

أثر الإعلام الإلكتروني في تشكيل الوعي الاجتماعي (دراسة في المعلوماتية السوسولوجية)

رولا عوده السوالقة، ميساء نصر الرواشدة*

ملخص

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن أثر الإعلام الإلكتروني في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعات الأردنية (الحكومية، الخاصة). طبقت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وتم اختيار عينة قصدية لتمثيل مجتمع الدراسة من الجامعات الأردنية هما؛ جامعة البلقاء التطبيقية (جامعة حكومية)، وجامعة عمان الأهلية (جامعة خاصة)، ثم تم سحب عينة عشوائية منتظمة بلغت (585) طالباً وطالبة، منهم (392) طالباً وطالبة من جامعة البلقاء التطبيقية/المركز، و(193) طالباً وطالبة من جامعة عمان الأهلية. طبقت الدراسة استبيان تكون من (27) فقرة لقياس أثر الإعلام الإلكتروني في تشكيل الوعي الاجتماعي لطلبة الجامعات. توصلت النتائج إلى أن لوسائل الإعلام الإلكتروني أثر في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعات الأردنية يُعزى لمتغير نوع الجامعة ولصالح طلبة الجامعات الحكومية، ولا يُعزى لمتغير الجنس.

الكلمات الدالة: علم الاجتماع الآلي، المعلوماتية الاجتماعية، الإعلام الإلكتروني، الوعي الاجتماعي.

المقدمة

أوجد تطور الشبكة العنكبوتية (الإنترنت) فضاءاً افتراضياً ساهم بإحداث تغييرات في الأنساق الثقافية والأبنية التنظيمية، انبثق عنه مجتمعا شبكيا ليصبح شكلاً جديداً لتنظيم المجتمع الانساني. وفي فضاء الإنترنت، يوجد فضاء سايبيري يحوي عالماً رقمياً من عالم الانسان، يمثل ثقافة رقمية، بيئة حركية يخلقها مستخدمو الإنترنت ببرامجهم المتنوعة، وحين يحدث التفاعل السايبري الافتراضي، يحدث تشكل الثقافة السايبرية، ويصنع الأفراد المستخدمون للإنترنت مجتمعاتهم انطلاقاً من خلفياتهم الثقافية الطبيعية؛ بمعنى أنه من خلال هويات الأفراد يتم ادراكهم واستخدامهم للفضاء السايبري الذي يُستخدم كملعب للذات، فالثقافة السايبرية تعيد تشكيل المجتمع المحلي بواسطة التكنولوجيات المتاحة (رحومه، 2008).

ومع تزايد تطبيق التقنيات الحديثة للاتصال في مجال الإعلام، نشأ جيل الإنترنت الذي تفاعل مع الإعلام الإلكتروني عبر وسائله المختلفة؛ كفيسبوك؛ تويتر، وإنستغرام، تمبلر، لينكد إن، جوجل بلس، التي استطاعت استقطاب أفراد المجتمعات، ولاسيما فئة الشباب، نظراً للك الهائل الذي تحتويه من الأحداث والأخبار سواءً كانت سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو رياضية أو فنية، ونقلها حال وقوعها، كما باتت مساحة ل طرح الجدل في قضايا المجتمع المختلفة، والتبادل الفكري والثقافي بين أفراد المجتمع (طه، 2019).

ولم يعد تطور الإعلام الإلكتروني لوسائل الإعلام فقط، إذ أعاد صياغة وتشكيل الواقع الاجتماعي، من خلال تأثير الرسالة الإعلامية في الصحافة الإلكترونية المكتوبة والإعلام الإلكتروني المرئي والمسموع على وعي أفراد المجتمع وقناعاتهم وتوجهاتهم، فالدمج بين القدرة التفاعلية للكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصالات ووسائل الإعلام التقليدية مثل؛ الأفلام والصور والموسيقى والكلمة المنطوقة والمطبوعة، والتداخل فيما بينها أفرز قوالب إعلامية متنوعة لا يمكن حصرها أو التنبؤ بإمكانياتها، فأحدثت تغييرات هامة في نوعية الكم والكيف في وسائل الإعلام من ناحية، وفي الواقع الاجتماعي العالمي وفي منطقة الشرق الوسط من ناحية أخرى. لقد استطاعت هذه التقنية العالمية التغلب على الحيز الجغرافي والحدود الاجتماعية مما جعلها تفوق الآلة الحربية في تأثيرها، واستخدمت كسلاح جديد بيد الدول الكبرى (الغامدي، 2012؛ عبد الرزاق، 2013؛ Terry, 2008).

وتزداد قدرة وسائل الإعلام الإلكتروني على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز ومكثف وهذا الاحتمال سوف تزيد قوته في حالة تواجد عدم استقرار بنائي في المجتمع

* قسم علم الاجتماع، الجامعة الأردنية. تاريخ استلام البحث 2019/6/2، وتاريخ قبوله 2019/10/10

بسبب الصراع والتغيير بالإضافة إلى ذلك فإن فكرة تغير سلوك ومعارف ووجدان الجمهور يمكن أن تصبح تأثيراً مرتداً لتغيير كل من المجتمع ووسائل الاتصال وهذا هو معنى العلاقة الثلاثية بين وسائل الإعلام والجمهور والمجتمع (اسماعيل، 2003). فالإعلام الإلكتروني ذو تأثير فاعل في تشكيل الرأي العام ووعي أفراد المجتمع من خلال ما يحمله من أيديولوجيات وأفكار مروجاً لها من خلال ما ينقله من أخبار ومعلومات وبرامج تهدف إلى تكوين اتجاهات معينة يتبناها الجمهور المتفاعل معها خاصة الجيل الشبكي، لذا جاءت هذه الدراسة للكشف عن دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعات الأردنية (الحكومية والخاصة).

مشكلة الدراسة

أدرجت دراسة مؤسسة (Pew Research Center) العالمية الأردن في المرتبة الأولى عالمياً في مؤشر نسبة عدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي البالغين الى عدد مستخدمي الإنترنت، حيث بلغت النسبة 90%. وبالاستناد إلى النسبة العالمية، فإن عدد مستخدمي مختلف شبكات التواصل الاجتماعي في المملكة يقدر بحوالي 7.2 مليون مستخدم، كما بين تقرير الإعلام الاجتماعي العربي لعام 2017 أن نسبة مستخدمي وسائل الإعلام الاجتماعي (أبرزها؛ فيسبوك، تويتر، إنستغرام، ولينكد إن) وصلت في المنطقة العربية إلى 39% من السكان، مرتفعة من 28% خلال ما يقرب من عامين، مع استمرار سيطرة قطاع الشباب بنسبة 64%. كما أشار التقرير إلى أن هذا الصعود ترافق مع تنامي دور البنية التحتية لإنترنت الأشياء في ضخ البيانات الضخمة حول مختلف مناحي الحياة ونضوج تقنيات الذكاء الصناعي التي يمكنها استغلال الكم الهائل من البيانات الصادرة عن الإعلام الاجتماعي وإنترنت الأشياء بشكل غير مسبوق.

كما تعرّض التقرير لدراسة السلوكيات المتغيرة لمستخدمي الإعلام الاجتماعي العرب وديموغرافية الاستخدام وأهم التوجهات في هذا المجال بين عامي 2011 و2017. وقدم إحصاءات إقليمية حول استخدام «إنستغرام» في المنطقة، وأشار إلى ازدياد تأثير التحولات الرقمية الحكومية في صنع السياسات العامة، وإلى أن وسائل الإعلام الاجتماعية في العالم العربي، تكتسب أهمية متزايدة وتتغلغل في حياة العرب، خاصة منهم اليافعين والشباب. ونظراً لتزايد نسبة مستخدمي وسائل الإعلام الإلكتروني وتغلغلها في حياة الشباب وتوجيه مشاعرهم وأحاسيسهم نحو قضايا نفسية واجتماعية لا تتصل مباشرة بالتحديات التي تجابه بلدانهم ومجتمعاتهم، لم يكن المجتمع الأردني بمنأى عن المخاطر الناتجة عن وسائل الإعلام الإلكتروني وقدرة تأثيرها على وعي أفرادها؛ خاصة الشباب، فهو يمتاز بأنه مجتمع فتي، إذ قدرت دائرة الإحصاءات العامة الأردنية أن نسبة الشباب ضمن الفئة العمرية 15-24 سنة في المملكة تشكل خمس السكان، إذ بلغ عددهم حوالي مليون و890 ألف نسمة من مجموع سكان الأردن المقدر بنهاية عام 2016 بحوالي 9,79 مليون نسمة. إن مرحلة الشباب من أهم مراحل العمرية التي تتضح وتتشكل فيها ذوات الأفراد وتوجهاتهم، وفي ظل ارتفاع نسبة البطالة؛ حيث بلغت عند الذكور 13.3% وبالنسبة للإناث بلغت 24.1% في عام 2016 الأمر الذي قد يسهم في زيادة أوقات فراغهم وشعورهم بالاحباط وشغل أنفسهم بمواقع ووسائل الإعلام الإلكتروني، لذا جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على أثر الإعلام الإلكتروني في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعات الأردنية (الحكومية والخاصة).

