًا إذ بلغت قيمة كا ٢ المحسوبة (٢٥٨.٧٨)، وهي أكبر من القيمة الجدولية (٩.٤٩) وهي دالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠.٠٥) ودرجة حرية (٤) ولصالح استجابة حسب الظروف أي أن هناك اختلافات واضحة بين أفراد عينة الدراسة في معدل استخدامهم لوسائل الإعلام الرقمي يوميًا. وتؤشر لنا هذه النتيجة أن استخدام الجمهور لوسائل الإعلام الرقمي يتأثر بعدة عوامل وظروف، وقد يتغير استخدامها حسب الوقت في اوقات الفراغ، وقد يميل الناس الى استخدام منصات مثل وسائل التواصل الاجتماعي او مشاهدة الفيديوها، بينما في اوقات العمل او الدراسة، قد يفضلون استخدام المحتوى التعليمي او المهني، ويختلف استخدام وسائل الإعلام الرقمية بين فئات مختلفة من الناس، فالشباب عادة يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بشكل أكبر، بينما قد يفضل كبار السن استخدام البريد الالكتروني أو المواقع الإخبارية التقليدية.

8- ما أفضل الاوقات التي تستخدم فيه وسائل الإعلام الرقمي ؟

جدول رقم (٨) يوضح أفضل الاوقات التي يستخدم فيها المبحوثين وسائل الإعلام الرقمي.

ت	الاستجابات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة	درجة الحرية	قيمة كا ٢		مستوى الدلالة
						المحسوبة	الجدولية	
١	وقت الصباح	١٨	٤	٦	٥	٣١٤.٥٥	١١.٠٧	٠.٠٥
٢	وقت الظهيرة	٢٤	٥.٣٣	٥				
٣	وقت المساء	٦٤	١٤.٢٢	٣				
٤	وقت السهرة	٦١	١٣.٥٦	٤				
٥	جميع الاوقات	٧٦	١٦.٨٩	٢				
٦	لا يوجد وقت محدد	٢٠٧	٤٦	١				
	المجموع	٤٥٠	١٠٠%	-				

كشفت بيانات جدول رقم (٨) أن (٤٦%) من أفراد عينة الدراسة أنهم يرون لا يوجد وقت محدد في الاوقات التي يستخدمون بها وسائل الإعلام الرقمي، بينما أشار (١٦.٨٩%) من أفراد عينة الدراسة أنهم يفضلون جميع الاوقات عند استخدامهم لوسائل الإعلام الرقمي، بالمقابل أشار (١٤.٢٢%) أفراد عينة الدراسة أنهم يفضلون وقت المساء عند استخدامهم لوسائل الإعلام الرقمي، أما ما نسبته (١٣.٥٦%) من أفراد عينة الدراسة فانهم يفضلون وقت السهرة عند استخدامهم لوسائل الإعلام الرقمي، في حين أشار (٥.٣٣%) من أفراد عينة الدراسة أنهم يفضلون وقت الظهيرة عند استخدامهم لوسائل الإعلام الرقمي، بينما أشار (٤%) من أفراد عينة الدراسة أنهم يفضلون وقت الصباح عند استخدامهم لوسائل الإعلام الرقمي.

وبإجراء اختبار Chi-Square Tests تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أفضل الاوقات التي يستخدم فيها أفراد عينة الدراسة وسائل الإعلام الرقمي إذ بلغت قيمة كا² المحسوبة (٣١٤.٥٥)، وهي أكبر من القيمة الجدولية (١١.٠٧) وهي دالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠.٠٥) ودرجة حرية (٥) ولصالح استجابة لا يوجد وقت محدد أي أنَّ هناك اختلافات واضحة بين أفراد عينة الدراسة في أفضل الاوقات التي يستخدم فيها وسائل الإعلام الرقمي، وتؤشر لنا هذه النتيجة أن الجمهور يميل الى استخدام وسائل الإعلام الرقمي في اوقات غير محددة، ويعزا ذلك للوصول الى المحتوى الرقمي في أي وقت ومن أي مكان، مما يمنح الأفراد مرونة في استهلاك المعلومات والترفيه، ولكي تتيح وسائل الإعلام الرقمية للجمهور فرصة التفاعل مع المحتوى، سواء عن طريق التعليقات أو المشاركة في النقاشات.

