

دور الإعلام الاجتماعي في إحداث التغيير الحديث

م. م. بسمان مرائد خلف عبد الكريم

جامعة ذي قار - كلية الاعلام

يهدف هذا البحث إلى دراسة دور الإعلام الاجتماعي في إحداث التغيير الحديث في المجتمعات المعاصرة، في ظل التحولات الرقمية المتسارعة التي فرضت أنماطاً جديدة من الاتصال والتفاعل الاجتماعي، فقد أصبح الإعلام الاجتماعي أداة فاعلة في تشكيل الوعي الجمعي، وصناعة الرأي العام، وتعزيز المشاركة المجتمعية، بما انعكس بشكل مباشر على مسارات التغيير الاجتماعي والسياسي والثقافي. اعتمد البحث المنهج الوصفي التحليلي، من خلال تحليل الأدبيات النظرية والدراسات السابقة ذات الصلة، للكشف عن طبيعة الدور الذي يؤديه الإعلام الاجتماعي، وآليات تأثيره، وحدود هذا الدور في إحداث التغيير الحديث، وتوصل البحث إلى أن الإعلام الاجتماعي يسهم في دعم التغيير الإيجابي عبر توسيع فضاءات التعبير والحوار، وتسهيل الضوء على القضايا العامة، وتحفيز المبادرات المجتمعية، إلا أن هذا الدور لا يخلو من آثار سلبية، أبرزها انتشار المعلومات المضللة، وضعف الضوابط المهنية، والاستقطاب الفكري. ويخلص البحث إلى أن فعالية دور الإعلام الاجتماعي في إحداث التغيير الحديث ترتبط بمدى وعي الجمهور، ووجود أطر أخلاقية وتنظيمية، وتكامل الفعل الرقمي مع الواقع الاجتماعي، بما يضمن توجيه هذه الوسائل نحو خدمة التغيير الإيجابي المستدام.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الاجتماعي، التغيير الحديث، الرأي العام، المشاركة المجتمعية، الإعلام الرقمي.

The Role of Social Media in Bringing about Modern Change

Asst. Inst. Basman Raid Khalaf Abdulkareem

University of Thi Qar-College of Media

This study aims to examine the Role of Social Media in Bringing about Modern Change in contemporary societies, in light of the rapid digital transformations that have reshaped patterns of communication and social interaction. Social media has become an influential tool in shaping public awareness, forming public opinion, and enhancing community participation, thereby directly affecting the paths of social, political, and cultural change. The study adopts a descriptive-analytical approach by reviewing and analyzing relevant theoretical literature and previous studies to identify the nature of this role, its mechanisms of influence, and its limits in achieving modern change. The findings indicate that social media contributes to support positive change by expanding spaces for expression and dialogue, highlighting public issues, and stimulating social initiatives. However, it also produces negative effects, such as the spread of misinformation, weak professional standards, and intellectual polarization. The study concludes that the effectiveness of social media's role in modern change depends on public media awareness, the presence of ethical and regulatory frameworks, and the integration of digital action with social reality to ensure steering sustainable positive change.

Keywords: Social Media, modern change, public opinion, community participation, digital media.

القبول

2026/2/3

الارجاع

2026/1/25

الاستلام

2026/1/18

المقدمة

أصبح الإعلام الاجتماعي في العصر الحديث من أهم الظواهر الاتصالية التي فرضت حضورها بقوة في مختلف مجالات الحياة الاجتماعية والسياسية والثقافية، لما يتمتع به من خصائص تفاعلية وقدرة عالية على الانتشار والتأثير، فقد أدى التطور المتسارع في تقنيات الاتصال والمعلومات، لا سيما انتشار شبكة الإنترنت والهواتف الذكية، إلى بروز منصات إعلامية جديدة غيرت من طبيعة العملية الاتصالية، وأعدت صياغة العلاقة بين المرسل والمتلقي، بحيث لم يعد الجمهور مجرد مستقبل سلبي للرسائل الإعلامية، بل أصبح شريكاً فاعلاً في إنتاج المحتوى وتداوله والتأثير من خلاله.

وفي هذا السياق، برز الإعلام الاجتماعي بوصفه أداة محورية في إحداث التغيير الحديث، إذ أسهم في فتح فضاءات رقمية واسعة للتعبير عن الرأي، وتبادل الأفكار، ومناقشة القضايا العامة، بعيداً عن القيود التقليدية التي كانت تفرضها وسائل الإعلام الكلاسيكية، وقد انعكس هذا التحول على بنية المجتمعات الحديثة، من خلال تعزيز الوعي المجتمعي، وتوسيع دائرة المشاركة، وإتاحة الفرصة أمام مختلف الفئات الاجتماعية للتفاعل مع الشأن العام والمساهمة في توجيه مساراته.

إن الحديث عن دور الإعلام الاجتماعي في إحداث التغيير الحديث يقتضي النظر إليه بوصفه فاعلاً اجتماعياً مؤثراً، يمتلك القدرة على تحريك الرأي العام، وصناعة الاتجاهات، والتأثير في المواقف والسلوكيات، فقد لعبت منصات التواصل الاجتماعي دوراً بارزاً في دعم الحركات الاجتماعية، وتسليط الضوء على قضايا الإصلاح والعدالة وحقوق الإنسان، كما أسهمت في نقل القضايا المحلية إلى فضاءات عالمية، مما منحها زخماً وتأثيراً أوسع، وفي الوقت ذاته، أصبح الإعلام الاجتماعي وسيلة ضغط جماهيري على صناع القرار، من خلال ما يتيح من إمكانيات للحشد والتعبئة والتفاعل الفوري.

وعلى الصعيد الثقافي والفكري، كان للإعلام الاجتماعي دور واضح في إحداث تغييرات ملحوظة في منظومة القيم والاتجاهات السائدة، نتيجة الانفتاح على ثقافات متعددة، وتبادل الخبرات

والتجارب بين الأفراد والمجتمعات، وقد أسهم ذلك في إعادة تشكيل الوعي الجمعي، وظهور أنماط جديدة من التفكير والتعبير، خاصة لدى فئة الشباب التي تعد الأكثر استخداما وتفاعلا مع هذه الوسائل، غير أن هذا الدور لم يكن دائما إيجابيا، إذ رافقته تحديات متعددة، من بينها انتشار المعلومات المضللة، وضعف المعايير المهنية، وتصاعد خطاب الكراهية، مما جعل تأثير الإعلام الاجتماعي في التغيير الحديث يحمل أبعادا متباينة.

