

## الفصل الأول

### المقدمة

١-١ تمهيد

تعد وسائل الإعلام أدوات مهمة في حياة المجتمعات، وأثرها في البناء أو الهدم لا يمكن إنكاره، وقد أستخدم الإعلام في مختلف العصور، مع اختلاف في الوسائل فقط لا في أصل الاستخدام. وإذا تساءلنا عن تأثير وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي في المجتمع، وما يستطيع أن يسهم به في بناء المجتمع وتطويره، فإن الإجابة أكبر وأوسع من أن تحتويها عبارة محددة، ذلك أن المجتمع - كل مجتمع إنساني - يقوم أساساً على الاتصال بين أفرادهِ وجماعته، وكل اتصال بين البشر يحمل في ثناياه ضرباً أو ضرباً من الإعلام. وعلى ذلك فلا يمكن تخيل مجتمع بشري بدون الإعلام وتأثيراته، وهو أمر لم يستحدثه البشر وإنما حثتهم إليه فطرتهم لأنهم جبلوا على الاجتماع والتعارف: { يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَى وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ } (الحجرات: ١٣)

ولوسائل الإعلام أهمية كبيرة في تشكيل ورفع مستوى الوعي الاجتماعي، وحسن أداء أفرادهِ وشبابهِ لوظائفهم، وكذلك إكسابهم القيم الاجتماعية داخلها، كما أنها تعرف العالم بحضارة شعوبها ووجهات نظرها في المسائل العالمية خارجياً. ومع تنوع الوسائل ونشرها على نطاق واسع تتنوع الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام في المجتمع من توجيه ودعاية وتثقيف وتعارف اجتماعي وترفيه وإعلان. فتأثير وسائل الإعلام يعمل على جذب الجمهور من خلال توجيهه وتشكيله باتجاهات معينة مُخطط لها، ويأتي هذا التوجيه بمقدار ما لدى الشباب في المجتمع من ثقافة ودراية بالعديد من القضايا والأفكار والمعلومات

(كنعان، ٢٠١٤: ص ٥).

ولقد تطور تأثير وسائل الإعلام، وتعدد في السنوات الأخيرة تطوراً هائلاً، بفضل التقدم العلمي والثورة التكنولوجية. فأصبح لوسائل الإعلام دور جوهري في إثارة اهتمام الشباب بالقضايا والمشكلات المطروحة، حيث تعد وسائل الإعلام مصدراً رئيسياً يلجأ إليه الجمهور في استقاء معلوماته عن كافة القضايا السياسية، والثقافية، والاجتماعية بسبب فاعليته الاجتماعية وانتشاره الواسع. حيث يتميز الإعلام بقدرته على الحراك ومخاطبة القسم الأعظم من التكوين المجتمعي، ويمتلك الإمكانية على التأثير الذي لا يأخذ صورة مباشرة وإنما يقوم بتشكيل الوعي الاجتماعي بصورة غير مباشرة، وبويرة متسارعة غير ملحوظة دون مقدمات. كما يمثل الإعلام عنصراً مؤثراً في حياة المجتمعات باعتباره الناشر، والمروج الأساس للفكر والثقافة، ويسهم بفاعلية في عملية تشكيل الوعي الاجتماعي للأفراد إلى جانب الأسرة والمؤسسات التعليمية والمؤسسات المدنية، أضف إلى ذلك أن الإعلام باعتباره مؤسسة اجتماعية مهمة في المجتمعات البشرية يحمل مضامين اقتصادية، وسياسية، وأيديولوجية إن لم تكن لها القدرة على ترسيخ ثقافة المجتمع وهويته، فإنها تؤدي إلى تزييف الوعي وإفساد العقول. (جلس، ٢٠٠٣: ص ٢٤٣ - ٢٦٨).

ولا بد من الاعتراف بأن الشباب العربي هو أكثر فئات المجتمع تأثراً بعمليات الغزو الثقافي؛ نتيجة للانفجار المعرفي الهائل، وتطور وسائل الإعلام الجماهيرية، وبالذات الفضائيات التي توصف وسائل الإعلام بوصفها الراهن إذا تمثل متغيراً اجتماعياً، وثقافياً مهماً في حياة الشباب، فهو المصدر الرئيس للمعلومات والتعلم وهو أحد مصادر عمليات تشكيل الوعي الاجتماعي في عصر العولمة الإعلامية. (جلس، ٢٠٠٣: ص ١٧٧). ولقد كان من الأولى أن يُستغل تأثير وسائل الإعلام في تشكيل وعي الأجيال الشابة بقضايا أمتها المحلية والدولية وبواقعها المعاصر، لتنشأ نشأة مختلفة عما نراه اليوم بين شبابنا، الذين يتعرضون لتسطيح إعلامي يأخذهم نحو الانشغال بالأمور التافهة والشكلية، ويلهيهم عن القضايا المهمة والمصرية، ففتح لدينا جيل جميل الشكل لكنه مجوف. (كنعان، ٢٠١٤: ص ١٣)