٩- دوافع تعرض الشباب لوسائل الإعلام الرقمي؟

جدول رقم (٩) يبين دوافع تعرض الشباب لوسائل الإعلام الرقمي، ن = (٤٥٠).

المرتب	المستوى	الوزن المنوي	الانحراف المعياري	الوسط المرجح	الاستجابات			العبارات	
					معارض	محايد	موافق		
١٠	مرتفع	٨٤.١٣	.٤٨٨٥	٢.٥٢٤	٢٢	١٧٠	٢٥٨	ك	١ الانفتاح وتكوين علاقات مع أشخاص آخرين
					٤.٨٩	٣٧.٧٨	٥٧.٣٣	%	
٨	مرتفع	٨٥.٠٣	.٥٩٠٩	٢.٥٥١	٣٢	١٣٨	٢٨٠	ك	٢ زيادة رصيدي المعرفي وتعلم أساليب جديدة في الحياة
					٧.١١	٣٠.٦٧	٦٢.٢٢	%	
٩	مرتفع	٨٤.٦٧	.٦٤٣٦	٢.٥٤	٤٤	١١٩	٢٨٧	ك	٣ الإدماج والمشاركة والتفاعل مع اشخاص بنفس اهتماماتي
					٩.٧٨	٢٦.٤٤	٦٣.٧٨	%	
٣	مرتفع	٨٩	.٥٠٧٤	٢.٦٧	٢٤	١٠٢	٣٢٤	ك	٤ الترفيه والتسلية
					٥.٣٣	٢٢.٦٧	٧٢	%	
١٢	مرتفع	٨٣.٧٧	.٦١٢٤	٢.٥١٣	٣٥	١٤٩	٢٦٦	ك	٥ التعبير عن آرائي وافكاري بحرية وبث وتداول المعلومات
					٧.٧٨	٣٣.١١	٥٩.١١	%	
٤	مرتفع	٨٨.٩٧	.٥١٧٣	٢.٦٦٩	٢٥	٩٩	٣٢٦	ك	٦ للتواصل مع الأصدقاء القدامى والأقرباء
					٥.٥٦	٢٢	٧٢.٤٤	%	
١	مرتفع	٩١.٢	.٤٠٧٦	٢.٧٣٦	٢٢	٧٥	٣٥٣	ك	٧ الاطلاع على العالم الواسع
					٤.٨٩	١٦.٦٧	٧٨.٤٤	%	
١٤	مرتفع	٧٨.٩٧	.٧٣٢٢	٢.٣٦٩	٦٩	١٤٦	٢٣٥	ك	٨ للهروب من المشكلات التي اواجهها في حياتي
					١٥.٣٣	٣٢.٤٤	٥٢.٢٢	%	
١٥	متوسط	٧٧.٨٧	.٧٣٢٤	٢.٣٣٦	٧١	١٥٧	٢٢٢	ك	٩ البحث عن الراحة والسلام

					١٥.٧٨	٣٤.٨٩	٤٩.٣٣	%	الداخلي وسط هذا العالم الجميل	
١١	مرتفع	٨٤	٠.٦١٥٥	٢.٥٢	٤٤	١٢٨	٢٧٨	ك	لتحسين أدائي و اتقان الأعمال التي أمارسها	١٠
					٩.٧٨	٢٨.٤٤	٦١.٧٨	%		
٢	مرتفع	٨٩.٧٧	٠.٥٠٠٩	٢.٦٩٣	٢٧	٨٤	٣٣٩	ك	لتعلم أشياء جديدة مفيدة في حياتي	١١
					٦	١٨.٦٧	٧٥.٣٣	%		
٥	مرتفع	٨٨	٠.٥٣٨٢	٢.٦٤	٢٨	١٠.٦	٣١٦	ك	لتطوير المهارات التي امتلكها	١٢
					٦.٢٢	٢٣.٥٦	٧٠.٢٢	%		
١٣	مرتفع	٨٠	٠.٧١٦٩	٢.٤	٦٨	١٣٤	٢٤٨	ك	للبحث عن فرص عمل تسد احتياجاتي	١٣
					١٥.١١	٢٩.٧٨	٥٥.١١	%		
٧	مرتفع	٨٧.٢	٠.٥٤٢٤	٢.٦١٦	٢٨	١١٧	٣٠٥	ك	للتعرف على ثقافات جديدة وعادات جديدة	١٤
					٦.٢٢	٢٦	٦٧.٧٨	%		
٦	مرتفع	٨٧.٤	٠.٥٢٦٧	٢.٦٢٢	٢٧	٩٥	٣٢٨	ك	لرفع المستوى الثقافي	١٥
					٦	٢١.١١	٧٢.٨٩	%		
-	مرتفع	٨٥.٣٣	٠.٥٧٨١	٢.٥٦	المجموع					