أهمية الدراسة

أ. الأهمية النظرية: تكسب هذه الدراسة أهميتها النظرية في:-

1. إلقاء الضوء على أهم الموضوعات الجديدة التي تُناقش وتُعالج قضايا المجتمع والفرد في مجتمع ما بعد الحداثة، ألا وهو المعلوماتية الاجتماعية (Socio-informatics) الذي يُعد من المجالات البحثية العلمية التي تتبع ميدان حيوي في علم الاجتماع وهو علم الاجتماع الآلي (Cyber sociology) إذ يعتبر ميدان جديد البحث في علم الاجتماع في الوطن العربي، الأمر الذي سيلهم الباحث العربي لإجراء المزيد من الأبحاث العلمية وأثرها المعرفة العلمية في علم الاجتماع في الوطن العربي.
2. كما تكمن أهميتها النظرية في دراسة قضية الوعي الاجتماعي الذي يعتبر أساساً لتطور المجتمع وأمنه واستقراره وربطه فيما تتيحه وسائل الإعلام الإلكتروني على الإنترنت من فرص متنامية للحوار الاجتماعي والديمقراطي الحر حول القضايا الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والأمنية.

ب. الأهمية التطبيقية: تكسب هذه الدراسة أهميتها التطبيقية في:

1. تطبيقها على فئة الشباب، خاصة الطالب الجامعي نظراً لدوره الفاعل في المجتمع لما يتمتع به من نشاط عام وفكري، حيث تسعى هذه الدراسة للوقوف على قضية بالغة الأهمية تهم الشباب الجامعي، وهي الوعي والمشاركة الاجتماعية الفعالة، لأنهم

سيكونون قادة المجتمع في المستقبل القريب وسيتقلدون كافة مناصب الحياة العامة.

2. مساهمة نتائج الدراسة الحالية في إثراء المعرفة العلمية المتعلقة بقياس أثر الوعي الإلكتروني في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الطلبة، خاصة الجهات والمؤسسات؛ كوزارة التعليم العالي ووزارة التنمية التي تُعني بقضايا الشباب والطلّاب الجامعي، بدفعهم لإعداد برامج وخطط إعلامية إلكترونية تزيد من الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعات.

أهداف الدراسة:

1. التعرف على أثر الإعلام الإلكتروني في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعات الأردنية (الحكومية والخاصة).
2. الكشف عن الفروق ذات الدلالة الإحصائية لأثر الإعلام الإلكتروني في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعات الأردنية (الحكومية والخاصة) تُعزى لمتغيري؛ الجنس، نوع الجامعة.

أسئلة الدراسة:

1. ما أثر الإعلام الإلكتروني في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعات الأردنية؟
2. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أثر الإعلام الإلكتروني في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعات الأردنية (الحكومية والخاصة) تُعزى لمتغيري؛ الجنس، نوع الجامعة؟

المفاهيم الإجرائية

1. **الإعلام الإلكتروني:** الخدمات والنماذج الإعلامية الجديدة التي تتيح نشأة وتطوير محتوى وسائل الإتصال الإعلامي ألياً أو شبه ألي في العملية الإعلامية باستخدام التقنيات الإلكترونية الحديثة المتمثلة في استخدام الحواسيب الآلية أو الأجيال المتطورة من الهواتف النقالة وتصفح شبكة الإنترنت.

2. **الوعي الاجتماعي:** هو الذي يتضمن ثلاثة أبعاد هي: الوعي الفردي والذي يعبر عن فرد محدد له ظروفه النوعية الخاصة، ويعكس وجوداً فردياً عيانياً محدداً؛ أي أن الإنسان مدرك لتصرفاته وجميع أنشطته المادية والروحية. وأما البعد الثاني هو الوعي الجماعي والذي يشير إلى وعي طبقة محددة أو مجتمع محدد، وهو إدراك وتصور طبقان للمجتمع والطبيعة. ويُشير البعد الثالث إلى الوعي المجتمعي الذي يمثل انعكاساً للوجود الاجتماعي ككل، ويشير إلى إدراك وتصور القضايا المجتمعية الأساسية.

الأدب النظري

الإعلام الإلكتروني: المفهوم والوسائل

يُعتبر الإعلام الإلكتروني (Electronic media) ظاهرة إعلامية عالمية جديدة، ومرحلة من مراحل التطور التكنولوجي في وسائل الاتصال التي تعتمد على الوسائط الإلكترونية في تزويد الجماهير بالأخبار والمعلومات ويعبر عن المجتمع الذي يصدر منه ويتوجه إليه، فهو نوع جديد من الإعلام ينشط في الفضاء الافتراضي ويستخدم الوسائط الإلكترونية كأدوات له تديرها دول ومؤسسات وأفراد بقدرات وإمكانات متباينة، يتميز بسرعة الانتشار وقلة التكلفة وشدة التأثير (شفيق، 2010). ويُشير مفهوم الإعلام الإلكتروني إلى الخدمات والنماذج الإعلامية الجديدة التي تتيح نشأة وتطوير محتوى وسائل الاتصال الإعلامي ألياً أو شبه ألي في العملية الإعلامية باستخدام التقنيات الإلكترونية الحديثة الناتجة عن اندماج تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات كنواقل إعلامية غنية بإمكاناتها في الشكل والمضمون ويشمل الاشارات والمعلومات والصور والأصوات المكونة لمواد إعلامية، أي أنه يشترك مع الإعلام بشكل عام في الاهداف والمبادئ العامة لكنه يتميز باعتماده على وسائل تكنولوجيه جديدة المتمثلة في استخدام الحواسيب الآلية أو الاجيال المتطورة من الهواتف النقالة وتصفح شبكة الإنترنت (الرحباني، 2011؛ الغامدي، 2012).

تعددت وسائل الإعلام الإلكتروني تبعاً للتطورات التقنية التي طالت شبكة الإنترنت؛ فانتشرت المواقع الإعلامية الإلكترونية، الصحافة الإلكترونية، والإذاعة والتلفزيون الإلكتروني، وخدمات الأرشيف الإلكتروني، والإعلانات الإلكترونية، والمدونات، ووسائل التواصل الاجتماعي (كفيسبوك؛ تويتر، وإنستغرام، تمبرلر)، وخدمات البث عبر الهاتف الجوال، وبث الرسائل القصيرة والأخبار العاجلة، ورسائل (SMS, MMS) على الهاتف النقال (الغامدي، 2012، قنديلجي، 2015).

ويمتاز الإعلام الإلكتروني (المقروء والمرئي والمسموع) بسرعة الانتشار والتنوع الشمول كاسراً حواجز الزمان والمكان والعرق

والطبقة والفئة العمرية والدين، إذ سمح للتعددية الثقافية، وأعطى الحرية المطلقة متخطياً حدود الرقابة التي قيدت حرية الإعلام، ونشر الثقافة الإلكترونية بالتنوع اللامتناهي في الرسائل الإعلامية والمحتوى الإعلامي، كما مكن كل فرد من أن يصبح صحفياً وإعلامياً من خلال تزويد أفراد المجتمع بمصادر معلوماتية كبيرة مع إتاحة فرصة اختيار المعلومة وتمييزها، والتفاعل مع المادة الإعلامية نصاً وصوتاً وصورة، والتعليق عليها، ونشر أفكارهم وكتاباتهم، ليكونوا شركاء في صنع المحتوى الإعلامي، مما أسهم في تنمية التواصل والحوار مع بين ثقافات العالم على اختلافها بسرعة أكبر وتكلفة وبحرية أكبر مقارنة بوسائل الإعلام التقليدي (قنا، 2015؛ أحمين، 2013؛ قنديلجي، 2015).

الوعي الاجتماعي: المفهوم والأبعاد

يمثل الوعي الاجتماعي Social Consciousness ظاهرة سوسولوجية تلعب دوراً أساسياً في التغيير الاجتماعي، فالوعي يبدأ بمجرد أن يبدأ الإنسان في إنتاج وسائل العيش، تلك الوسائل التي تتحدد بداية بظروف الطبيعة وإمكاناتها، وإنتاج الوسائل يُنتج الإنسان حياته المادية والعقلية (عبد المعطي، 1981). فالوعي حالة من الاستعداد تتكون من العديد من الأفعال العقلية المشتركة والتي من خلالها يعي الفرد هذا الموضوع أو ذاك في نفسه أو بينته (McMillan & Gillet, 2001). ولا يمكن فصل الوعي بالمجتمع عن الوعي الذاتي إذ لا نستطيع التفكير في أنفسنا إلا بالإحالة إلى جماعة اجتماعية من نوع ما، وما نحن على وعي به حقاً ليس أكثر أو أقل من الكل الشخصي أو الاجتماعي المعقد، فمعظم وعينا انعكاساً لحالات عقولنا الواعي، فيصبح وعياً اجتماعياً، لأن إحساسنا بعلاقتنا بالآخرين، أو بعلاقات الآخرين ببعضهم يمكن بالكاد أن تغفل في أن تكون جزءاً منها. فالذات والمجتمع توأمان (Cooley, 1907)، إن الوعي الاجتماعي ليس إدراكاً فقط للواقع وليس تصوراً له فقط، بل هو نتاج لحركة تبادلية يندمج فيها الفردي في الاجتماعي، والذاتي في الموضوعي والإدراك في التصور، وتعد الأبعاد النفسية مجالات أولية للوعي، وبالتالي فإن الأبعاد النفسية والفكرية والعلم تعد مجالاً نوعياً متميزاً من مجالات الوعي، يتميز فيها عن غيره من المجالات بوظائفه والدرجة التي يعكس بها الواقع الاجتماعي (عبد المعطي، 1991؛ الهمزاني، 1998).