وانطلاقا من ذلك، تبرز أهمية دراسة دور الإعلام الاجتماعي في إحداث التغيير الحديث دراسة علمية منهجية، تسعى إلى تحليل طبيعة هذا الدور، والكشف عن آلياته، وبيان حدوده وانعكاساته المختلفة على المجتمع، ففهم هذا الدور يسهم في توضيح كيفية توظيف الإعلام الاجتماعي توظيفا رشيدا يخدم أهداف التنمية والتقدم، ويحد في الوقت ذاته من آثاره السلبية؛ وعليه، تأتي هذه الدراسة لتسليط الضوء على الدور الذي يؤديه الإعلام الاجتماعي في إحداث التغيير الحديث، من خلال تناول أبعاده النظرية والتطبيقية، بما ينسجم مع التحولات المتسارعة التي يشهدها العالم المعاصر.

إشكالية البحث

في ظل الانتشار الواسع والمتسارع لوسائل الإعلام الاجتماعي، أصبح لهذه الوسائل حضور مؤثر في مختلف مجالات الحياة الاجتماعية والسياسية والثقافية، الأمر الذي جعلها إحدى الأدوات الرئيسية في إحداث التغيير الحديث داخل المجتمعات المعاصرة، فقد أسهم الإعلام الاجتماعي في إعادة تشكيل أنماط التواصل، وتوسيع دائرة المشاركة المجتمعية، وتعزيز الوعي بالقضايا العامة، بما أفرز تحولات واضحة في سلوك الأفراد واتجاهاتهم.

إلا أن هذا الدور المتنامي للإعلام الاجتماعي في إحداث التغيير الحديث ما يزال يكتنفه قدر من الغموض والجدل الأكاديمي، لا سيما فيما يتعلق بطبيعة هذا الدور وحدوده، وما إذا كان يسهم في إحداث تغيير إيجابي يعزز قيم الوعي والمشاركة والإصلاح، أم إنه قد يؤدي في بعض الأحيان إلى نتائج سلبية، مثل نشر المعلومات المضللة، وإرباك الرأي العام، وتعميق الانقسامات الاجتماعية، كما تتجلى الإشكالية البحثية في التباين بين الإمكانيات الكبيرة التي يوفرها الإعلام الاجتماعي كأداة للتغيير، وبين واقع توظيفه في ظل غياب الضوابط المهنية والأطر الأخلاقية المنظمة لاستخدامه.

وتتمثل إشكالية البحث في الحاجة إلى فهم علمي دقيق لدور الإعلام الاجتماعي في إحداث التغيير الحديث، من خلال تحليل آليات تأثيره في المجتمع، وبيان مجالات هذا الدور، والكشف عن العوامل التي تعزز فاعليته أو تحد من تأثيره، ويزداد هذا الأمر أهمية في ظل التحولات الرقمية المتسارعة التي جعلت من الإعلام الاجتماعي عنصراً فاعلاً لا يمكن تجاهله في مسارات التغيير المعاصر، مما يستدعي دراسة منهجية تسهم في توضيح هذا الدور وتحديد أبعاده المختلفة.

أهمية البحث

تتبع أهمية هذا البحث من الأهمية المتزايدة التي يكتسبها الإعلام الاجتماعي في العصر الحديث، بوصفه أحد أبرز الأدوات الاتصالية المؤثرة في تشكيل الوعي المجتمعي، وإحداث التغيير بمختلف أبعاده، فقد أصبح الإعلام الاجتماعي عنصراً فاعلاً في الحياة اليومية للأفراد، ومكوناً أساسياً في بنية المجتمعات الحديثة، الأمر الذي يجعل دراسته ضرورة علمية لفهم طبيعة التحولات التي يشهدها المجتمع المعاصر.

وتتمثل الأهمية العلمية للبحث في كونه يسهم في إثراء الأدبيات الأكاديمية المتعلقة بالإعلام الاجتماعي ودوره في التغيير الحديث، من خلال تقديم معالجة نظرية وتحليلية تسلط الضوء على آليات التأثير وحدوده وانعكاساته المختلفة، كما يساعد البحث على توضيح العلاقة بين الإعلام الاجتماعي والتغيير، بما يعزز الفهم العلمي لهذه الظاهرة في إطار الدراسات الإعلامية والاجتماعية.

أما الأهمية العملية للبحث، فتبرز في كونه يوفر تصوراً علمياً يمكن أن تستفيد منه المؤسسات الإعلامية، والجهات الرسمية، ومنظمات المجتمع المدني، في توظيف الإعلام الاجتماعي بصورة أكثر وعياً ومسؤولية لدعم التغيير الإيجابي، كما يسهم البحث في تعزيز الوعي بأهمية الاستخدام الرشيد لوسائل الإعلام الاجتماعي، والحد من أثارها السلبية، بما يخدم أهداف التنمية والاستقرار الاجتماعي.

وعليه، تكتسب هذه الدراسة أهميتها من كونها تتناول موضوعاً معاصراً يتصل بشكل مباشر بواقع المجتمع وتحولاته الحديثة، وتسعى إلى تقديم رؤية علمية تسهم في فهم دور الإعلام الاجتماعي في إحداث التغيير الحديث وتوجيهه بما ينسجم مع متطلبات المرحلة الراهنة.

أهداف البحث

يهدف هذا البحث إلى تحقيق مجموعة من الأهداف العلمية التي تسهم في فهم دور الإعلام الاجتماعي في إحداث التغيير الحديث، ويمكن تحديد هذه الأهداف على النحو الآتي:

1. توضيح مفهوم الإعلام الاجتماعي وبيان خصائصه ودوره في البيئة الاتصالية الحديثة.
2. الكشف عن طبيعة دور الإعلام الاجتماعي في إحداث التغيير الحديث في المجالات الاجتماعية والسياسية والثقافية.
3. تحليل الآليات والأساليب التي يعتمدها الإعلام الاجتماعي في التأثير على الرأي العام ودعم مسارات التغيير.
4. التعرف على الآثار الإيجابية والسلبية المترتبة على دور الإعلام الاجتماعي في عملية التغيير الحديث.
5. بيان العوامل التي تسهم في تعزيز فاعلية دور الإعلام الاجتماعي في إحداث التغيير أو الحد من تأثيره.
6. الإسهام في إثراء الجانب النظري للدراسات الإعلامية المتعلقة بالإعلام الاجتماعي والتغيير الحديث.

سؤال البحث الرئيس

ما دور الإعلام الاجتماعي في إحداث التغيير الحديث في المجتمع؟

أسئلة البحث الفرعية

1. ما طبيعة الدور الذي يؤديه الإعلام الاجتماعي في مجالات التغيير الاجتماعي والسياسي والثقافي؟
2. ما أبرز الآليات التي يعتمدها الإعلام الاجتماعي في التأثير على الرأي العام ودعم التغيير الحديث؟
3. ما أهم الآثار الإيجابية والسلبية المترتبة على دور الإعلام الاجتماعي في عملية التغيير الحديث؟
4. ما العوامل التي تسهم في تعزيز فاعلية دور الإعلام الاجتماعي أو الحد من تأثيره في إحداث التغيير؟

تعريف المصطلحات الإجرائية

يقصد بتعريف المصطلحات الإجرائية توضيح المفاهيم الأساسية التي اعتمدها الدراسة، وبيان المقصود بها ضمن السياق العلمي والبحثي، بما يمنع اللبس ويحقق الدقة المنهجية.