يوضح الجدول المذكور أنفاً أن دوافع تعرض الشباب لوسائل الإعلام الرقمي يتم توضيحها وفق ما يأتي:

جاءت فئة (الاطلاع على العالم الواسع) بالترتيب الأول بوسط مرجح (٢.٧٣٦) وبوزن مؤوي (٩١.٢%)، يليها فئة (لتعلم أشياء جديدة مفيدة في حياتي) بالترتيب الثاني بوسط مرجح (٢.٦٩٣) وبوزن مؤوي (٨٩.٧٧%)، ثم فئة (الترفيه والتسلية) بالترتيب الثالث بوسط مرجح (٢.٦٧) وبوزن مؤوي (٨٩%)، بينما جاءت فئة (البحث عن الراحة والسلام الداخلي وسط هذا العالم الجميل) بالترتيب الخامس عشر بوسط مرجح (٢.٣٣٦) وبوزن مؤوي (٧٧.٨٧%). وتكشف لنا نتائج الجدول المذكور أنفاً أن المتوسط العام لدرجة دوافع تعرض الشباب لوسائل الإعلام الرقمي بلغ (٢.٥٦) وبنسبة بلغت (٨٥.٣٣%) وهو مستوى مرتفع.

ونستنتج من تحليل نتائج الجدول السابق دوافع تعرض الشباب لوسائل الإعلام الرقمي يتمثل في تعرض الشباب لوسائل الإعلام الرقمية يعود الى مجموعة من الدوافع التي تختلف من فرد لآخر، ومن أبرزها سعي الكثير من الشباب الى الحصول على معلومات متنوعة حول مواضيع تهمهم، سواء كانت تعليمية، ترفيهية، أو ثقافية، وقد يستخدم الشباب وسائل الإعلام الرقمية كمنصة للتواصل مع الأصدقاء والعائلة، ومشاركة اللحظات اليومية، وبناء العلاقات، وكذلك يمكن استخدام هذه الوسائل كأداة لنشر الوعي حول القضايا الاجتماعية والمشاركة في الحركات الاجتماعية، وهذا مؤشر على أن الأجوبة بشكل عام كانت تتجه باتجاه ايجابي، وأن المتوسط العام لدرجة دوافع تعرض الشباب لوسائل الإعلام الرقمي كان مرتفع.

ما طبيعة تأثير تصفّح وسائل الاعلام الرقمي والاشباكات المتحققة منها.

جدول (١٠) يوضح رؤية المبحوثين عن تأثير تصفّح وسائل الاعلام الرقمي

ت	الاستجابات	التكرار	النسبة النسبة النسبة	المرتبة	درجة الحرية	قيمة كا الجدولية	مستوى الدلالة
١	لها تأثير ايجابي	١٤١	٣١.٣٣	٢	٢	٨٠.٩	٠.٠٥
٢	ليس لها تأثير	٧٧	١٧.١١	٣	٣	٥.٩٩	
٣	لها تأثير سلبي	٢٣٢	٥١.٥٦	١	١		
	المجموع	٤٥٠	١٠٠%	-	-		

كشفت بيانات جدول رقم (١٠) أنَّ (٥١.٥٦%) من أفراد عينة الدراسة يرون أنَّ تصفّح المواقع الرقمية لها تأثير سلبي، بينما أشار (٣١.٣٣%) من أفراد عينة الدراسة أنَّ تصفّح المواقع الرقمية لها تأثير إيجابي، بالمقابل أشار (١٧.١١%) أفراد عينة الدراسة أنَّ تصفّح المواقع الرقمية ليس لها تأثير.