وأكد (جورج ميد) على الأصل الاجتماعي للفعل، لئشير إلى أن الوعي بالذات ليس نتاجاً فردياً صرفاً بقدر ما هو محصلة تفاعلات اجتماعية يكون الفرد منغمساً ومشعباً فيها، وبالتالي فإن الشعور بالهوية ليس معطى أولياً في الوعي الفردي، بل حصيلة آليات اجتماعية تتداخل خلال التنشئة الاجتماعية؛ أي أن الإنسان ليس كاننا اجتماعياً فحسب، بل إن وجوده رهين بالآخر، لذا رفض (جورج ميد) بأن يكون الوعي الفردي سابق عن التنظيم الاجتماعي، فالأنا كائن اجتماعي يتميز بالقدرة على الإنتاج والإبداع والمحاكاة، ولا معنى لسلوكه خارج المحيط الاجتماعي (عماد، 2016؛ أحمد، 2006). وتمثل التنشئة الاجتماعية مكوناً أساسياً من مكونات الوعي الاجتماعي، فهي تعد عملية غرضية وموجهة أيديولوجياً، تتوخى إحداث تغيرات ثقافية معينة، بالنسبة للفرد والمجتمع على حدٍ سواء، فتمط التنشئة الذي يخضع له الفرد يؤثر إلى حدٍ كبير في استجابته لمختلف المثيرات الاجتماعية، ومدى مشاركته في العملية الاجتماعية، وجدية هذه المشاركة في مرحلة النضج، كما تعد التنشئة الاجتماعية ذات أهمية خاصة وسياسية بالنسبة لعملية التكامل الاجتماعي، وتطور الوعي بالهوية القومية وتأكيد الولاء والانتماء للأمة والدولة القومية التي تحتلها (الزيات، 2002). وتساعد التنشئة الاجتماعية على إمعان التمحيص والنقد لبعض الأفكار الاجتماعية، وبذلك تكون هناك مراجعة للجو الاجتماعي العام في المجتمع، وذلك عن طريق تعليم الناشئة القيم والاتجاهات الاجتماعية من خلال الأسرة والمدرسة ومؤسسات المجتمع الأخرى (الحربي، 2000).

ويتكون الوعي الاجتماعي من ثلاثة أبعاد؛ الوعي الفردي والذي يعبر عن فرد محدد له ظروفه النوعية الخاصة، ويعكس وجوداً فردياً عيانياً محدداً؛ أي أن الإنسان مدرك لتصرفاته وجميع أشطته المادية والروحية. وأما البعد الثاني هو الوعي الجماعي والذي يشير إلى وعي طبقة محددة أو مجتمع محدد، وهو إدراك وتصور طبقان للمجتمع والطبيعة. ويشير البعد الثالث إلى الوعي المجتمعي الذي يمثل انعكاساً للوجود الاجتماعي ككل، ويشير إلى إدراك وتصور القضايا المجتمعية الأساسية. وتأتي هذه الأبعاد على ثلاثة مستويات؛ ليشير المستوى الأول الوعي اليومي المباشر الذي يعبر عن خبرة الحياة اليومية المباشرة وحاجات البشر اليومية، أي أنه بعداً تفصيلياً ويتسم بالتلقائية، إذ ينشأ من الشروط التطبيقية للحياة الاجتماعية، كما يرتبط بالخصائص النفسية الاجتماعية للبشر، أما المستوى الثاني هو الوعي النظري الأيديولوجي الذي يعكس وجوداً طبقياً محدداً، ويأتي إدراكاً وتصوراً للمجتمع وما يحويه من علاقات وتناقضات، ويحاول من منظور تاريخي ومعاصر فهم جوهر الواقع الاجتماعي وظواهرته والقوانين الأساسية التي تحكم سيرورته.

ويمثل الوعي العلمي الذي طورته قوى الإنتاج، وتوظفه لخدمة مصالح إنتاجية وأيديولوجية، وهو أيضاً نتاج لتراكمات

الماضي، والاتصال العلمي مع مجتمعات أخرى، إن استعارة أو تبعية أو تطويعاً (عبد المعطي، 1983؛ أحمد، 2006). ويعزى عن الوعي الاجتماعي بالمشاركة الاجتماعية والمعرفة الاجتماعية، وتكوين تصوّر عن المسائل الاجتماعية، وتبني اتجاه سياسي محدد ودعمه مثل التصويت وعضوية التنظيمات الاجتماعية، ولا يقتصر الوعي الاجتماعي على الإدراك والمعرفة بل يتعدى ذلك إلى الفهم والتقييم وردود الفعل والتصرف من قبل الفاعلين (معوّض، 2001).

الإعلام الإلكتروني وتشكيل الوعي الاجتماعي

أصبح دور وسائل الإعلام الإلكتروني أكثر أهمية وخطورة في عصر العولمة وما بعد الحداثة، ومن أقوى الوسائل في تشكيل الوعي الاجتماعي وتكوين الصورة الذهنية في أذهان الناس وتكوينها، وعاملاً مهم في تهيئة متطلبات التغيير عن طريق تكوين الوعي في نظرة الإنسان إلى مجتمعه والعالم، فالمضمون الذي تتوجّه به عبر رسائل إخبارية أو ثقافية أو ترفيهية أو غيرها، لا يؤدي بالضرورة إلى إدراك الحقيقة فقط، بل أنه يسهم في تكوين الحقيقة، وحل اشكالياتها، إذ لم يعد إعلاماً ناقلاً بل موجهاً للأفراد والجماعات وتكوين مواقفهم الفكرية والاجتماعية، إذ ساهمت وسائل الإعلام الإلكتروني في توسيع شبكة علاقات الفرد الاجتماعية مع الآخرين على المستوى المحلي والإقليمي والدولي، بصرف النظر عن خلفياتهم السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، والعرقية، والجنسية. وأتاحت للأفراد فرصة تقديم أنفسهم للآخرين "Self- Presentation" بحرية كبيرة، ودون قيود. ويلاحظ من خلال مشاهدة الأنماط السلوكية الاجتماعية على أرض الواقع، بأن هناك زيادة مستمرة وإقبالاً مرتفعاً لأعداد الناس، ومن مختلف فئات المجتمع المستخدمين للإنترنت، ولاسيما فئة الشباب فيهم، قد يصل استخدامهم، إلى درجة الإدمان، مما قد يؤثر على السلوك الإنساني، وشبكة العلاقات الاجتماعية، وطرق التفكير في التعامل مع متغيرات الحياة، والذي من شأنه تعزيز القيم الفردية بدلاً من القيم الاجتماعية، وقيم العمل الجماعي المشترك الذي يمثل عنصراً هاماً في ثقافة المجتمع (المجالي، 2007).

وتمارس وسائل الإعلام الإلكتروني تأثيراً هائلاً في تشكيل رؤية الأفراد لأنفسهم وللآخرين، من خلال اغراقهم بعروض عن شكل الآخرين ومشاعرهم وحياتهم ومأكولاتهم وملابسهم ومشروباتهم، وتتحكم في المواقف وأنماط الاستهلاك والابداع، وكذلك في أشكال التعبير الثقافي والتنوع الثقافي، فما هو إلا حقيقة واقعه، فهي تؤثر في عمليات تحديد الهوية الذاتية على المستويين الفردي والجماعي، وتسهم في تشكيل "الجماعات المتخيلة" من خلال المشاهد الإعلامية المتخيلة لوسائل الإعلام التي تؤدي بالغ الأهمية في تقرير الكيفية التي نتصور بها حياتنا، ويمكن أن تصبح المشاهد الإعلامية، التي لا يشك في قوة تأثيرها، مصدراً خبيثاً للنزاعات والتوترات بل وحتى للعنف في المجتمعات (UNESCO, 2009).

كما لعبت وسائل الإعلام الإلكتروني دوراً حيوياً في دعم الديمقراطية حول العالم بما أتاحتها من أدوات تعبير وبيئة وأداة عمل في المجال السياسي العام، واتاحة مجال عام مفتوح أمام المعلومات السياسية والطرح السياسي (S. Coleman & W. Donk, 1999). حيث ساهمت في جذب الأنظار بعد تجربها للعديد من القضايا التي أثارت الرأي العام، واستخدام الشباب المطالبين بالتغيير لوسائل حديثة للتواصل والتنسيق فيما بينهم، وفي مقدمتها شبكات التواصل الاجتماعي كالفيس بوك وتويتر وغيرها. وارتبطت موجة الاحتجاجات والثورات التي اجتاحت المنطقة العربية مطالبة بإجراء إصلاحات سياسية واقتصادية واجتماعية، والتي وجد فيها الشباب العربي منفذاً للتعبير عن آمالهم وطموحاتهم ورغباتهم في التغيير، حتى غدت بمثابة محرك فاعل ومؤثر في الثورات والمظاهرات والأحداث التي شهدتها المنطقة العربية (العلامة، 2012).

إن تأثير وسائل الإعلام الإلكتروني في بناء المواقف الفردية والجماعية من الآخرين، لها أثر ومباشر وفوري على الجمهور المشاهدين والمستمعين الذين يسهل التأثير عليهم نفسياً وأيديولوجياً، ما يطلق عليه نظرية الطلقة السحرية، ورغم أن عمليات الإدراك والاتصالات مع الآخرين والعوامل النفسية والديموغرافية قد تلعب دوراً في عرقلة التأثير المباشر لوسائل الإعلام الإلكتروني، إلا أن وسائل الإعلام الإلكتروني أوجدت مناخ من الرأي يمكن أن يشوش على القضايا والمواقف الحقيقية، وهذا التأثير لا ينفي قدرتها على تعزيز قيم الناس ومواقفهم وأرائهم ومعتقداتهم ومشاعرهم، وهو ما يصدق بالتالي على الطرق التي يستجيب بها الأفراد للاختلافات الإثنية أو الثقافية (UNESCO, 2009).