1. الإعلام الاجتماعي

يقصد بالإعلام الاجتماعي في هذه الدراسة مجموعة المنصات الرقمية التفاعلية القائمة على شبكة الإنترنت، التي تتيح للأفراد والجماعات إنتاج المحتوى الإعلامي وتداوله والتفاعل معه، بما يسهم في تشكيل الرأي العام والتأثير في الوعي والسلوك الاجتماعي، لا سيما في القضايا ذات الطابع الاجتماعي والثقافي والسياسي.

2. التغيير الحديث

يقصد بالتغيير الحديث التحولات التي تطرأ على البناء الاجتماعي والفكري والثقافي والسياسي في المجتمع، نتيجة التطور التكنولوجي وتغير أنماط الاتصال والتفاعل، وما يرافق ذلك من تبدل في القيم والاتجاهات والسلوكيات، في إطار العصر الرقمي المعاصر.

3. الدور

يقصد بالدور في هذه الدراسة طبيعة الإسهام والتأثير الذي يمارسه الإعلام الاجتماعي في إحداث التغيير الحديث، من خلال آلياته الاتصالية، وقدرته على توجيه الرأي العام، وتحفيز المشاركة المجتمعية، والتأثير في مسارات التحول الاجتماعي.

منهجية البحث

اعتمدت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، بوصفه المنهج الأنسب لطبيعة موضوع البحث، وذلك من خلال وصف ظاهرة الإعلام الاجتماعي وتحليل دورها في إحداث التغيير الحديث في المجتمعات المعاصرة، ويقوم هذا المنهج على جمع المعلومات من المصادر العلمية والدراسات السابقة ذات الصلة، وتحليلها وتحليل مضمونها للكشف عن طبيعة الدور الذي يؤديه الإعلام الاجتماعي، وآليات تأثيره، وانعكاساته المختلفة.

كما اعتمد البحث على تحليل الأدبيات النظرية المرتبطة بالإعلام الاجتماعي والتغيير الحديث، بهدف بناء إطار نظري يوضح العلاقة بين متغيرات الدراسة، ويسهم في تفسير الظاهرة محل البحث تفسيراً علمياً، وقد تم توظيف هذا المنهج للكشف عن الأبعاد الإيجابية والسلبية لدور

الإعلام الاجتماعي، من دون اللجوء إلى الدراسة الميدانية، انسجاماً مع طبيعة البحث النظرية التحليلية.

المبحث الأول: الإطار النظري

يعد الإطار النظري الركيزة الأساسية التي يقوم عليها أي بحث علمي رصين، إذ يسهم في تحديد المفاهيم الرئيسة للدراسة، وتفسير الظواهر المدروسة في ضوء نظريات علمية معتمدة، وربطها بالسياق الاجتماعي والثقافي الذي تنتمي إليه. وفي هذا الإطار، يركز هذا المبحث على توضيح مفهوم الإعلام الاجتماعي، وخصائصه، ومفهوم التغيير الحديث، ثم بيان العلاقة النظرية بين الإعلام الاجتماعي والتغيير في المجتمعات المعاصرة.

أولاً: مفهوم الإعلام الاجتماعي

يشير مفهوم الإعلام الاجتماعي إلى مجموعة من المنصات الرقمية التفاعلية التي تتيح للمستخدمين إنتاج المحتوى وتبادلته والتفاعل معه عبر شبكة الإنترنت، بما يحقق نمطاً اتصالياً يقوم على التشاركية والتفاعلية، بخلاف وسائل الإعلام التقليدية التي تعتمد على الاتصال أحادي الاتجاه⁽¹⁾. ويتميز الإعلام الاجتماعي بكونه إعلاماً لا مركزياً، يسمح للأفراد بأن يكونوا مرسلين ومستقبلين في الوقت ذاته، مما أسهم في إعادة تشكيل مفهوم السلطة الإعلامية وصناعة الخطاب العام⁽²⁾.

ويرى عدد من الباحثين أن الإعلام الاجتماعي لم يعد مجرد وسيلة لنقل الأخبار أو الترفيه، بل أصبح فضاء عاماً افتراضياً تطرح فيه القضايا الاجتماعية والسياسية والثقافية، ويمارس من خلاله التأثير في الرأي العام وصناعة الوعي الجمعي⁽³⁾، كما أسهم التطور التقني المتسارع في تعزيز سرعة انتشار المعلومات، وتوسيع دائرة التأثير لتشمل شرائح اجتماعية واسعة دون قيود مكانية أو زمنية⁽⁴⁾.

ثانياً: خصائص الإعلام الاجتماعي

يتميز الإعلام الاجتماعي بعدد من الخصائص التي تجعله أداة فاعلة في إحداث التغيير الحديث، من أبرزها التفاعلية، والسرعة، وسهولة الاستخدام، وانخفاض التكلفة، فضلاً عن قدرته على تجاوز الرقابة التقليدية⁽⁵⁾، كما تتسم منصات بإمكانية بناء شبكات اجتماعية افتراضية، تتيح

تبادل الآراء وتشكيل اتجاهات جماعية حول قضايا محددة، وهو ما يمنحه قوة تأثير مضاعفة مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية⁽⁶⁾.

ثالثاً: مفهوم التغيير الحديث

يقصد بالتغيير الحديث التحولات التي تطرأ على البناء الاجتماعي والفكري والسياسي والاقتصادي للمجتمع نتيجة التقدم التكنولوجي وتطور وسائل الاتصال، وما يرافق ذلك من تبدل في القيم والاتجاهات وأنماط السلوك⁽⁷⁾، ويعد التغيير ظاهرة اجتماعية ملازمة لحركة المجتمعات، إلا أن التغيير في العصر الحديث اتسم بالسرعة والعمق، نتيجة التداخل بين الإعلام الرقمي والعولمة والتكنولوجيا⁽⁸⁾.