ومن هنا يتضح لنا الدور الكبير والخطير الذي تستطيع وسائل الإعلام أن تسهم به في تشكيل

الوعي الاجتماعي وتطويره بشتى فئاته وقطاعاته، وحل مشكلاته وذلك حسب الشكل البياني رقم (١)



شكل توضيحي (١) يوضح دور وسائل الإعلام واسهاماتها في تشكيل الوعي الاجتماعي

المصدر: تصميم الباحث

وهكذا لا يمكن فصل تأثير وسائل الإعلام عن تشكيل الوعي الاجتماعي بمجتمع الشباب في أي

جانب من جوانب الحياة اليومية، ذلك أن الإعلام يحمل على عاتقه مهمة دائبة يومية، ففي كل لحظة

تسابق وكالات الأنباء إلى الحصول على كل خير جديد، وينكب عليه الخبراء المختصون بالدرس والتحليل

لتكوين التأثير المطلوب بهدف تشكيل وعي اجتماعي مدروس ومخطط له، ثم تنقله وسائل الإعلام إلى

جماهير الناس كتابة وإذاعة وصورة.

والشباب العماني ليسو بمعزل عن بقية شباب العالم، بل هم جزء لا يتجزأ من هذه الشريحة الفاعلة

دولياً، والأكثر استخداماً لوسائل الإعلام، ولا سيما وسائل الإعلام الجديدة، حيث يمثل الشباب ثلث

السكان في عمان، ويستخدمون الهواتف الذكية بنسبة ٩٥٪، والإنترنت بنسبة ٨٠٪، وينتج عن هذه

الاستخدام تأثيرات في السلوك والمعارف والاتجاهات وأنماط الحياة وفقاً لما كشفته العديد من الدراسات

العربية والأجنبية، مثل دراسة جابر (٢٠١٨)، ومختار (٢٠٢٠)، خليفة (٢٠٢١)، و Al-Rawi (2019)، و Khattri & Singh (2021). ولهذا تأتي الدراسة الحالية لترتبط بين دور وسائل الإعلام وتشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب العماني، من خلال قياس حجم تعرض الشباب العماني لوسائل الإعلام، ومدركاتهم لدورها في تعزيز المعرفة بالقضايا الاجتماعية، ونقل وتعزيز التراث الثقافي.

## ٢-١ خلفية الدراسة والاستدلال على المشكلة

إن دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب يعمل على حمل المجتمع إلى بر الأمان والتطور والتقدم والنمو، ولكن يجب أن يكون التحرك بالاتجاه الإيجابي والابتعاد عن الاتجاه السلبي لهذه الوظائف والتي حذر منها الكثير من الباحثين أمثال روبرت ميرتون الذي يقول: "قد تعتمد وسائل الإعلام إلى نقل معلومات وأنباء تثير الفتنة داخل الدولة أو نشر عداوة أجنبية أو محلية أو مناخ الصراع أو الحرب أو قد تعتمد على خدمة أغراض حاكم أو جماعة محده ممن يهيمنون على وسائل الإعلام وتأثيراته". (كنعان، ٢٠١٤: ص ٧)

ولقد أكدت العديد من الدراسات على خطورة تأثير وسائل الإعلام في عمليات التغيير الاجتماعي، وتشكيل الوعي الاجتماعي، وبناء الاتجاهات، وتكوين صور نمطية أو تعبيرها عن قضايا اجتماعية مختلفة، وغيرها. نذكر منها: ما قام به لاورنس (١٩٩٧) حيث قام بدراسة برامج التلفزيون والصحف، والأفلام السينمائية وأوضح الدور المباشر الذي يمكن أن تؤديه في سلوك العنف بين الأشخاص وداخل المجتمع.

كما قامت دراسة عادل فهمي البيومي بتحليل مشكلة الجريمة كما يقدمها التلفزيون في ضوء مفهوم الوعي الاجتماعي لدى المراهقين عينة الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة بين دافعيه المشاهدة



ومستوى الوعي، وأنه يمكن أن يتقبل المراهق تلك القيم والمعارف المتضمنة في عالم التلفزيون بدون تفكير، وتوصل الباحث إلى أن المراهقين يعتمدون على الاتصال الجماهيري في تحصيل معارفهم (اليومي).