وتتشارك وسائل الإعلام الإلكتروني في ايجاد صورة نمطية عن طريق عميلة الغيرية (Othering)؛ التي تعني تحديد ما يفصل المرء عن غيره من أفراد وجماعات ومجتمعات عن طريق تصنيفهم على أنهم آخرون (UNESCO, 2009). فمشاركة الأفراد الاجتماعية في الفضاء الإلكتروني من خلال وسائل الإعلام الإلكتروني، تعد من مكونات الوعي الاجتماعي فهي مؤشر قوي على مدى تطوّر أو تخلف المجتمع ونظامه الاجتماعي، (الزيات، 2002). وتكمن أهمية المشاركة الاجتماعية في أن النمو

الديمقراطي يتوقف بدرجة كبيرة على مدى اشتراك أفراد المجتمع بفاعلية في تحديد وتحقيق الأهداف الاجتماعية، فهي حق المواطن في أن يؤدي دوراً في عملية صنع القرارات الاجتماعية، وتعني في أضيق معانيها حق ذلك المواطن في أن يراقب هذه القرارات بالتقويم والضغط عقب صدورها (هلال، 2001).

وتؤدي المشاركة الاجتماعية عبر وسائل الإعلام الإلكتروني إلى تزايد الوعي الاجتماعي، وتسهم في تحقيق التكيف الاجتماعي. وتتأثر عملية المشاركة الاجتماعية إلى حد كبير بعوامل بيئية اجتماعية وثقافية ونفسية واقتصادية، فالعادات والتقاليد والقيم والثقافة الاجتماعية كذلك تؤثر على طبيعة المشاركة الاجتماعية وبالتالي على طبيعة التطور الاجتماعي في المجتمع، ومما لا شك فيه تُسهم النظم الاجتماعية في تزييف الوعي الاجتماعي من أساليب متعددة؛ كالتبعية الثقافية، وعمليات التضليل الإعلامي، والتبعية الإعلامية، والتكنولوجيا (الدويله، 2007؛ التويجري، 2014). وتُسهم هذه الأساليب فيضعف الوعي الاجتماعي الذي تتضح ملامحه في أزمة الهوية التي خلقها المضمون الإعلامي وتنوعه وما يحمله من ايديولوجيات متنوعة تشوش ذهن المتلقي، فيجهل أفراد المجتمع هوية نظامهم وطبيعته، فهل هو نظام قبلي أم ديني أم علماني، أم غير ذلك، الأمر الذي يجعل الصورة غير واضحة ومشوشة لدى الأفراد مما يجعلهم غير قادرين على تحديد حقوقهم وكيفية التعامل مع المواقف والاختلافات الاجتماعية (أحمد، 2005).

وإن فهم مساهمة وسائل الإعلام الإلكتروني في تشكيل الوعي الاجتماعي تجد ما يشبهها في التحليلات الاجتماعية، كأن تكون لها علاقة ما بتشكيل المجتمعات وفهم التفاعل الاجتماعي وبخاصة حين تتفق معطياتها وأفكارها مع نموذج البيئة الإلكترونية. حيث يمكن استخدام منظور "اميل دور كايم" حول الحقائق الاجتماعية لفحص مصفوفة من المشكلات الاجتماعية التي تلوح في أفق الفضاء الافتراضي الإلكتروني، والذي يتكون من النظم الاجتماعية الموجودة في المجتمع الواقعي التي تحدد السلوك الانساني؛ كالعائلة والتعليم والاقتصاد، والنظم السياسية والدينية. فالفضاء السايبري مجال رقمي إلكتروني متسع لمساحات هائلة من التفاعل البشري الآلي عقلياً، نفسياً واجتماعياً. فالمجتمع الافتراضي الناشئ من تطور البرمجيات يُشير إلى مجموعة من الناس، يأتون بعضهم مع بعض على الخط الإنترنتي لأجل غاية معينة، والذين يُتحكم فيهم بعادات وسياسات. وهنا يصبح المجتمع عملية وليس كينونة ويختلف باختلاف تطور البرمجيات، ويمكن فهم أدوار وسائل الإعلام الإلكتروني في التغيير الاجتماعي والتنظيمي، واستخداماته في الاطر الاجتماعية والتنظيم الاجتماعي، من خلال حقل علم الاجتماع السايبري الذي يتناول فهم تفاعل الإنترنت مع المجتمعات الحديثة، والثقافة الإلكترونية، وتأثيرات الاتصال الإلكتروني، والتأثيرات السوسولوجية كل منهما في الآخر (رحومه، 2008).

الدراسات السابقة:

هدفت دراسة السليحات (2014) إلى معرفة انعكاسات ثورات الربيع العربي على الوعي السياسي والاجتماعي لطلبة الجامعات الأردنية في إقليم الوسط، وقدمت الدراسة إطاراً مفاهيمياً عن الثورات والوعي الاجتماعي، ومكونات الوعي الاجتماعي، وانعكاسات الثورات العربية على الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعات الأردنية. تم توزيع استبيان يقيس مؤشرات للوعي السياسي والاجتماعي مكون من (40) فقرة على (100) طالب من طلبة الجامعات الأردنية في إقليم الوسط. وتوصلت نتائج الدراسة أن انعكاسات ثورات الربيع العربي على الوعي السياسي والاجتماعي لطلبة الجامعات الأردنية في إقليم الوسط، قد جاءت بشكل عام مرتفعة، ولم يكن لمتغيري الجنس والكلية أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05)، في حين كان لمتغير نوع الجامعة أثر ذو دلالة إحصائية وكانت الفروق لصالح الجامعات الحكومية.

وبينت دراسة عبد الرزاق (2013) دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي للشباب الجامعي، من خلال عينة عشوائية تكونت من (400) طالب، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك وتويتر واليوتيوب تُسهم في تشكيل الاتجاهات السياسية لطلاب الجامعات، والتأثير على سلوكياتهم السياسية وفكرهم السياسي، كما تعمل على زيادة وعيهم السياسي.

كما هدفت دراسة الدببسي والطاهات (2013) إلى معرفة معدلات استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي الرقمية، والكشف عن العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الرأي العام لدى الطلبة، ومستوى منافسة شبكات التواصل الاجتماعي لوسائل الإعلام التقليدية باعتمادها مصادر للأخبار والمعلومات. وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الطلبة، وأن تلك الشبكات أصبحت تشكل مصدراً من مصادر حصولهم على الأخبار والمعلومات التي من شأنها التأثير في تشكيل الرأي العام، ومنافسة لوسائل الإعلام التقليدية والصحافة الإلكترونية في ذلك، وكان

بعض معلوماتها إيجابياً مثل تعزيز الروح الوطنية والولاء والانتماء، والبعض الآخر سلبياً مثل محاولة ربط الأحداث الجارية في الدول المجاورة بالوضع الداخلي، والتشكيك في مصداقية ما تبثه وسائل الإعلام الوطنية الرسمية وشبه الرسمية، والتحريض على التظاهر أو الاعتصام أو الإضراب، واستخدام العامل الديني لإثارة سلوك أفراد المجتمع، أو الدعوة لمقاطعة الأنشطة والفعاليات التي تدعو إليها الحكومة.

وسعت دراسة الحناحنة (2012) إلى تحليل ودراسة فاعلية الدور الذي يقوم به الإعلام الإلكتروني في مجال نشر الوعي الاجتماعي لدى فئة الشباب، وقياس اتجاهات الطلبة نحو الوسائل الإعلامية الإلكترونية ودورها في نشر بعض المفاهيم الاجتماعية لدى الطلبة، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتكون مجتمع الدراسة من طلاب وطالبات الجامعة الأردنية خلال السنة الدراسية (2011-2012)، وتم سحب عينة عشوائية بلغ عددها (250) من طلبة الجامعة الأردنية. أظهرت نتائج تحليل الانحدار المتعدد وجود تأثير إيجابي متوسط الدرجة ذو دلالة إحصائية للإعلام الإلكتروني (المواقع الإلكترونية، البريد الإلكتروني، مواقع التواصل الاجتماعي) على نشر الوعي الاجتماعي لدى الطلبة، وتوصي الدراسة بضرورة تبني وزارة التنمية الاجتماعية ووزارة التعليم العالي والجامعات الرسمية للبرامج التدريبية، التي تعزز المشاركة الاجتماعية لدى الطلبة ولدى أفراد المجتمع في قطاعاته المختلفة، وتقديم الدعم المادي والمعنوي لتنفيذ هذه البرامج.

وتوصلت دراسة مراد (2011) الهادفة إلى معرفة دور الإعلام في تنشيط الحراك السياسي العربي، تحديداً مواقع التواصل الاجتماعي، في تأجيج ثورات الربيع العربي وإدامة زخمها. إلى أن حجم تأثير شبكات التواصل الاجتماعي يتناسب طردياً مع نهضة المجتمع التكنولوجية والمعرفية، وأنها شبكات اتصال اجتماعية تتيح لجميع المشتركين التنسيق والتواصل بحرية مطلقة والمشاركة في صنع الأحداث ومتابعتها وكسر حاجز الخوف وحولت العمل السياسي السري إلى نشاط علني.