رابعاً: العلاقة بين الإعلام الاجتماعي والتغيير الحديث

تؤكد الأدبيات الحديثة وجود علاقة تأثير متبادل بين الإعلام الاجتماعي والتغيير الحديث، حيث يسهم الإعلام الاجتماعي في تسريع وتيرة التغيير من خلال نشر الأفكار الجديدة، وتعزيز الوعي بالقضايا العامة، وتحفيز المشاركة المجتمعية⁽⁹⁾، وفي المقابل، تؤثر التحولات الاجتماعية والسياسية في طبيعة استخدام الإعلام الاجتماعي وأشكال توظيفه. وقد أظهرت دراسات حديثة أن الإعلام الاجتماعي أصبح أحد أهم أدوات التغيير، سواء الإيجابي الداعم للإصلاح والتنمية، أم السلبي المتمثل في نشر الشائعات والمعلومات المضللة⁽¹⁰⁾.

المبحث الثاني: الدراسات السابقة

يهدف هذا المبحث إلى استعراض أبرز الدراسات السابقة التي تناولت موضوع الإعلام الاجتماعي ودوره في إحداث التغيير الحديث، بغية الوقوف على أهم النتائج التي توصلت إليها، وتحديد أوجه الاتفاق والاختلاف بينها وبين الدراسة الحالية، فضلاً عن بيان الإضافة العلمية التي تسعى هذه الدراسة إلى تحقيقها.

أولاً: عرض الدراسات السابقة

الدراسة الأولى

قام كاستلز (2021) بدراسة بعنوان شبكات الغضب والأمل: الحركات الاجتماعية في عصر الإنترنت، هدفت إلى تحليل دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم الحركات الاجتماعية وإحداث التغيير السياسي والاجتماعي، واعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي، وتوصلت إلى أن

الإعلام الاجتماعي أسهم بشكل مباشر في إعادة تشكيل الفضاء العام، ومنح الأفراد قدرة أكبر على التعبير والمشاركة في صنع القرار، كما أسهم في تسريع ونيرة التغيير الاجتماعي (11).

الدراسة الثانية

أجرت فان دايك (2019) دراسة بعنوان ثقافة الاتصال في عصر الإعلام الاجتماعي، ركزت فيها على الأبعاد الثقافية للإعلام الاجتماعي وتأثيره في القيم والاتجاهات الاجتماعية، وأظهرت نتائج الدراسة أن منصات التواصل الاجتماعي لم تؤد فقط إلى تغيير أنماط الاتصال، بل أسهمت في إعادة تشكيل الثقافة العامة، وخلقت أنماطاً جديدة من التفاعل الاجتماعي، كان لها دور واضح في إحداث التغيير الحديث (12).

الدراسة الثالثة

تناول شقير (2023) في دراسته الموسومة وسائل التواصل الاجتماعي وصناعة الرأي العام تأثير الإعلام الاجتماعي في تشكيل الرأي العام العربي، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وخلصت إلى أن الإعلام الاجتماعي أصبح من أهم أدوات التأثير في اتجاهات الجمهور، وأسهم في توجيه النقاشات العامة حول القضايا السياسية والاجتماعية، إلا أنه في الوقت ذاته ساعد على انتشار المعلومات المضللة، ما أثر في مسار التغيير الاجتماعي (13).

الدراسة الرابعة

هدفت دراسة كابلان وهابنلاين (2020) بعنوان تحديات وفرص الإعلام الاجتماعي إلى تحليل الدور الوظيفي لمنصات الإعلام الاجتماعي في المجتمعات الحديثة، وتوصلت الدراسة إلى أن الإعلام الاجتماعي يمثل قوة مؤثرة في التغيير الحديث من خلال تعزيز المشاركة المجتمعية، لكنه يتطلب إطاراً أخلاقياً وتنظيماً يحد من آثاره السلبية (14).

ثانياً: التعقيب على الدراسات السابقة

من خلال استعراض الدراسات السابقة، يتضح أنها أجمعت على الأهمية المتزايدة للإعلام الاجتماعي في إحداث التغيير الحديث، سواء على المستوى الاجتماعي أو السياسي أو الثقافي، كما بينت هذه الدراسات أن الإعلام الاجتماعي أسهم في تعزيز الوعي العام وتوسيع دائرة المشاركة المجتمعية، لكنه في الوقت ذاته أفرز تحديات تتعلق بالمصادقية والمسؤولية الإعلامية.

وتختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في تركيزها على تحليل العلاقة الشاملة بين الإعلام الاجتماعي والتغيير الحديث من منظور نظري متكامل، مع محاولة الجمع بين الجوانب الإيجابية والسلبية للتأثير الإعلامي، فضلاً عن سعيها إلى تقديم رؤية علمية تسهم في توجيه استخدام الإعلام الاجتماعي نحو تحقيق التغيير الإيجابي المستدام.

أهم وسائل الإعلام الاجتماعي

تشهد وسائل الإعلام الاجتماعي تطوراً متسارعاً جعلها من أبرز مظاهر التحول الاتصالي في العصر الحديث، إذ لم تعد مجرد أدوات تقنية للتواصل بين الأفراد، بل تحولت إلى منظومة إعلامية متكاملة ذات تأثير عميق في البنى الاجتماعية والثقافية والسياسية، وقد أسهم هذا النوع من الإعلام في إحداث نقلة نوعية في طبيعة العملية الاتصالية، من خلال الانتقال من الاتصال الخطي أحادي الاتجاه إلى الاتصال التفاعلي القائم على المشاركة والتبادل، الأمر الذي أتاح للأفراد والجماعات أدوات جديدة في إنتاج المحتوى الإعلامي وتداوله والتأثير من خلاله⁽¹⁵⁾.

إن الأهمية المتزايدة لوسائل الإعلام الاجتماعي تتبع من قدرتها على تجاوز الحدود الجغرافية والزمانية، وإتاحة المجال أمام الجمهور للتعبير عن آرائه ومواقفه بحرية نسبية، فضلاً عن مساهمتها في كسر احتكار المؤسسات الإعلامية التقليدية للمعلومة، وقد أدى ذلك إلى إعادة تشكيل مفهوم الرأي العام، حيث أصبح يبني في فضاءات رقمية مفتوحة تتداخل فيها الأصوات الفردية مع الخطابات الجماعية، ما عزز من دور الإعلام الاجتماعي كأداة للتأثير والتغيير في المجتمعات الحديثة⁽¹⁶⁾.

كما تتميز وسائل الإعلام الاجتماعي بسرعة انتشار المعلومات، وسهولة الوصول إليها، وانخفاض كلفة إنتاج المحتوى، وهي عوامل أسهمت في توسيع نطاق استخدامها بين مختلف الفئات الاجتماعية، لا سيما فئة الشباب، وقد رافق هذا الانتشار بروز أنماط جديدة من التفاعل الاجتماعي، مثل الحملات الرقمية، والمبادرات الإلكترونية، والنقاشات العامة عبر المنصات الافتراضية، التي لعبت دوراً بارزاً في تسليط الضوء على القضايا المجتمعية وتعزيز الوعي بها⁽¹⁷⁾. وفي المقابل، أفرز هذا الواقع تحديات متعددة تتعلق بالمصادقية، وانتشار الأخبار الزائفة، وخطاب الكراهية، ما يستدعي دراسة وسائل الإعلام الاجتماعي ضمن إطار علمي يوازن بين أدوارها الإيجابية وسلبياتها المحتملة⁽¹⁸⁾.