(١٩٩٢ ص: ٧٠-١٠٩)

كما أشار بلاك (٢٠٠٥)، وشيديك (٢٠١٠) إلى خطورة وسائل الإعلام ومعالجتها للقضايا الاجتماعية الحساسة مثل الجوانب الجنسية، وكذلك قدرتها على تكوين صور نمطية متعددة مما يشير إلى دوره في الصراع الاجتماعي أحياناً. كما أوضح طاهر محمد (٢٠١٠) البعد السياسي في تأثير وسائل الإعلام من حيث إمكانية استغلالها في نشر أفكار وتوجهات السلطة على نطاق واسع. كما أشار طلعت حكيم (٢٠١٤) على ضرورة عمل وسائل الإعلام وفق ما تستهدفه خطة الدولة من تنمية ورقابتها - دون مساس بحريتها - لضمان حيادية ما تنقله، وما تعبر عنه من توجهات.

ويعد الشباب مستقبل أي مجتمع وركيزة تنميته الأساسية، ويمثل الشباب في سلطنة عمان نسبة ٣١,٥٧٪ في الفئة العمرية التي تتراوح ما بين ١٥ و ٢٩ سنة (المركز الوطني للإحصاء والمعلومات، ٢٠١٥)، ويسمح توزيع الشباب بين المحافظات المختلفة ضمن رقعة الأرض الشاسعة بأن يكون التواصل الافتراضي هو الوسيلة الأجدى لشباب السلطنة فيما بينهم ومع الجهات المعنية، خصوصاً أن لدى هذه الفئة توجهها نحو التقنية والإعلام حيث تشير الإحصائيات الرسمية إلى أن نسبة من يمتلكون هواتف محمولة في الفئة العمرية ١٥-٢٩ تبلغ ٩٥٪ ونسبة من يمتلكون هواتف ذكية حوالي ٩٠٪ (هيئة تقنية المعلومات، ٢٠١٣) و ٦٤,٨٪ من الشباب يستخدمون الحاسوب، و ٨٠٪ من الأفراد الذين تقع أعمارهم في الفئة (١٨-٢٩) يستخدمون الإنترنت (تعداد ٢٠١٠) فيما يستخدم ٦٤٪ من الشباب شبكات التواصل الاجتماعي (المركز الوطني للإحصاء، ٢٠١٥) وقد بلغ مؤشر ثقة الشباب العماني (١٨-٢٩ سنة) في

المواقع الإخبارية على الشبكة العنكبوتية ٨٤٪ وبلغ مؤشر ثقة الشباب العماني - ضمن الفئة العمرية نفسها - في مواقع التواصل الاجتماعية الإعلامية ٤٨% (المركز الوطني للإحصاء والمعلومات، ٢٠١٥).

ونظراً لأن الإعلام عنصر مؤثر في حياة المجتمعات باعتباره الناشر، والمروج الأساس للفكر والثقافة، ويسهم بفاعلية في عملية تشكيل الوعي الاجتماعي للأفراد، إضافة إلى الأسرة والمؤسسات التعليمية والمؤسسات المدنية (موسى، ١٩٨٨م) فعملية إنتاج الإعلام في شتى مؤسسات العالم، تتم وفق عمليات محسوبة بدقة، ترمي إلى تحقيق أهداف مدروسة بعناية، وإحداث تأثيرات على المتلقين أولاً وأخيراً. فالإعلام يقوم بترويج وبيع الأفكار والخدمات والسلع، والمشتري هو العنصر المستهدف الجمهور.

وتعمل الرسالة الإعلامية على استهداف شرائح عريضة في المجتمع، بسبب فاعليتها وانتشارها الواسع وقدرتها على مخاطبة الناس، وتعمل على إحداث تغير مقصود في المجتمع تحت وطأة إغراء لا يقاوم (محمد، ٢٠٢٠). بهذه الصورة تجري الأمور في شتى أرجاء دول العالم. وهكذا تعمل وسائل الإعلام للتأثير في المتلقين، وينتج عن متابعتها إما تأثيرات إيجابية أو سلبية، سواءً شعرنا بذلك أم لم نشعر.