وأجرى علي (Ali, 2011) دراسة لمعرفة دور وسائل الإعلام الاجتماعية في معالجة الفجوة الرقمية العالمية، وقدرتها على تمكين الأفراد في الدول النامية من المشاركة في عملية التنمية، وتناولت تطور الإنترنت في سريلانكا، وبيرو، ومصر نموذجاً، وهي دراسة وصفية تحليلية، كشفت عن تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في أحداث مصر التي أدت إلى الإطاحة بالرئيس حسني مبارك، وخلصت نتائجها إلى أن اعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الدول النامية مكن الأفراد من دعم أهداف التكامل الاقتصادي والحصول على التعليم والرعاية الصحية والتمسك بحقوق الإنسان، وأن وسائل الإعلام الاجتماعية في الدول النامية ساهمت في تعزيز الديمقراطية ورفع سقف الحريات، وولدت ضغوطاً على الحكومات للتعويض الكافية في فرض الرقابة عليها.

وأما دراسة محمد (Mohamed, 2011) فهذهت إلى قياس تأثير التصفح الإلكتروني للأخبار الاجتماعية عامة وأخبار الثورات العربية خاصة، على الوعي الاجتماعي لطلبة الجامعات المصرية، مقارنة بطلبة الجامعات الألمانية. وهدفت الدراسة معرفة دور التصفح الإلكتروني في وعي الطلبة. وطبقت الدراسة على (1000) طالب وطالبة موزعين بالتساوي بين جمهورية مصر والجمهورية الألمانية، ويمثلون مختلف التخصصات الأكاديمية، واستخدمت الدراسة أداة الاستبيان، وأشارت النتائج إلى وجود علاقة إيجابية بين التصفح الإلكتروني للأخبار الاجتماعية عامة وأخبار الثورات، وبين الوعي الاجتماعي والمشاركة الاجتماعية لكلتا المجموعتين، وكانت العلاقة أقوى عند الطلبة الألمان.

وهدفت دراسة المجالي (2007) إلى التعرف على أثر استخدام الإنترنت على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي في المجتمع الأردني، من خلال استطلاع آراء عينة من طلبة جامعة مؤتة بلغ تعدادها (325) مبحوثاً ومبحوثة، تم اختيارها بطريقة عشوائية، أظهرت نتائج الدراسة أن أثر استخدام الإنترنت على العلاقات الاجتماعية يزداد في حالة استخدام الطلبة للإنترنت بمفردهم، وكلما زاد عدد ساعات الاستخدام اليومي. كما أظهرت النتائج بأن أكثر استخدامات الإنترنت هي لغايات علمية وبحثية، وتتم في معظمها داخل الحرم الجامعي. وأشارت النتائج، كذلك، إلى وجود علاقة لأثر استخدام الإنترنت على العلاقات الاجتماعية وبعض المتغيرات النوعية، كالجنس، والعمر، ونوع الكلية، والمستوى الدراسي، والدخل الشهري لأسر المبحوثين.

وأجرى العززي (2007) دراسة هدفت إلى تبيان دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي للشباب اليمني، ورصد مدى اعتمادية طلبة الجامعات على وسائل الإعلام في استقاء معلوماتهم الاجتماعية، والكشف عن العلاقة الارتباطية بين مستوى الاعتماد على وسائل الإعلام ومستوى معرفتهم ومشاركتهم الاجتماعية. وتكونت العينة من (600) طالب وطالبة في سبع جامعات يمنية. وبينت النتائج أن دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعات كان ضعيفاً، كما لم تكن هناك علاقة دالة إحصائية بين معدل الاعتماد على وسائل الإعلام من جهة، وحجم المشاركة الاجتماعية ومستوى المعرفة الاجتماعية لدى الطلبة من جهة أخرى.

وسعت دراسة عبد الخالق (2003) بعنوان "العلاقة بين وسائل الإعلام ومستوى معرفة الشباب الجامعي بأحداث الحرب الأجلو أمريكية على العراق في إطار نظرية فجوة المعرفة". إلى التعرف على الدور التي تقوم به وسائل الإعلام المختلفة التقليدية والحديثة نسبياً في تضييق أو توسيع فجوة المعرفة لدى الشباب الجامعي المصري فيما يتعلق بأحداث الحرب الأجلو أمريكية على العراق. وطبقت الاستبانة على العينة التي تألفت من (225) طالباً من جامعة المنيا في مختلف التخصصات. وبينت نتائج الدراسة أن وسائل الإعلام الحديثة لديها قدرة تفوق الوسائل التقليدية في نقل المعرفة ونشرها ورفع مستوى الوعي السياسي. وكان لمتغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي أثر ذو دلالة إحصائية وكانت الفروق لصالح ذوي المستوى الأعلى اقتصادياً واجتماعياً. وكشفت دراسة عبيدات (2003) بعنوان "الفضائيات والإنترنت معالجة السلبيات لدى الناشئة تعزيزاً للإيجابيات"، عن اتجاهات الطلبة في دول الخليج العربي نحو استخدامات الفضائيات والإنترنت، بالتطبيق على عينة بلغت (539) طالباً وطالبة، ومن أهم نتائجها وجود أخطار اجتماعية لاستخدام الإنترنت والفضائيات من قبل الشباب الخليجي، تتمثل في العزلة، وضعف العلاقات الاجتماعية.

منهجية الدراسة:

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي في هذه الدراسة لملاءمته لأغراضها، والذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً ويعبر عنها تعبيراً كمياً وكيفياً، بالإضافة إلى أن هذا المنهج عمد إلى استقصاء مظاهر الظاهرة وتحليلها.

مجتمع الدراسة وعينتها:

تكون مجتمع الدراسة من جميع طلبة الجامعات الأردنية الحكومية والخاصة، والبالغ عددهم (129345) طالب وطالبة، حسب إحصائيات وزارة التعليم العالي والبحث العلمي للعام الدراسي 2018/2017 في الفصل الدراسي الأول.

عينة الدراسة

تم اختيار جامعتين بالطريقة القصدية - غير عشوائية لتمثيل عينة الدراسة بحيث اختيرت جامعة البلقاء التطبيقية كجامعة حكومية، وجامعة عمان الأهلية لتمثل الجامعات الخاصة الأردنية، وذلك لسهولة الوصول إلى تلك الجامعتين، كما تم مراعاة أعداد الطلبة في كل جامعة عند عملية التوزيع، وتكونت عينة الدراسة من (617) طالباً وطالبة، منهم (396) طالباً وطالبة من جامعة البلقاء التطبيقية، و(221) طالباً وطالبة من جامعة عمان الأهلية الخاصة، واختيروا بطريقة عشوائية منتظمة، كما وتم توزيع الاستبانة على عينة الدراسة، وبعد استبعاد الاستبيانات غير الصالحة للتحليل، بلغ عددها (585) استبانة أي ما نسبته (95%)، ويبين الجدول (1) توزيع الطلبة في ضوء متغيرات الدراسة.

جدول (1) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغيري الجنس ونوع الجامعة

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة
الجنس	ذكر	345	59%
	أنثى	240	41%
نوع الجامعة	جامعة حكومية	392	67%
	جامعة خاصة	193	33%
المجموع		585	100%

أداة الدراسة

تم تصميم استبيان تكون من ثلاثة أقسام؛ البيانات الأولية للطالب/ة، و(16) فقرة لقياس وسائل الإعلام الإلكتروني، و(11) فقرة لقياس الوعي الاجتماعي. وذلك بالاعتماد على الأدب النظري، والدراسات السابقة ذات العلاقة بقياس أثر الإعلام الإلكتروني في نشر الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعات الأردنية. وتدرجت فيه استجابات الطلبة في ضوء مقياس خماسي التدرج، على النحو التالي:- أوافق بشدة (5)، أوافق (4)، محايد (3)، لا أوافق (2)، ولا أوافق بشدة (1)، وقد تم استخدام المعادلة التالية لاستخراج المدى لكل مستوى من المستويات الثلاثة: (الفئة العليا- الفئة الدنيا)/3، أي (5-1) مقسومة على (3) تساوي (1,33)،

وبالتالي فإن:

- من 1- 2.33 مستوى منخفض.
- من 2.34- 3.67 مستوى متوسط.
- من 3.68- 5 مستوى مرتفع.

وأما الصدق؛ فقد تم التحقق من صدق الاختبار من خلال عرض الأداة على (5) من المحكمين من المتخصصين في العلوم الاجتماعية والإعلام، وأخذ آراءهم حول مدى ملائمة مجالاتها وفقراتها، وسلامة لغتها، وطلب منهم أن يحكموا على كل فقرة من فقرات الاختبار من حيث تمثيلها وملاءمتها لفئة التي تنتمي إليها عينة الدراسة، وكذلك من حيث ملائمة الصياغة اللغوية لها، وبناء على ملاحظات المحكمين، فقد تم تعديل صياغة (3) فقرات لغوياً، كما تم تطبيق المقياس على عينة استطلاعية مكونة من (20) طالباً وطالبة من خارج عينة الدراسة لحساب دلالات صدق وثبات الأداة للتأكد من صلاحيتها.

ولاستخراج دلالات صدق الاتساق الداخلي للمقياس، استخرجت معاملات ارتباط فقرات المقياس مع الدرجة الكلية ومع البعد التي تنتمي إليه في عينة استطلاعية من خارج عينة الدراسة تكونت من (20) طالباً وطالبة، حيث أن معامل الارتباط هنا يمثل دلالة للصدق بالنسبة لكل فقرة في صورة معامل ارتباط بين كل فقرة وبين الدرجة الكلية من جهة، وبين كل فقرة وبين ارتباطها بالبعد التي تنتمي إليه، وقد تراوحت معاملات ارتباط الفقرات مع الأداة ككل ما بين (0.37- 0.72)، ومع البعد بين (0.36- 0.81) والجدول (2) يبين ذلك.