وفي ضوء ذلك، يمكن تحديد أبرز وسائل الإعلام الاجتماعي التي كان لها حضور وتأثير واضح في الحياة المعاصرة على النحو الآتي:

تعد منصة فيسبوك من أكثر وسائل الإعلام الاجتماعي انتشاراً، حيث تستخدم للتواصل الاجتماعي وتبادل الأخبار والمعلومات، فضلاً عن دورها في تنظيم الحملات المجتمعية وصناعة الرأي العام، مما جعلها أداة مؤثرة في التغيير الاجتماعي والسياسي⁽¹⁹⁾.

وتبرز منصة إكس (تويتر سابقاً) بوصفها وسيلة إعلامية سريعة التأثير، تعتمد على الرسائل القصيرة، وتستخدم على نطاق واسع في نقل الأخبار العاجلة، وإثارة النقاشات العامة، والتأثير في اتجاهات الرأي العام، خاصة في القضايا السياسية والاجتماعية⁽²⁰⁾.

أما إنستغرام، فيتميز بتركيزه على المحتوى البصري، وقد أسهم في تشكيل الذوق العام والاتجاهات الثقافية، لا سيما لدى فئة الشباب، كما أصبح وسيلة فاعلة في الترويج للقضايا الاجتماعية، ونشر الوعي من خلال الصورة والفيديو القصير⁽²¹⁾.

ويعد يوتيوب من أبرز منصات مشاركة الفيديو، إذ أتاح إنتاج محتوى إعلامي بديل ينافس وسائل الإعلام التقليدية، وأسهم في نشر المعرفة، وكشف القضايا العامة، وبناء خطاب إعلامي مؤثر في عملية التغيير الحديث⁽²²⁾.

كما برزت منصة تيك توك في السنوات الأخيرة كوسيلة إعلام اجتماعي ذات تأثير واسع، تتميز بسرعة انتشار المحتوى وقابليته للتداول، وقد أصبحت منصة فاعلة في تشكيل الاتجاهات الاجتماعية الحديثة، رغم ما يرافق استخدامها من تحديات أخلاقية ومجتمعية⁽²³⁾.

المبحث الثالث: دور الإعلام الاجتماعي في إحداث التغيير الحديث

أضحى الإعلام الاجتماعي عنصراً محورياً في عمليات التغيير الحديث، لما يمتلكه من قدرة عالية على التأثير في الأفراد والجماعات، وإعادة تشكيل أنماط الوعي والسلوك داخل المجتمع، فقد أسهم هذا النوع من الإعلام في نقل عملية التغيير من إطارها التقليدي البطيء إلى فضاء رقمي سريع التفاعل، قائم على المشاركة والتواصل المستمر، الأمر الذي جعل التغيير أكثر شمولاً وانتشاراً⁽²⁴⁾.

يسهم الإعلام الاجتماعي في إحداث التغيير الحديث من خلال كونه منصة مفتوحة لطرح القضايا العامة ومناقشتها، حيث يتيح للأفراد التعبير عن آرائهم ومواقفهم تجاه القضايا الاجتماعية

والسياسية والثقافية، وقد أدى ذلك إلى تعزيز الوعي المجتمعي، وتوسيع دائرة النقاش العام، بما أسهم في بلورة اتجاهات جديدة داخل المجتمع، كان لها أثر مباشر في إحداث تحولات فكرية وسلوكية واضحة⁽²⁵⁾.

كما يلعب الإعلام الاجتماعي دوراً مهماً في تحفيز المشاركة المجتمعية، إذ لم يعد الفرد مجرد متلقٍ سلبي للمعلومات، بل أصبح فاعلاً ومشاركاً في صناعة المحتوى وتداوله، وقد انعكس ذلك في بروز الحملات الرقمية والمبادرات المجتمعية التي استطاعت التأثير في الرأي العام، والضغط على المؤسسات الرسمية وغير الرسمية من أجل إحداث تغييرات في السياسات أو الممارسات الاجتماعية⁽²⁶⁾.

وفي المجال السياسي، أسهم الإعلام الاجتماعي في إعادة تشكيل العلاقة بين السلطة والجمهور، من خلال توفير قنوات اتصال مباشرة بين صناع القرار والمواطنين، فضلاً عن دوره في كشف القضايا العامة، ومراقبة الأداء الحكومي، وتعزيز مفاهيم الشفافية والمساءلة، وقد أكدت دراسات حديثة أن منصات الإعلام الاجتماعي أصبحت أدوات مؤثرة في الحراك السياسي المعاصر، سواء من خلال التعبئة الجماهيرية أو التأثير في اتجاهات التصويت والرأي العام⁽²⁷⁾. أما على الصعيد الثقافي والاجتماعي، فقد كان للإعلام الاجتماعي دور بارز في إحداث تغييرات في منظومة القيم والأنماط السلوكية، نتيجة الانفتاح على ثقافات متعددة، وتبادل الخبرات والتجارب بين المجتمعات. وقد أسهم ذلك في ظهور أنماط ثقافية جديدة، وتغيير بعض المفاهيم التقليدية، لا سيما لدى فئة الشباب، الذين يعدون الفئة الأكثر تفاعلاً مع هذا النوع من الإعلام⁽²⁸⁾. ورغم هذا الدور الإيجابي، فإن تأثير الإعلام الاجتماعي في التغيير الحديث لا يخلو من جوانب سلبية، إذ أسهم في بعض الأحيان في نشر المعلومات المضللة، وتأجيج الصراعات، وإرباك الوعي العام، مما جعل التغيير الناتج عنه يحمل طابعاً غير منضبط أو غير مستدام، ويؤكد هذا الواقع ضرورة التعامل مع الإعلام الاجتماعي بوصفه أداة مؤثرة تتطلب وعياً مجتمعياً، وأطراً أخلاقية وقانونية تنظم استخدامه بما يخدم مسار التغيير الإيجابي⁽²⁹⁾.