وفي عصرنا الحالي اكتسبت وسائل الإعلام أبعاداً جديدة، زادت من قوة تأثيرها على الأفراد والجماعات، باعتباره مؤسسة اجتماعية مهمة في المجتمعات، تحمل معاني سياسية واجتماعية واقتصادية، حظيت باهتمام المفكرين والأكاديميين والباحثين، نظراً لدورها في إثارة اهتمام الجمهور بالقضايا والمشكلات المطروحة (النويهي، ٢٠١٤). فأصبح من الثابت؛ أنّ وسائل الإعلام تؤثر في مجرى تطور تفكير البشر، وأن هناك علاقة سببية بين التعرض لوسائل الإعلام والسلوك البشري (البريكي، ٢٠٠٦). ويختلف تأثير وسائل الإعلام حسب وظائفها، وطريقة استخدامها، والظروف الاجتماعية والثقافية، واختلاف الأفراد أنفسهم، فلربما تكون سبباً لإحداث تأثيرات عديدة ومتنوعة الشدة، قد تكون قوية أو ضعيفة. في حين

أكدَ حلس، (٢٠٠٣: ص ١٨٣) على أن الأنظمة الإعلامية تعمل من خلال ما يتبناه من اتجاهات فكرية وأيديولوجية، لصياغة وعي الأفراد، ويعتمد ذلك على وسائل الإعلام نفسها، وأساليب تلك الوسائل في معالجات الرسائل الإعلامية.

وعندما نتطرق إلى التأثيرات الإيجابية، ذكر العاقد (١٩٨٦) تزايد دور وسائل الإعلام في تنمية وعي الشباب، وزيادة معلوماتهم وتطلعاتهم، إذ تشكل أهم مصدر نأخذ منه معارفنا ومعلوماتنا عن العالم المحيط بنا. حين تلعب دوراً مؤثراً في تشكيل وعي المواطنين. فتؤثر في الطريقة التي يدرك بها الأفراد الأمور، مثلما ترسم الصورة الذهنية لدى الأفراد عن الدول والمواقف والقضايا والأحداث. وبما إن وسائل الإعلام إحدى الروافد الرئيسية في تشكيل الوعي الاجتماعي بمختلف أشكاله (السيد، ٢٠١٥)؛ فإن التأثير الذي تحدثه في الوعي الاجتماعي يختلف باختلاف أهداف مالكي مؤسسات الإعلام، وطبيعة المضامين التي تبثها، ومدى قدرة الجمهور المستهدف على التفكير النقدي الفاحص للمحتوى الإعلامي.

ففي كثير من دول العالم يُعدُّ الإعلام منتجاً للثقافة، من خلال التفاعل والتأثير الإنساني، باعتباره مؤسسة اجتماعية هامة يحمل مضامين أيديولوجية؛ إن لم توجه للعمل على ترسيخ ثقافة المجتمع وهويته، فإنها تؤدي إلى تزييف الوعي وإفساد العقول (موسى، ١٩٨٨م). ولا بد من الاعتراف بأن الشباب العربي هو أكثر فئات المجتمع تأثراً بعمليات الغزو الثقافي؛ نتيجة للانفجار المعرفي الهائل، وتطور وسائل الإعلام الجماهيرية، وبالذات الفضائيات التي تمثل متغيراً اجتماعياً وثقافياً مهماً في حياة الشباب. فهو المصدر الرئيس للمعلومات والتعلم وهو أحد مصادر عمليات تشكيل الوعي الاجتماعي في عصر العولمة الإعلامية (حلس، ٢٠٠٣م: ص ١٧٧). حيث يمكن للأعلام العربي أن يلعب دوراً مهماً في لم الشمل وتوطيد

الاستقرار في الدول العربية، من خلال مفاهيم جديدة تسيطر على الأفراد بعد أن بات عالم التكنولوجيا هو المسيطر على الحياة الجديدة (العزي، ٢٠٢٠م).

بذلك يعمل الإعلام على توحيد الناس على ثقافة واحدة، يصبح الخروج عنها أمراً صعباً، فتصير عرفاً في المجتمع وجزءاً من ثقافته. حين أصبحت وسائل الإعلام هي التي تحدد للناس ما يصلح وما لا يصلح، عبر التعبير عن آراء معينة والتكتم على أخرى، مما خلق ما يشبه العرف الذي يقبل ويتبع ويحظر من مخالفته. فنكسر من خلاله منظومة غريبة من القيم والمعايير (محمد، ٢٠٢٠). فأصبح بناء الأسرة ووظائفها معرضة للتغير والتشكيل من جديد، بفعل تأثيرات الإعلام المرئية، فتتغير المعايير أو تحمل وظائف كثيرة لأفراد الأسرة تجاه بعضهم؛ فتصبح لكل فرد نزعه خاصة به؛ الأمر الذي يدفع إلى تغيير حال الأسرة من أسرة مترابطة إلى أسرة مغتربة فاقدة لأوصالها وترباطاتها. ولكننا نقف عند نقطة معينة ونقول: إن وسائل الإعلام المرئي، لا يمكن أن تفعل فعلها المؤثر هذا في الأسرة وتغير بنائها ووظائفها إلى الأسوأ لو كان هناك استقبال ووعي ملائم لها (Gumpertg, 1982). ولقد تغير بالفعل نمط الحياة الجديدة التي باتت تفرض نفسها على العلاقات الأسرية، حيث تغيرت فيها المفاهيم وطرق العلاقات الاجتماعية للأسر التقليدية، وتفكك تماسك وتلاحم العلاقات الاجتماعية في المجتمع المحلي، وحلت بدلها قيم ومعايير جديدة (العزي، ٢٠٢٠م).