وبإجراء اختبار Chi-Square Tests تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية المبحوثين عن تأثير تصفّح المواقع الرقمية على الشباب إذ بلغت قيمة كاي ٢١ المحسوبة (٨٠.٩)، وهي أكبر من القيمة الجدولية (٥.٩٩) وهي دالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠.٠٥) ودرجة حرية (٢) ولصالح استجابة لها تأثير سلبي أي: أنَّ هناك اختلافات واضحة بين أفراد عينة الدراسة في رؤية المبحوثين عن تأثير تصفّح المواقع الرقمية، وتؤشر لنا هذه النتيجة أنَّ تصفّح المواقع الرقمية يمكن أن يكون لها تأثيرات متعددة على الشباب ويعزى ذلك الى سهولة توافر الأنترنت والوصول الى المعلومات التي تحمل مضمون سلبي أكثر من الايجابي.

❖ الاستنتاجات:

- ١- استخدام الذكور لوسائل الإعلام الرقمي بشكل أكبر من الإناث، وهذا لا يعني ان الإناث لا يستخدمهن، بل إنَّ ظاهرة المخدرات الرقمية يمكن أن تكون موجهة بصورة مقصودة الى الشباب أكثر من الإناث غالبًا.
- ٢- تبين الفئة العمرية من (٢١ - ٢٥) سنة هي الفئة الأكثر استخدامًا لوسائل الإعلام الرقمي وتعرضًا للمخدرات الرقمية والسبب يعود الى أنَّ هذه الفئة تعتبر أقل وعيًا بظاهرة المخدرات الرقمية وأكثر حرية في استخدام هذه الوسائل.
- ٣- إنَّ حملة شهادة البكالوريوس هم أكثر مستوى تعليمي استخدامًا لوسائل الإعلام الرقمي وأكثر عرضةً للمخدرات الرقمية دون إدراك مخاطر وتأثيرات هذه المخدرات على مستقبلهم.
- ٤- إنَّ التقدم التكنولوجي الذي يواكب المناطق الحضرية بصورة أكبر من المناطق الريفية يسبب انتشار المخدرات مقارنةً بالمناطق الريفية ويعود ذلك الى التقاليد والأعراف والقيم الاجتماعية في المجتمعات الريفية التي تسهم في تقليل انتشار ظاهرة المخدرات الرقمية.
- ٥- إنَّ أصحاب مستوى الدخل المنخفض يعتمدون على الأجهزة المحمولة بغية الترفيه أو الحصول على المعلومات أو الهروب من الضغوط النفسية أو قضاء الوقت وهذا يؤدي الى تعرضهم لأكثر محتوى من المخدرات الرقمية أو المحتوى الذي يأخذهم الى هذه المفترقات.
- ٦- أكثر تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي استخدامًا هو تطبيق (واتس أب و تيلجرام) لتمييزها بسهولة الاستخدام والأمان، وكذلك تشفيرها للمكالمات وسرعتها في إرسال الملفات وإنشاء القنوات والمجموعات مما تساعد في انتشار المخدرات عبر هذه التطبيقات.
- ٧- إنَّ دوافع تعرّض الشباب لوسائل الإعلام الرقمي لعدة أسباب، وأبرزها هي الحصول على معلومات حول مواضيع تهمهم وحسب رغباتهم.

❖ المقترحات:

- ١- مراقبة شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي و مواقع الإنترنت و إغلاقها فورًا في حالة تورطها في هذا النوع من الجرائم الالكترونية.
- ٢- إتباع إجراءات قانونية تتناسب مع الجريمة الالكترونية، مثل التفتيش الالكتروني والاختراق الالكتروني.