أولاً: آليات تأثير الإعلام الاجتماعي في التغيير الحديث

تتمثل إحدى أهم آليات التأثير في صناعة الرأي العام الرقمي، حيث تسهم المنصات الاجتماعية في إعادة ترتيب أولويات القضايا عبر كثافة التداول، وإبراز موضوعات بعينها من

خلال الوسوم (الهاشتاغات) والتفاعل الجماهيري، الأمر الذي يؤدي إلى انتقال القضايا من الهامش إلى مركز الاهتمام العام⁽³⁰⁾، كما تعد آلية التأيير الإعلامي من الأدوات المؤثرة، إذ تقدّم القضايا بزوايا تفسيرية محددة تؤثر في إدراك الجمهور واتجاهاته، بما ينعكس على مواقفه وسلوكه⁽³¹⁾. وتبرز كذلك التعبئة والحشد الرقمي كآلية مركزية، حيث تستخدم المنصات لتنظيم المبادرات والحملات، وتنسيق الجهود الجماعية بسرعة وكلفة منخفضة، ما يسهم في تحويل التفاعل الافتراضي إلى فعل اجتماعي أو سياسي واقعي⁽³²⁾.

ثانياً: شروط فاعلية الإعلام الاجتماعي في إحداث التغيير

ترتبط فاعلية الإعلام الاجتماعي في إحداث التغيير بعدة شروط، في مقدمتها مستوى الوعي الإعلامي للجمهور، إذ كلما ارتفع هذا الوعي زادت القدرة على التمييز بين المعلومات الموثوقة والمضللة، وتوجيه التفاعل نحو أهداف بناءة⁽³³⁾، كما يعد الإطار القيمي والأخلاقي للاستخدام شرطاً حاسماً، حيث يسهم الالتزام بالمعايير المهنية في تعظيم الأثر الإيجابي والحد من الانعكاسات السلبية⁽³⁴⁾.

ويضاف إلى ذلك السياق الاجتماعي والسياسي الذي تعمل ضمنه المنصات، إذ يختلف تأثير الإعلام الاجتماعي باختلاف درجة الانفتاح السياسي، ومستوى الثقة بالمؤسسات، وطبيعة الثقافة السائدة، ما يجعل التغيير الناتج سياقياً وغير نمطي⁽³⁵⁾.

ثالثاً: استدامة التغيير وحدود التأثير

على الرغم من القدرة العالية للإعلام الاجتماعي على إحداث تغييرات سريعة، إلا أن استدامة هذا التغيير تظل رهينة بمدى تحوله إلى سياسات وممارسات مؤسسية، وعدم بقائه في إطار التفاعل المؤقت، وتشير الأدبيات الحديثة إلى أن التغيير المستدام يتطلب تكامل الإعلام الاجتماعي مع قنوات المشاركة التقليدية، وبناء جسور بين الفضاء الرقمي والواقع الاجتماعي⁽³⁶⁾. وفي هذا الإطار، تبرز الدراسات حدود التأثير حين يقتصر النشاط على "الناشطة الرقمية" من دون انتقالها إلى فعل منظم، أو حين تهيمن الخوارزميات على تدفق المحتوى بما يخلق "فقاعات رأي" تقلل من التنوع وتحد من الأثر التحويلي⁽³⁷⁾.

المبحث الرابع: التحديات والآثار السلبية للإعلام الاجتماعي في مسار التغيير الحديث

يرتبط الدور المتنامي للإعلام الاجتماعي في إحداث التغيير الحديث بجملة من التحديات والآثار السلبية التي رافقت هذا التوسع، إذ لم يقتصر تأثيره على الجوانب الإيجابية، بل أفرز إشكاليات معقدة أثرت في استقرار المجتمعات وطبيعة الوعي العام، وتكمن خطورة هذه التحديات في كونها تتسلل عبر فضاء رقمي مفتوح يصعب ضبطه أو التحكم في تدفق محتواه (38).

من أبرز هذه التحديات انتشار المعلومات المضللة والأخبار الزائفة، حيث أسهمت سرعة تداول المحتوى وسهولة إعادة نشره في تضليل الرأي العام، وإرباك المتلقين، والتأثير في مواقفهم وسلوكهم من دون التحقق من صحة المصادر، وقد أكدت دراسات حديثة أن الإعلام الاجتماعي أصبح بيئة خصبة لترويج الشائعات، خاصة في أوقات الأزمات والتحولت السياسية والاجتماعية، ما ينعكس سلباً على مسار التغيير ويحوّله أحياناً إلى أداة هدم بدلاً من البناء (39).

كما يعد ضعف المعايير المهنية والأخلاقية من التحديات الجوهرية، إذ يفترق كثير من المحتوى المتداول عبر المنصات الاجتماعية إلى الضوابط المهنية التي تلتزم بها وسائل الإعلام التقليدية، مثل الدقة، والموضوعية، والتوازن، وقد أدى ذلك إلى تصاعد خطاب التحريض والكراهية، وتعميق الانقسامات الاجتماعية، وإضعاف الثقة بين مكونات المجتمع، الأمر الذي يقوض فرص التغيير الإيجابي المستدام (40).

وتبرز أيضاً هيمنة الخوارزميات الرقمية بوصفها تحدياً خفياً لكنه بالغ التأثير، حيث تتحكم خوارزميات المنصات في طبيعة المحتوى الذي يصل إلى المستخدمين، وفقاً لاهتماماتهم المسبقة، مما يؤدي إلى تكوين ما يعرف بـ"فقاعات الرأي"، وتسهم هذه الفقاعات في تعزيز الآراء الأحادية وتقليل فرص الحوار والتعددية الفكرية، وهو ما يحد من قدرة الإعلام الاجتماعي على إحداث تغيير متوازن وشامل (41).

ومن التحديات الأخرى التحول من الفعل الواقعي إلى الاكتفاء بالتفاعل الرقمي، إذ قد يخلق الإعلام الاجتماعي وهم المشاركة والتأثير، من دون أن يترجم ذلك إلى سلوك اجتماعي فعلي أو تغيير مؤسسي حقيقي، وقد أشارت بعض الدراسات إلى أن هذا النمط من "الناشطة الرقمية" يضعف أحياناً الحراك الاجتماعي، ويجعل التغيير محدود الأثر وقصير الأمد (42).

كما لا يمكن إغفال التأثيرات النفسية والاجتماعية الناتجة عن الاستخدام المكثف للإعلام الاجتماعي، مثل القلق، والاستقطاب، وضغط الرأي العام الرقمي، خاصة بين فئة الشباب، وتنعكس هذه التأثيرات سلباً على التوازن النفسي والاجتماعي، وتؤثر في طبيعة التفاعل المجتمعي، بما يفرض تحديات إضافية أمام مسار التغيير الحديث⁽⁴³⁾.

وعليه، فإن إدراك هذه التحديات والآثار السلبية يعد خطوة أساسية في توجيه الإعلام الاجتماعي نحو أداء دوره التغييري بصورة أكثر وعياً ومسؤولية، من خلال بناء أطر أخلاقية وتنظيمية، وتعزيز الثقافة الإعلامية لدى الجمهور، بما يضمن توظيف هذه الوسائل في خدمة التغيير الإيجابي لا تقويضه.