إنَّ عنصر الإعلام دخل حياتنا، وأحدث خللاً في منظومة القيم التي تحكم علاقاتنا تجاه الآخرين، من أقراننا، جيراننا، وبقية أفراد المجتمع، وتحكّم في رؤيتنا للأمور (حلال، حرام، عيب، شرف، عرض). نتيجة تعرض منظومتنا القيمية والأخلاقية لسيل لا ينقطع من المفاهيم والتصورات المضادة والقيم المتناقضة



والثقافات عبر وسائل الإعلام، الذي أحدث الخلخلة التي نراها في النظام الأخلاقي والسلوك العام لمجتمعاتنا (الضاني، ٢٠١٤م).

وفي واقعنا الحالي يعيش الشباب الجامعي واقع التغيير، الذي يكاد يكون انقلاباً على مفاهيم وأسلوب حياة العقود السابقة، تقود هذه التغييرات وسائل الإعلام لتشكيل عقل جديد مختلف معرفياً ووجدانياً وسلوكياً عن التقاليد السابقة. إذ يواجه الشباب الجامعي العديد من الظواهر السلبية التي تتعلق بالمحيط الاجتماعي، الذي تسوده جملة من القيم ربما الرديئة، والتناقضات الثقافية، والفوضى الاقتصادية والفقر، والتسلط، والانحراف بكل صوره وأشكاله وأنواعه. حيث يعمل الإعلامي على غرس ما يتبناه من اتجاهات فكرية وأيديولوجية، لصياغة وعي الأفراد. فوسائل الإعلام تشارك في كل تغيير اجتماعي مثل الثورات الفكرية، والاجتماعية، والسياسية (Mills, 1969). بذلك تحقق هيمنتها الناعمة عبر إنتاج وتداول خطاب جذاب شكلاً ومضموناً، يستثير الجمهور ويتلاعب بعقله دون أن يدرك، مستعيراً كثيراً من المفاهيم والأفكار التي تحظى باهتمام داخل النسيج الاجتماعي المستهدف، وإعادة صياغتها وتوظيفها على نحو يخدم مقاصد وغايات القائم بعملية الاتصال (محمد، ٢٠٢٠م).

وتشير العديد من الأدبيات إلى وجود تأثير سلبي لما تبثه وسائل الإعلام، ويشمل العديد من مناحي الحياة، حين أشارت دراسة لاورنس (١٩٩٧) إلى الدور المباشر لوسائل الإعلام في تعزيز سلوك العنف لدى الأفراد. كما توصلت دراسة بلاك (٢٠٠٥) ودراسة شيدباك (٢٠١٠) إلى خطورة تأثير وسائل الإعلام في القضايا الحساسة، وإحداث الصراع الاجتماعي. وأوضحت دراسة محمد طاهر (٢٠١٠) استغلال وسائل الإعلام في نشر أفكار وتوجهات السلطة على نطاق واسع. كما خلصت دراسة ياس البياتي (٢٠١٤) إلى ضعف الثقافة المتلفزة التي يتغذى بها الشباب، والتي لا تمنحها أدنى المقومات الأساسية

لتأهليه؛ حين ساهمت هذه الثقافة إلى حد كبير في خلق الاضطراب الاجتماعي وتنمية الفردية والروح الاستهلاكية، وتعميق الذات مقابل ضعف الالتزام الجماعي. لتصنع قلقاً جماعياً وتحديث هلعاً في النسيج الاجتماعي لا مبرر له (محمد، ٢٠٢٠) فتخلق موقفاً مثالياً لفرض مزيد من التغييرات الهادفة إلى إعادة هندسة المجتمعات وتدجينها.

لذلك أصبحت ظاهرة الاتصال الجماهيري، محطّ أنظار الدارسين نظراً لما هذه الوسائل من آثار اجتماعية وقدرة على توصيل الرسائل إلى عدد كبير من الجمهور بسرعة مذهشة، والقدرة على خلق رأي عام، وتنمية اتجاهات وأنماط من السلوك غير موجودة أصلاً. الأمر الذي يؤدي إلى تغيير نظرة الناس إلى الحياة وإلى العالم من حولهم، من خلال تغيير مواقفهم تجاه الأشخاص والقضايا، فيتغير بالتالي، حكمهم عليها، وموقفهم منها (الضاني، ٢٠١٤م).