- ٣- تضمين منهج دراسي يتضمن برامج تعليمية حول الاستخدام الايجابي للتقنيات الحديثة والانترنت.
- ٤- استخدام الرقابة الأبوية التي تتيح للآباء ادارة المحتوى الرقمي اثناء استخدام الاجهزة الرقمية.
- ٥- وضع قوانين وتشريعات تنظم استخدام الالعاب الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي.
- ٦- حجب المواقع الإباحية.
- ٧- فرض قيود على المحتوى الضار أو المفرط الذي يشجع على الإدمان الرقمي.

❖ المصادر والمراجع:

- ١- ابراهيم اسماعيل، الإعلام المعاصر، وسائله، مهاراته، تأثيراته، اخلاقياته، (قطر: وزارة الثقافة والفنون والتراث، ٢٠١٤م).
- ٢- أماني موصلي، دور الإعلام الجديد في تنمية الوعي السياسي للطلبة الجامعيين، الفيسبوك انموذجاً، رسالة ماجستير غير منشورة، الجزائر، جامعة محمد الصديق بن يحيى، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم علوم الاتصال، ٢٠٢٠م.
- ٣- امجد صفوري، رستم ابو رستم، الإعلام الرقمي " تطبيقات وبرمجيات ومفاهيم "، (عمان: دار الأيام للنشر والتوزيع، ٢٠٢٣م).
- ٤- بن ابراهيم محمد، استخدام تكنولوجيايات الاتصال الحديثة في التعليم الجامعي، رسالة ماجستير غير منشورة، الجزائر، جامعة عبد الحميد بن باديس – مستغانم، ٢٠١٥م.
- ٥- حارث عبود، مزهر العاني، الإعلام والهجرة الى العصر الرقمي، (عمان: دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م).
- ٦- حسناوي الياس، حفظ الله عبد العزيز، المخدرات الرقمية عبر الشبكة العنكبوتية، دراسة تحليلية لأثر الإدمان الرقمي على الشباب، رسالة ماجستير غير منشورة، الجزائر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، ٢٠٢٣م.
- ٧- حسنين شفيق، الإعلام الجديد والجرائم الالكترونية، (مصر: دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠١٥م).
- ٨- خير الدين حجار خرفان، محاضرات تكنولوجيا الاعلام والاتصال، سنة ثانية اعلام واتصال، ٢٠١٨م.
- ٩- سمر طاهر، الإعلام في عصر العولمة والهيمنة الأمريكية، (مصر: دار نهضة مصر للنشر، ٢٠١١م).
- ١٠- شيماء وقاد، مفهوم الاعلام الرقمي، مقال منشور على الانترنت عن طريق موقع موضوع، وعبر الرابط الآتي <https://mawdoo3.com/>، تمت الزيارة بتاريخ ١١/١١/٢٠٢٣م، ١٠:١٨ مساءً.

- ١١- صالح العراقي، تعرض الشباب الجامعي المصري للمواقع الالكترونية التي تهتم بقضايا المخدرات وعلاقته بإدراكهم لمخاطر إدمان المخدرات الرقمية في إطار تطبيق نظرية تأثير الشخص الثالث، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، جامعة الزقازيق، مصر، ٢٠١٦م.
- ١٢- عبد الامير مويت الفيصل، مؤيد نصيف جاسم، الاندماج الاتصالي في الإعلام الجديد بناء نموذج اتصالي، مجلة الباحث الإعلامي، كلية الإعلام، جامعة بغداد، المجلد ١٠، العدد ٣٩، ٢٠١٨م.
- ١٣- لشهب عائشة، اثر ومخاطر الإعلام الجديد على الشباب في المجتمع الجزائري، الملتقى الدولي حول الإعلام المحلي في الجزائر، ٢٠١٩م.
- ١٤- ماجد رحيمة الحلفي، نظرة الشاب العراقي الى المستقبل في ظل الظروف الراهنة التي يمر بها البلاد، بحث منشور في مركز البحوث العلمية، العراق، جامعة ميسان، المجلد ٣١، العدد ١، ٢٠٢٠م.
- ١٥- ماهر عودة الشمالية وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، (عمان: دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، ٢٠١٤م).
- ١٦- مي عبدالله وآخرون، اشكاليات التلقي في الاتصال الرقمي، مداخلات المؤتمر الذي نظمته الرابطة العربية للبحث العلمي وعلوم الاتصال، جامعة دهوك، نيسان ٢٠١٩م.
- ١٧- نسرين حسونة، الإعلام الجديد، المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف، شبكة الالوكة، بحث منشور على الشبكة وعبر الرابط <https://www.alukah.net>، تمت الزيارة بتاريخ ١١/١٢/٢٠٢٣م، ١٢:١٢ مساءً.