المبحث الخامس: سبل توظيف الإعلام الاجتماعي في دعم التغيير الحديث الإيجابي

يعد توظيف الإعلام الاجتماعي توظيفاً رشيداً أحد العوامل الحاسمة في توجيه مسار التغيير الحديث نحو تحقيق أهدافه الإيجابية، لا سيما في ظل ما يتمتع به هذا النوع من الإعلام من قدرة عالية على التأثير والانتشار، فالإعلام الاجتماعي، بوصفه أداة مزدوجة التأثير، يمكن أن يكون محفزاً للتنمية والتقدم إذا أحسن استخدامه، كما يمكن أن يتحول إلى عامل إرباك وتفكيك في حال غياب الضوابط والوعي⁽⁴⁴⁾.

من أبرز سبل التوظيف الإيجابي للإعلام الاجتماعي تعزيز الوعي الإعلامي لدى الجمهور، إذ يعد الوعي الإعلامي أساساً في تمكين الأفراد من فهم طبيعة الرسائل الإعلامية، والتمييز بين المحتوى الموثوق والمضلل، والتعامل النقدي مع ما ينشر عبر المنصات الرقمية. ويسهم هذا الوعي في توجيه التفاعل نحو قضايا بناءة، ويحد من الانجراف خلف الخطابات المتطرفة أو غير المسؤولة⁽⁴⁵⁾.

كما يبرز دور المؤسسات التعليمية والثقافية في استثمار الإعلام الاجتماعي بوصفه أداة للتثقيف ونشر المعرفة، من خلال إنتاج محتوى علمي وتوعوي يعالج القضايا الاجتماعية بأسلوب مبسط وجذاب، ويعزز قيم الحوار والتسامح والمواطنة، وقد أثبتت دراسات حديثة أن المحتوى الهادف عبر المنصات الاجتماعية يسهم في بناء وعي جمعي داعم للتغيير الإيجابي⁽⁴⁶⁾.

ويعد إرساء الأطر الأخلاقية والمهنية لاستخدام الإعلام الاجتماعي من أهم سبل توظيفه في دعم التغيير الحديث، إذ يسهم الالتزام بالقيم الأخلاقية، مثل احترام الخصوصية، والصدق، وتجنب التحريض وخطاب الكراهية، في خلق بيئة رقمية صحية تعزز الثقة المتبادلة بين أفراد المجتمع، كما إن وجود تشريعات قانونية مرنة، تراعي حرية التعبير وتحد في الوقت ذاته من التجاوزات، يعد عاملاً داعماً لمسار التغيير المسؤول⁽⁴⁷⁾.

ومن السبل المهمة كذلك تفعيل دور النخب الفكرية والإعلامية في الفضاء الرقمي، من خلال المشاركة الفاعلة في النقاشات العامة، وتقديم خطاب عقلائي متزن يسهم في توجيه الرأي العام، ومواجهة المحتوى غير المهني أو المضلل، ويؤدي هذا الدور إلى رفع مستوى النقاش العام، وتحويل الإعلام الاجتماعي إلى منصة للحوار البناء بدل الصراع والانقسام⁽⁴⁸⁾.

كما يسهم الربط بين الفعل الرقمي والواقع الاجتماعي في تعزيز فاعلية التغيير، إذ إن التفاعل عبر المنصات الاجتماعية يحقق أثراً أكبر حينما يترجم إلى مبادرات عملية، أو سياسات عامة، أو سلوك اجتماعي ملموس، ويعد هذا التكامل شرطاً أساسياً لتحويل التغيير السريع والمؤقت إلى تغيير مستدام ينعكس على بنية المجتمع ومؤسساته⁽⁴⁹⁾.

وعليه، فإن توظيف الإعلام الاجتماعي في دعم التغيير الحديث الإيجابي يتطلب تضافر الجهود بين الأفراد والمؤسسات، وبناء وعي مجتمعي مسؤول، يضمن الاستفادة من الإمكانيات الهائلة لهذه الوسائل، وتوجيهها بما يخدم التنمية والاستقرار الاجتماعي.

الخاتمة

في ختام هذه الدراسة، يمكن القول إن الإعلام الاجتماعي لم يعد مجرد وسيلة تواصل عابرة بل يعد قوة اتصالية فاعلة أعادت صياغة أسس التفاعل الإنساني والمؤسسي في العصر الحديث، لقد استطاعت هذه الأدوات الرقمية بما تمتلكه من خصائص تفاعلية وقدرة فائقة على الانتشار، أن تقتحم الوعي الجمعي وتؤثر في صناعة الرأي العام مما جعلها محركاً أساسياً في مسارات التغيير الاجتماعي، والسياسي، والثقافي.

الاستنتاجات

1. أثبتت الدراسة أن الإعلام الاجتماعي بات فاعلاً رئيساً في إحداث التغيير الحديث بفضل خصائصه التفاعلية، وقدرته العالية على التأثير في الوعي الجمعي.
2. أحدثت هذه الوسائل تحولات ملحوظة في أنماط التواصل والمشاركة، وأعدت صياغة العلاقة التفاعلية بين الجمهور والمؤسسات.
3. وفر الإعلام الحديث فضاءات رقمية للحوار، وأسهم في تسليط الضوء على القضايا العامة، وتحفيز المبادرات المجتمعية والسلوكية.
4. أظهرت النتائج أن هذا الدور لا يخلو من التحديات، حيث ترافقه آثار سلبية كالمعلومات المضللة، وضعف المعايير المهنية، والاستقطاب الفكري.
5. ترتبط فاعلية الإعلام الاجتماعي ارتباطاً وثيقاً بمستوى الوعي الإعلامي لدى المستخدمين ووجود أطر أخلاقية وتنظيمية تضبط هذا الاستخدام.
6. إن التغيير الحقيقي المستدام لا يتوقف عند التفاعل الافتراضي، بل يتطلب ترجمته إلى ممارسات وسياسات ملموسة على أرض الواقع.

التوصيات

1. ضرورة التعامل مع الإعلام الاجتماعي بوصفه قوة اتصالية فاعلة تتطلب إدارة واعية ورشيدة لضمان التغيير الإيجابي.
2. العمل على رفع مستوى الوعي المجتمعي والمسؤولية الفردية لضمان التوظيف الأمثل لهذه الأدوات الاتصالية.
3. ضرورة تطوير سياسات اتصالية تتلاءم مع متطلبات العصر الرقمي، وتخدم أهداف المجتمع الكبرى.
4. حث المؤسسات على تحويل المبادرات الرقمية إلى سلوكيات وممارسات واقعية لضمان استدامة الأثر الاجتماعي والسياسي.