وهكذا جرى ترويج أفكار النخبة إلى المجتمع، لتصبح ذات قيمة اجتماعية معترف بها. وإسقاطاً على التجارب العالمية في الحالتين التونسية والمصرية عام ٢٠١١ عندما قامت وسائل الإعلام بإثارة وعي الجمهور من خلال الحملات الإعلامية، التي تستهدف تكثيف المعرفة لتعديل السلوك وزيادة التأثير على القطاعات المستهدفة من الجمهور؛ عندها يصبح الجمهور مهتماً بتكوين صورة ذهنية من خلال المعلومات والأفكار. وهنا تسعى الجهة القائمة بالاتصال إلى تكوين صورة ذهنية لربط الموضوع بمصالح الجمهور وتطلعاته. وفي خطوة لاحقة تبدأ الجهة المنظمة بتصميم رسائل جديدة للوصول إلى نتائج سلوكية أكثر تحديداً كاتخاذ قرار، ثم تأتي مرحلة صناعة أحداث معينة لضمان استمرار الاهتمام بالموضوع وتغطيتها إعلامياً وجماهيرياً، ثم حثّ الجمهور على اتخاذ فعل محدد معبر عن الفكرة، من خلال الدعوة لتبني الأفكار التي تركز عليها الرسائل الاتصالية (النيرب، ٢٠١١م).

### ٣-١ مشكلة الدراسة

وبناءً على كل ما سبق تقديمه في الخلفية المعرفية للاستدلال على مشكلة الدراسة، التي أكدت وجود تأثير لوسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي، كما أن هذا التأثير ليس ايجابياً بحتاً بل سلبياً في جزء كبير منه. ويختلف تأثيره من فرد لآخر ومن مجتمع لآخر، وفقاً لنوع الوسيلة (تقليدية أو جديدة) وأهدافها، والمحتوى الذي تبثه. ونظراً لقلة الدراسات التي تناولت دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي في سلطنة عمان، ما يطرح من استفسارات حول هذه الظاهرة في السلطنة التي تحتاج للدراسة والتحقيق، مثل: أي الوسائل الإعلامية الأكثر والأقل تأثيراً على الوعي الاجتماعي للشباب؟ وهل تختلف الوسائل الإعلامية الجديدة عن الوسائل التقليدية في تناول القضايا الاجتماعية وتعزيز المستوى الثقافي بها أم لا؟ وتأسيساً على كل ما تقدم تتحدد مشكلة الدراسة في الآتي: معرفة التأثير الذي تحدثه وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في عملية تشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلاب جامعة السلطان قابوس.

### ٤-١ أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في أن شريحة الشباب من أكبر الشرائح داخل المجتمع العماني من حيث مجموع السكان، وهي عنصر فاعل ومهم في قضايا التنمية كونها تمتلك القدرة على العطاء، ومن هنا تبرز أهمية البحث حيث يلقي الضوء على مجالات جديدة للاهتمام بالشباب وتنمية وعيهم بقضايا مجتمعهم، فضلاً عن التركيز على ثقافة تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الجامعي باعتبارها دافعاً ومحركاً رئيسياً في عملية التنمية الشاملة، ومن أهم سمات المجتمعات المتقدمة. وإضافة إلى ما سبق، تنطوي هذه الدراسة على أهمية كبيرة في الجانبين النظري والتطبيقي ويتلخص أبرزها فيما يلي:

### ١-٤-١ الأهمية النظرية

أ- تعد الدراسة الحالية إضافة للتراث البحثي في تناول متغيرات مهمة بالنسبة للمجتمع العماني هي دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي حيث يكون لتأثير وسائل الإعلام دور حيوي في تشكيل اتجاهات الناس نحو العديد من القضايا الاجتماعية، ومن ثم تسهم دراسة هذه المتغيرات في تحديد مدى تأثير الإعلام على تشكيل الوعي الاجتماعي، وإلى أي درجة يمكن أن يساهم في إيضاح السياسات التنموية للدولة.

ب- أضف إلى ذلك أن عينة الدراسة هي فئة اجتماعية مهمة في المجتمع العماني تشكل ثلث السكان تقريباً حسب الإحصائيات، وهم الشباب، كما أن اختيار الشباب الجامعي من طلاب جامعة السلطان قابوس هو أمر شديد الأهمية لما تمثله هذه الفئة من أساس بناء أي مجتمع ونموه، وتشكيل حاضره ومستقبله.