❖ Sources And Refrences:

- 1- Abdul Amir Muwait Al-Faisal and Muayyad Nassif Jassim, Communication integration in the new media, building a communication model, Media Researcher Magazine, College of Information, University of Baghdad, Volume 10, Issue 39, 2018 AD.
- 2- Amani Mousli: The role of new media in developing the political awareness of university students, Facebook as a model, unpublished master's thesis, Algeria, Mohamed Al-Siddiq Bin Yahya University, Faculty of Humanities and Social Sciences, Department of Communication Sciences, 2020 AD.
- 3- Amjad Saffuri and Rustom Abu Rustom, Digital Media, "Applications, Software, and Concepts," (Amman: Dar Al-Ayyam for Publishing and Distribution, 2023 AD).

- 4- Ben Ibrahim Mohammed, The use of modern communication technologies in university education, unpublished master's thesis ,Algeria, Abdelhamid Ben Badis University - Mostaganem, 2015 AD.
- 5- Harith Abboud, Mazhar Al-Ani, Media and Migration to the Digital Age, (Amman, Al-Hamid Publishing and Distribution House and Library, 2015 AD).
- 6- Hasnawi Elias, God bless Abdel Aziz, Digital drugs via the Internet, an analytical study of the impact of digital addiction on youth, unpublished master's thesis, Algeria, College of Humanities and Social Sciences , 2023 AD.
- 7- Hassanein Shafiq, New Media and Electronic Crimes, (Egypt: Dar Fikr and Fan for Printing, Publishing and Distribution, 2015 AD).
- 8- Ibrahim Ismail, Contemporary media, its means, skills, influences, and creativity, Qatar, Ministry of Culture, Arts and Heritage, 2014 AD.
- 9- Khairuddin Hajjar Kherfan, Information and Communication Technology Lectures, Second Year Information and Communication, 2018 AD.
- 10- Lashahab Aisha, The impact and dangers of new media on young people in Algerian society, International Forum on Local Media in Algeria, 2019 AD.
- 11- Maher Odeh Al-Shamayleh and others, The New Digital Media, (Amman: Dar Al-Assar Al-Alami for Publishing and Distribution, 2014 AD).
- 12- Mai Al-Abdullah, others, Problems of reception in digital communication, Interventions of the conference organized by the Arab Association for Scientific Research and Communication Sciences, University of Dohuk, in April 2019 AD.
- 13- Majid Rahima Al-Halafi, The Iraqi youth's view of the future in light of the current circumstances that the country is going through, research published in the Center for Scientific Research, Iraq, University of Maysan, Volume 31, Issue 1, 2020 AD.

14- Nisreen Hassouna, New media, the concept, means, characteristics and functions, Alukah Network, research published on the network and via the link <https://www.alukah.net/> , visited on 11/1/2023 AD, 12:12 PM.

15- Saleh Al-Iraqi, Exposure of Egyptian university youth to websites concerned with drug issues and its relationship to their awareness of the dangers of digital drug addiction within the framework of applying the theory of third-person influence, Scientific Journal of Radio and Television Research, Zagazig University, Egypt, 2016 AD.

16- Samar Taher, Media in the Age of Globalization and American Hegemony, (Egypt: Nahdet Misr Publishing House, 2011 AD).

17- Shaima Waqad, The concept of digital media, an article published online on the Mawdoo3 website, and via the following link: <https://mawdoo3.com/> , visited on 11/1/2023 AD, 10:18 PM.