جدول (2) معاملات الارتباط بين الفقرات والدرجة الكلية والبعد التي تنتمي إليه على مقياس الدراسة

معامل الارتباط مع البعد	معامل الارتباط مع الأداة	رقم الفقرة	معامل الارتباط مع البعد	معامل الارتباط مع الأداة	رقم الفقرة	معامل الارتباط مع البعد	معامل الارتباط مع الأداة	رقم الفقرة
.477*	.603**	21	.502**	.593**	11	.393*	.480**	1
.459*	.423*	22	.420*	.419*	12	.410*	.382*	2
.591**	.412*	23	*0.36	.524**	13	.380*	.510**	3
.505**	.723**	24	.384*	.513**	14	.533**	.442*	4
.620**	.591**	25	.419*	.530**	15	.533**	.442*	5
.526**	.505**	26	.423*	.723**	16	.521**	.703**	6
.410*	0.584**	27	0.447**	.375*	17	.630**	.502**	7
			0.424*	.439**	18	.421*	.420*	8
			.809**	.521**	19	.612**	.368*	9
			.540**	.630**	20	.530**	.384*	10

*دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05). **دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.01).

ويتضح من الجدول (2) أن معاملات ارتباط الفقرات بالبعد والدرجة الكلية كانت دالة إحصائياً عند مستويات الدلالة $\alpha = 0.05$ و 0.01 ، لذلك لم يتم حذف أي منها، مما يشير إلى أن أبعاد المقياس تصلح لقياس أثر الإعلام الإلكتروني في نشر الوعي الاجتماعي، وهذا يدل على تمتع المقياس بصدق عال وملائم لأغراض الدراسة الحالية.

وأما الثبات؛ فقد تم استخراج بطريقتين إعادة الاختبار حيث تم تطبيق المقياس على عينة مكونة من (20) طالباً وطالبة، وبعد مضي أكثر من أسبوعين طبق المقياس مرة أخرى على نفس العينة وتم استخراج معامل ارتباط بيرسون بين التطبيقين وبلغ معامل الثبات (0.79)، وبلغ بمعادلة جتمان (0.74)، وتم التأكد من ثبات المقياس في الدراسة الحالية من خلال طريقة الاختبار وإعادة الاختبار (Test-retest) بتطبيق المقياس، وإعادة تطبيقه بعد أسبوعين على مجموعة من (20) طالباً وطالبة من خارج عينة الدراسة، ومن ثم تم حساب معامل ارتباط بيرسون بين تقديراتهم في المراتين. وتم أيضاً حساب معامل الثبات بطريقة الاتساق الداخلي حسب معادلة كرونباخ ألفا، والجدول (3) يبين معامل الاتساق الداخلي وفق معادلة كرونباخ ألفا وثبات إعادة للمجالات والأداة ككل واعتبرت هذه القيم ملائمة لغايات هذه الدراسة.

جدول (3): معامل الاتساق الداخلي ألفا كرونباخ وثبات الإعادة للمجالات والدرجة الكلية

المجال	ثبات الإعادة	ألفا كرونباخ
الإعلام الإلكتروني	0.83	0.86
الوعي الاجتماعي	0.79	0.83
المقياس ككل	0.84	0.87

نتائج الدراسة ومناقشتها:

نتائج السؤال الأول ومناقشته: ما أثر للإعلام الإلكتروني في نشر الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعات الأردنية؟ للإجابة عن سؤال الدراسة الأول، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمستويات كل من الإعلام الإلكتروني والوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعات الأردنية، والجدول (4) يوضح ذلك.

جدول(4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمستويات الإعلام الإلكتروني والوعي الاجتماعي مرتبة تنازلياً حسب المتوسطات الحسابية

الرتبة	الرقم	المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
1	1	الإعلام الإلكتروني	3.98	.534	مرتفع
2	2	الوعي الاجتماعي	3.66	.988	متوسط
		المقياس ككل	3.81	.737	مرتفع

ويبين الجدول (4) أن الإعلام الإلكتروني جاء في المرتبة الأولى بأعلى متوسط حسابي بلغ (3.98) بمستوى تقدير مرتفع، بينما جاء الوعي الاجتماعي في المرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (3.66) بدرجة تقدير متوسطة، وبلغ المتوسط الحسابي الكلي للمقياس ككل (3.81) بدرجة تقدير مرتفعة. وتم استخدام اختبار الانحدار الخطي المتعدد، والجدول(5) يوضح ذلك.

جدول (5): قياس أثر الإعلام الإلكتروني على نشر الوعي الاجتماعي

F	مستوى الدالة	R	R2	النتيجة
92.644	^b 0.00	.831 ^a	.776	دالة إحصائية

ويتبين من الجدول (5) وجود أثر ذو دلالة إحصائية لوسائل الإعلام الإلكتروني في نشر الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعات الأردنية، حيث بلغت قيمة الدالة (0.000)، وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05). وقد يعزى ذلك إلى أن الإعلام الإلكتروني يلعب دوراً مؤثراً في نشر الوعي الاجتماعي لدى الشباب، لقدرتة على شرح الفكرة وتبسيطها بصورة أيسر لارتباطه بالتطور العلمي والتكنولوجي الذي سمح بانسياب المعلومات والمعرفة بسلاسة وسرعة وبطرق مختلفة تلقى رواجاً عند كافة أفراد المجتمع على اختلاف الفئات العمرية والطبقات مما يسهم بشكل أكبر في التأثير في قناعاتهم وسلوكهم وثقافتهم، وإنه في نفس الوقت يمكن استخدامه كوسيلة لمحاربة هذه الظاهرة، وذلك من خلال تبنى إستراتيجية إعلامية لنذب الطائفية والغلو ومناهضة العنف والإرهاب لحماية الشباب من التأثر بالأفكار الهدامة والضالة، وإعادة الاعتبار للمثقفين والمفكرين والفنانين ورجال الدين المنتورين في مواجهة ثقافة التكفير والإقصاء عن طريق وسائل الإعلام، وتمكينهم من إشاعة ثقافة الحوار والتعايش واحترام الآخر، وتشجيع المبادرات الشبابية على المساهمة البناءة واليجابية في فضاءات التواصل الاجتماعي، وباعتبارها وسيلة ترويد الأفراد بالمعلومات وتقديم التحليل والتفسير لهذه المعلومات إلى جانب الاضطلاع بمهمة التثقيف والإعلان، ويسهم هذا التفاعل بين وسائل الإعلام والمجتمع إسهاماً فعالاً لتطوير المجتمع ونشر الوعي الاجتماعي غير المقنن على عنصر الإدراك والمعرفة بل يتعدى ذلك إلى الفهم والتقييم وردود الفعل والتصرف من قبل الفاعلين.

بالإضافة إلى القدرات الإقناعية لوسائل الإعلام الإلكتروني والتي تختلف من وسيلة إلى أخرى بحيث أن التعامل مع عناصر عملية الاتصال بوعي وعلمية يسهم في عملية اتصال ناجحة، وتحقيق وظائف الاتصال المعروفة ليس أمراً ميسوراً لارتباط نشاط

الاتصال بمجموعة من العوامل الشخصية المجتمعية لذلك فان ثقافة الأفراد وتكويناتهم النفسية ومصالحهم وأوضاعهم الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والفكرية تشكل جزءاً من العوامل التي تواجه نجاح وسائل الإعلام في مخاطبة الناس. تتفق الدراسة مع دراسة كل من السليحات (2014) العززي (2007) Mohamed (2011) Ali (2011) مراد (2011) الحناحنة (2012) الدبيسي والطاهات (2013).

نتائج السؤال الثاني ومناقشته: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أثر الإعلام الإلكتروني في نشر الوعي الاجتماعي تعزى لمتغيرات الجنس ونوع الجامعة؟
أولاً: للإجابة عن هذا السؤال، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير الجنس بفتتيه (نكر، أنثى)، كما هو مبين بالجدول (6).

جدول (6): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية تبعاً لمتغير الجنس

الجنس	الانحراف المعياري	العدد	المتوسط الحسابي	المستوى
ذكر	0,37	345	4,08	درجة مرتفعة
أنثى	0,52	240	3,90	درجة مرتفعة
المجموع	0,42	585	4	درجة مرتفعة

ويتبين من الجدول (6) المتعلق بالمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير الجنس لدى طلبة الجامعات الأردنية من الفئتين (ذكر، أنثى)، وجود فروق بسيطة في المتوسطات الحسابية لمتغير الجنس، حيث حصلت فئة الذكور على أعلى متوسط حسابي وقيمه (4,08) وبانحراف معياري (0,37) وبدرجة مرتفعة، أما فئة الإناث فقد بلغ المتوسط الحسابي (3,90) وانحراف معياري (0,52) وبدرجة مرتفعة، وبلغ المتوسط الحسابي الكلي لمتغير الجنس (4) وبانحراف معياري (0,42) وبدرجة كلية مرتفعة.

وللتحقق من الدلالات الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية في العلاقة الكلية لدى عينة الدراسة وفقاً لمتغير الجنس، فقد أجري تحليل التباين (Independent Sample T-test)، والجدول (7) يظهر النتائج.