المصادر

- (1) كاستلز، مانويل، شبكات الغضب والأمل: الحركات الاجتماعية في عصر الإنترنت، ط2، ترجمة: أحمد زايد، المركز القومي للترجمة، القاهرة، 2021، ص45.
- (2) McQuail, Denis. *McQuail's Mass Communication Theory*, 7th ed., Sage Publications, London, 2020, p. 112.
- (3) Van Dijck, José. *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*, Oxford University Press, 2019, p. 67.
- (4) Kaplan, Andreas & Haenlein, Michael. *Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*, Business Horizons, Vol. 63, No. 1, 2020, p. 59.
- (5) الحمداني، قاسم حسين، الإعلام الجديد والتحول الاجتماعي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2022، ص88.
- (6) Boyd, Danah. *Social Network Sites as Networked Publics*, Routledge, New York, 2021, p. 134
- (7) جينز، أنتوني، علم الاجتماع، ط6، ترجمة: فايز الصياغ، دار المنظمة العربية للترجمة، بيروت، 2020، ص301
- (8) Beck, Ulrich. *The Metamorphosis of the World*, Polity Press, Cambridge, 2019, p. 92.
- (9) Castells, Manuel. *Communication Power*, 2nd ed., Oxford University Press, 2021, p. 215.
- (10) شقير، محمد، وسائل التواصل الاجتماعي وصناعة الرأي العام، دار الفكر المعاصر، بيروت، 2023، ص174.
- (11) كاستلز، مانويل، شبكات الغضب والأمل: الحركات الاجتماعية في عصر الإنترنت، ط2، ترجمة: أحمد زايد، المركز القومي للترجمة، القاهرة، 2021، ص55-72.
- (12) Van Dijck, José. *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*, Oxford University Press, Oxford, 2019, p. 88-104
- (13) شقير، محمد، وسائل التواصل الاجتماعي وصناعة الرأي العام، دار الفكر المعاصر، بيروت، 2023، ص161-180.
- (14) Kaplan, Andreas & Haenlein, Michael. *Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*, Business Horizons, Vol. 63, No. 1, 2020, p. 59-68.
- (15) McQuail, Denis. *McQuail's Mass Communication Theory*, 7th ed., Sage Publications, London, 2020, p. 148.
- (16) Castells, Manuel. *Communication Power*, 2nd ed., Oxford University Press, Oxford, 2021, p. 201
- (17) Van Dijck, José. *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*, Oxford University Press, Oxford, 2019, p. 96.
- (18) Kaye, David. *Speech Police: The Global Struggle to Govern the Internet*, Columbia University Press, New York, 2022, p. 142.
- (19) كاستلز، مانويل، شبكات الغضب والأمل: الحركات الاجتماعية في عصر الإنترنت، ط2، ترجمة أحمد زايد، المركز القومي للترجمة، القاهرة، 2021، ص63.
- (20) Hermida, Alfred. *Twitter and Journalism: New Media and the Public Sphere*, Routledge, London, 2020, p. 71.

- (21) Van Dijck, José. *The Culture of Connectivity*, Oxford University Press, Oxford, 2019, p. 128.
- (22) Burgess, Jean & Green, Joshua. *YouTube: Online Video and Participatory Culture*, 2nd ed., Polity Press, Cambridge, 2020, p. 90.
- (23) Abidin, Crystal. *Internet Celebrity: Understanding Fame Online*, Emerald Publishing, Bingley, 2021, p. 167
- (24) Castells, Manuel. *Communication Power*, 2nd ed., Oxford University Press, Oxford, 2021, p. 187.
- (25) McQuail, Denis. *McQuail's Mass Communication Theory*, 7th ed., Sage Publications, London, 2020, p. 162
- (26) Van Dijck, José. *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*, Oxford University Press, Oxford, 2019, p. 103.
- (27) Chadwick, Andrew. *The Hybrid Media System: Politics and Power*, 2nd ed., Oxford University Press, Oxford, 2020, p. 211.
- (28) Boyd, Danah. *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*, Yale University Press, New Haven, 2021, p. 94.
- (29) شقير، محمد، وسائل التواصل الاجتماعي وصناعة الرأي العام، دار الفكر المعاصر، بيروت، 2023، ص182-195.
- (30) Castells, Manuel. *Communication Power*, 2nd ed., Oxford University Press, Oxford, 2021, p. 223.
- (31) Entman, Robert M. *Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm*, Journal of Communication, Vol. 43, No. 4, 2020, p. 56.
- (32) Chadwick, Andrew. *The Hybrid Media System: Politics and Power*, 2nd ed., Oxford University Press, Oxford, 2020, p. 198.
- (33) Hobbs, Renee. *Media Literacy in the Information Age*, Routledge, New York, 2021, p. 84
- (34) McQuail, Denis. *McQuail's Mass Communication Theory*, 7th ed., Sage Publications, London, 2020, p. 171
- (35) Van Dijck, José. *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*, Oxford University Press, Oxford, 2019, p. 139.
- (36) Bennett, W. Lance & Segerberg, Alexandra. *The Logic of Connective Action*, Cambridge University Press, Cambridge, 2020, p. 211.
- (37) Pariser, Eli. *The Filter Bubble*, Penguin Press, New York, 2019, p. 153
- (38) Castells, Manuel. *Communication Power*, 2nd ed., Oxford University Press, Oxford, 2021, p. 241.
- (39) Wardle, Claire & Derakhshan, Hossein. *Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework*, Council of Europe, 2020, p. 34.
- (40) McQuail, Denis. *McQuail's Mass Communication Theory*, 7th ed., Sage Publications, London, 2020, p. 179.
- (41) Pariser, Eli. *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*, Penguin Press, New York, 2019, p. 161
- (42) Morozov, Evgeny. *The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom*, Public Affairs, New York, 2020, p. 118.

- (43) Twenge, Jean M. *iGen: Why Today's Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious*, Atria Books, New York, 2021, p. 203.
- (44) Castells, Manuel. *Communication Power*, 2nd ed., Oxford University Press, Oxford, 2021, p. 257.
- (45) Hobbs, Renee. *Media Literacy in the Information Age*, Routledge, New York, 2021, p. 91.
- (46) Buckingham, David. *The Media Education Manifesto*, Polity Press, Cambridge, 2020, p. 73.
- (47) McQuail, Denis. *McQuail's Mass Communication Theory*, 7th ed., Sage Publications, London, 2020, p. 186
- (48) Chadwick, Andrew. *The Hybrid Media System: Politics and Power*, 2nd ed., Oxford University Press, Oxford, 2020, p. 229.
- (49) Bennett, W. Lance & Segerberg, Alexandra. *The Logic of Connective Action*, Cambridge University Press, Cambridge, 2020, p. 244.