#### ٢-٤-١ الأهمية العلمية (على مستوى الفكر)

أ- تأتي الدراسة منسجمة مع رؤية سلطنة عمان بدعم وتفعيل وتشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب لاسيما في قضايا وطنهم وربطهم بآليات المشاركة الوطنية بشتى أشكالها السياسية والاقتصادية والاجتماعية

ب- رصد الوعي الاجتماعي عند طلبة الجامعة، إضافة لتشخيص ورصد اتجاهاتهم صوب " وسائل الإعلام" للوصول إلى تحقيق التزام مقبول بالمصلحة العامة وكذلك مقدار التمحوور لتحقيق المصالح الذاتية.



### ١-٤-٣ الأهمية التطبيقية (على مستوى الواقع)

أ- رصد دور العمل الإعلامي ومدى قدرته في تشكيل الرأي العام؛ لمحاولة استغلال الدولة العملية الإعلامية في التنمية والتطوير.

ب- توعية الشباب بما يمكن أن تؤديه العملية الإعلامية من تأثير على توجهاتهم الاجتماعية والاقتصادية نحو القضايا المختلفة.

ج- ضرورة تحقيق هدف الإعلام الأساس بلوغ إستراتيجية عملية جلية، عبر الاستغلال العقلاني للإمكانيات المتاحة؛ لضمان إمكانية حيازة سياسة إعلامية رشيدة تقوم بتنمية الإنسان والمجتمع، وتقوم ببلورة الوعي إزاء قضايا المصيرية.

د- إضافة إلى أن هذه الدراسة مهمة لكشف الأدوار التي تؤديه وسائل الإعلام في تعديل واتجاهات وقيم الشباب، بحيث تساعد نتائج هذه الدراسة المعنيين بوضع السياسات عند الأخذ بها.

### ١-٥ أهداف الدراسة:

في الجمل تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس يتمثل في: معرفة دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي للشباب الجامعي العماني، ومن هذا الهدف الرئيس تنفرع عدة أهداف فرعية، نوضحها على النحو التالي:

- أ- تشخيص مقدار (حجم) تعرض الشباب الجامعي العماني لوسائل الإعلام.
- ب- تشخيص وسائل الإعلام الأكثر تأثيراً ومتابعة في قضايا الوعي الاجتماعي من وجهة نظر الشباب الجامعي العماني.

ج- مناقشة مقدار التأثير الذي تؤديه وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الجامعي العماني.

د- مناقشة درجة مساهمة وسائل الإعلام في تعزيز المستوى الثقافي في المعرفة والوعي بقضايا المجتمع.  
هـ- مناقشة دور وسائل الإعلام في نقل التراث الثقافي المتمثل في القيم والمعايير والتقاليد الاجتماعية، من وجهة نظر الشباب الجامعي.

و- تقديم مقترحات لتعزيز دور وسائل الإعلام في نشر الوعي الاجتماعي من وجهة نظر الشباب الجامعي العماني.

#### ٦-١ تساؤلات الدراسة

تسعي هذه الدراسة إلى الإجابة عن التساؤل الرئيس الذي تتمحور حوله الدراسة، وهو: ما دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الجامعي العماني؟ ومن هذا التساؤل الرئيس تتفرع مجموعة من الأسئلة المتعلقة بموضوع الدراسة، وهذه الأسئلة نعرضها على النحو التالي:

أ- ما مقدار تعرض الشباب الجامعي العماني لوسائل الإعلام؟  
ب- ما هي وسائل الإعلام الأكثر تأثيراً في تشكيل قضايا الوعي الاجتماعي من وجهة نظر طلبة جامعة السلطان قابوس؟

ج- كيف تؤثر وسائل الإعلام في عملية تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الجامعي من وجهة

نظر طلبة جامعة السلطان قابوس؟

د- ما درجة مساهمة الإعلام في تعزيز المستوى الثقافي على مستوى المعرفة، والوعي بقضايا المجتمع؟

ه- ما التأثير التي تحدثه وسائل الإعلام في نقل وتعزيز التراث الثقافي المتمثل في القيم والمعايير والتقاليد

الاجتماعية من وجهة نظر الشباب الجامعي؟

و- ما مقترحات الشباب الجامعي العماني لتعزيز دور وسائل الإعلام في نشر الوعي الاجتماعي؟

### ٧-١ فرضيات الدراسة:

أ- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير وسائل الإعلام على القضايا التي تساهم في تشكيل

الوعي الاجتماعي تُعزى لاختلاف نوع الوسيلة (تقليدية، وجديدة).