جدول (7): قياس أثر متغير الجنس على أثر الإعلام الإلكتروني في نشر الوعي الاجتماعي

الجنس مع الأثر الكلي	قيمة ت	درجات الحرية	الدالة	العدد
	.511	584	.60	585

ويتبين من الجدول (7) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أثر الإعلام الإلكتروني في نشر الوعي الاجتماعي تعزى لمتغير الجنس، فقد بلغت الدالة الإحصائية (0,60)، وهي أكثر من مستوى الدلالة الإحصائية (0,005)، وهذا يشير إلى أن انعكاسات وسائل الإعلام الإلكتروني على الوعي الاجتماعي لدى الطلبة جاءت واحدة لدى الطلبة الذكور والإناث، فاهتمامات الطلبة من كلا الجنسين أصبحت واحدة في ظل حركات الربيع العربي، حيث وفرت وسائل الإعلام مجالاً خصباً في إثارة الوعي الاجتماعي كما أصبح الحصول على المعرفة والمعلومة أكثر سهولة ويسراً وخاصة عبر شبكات التواصل الاجتماعي. إضافة إلى التنظيمات الطلابية المختلفة التي ينخرط بها طلبة الجامعات ويمارسون فيها مختلف الأنشطة على اختلاف جنسهم. ومن هنا جاءت الانعكاسات واحدة لدى الطلبة ذكوراً وإناثاً، وانتقدت الدراسة مع دراسة السليحات (2014).

ثانياً: كما تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير نوع الجامعة، كما هو مبين بالجدول (8).

جدول (8): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية تبعاً لمتغير نوع الجامعة

نوع الجامعة	الانحراف المعياري	العدد	المتوسط الحسابي	المستوى
جامعة حكومية	0,39	392	4,07	درجة مرتفعة
جامعة خاصة	0,48	193	3,96	درجة مرتفعة
المجموع	0,52	585	3,99	درجة مرتفعة

يتبين من الجدول (8) وجود فروق ظاهرية بالنسبة لمتغير نوع الجامعة، إذ بلغ أعلى متوسط حسابي لفئة الجامعات الحكومية وقيمته (4,07) وانحراف معياري (0,39) وبدرجة مرتفعة، وأما فئة الجامعات الخاصة فقد حصلوا على متوسط حسابي بلغ (3,96) وانحراف معياري (0,48) وبدرجة مرتفعة، كما بلغ المتوسط الحسابي الكلي لمتغير نوع الجامعة (3,99) وانحراف معياري (0,52) وبدرجة كلية مرتفعة.

وللتحقق من الدلالات الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية في العلاقة الكلية لدى عينة الدراسة وفقاً لمتغير نوع الكلية، فقد أجري تحليل التباين (Independent Sample T-test)، وفقاً لمتغير نوع الجامعة، والجدول (9) يظهر النتائج.

جدول (9): قياس أثر متغير نوع الجامعة على أثر الإعلام الإلكتروني في نشر الوعي الاجتماعي

نوع الكلية مع الأثر الكلي	قيمة ت	درجات الحرية	الدالة	العدد
	14,55	584	.007	585

ويتبين من الجدول (9) وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أثر الإعلام الإلكتروني في نشر الوعي الاجتماعي تعزى لمتغير نوع الجامعة، حيث بلغت قيمة الدالة الإحصائية (0,007)، وهي أقل من مستوى الدلالة الإحصائية (0,05)، وبالتالي تكون لصالح طلبة الجامعات الحكومية إذ حصلت على أعلى متوسط حسابي.

وقد يعزى ذلك إلى أن انعكاسات الإعلام الإلكتروني على الوعي الاجتماعي لطلبة الجامعات الحكومية جاءت أعلى من انعكاسات الإعلام الإلكتروني على الوعي الاجتماعي لطلبة الجامعات الخاصة. وقد يعزى ذلك إلى اختلاف طبيعة الطلبة فالطلبة في الجامعات الحكومية يمثلون مختلف البيئات الاجتماعية والطبقات وبالتالي يكون هناك فرصة أكبر لتبادل الآراء الاجتماعية. كما أن طلبة الجامعات الحكومية في الغالب دخلوا الجامعات من خلال التنافس مما يعني أنهم أفضل من حيث المستوى الأكاديمي وقد تكون قدراتهم الأكاديمية دليلاً على ارتفاع روح المسؤولية لديهم. أضف إلى ذلك دور أعضاء هيئة التدريس في رفع الوعي الاجتماعي لدى الطلبة، حيث يتوفر لأعضاء هيئة التدريس في الجامعات الحكومية أمناً وظيفياً أكثر من زملائهم في الجامعات الخاصة فبذلك يتمكنون من رفع الوعي الاجتماعي لدى طلبتهم من خلال الحوارات والنقاشات في المحاضرات وخارجها، فتتجه اهتمامات الطلبة نحو قضايا المجتمع والبيئة وتعميق الحس الوطني لديهم. ولكل ذلك كانت الفروق لصالح الطلبة في الجامعات الحكومية. واتفقت الدراسة مع دراسة السليجات (2014).

التوصيات

1. توعية أفراد المجتمع بقانون الجرائم الإلكترونية.
2. تصميم ورش عمل ودورات للشباب، خاصة طلبة الجامعات لرفع وعيهم تجاه كيفية استخدام وسائل الإعلام الإلكتروني.
3. تفعيل وسائل الإعلام الإلكتروني من قبل منظمات المجتمع المدني والمنظمات الحكومية بشكل هادف، ويخدم أفراد المجتمع على اختلاف شرائحه وطبقاته، ولزيادة مشاركتهم الاجتماعية والسياسية.

المصادر والمراجع

أ- المراجع العربية:

- إسماعيل، ح. (2003)، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، (ط1)، لبنان: الدار العالمية للنشر والتوزيع.
- التويجري، أ. (2014)، علم اجتماع المعرفة، دار الزهراء، الرياض.
- أحمين، ع. (2013). دور الإعلام العربي الإلكتروني في التصدي لقضايا الأمة، دار الحكمة للنشر، مصر.
- الحري، س. (2000)، دراسة مقارنة بين القيم الاجتماعية التي ينشرها المعلمون لطلابهم والقيم المتضمنة في كتب الاجتماعيات في المرحلة الثانوية بدولة الكويت. رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن.
- الحناحنه، ع. (2012)، دور الإعلام الإلكتروني في نشر الوعي السياسي لدى طلبة الجامعة الأردنية، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية.
- الحوامته، ع. (2004)، دور الإعلام في التنشئة الاجتماعية مع دراسة لحالة الإعلام الأردني كنموذج. رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن.
- الخميس، أ. (2005)، التربية الاجتماعية لشباب الجامعات في مصر منذ 1952، دراسة نظرية وميدانية عن التربية الاجتماعية لشباب الجامعات. الإسكندرية: دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر.
- الدبيسي، ع. والطاهات، ز. (2013)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، مجلة دراسات للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد (40)، العدد (1)، ص 66-81.
- الدويله، ع. (2007)، درجة الوعي الاجتماعي لدى المرأة الكويتية العاملة في التعليم العالي وأثر ذلك على الطلبة. أطروحة دكتوراه غير منشورة، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن.
- الراوي، ب. (2012)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير: مدخل نظري، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 18، ص 94-112.
- الرحباني، ع. (2010)، الإعلام الرقمي (الإلكتروني)، عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع.
- الرفاعي، م. (2011)، دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة العربية "دراسة تحليلية"، مجلة جامعة دمشق، المجلد 27، العدد الأول و الثاني، ص 687-743.
- الزيات، أ. (2002)، التنمية الاجتماعية دراسة حالة في علم الاجتماع السياسي. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- السليحات، م. (2014)، انعكاسات ثورات الربيع العربي على الوعي الاجتماعي لطلبة الجامعات الأردنية في إقليم الوسط، مجلة المنارة، المجلد (20)، العدد (أب)، ص 345-375.
- العززي، و. (2007)، دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي للشباب اليمني. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة صنعاء، جمهورية اليمن العربية.
- العلاونة، ح. (2012)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري، ورقة مقدمة للمؤتمر العلمي السابع عشر بعنوان "ثقافة التغيير"، كلية الآداب، جامعة فيلادلفيا.
- الغامدي، ق. (2012)، التوافق والتناظر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني، ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة (الإعلام والأمن الإلكتروني)، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.
- المجالي، ف. (2007)، استخدام الإنترنت وتأثيره على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي: دراسة ميدانية، المنارة للبحوث والدراسات، مجلد 13 (7)، ص 160-197.
- الهمزاني، ش. (1998)، علاقة الواقع الاجتماعي بالوعي الديني لدى مسلمي ألبانيا: دراسة ميدانية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض.
- راضي، ز. (2003)، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، ع15، جامعة عمان الأهلية، عمان.
- رحومه، ع. (2008)، علم الاجتماع الآلي: مقارنة في علم الاجتماع العربي والاتصال عبر الحاسوب، عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب.
- شفيق، ح. (2010)، الإعلام الجديد: الإعلام البديل تكنولوجيات جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، بغداد: دار فكر وفن.
- طه، ع. (2019)، دور وسائل التواصل الاجتماعي في انتشار حالات الشروع في الانتحار: دراسة حالة لمحاولي الانتحار في الأردن، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية.
- عبد الرحمن، ع. (2001)، علم الاجتماع الاجتماعي، النشأة التطورية والاتجاهات الحديثة المعاصرة. بيروت: دار النهضة العربية.
- عبد الرزاق، ر. (2013)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي: دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق على عينة من طلبة جامعات كل من الموصل والأنبار وتكريت، دراسة ماجستير غير منشورة، جامعة البتراء الأردنية.
- عبد المعطي، ع. (1981)، اتجاهات نظرية في علم الاجتماع، سلسلة عالم المعرفة، العدد 44، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت.

- عبد المعطي، ع. (1991)، الثقافة الشعبية والوعي التاريخي، **حولية كلية الإنسانيات**، جامعة قطر.
- عبد المعطي، ع. (1983)، **الوعي التنموي العربي: ممارسة بحثية**، القاهرة: دار الموقف العربي للصحافة والنشر والتوزيع.
- عبد العزيز، ب. (2012)، **مناهج البحث الإعلامي - الأصول النظرية ومهارات التطبيق**، دار الكتاب الحديث، طبعة أولى.
- عماد، ع. (2016)، **سوسيولوجيا الثقافة: المفاهيم والأشكال من الحداثة إلى العولمة**، (ط3)، مركز الوحدة العربية، بيروت.
- غيطاس، ج. (2011)، **الإعلام والإبداع في ظل ثورة المعلومات: الصحافة الإلكترونية والإبداع المفتوح، مؤتمر دور الإعلام وتكنولوجيا المعلومات في دعم الديمقراطية وحرية التعبير والرأي**، كوالالمبور، ماليزيا.
- قنديلجي، عامر، 2015، **الإعلام الإلكتروني**، (ط1)، دار المسيرة، الأردن.
- قنا، (2015)، **الإعلام الإلكتروني وتأثيره على الرأي العام**، وكالة الأنباء القطرية.
- مراد، ك. (2011)، **دور الإعلام في تنشيط الحراك الاجتماعي العربي: شبكات التواصل الاجتماعي نموذجاً**، المؤتمر العلمي - وسائل الإعلام أدوات تعبير وتغيير، كلية الإعلام جامعة البتراء، عمان.
- معوض، ع. (2011)، **الوعي الاجتماعي للطفل المصري في الريف**، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، القاهرة.
- هلال، ف. (2001)، **تنمية المواطنة لدى طلبة المرحلة الثانوية بدولة الكويت**. وزارة التربية في الكويت: مركز البحوث التربوية.

Arabic References:

- Abdul Aziz, b. (2012), **Media Research Methods - Theoretical Origins and Application Skills**, Dar al-Kitab al-Hadith, 1st edition.
- Abdul Muti, p. (1981), **Theoretical Trends in Sociology**, Knowledge World Series, No. 44, National Council for Culture, Arts and Letters, Kuwait.
- Abdul Muti, p. (1991), **Popular Culture and Historical Awareness**, Yearbook of the Faculty of Humanities, Qatar University.
- Abdul Muti, p. (1983), **Arab Development Awareness: Research Practice**, Cairo: Dar Al-Mawakif Al-Arabi for Press, Publishing and Distribution.
- Abdul Rahman, p. (2001), **Social Sociology, Evolutionary Genesis and Contemporary Modern Trends**. Beirut: Arab Renaissance House.
- Abdul Razzaq, R. (2013), **The role of social networking sites in the formation of social awareness: a field study of the state of popular movement in Iraq on a sample of students from the universities of Mosul, Anbar and Tikrit**, an unpublished master study, Petra University of Jordan.
- Ahmen, p. (2013). **The Role of Arab Electronic Media in Addressing the Nation's Issues**, Dar Al Hekma Publishing, Egypt.
- Alawneh, H. (2012), **The Role of Social Media in Motivating Jordanian Citizens to participate in the Public Mobility**, Paper presented to the 17th Scientific Conference entitled "Culture of Change", Faculty of Arts, Philadelphia University.
- Alazazi, W. (2007), **The Role of the Media in shaping the Political awareness of Yemeni youth**. Unpublished Master Thesis, Sana'a University, Yemen.
- Aldubaisi, P. The chefs, g. (2013), **The Role of Social Media Networks in Shaping Public Opinion among Jordanian University Students**, **Dirasat Journal for Humanities and Social Sciences**, Vol. 40, No. 1, pp. 66-81.
- Al-Ghamdi, s. (2012), **Compatibility and incompatibility between traditional media and electronic media**, research paper presented to the symposium (Media and electronic security), Naif Arab University for Security Sciences.
- Alhannah, P. (2012), **The role of electronic media in spreading political awareness among students of the University of Jordan**, unpublished Master Thesis, University of Jordan.
- Al Hamzani, S. (1998), **The relationship between social reality and religious consciousness Albanian Muslims: a field study**, unpublished doctoral thesis, Faculty of Social Sciences, Imam Muhammad bin Saud Islamic University, Riyadh.
- Al-Harbi, S. (2000), **A comparative study between the social values published by teachers to their students and the values contained in social books in secondary school in the State of Kuwait**. Unpublished Master Thesis, University of Jordan, Amman, Jordan.
- Alhawatmeh, A. (2004), **The Role of Media in Socializing with a Case Study of the Jordanian Media As a model**. Unpublished Master Thesis, University of Jordan, Amman, Jordan.

- Alkames, A. (2005), **Social education for university youth in Egypt since 1952, a theoretical and field study on social education for university youth**. Alexandria: Dar El Wafaa For Printing & Publishing.
- Al Majali, F. (2007), **The use of the Internet and its impact on the social relations of university youth: a field study**, Al-Manara for Research and Studies, Vol. 13 (7), pp. 160-197.
- Alrahbani, p. (2010), **Digital Media (Electronic)**, Oman: Osama Publishing House.
- Alrawi, B. (2012), The Role of Social Media in Change / Theoretical Approach, **Media Researcher Journal**, Number 18: 94-112.
- Alrifai, M. (2011), The Role of Media in the Digital Age in Shaping the Values of the Arab Family: An Analytical Study, **Damascus University Journal**, 27, No. 1 & 2: 687-743.
- Al Sulayhat, M. (2014), The Implications of the Arab Spring Revolutions on the Social Awareness of Jordanian University Students in the Central Region, **Al-Manara Journal**, Vol. 20, No. 1B: 345-375.
- Al-Tuwaijri, A. (2014), **Sociology of Knowledge**, Dar al-Zahra, Riyadh.
- Al zayat, a. (2002), **Social Development Case Study in Political Sociology**. Alexandria: University Knowledge House.
- Duwailah, P. (2007), **The degree of social awareness among Kuwaiti women working in higher education and its impact on students**. Unpublished doctoral thesis, University of Jordan, Amman, Jordan.
- Emad, p. (2016), **Sociology of Culture: Concepts and Problems from Modernity to Globalization**, (i3), Center for Arab Unity, Beirut.
- Gitas, c. (2011), Media and Creativity in the Information Revolution: Electronic Journalism and Open Creativity, **Conference on the Role of Media and Information Technology in Supporting Democracy, Freedom of Expression and Opinion**, Kuala Lumpur, Malaysia.
- Hilal, p. (2001), **The development of citizenship among secondary school students in the State of Kuwait**. Ministry of Education in Kuwait: Educational Research Center.
- Ismail, H. (2003), **Principles of Communication Science and Influence Theories**, (ed1), Lebanon: International Publishing and Distribution House.
- Mouawad, p. (2011), **Social Awareness of the Egyptian Child in the Countryside**, Unpublished Ph.D. Thesis, Ain Shams University, Cairo.
- Murad, K. (2011), **The Role of Media in Revitalizing Arab Social Mobility, Social Networks as a Model**. Scientific Conference - Media Tools of Expression and Change, Faculty of Information Petra University, Amman.
- Qandilji, A. (2015), **Electronic Media**, (i1), Dar Al-Masirah, Jordan.
- Qena, (2015), **Electronic media and its impact on public opinion**, Qatar News Agency.
- Radi, G. (2003), The use of social networking sites in the Arab world, **Journal of Education**, (N15), Al-Ahliyya Amman University, Amman.
- Rahoma, P. (2008), **Robotic Sociology: An Approach in Arab Sociology and Computer Communication**, Knowledge World, National Council for Culture, Arts and Letters.
- Shafiq, H. (2010), **New Media: Alternative Media New Technologies in the Post-Interactive Era**, Baghdad: Dar Fikr wa Fann.
- ب. المراجع الأنجليزية
- Ali, H. (2011). The Power of Social Media in Developing Nations: New Tools for Closing the Global Digital Divide and Beyond. **Harvard Human Rights Journal**. Vol. 24.186-219.
- Cooley, C.,(1907). Social Consciousness, **The American Journal of Sociology**,12 (5), 98.
- Gillet, R., and McMillan, J. (2001).**Consciousness and intentionality**, John Benjamin's Publishing Co., Amsterdam, Netherlands.
- Mohamed, A. (2011) **Students Exposure to Political News on the Internet and Political Awareness: A Comparison between Germany and Egypt**. Political Participation in Cairo.1-22.
- Terry, F. (2008).**New media: an introduction**, London :Oxford University Press.

S. Coleman, J., & W. Donk, (1999). parliament in the Age of the internet, Qxford University press, Oxford,
UNESCO,(2009), **World Report: Investing in culture diversity and intercultural dialogue**, United Nation Educational ,
Culture and Scientific Organization.

The Impact of Electronic Media in Formation Social Awareness Study in Socio-Informatic

*Rula Odeh Alsawalqa, Maissa Nasr Rawashdeh **

ABSTRACT

The aim of this study isto reveal the impact of electronic media in the formation of social awareness among Jordanian university students (governmental and private). The sample was selected to represent a two-dimensional study community: Al Balqa Applied University (Government University) & Amman Private University (Private University). A random sample of (585) students was selected. (392) students from Applied University of Balqa and (193) students from Amman Private University. The study applied a questionnaire of 27 subjects to measure the impact of electronic media in shaping the social awareness of university students. The results found that the electronic media has influenced the formation of social awareness among Jordan university students; The variable is due to the type of university for the favor of the students of public universities and not to the gender variable.

Keywords: Cyber sociology; Socio-informatics; Electronic media; Social awareness.

* Department of Sociology, The University of Jordan.

Received on 2/6/2019 and Accepted for Publication on 10/10/2019.