ب- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في حجم التعرض لوسائل الإعلام تُعزى لاختلاف المتغيرات

الأتية: النوع، والتخصص، ومستوى تعليم الأب، ومستوى تعليم الأم.

ج- تؤثر المتغيرات (حجم التعرض لوسائل الإعلام، ودوافع التعرض لوسائل الإعلام، وإدراك أهم البرامج

الإعلامية) في تحقق دور وسائل الإعلام في نقل وتعزيز التراث الثقافي.

د- يتأثر الوعي الاجتماعي بدور الإعلام في تعزيز مستوى المعرفة بالقضايا الاجتماعية بمجموعة من

المتغيرات، هي: حجم التعرض، ودوافع التعرض لوسائل الإعلام، وإدراك أهمية البرامج الإعلامية في

تعزيز الوعي الاجتماعي.

### ٨-١ حدود الدراسة

يشير المجال إلى البيئة أو المكان أو إلى منطقة جغرافية، مثلما يشير إلى البشر وتفاعلاتهم وعلاقاتهم،

وكذلك البعد الزمن الذي يعيشه أولئك البشر الموجودون في بيئات ما أو مكان جغرافي معين، بحيث تسود

بين أوساطهم علاقات وتعاملات تعكس طبيعتهم الاجتماعية (حمدي، ١٩٩١). ويمكن أن نوضح حدود

الدراسة الحالية على ثلاثة مستويات، فيما يلي:

أ- الحدود الموضوعية: تتحدد الدراسة الحالية في إطار موضوعها وهو الكشف عن دور وسائل الإعلام

في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب العماني من طلاب جامعة السلطان قابوس.

ب- الحدود البشرية: طلبة جامعة السلطان قابوس، الذين هم على رأس الدراسة أثناء الدراسة الميدانية

بكافة السنوات الدراسية لمستوى البكالوريوس بجميع كليات الجامعة.

ج- الحدود المكانية: تتحدد الدراسة الحالية في إطار مكان إجرائها وهو سلطنة عمان وتنحصر في جامعة

السلطان قابوس كونها من أكبر الجامعات العمانية، حيث يبلغ عدد طلابها حوالي سبعة آلاف طالب

وطالبة في مختلف التخصصات. (صحيفة أثير الإلكترونية، ٢٠١٨)

د- الحدود الزمانية: تم تطبيق الدراسة على الشباب الجامعي العماني في شهر نوفمبر ٢٠١٩.

## ٩-١ الإطار النظري

يعد الإطار النظري هو حجر الزاوية الذي يتأسس عليه البحث العلمي، فالبحث العلمي الجيد

يبدأ بالنظرية المعينة على تأسيس أدواته ومنهجه، وينتهي بنفس النظرية التي يفسر من خلالها نتائج دراسته.

وأظهرت دراسات ونظريات البحوث الخاصة بالتواصل مع الجماهير، على مدى عقود من السنين؛

وجود نظريات وأساليب مشخصة يمارس من خلالها الإعلام سلطته في تكوين التأثيرات تجاه المتلقين.

لذلك سوف تعتمد الدراسة الحالية في إطارها النظري على بعض النظريات والأساليب المحددة، حسب

الآتي:



## أولاً: نظرية الاتصال الثقافي (Cultural Communication Theory)

يُعد الاتصال الثقافي عملية نقل وتبادل الثقافات وفروعها وأنساقها من خلال الاحتكاك والتفاعل الاجتماعي، وبعد إن كان التباين والتنوع من سمات المجتمعات الحديثة مقارنةً بالمجتمعات التقليدية التي تتسم بدرجة عالية من التجانس، أصبح هناك قوى تدفع بالشعوب إلى مزيد من التقارب الثقافي مقابل محاولات لإضعاف الثقافات الفرعية على المستويين المحلي والإقليمي، وقد أسهم التطور في وسائل الإعلام في عبور الثقافات حواجز الزمان والمكان، وتوطيد الاتصال الثقافي بين شعوب العالم، وترسيخ الثقافة العالمية، وازمحلل بعض الثقافات المحلية؛ نتيجة الاحتكاك الثقافي بين الشعوب والدول، والذي ينتج عنه اغتناق العناصر المادية أو غير المادية أو الأخذ بها أثناء الأزمات وفي أوقات التفكك الاجتماعي (حسين، ٢٠١٥: ص ٢٤).

إفترضات نظرية الاتصال الثقافي:

- تتأثر الثقافات ببعضها البعض نتيجة الاتصال الثقافي.
- أثرت ثقافة المستعمرين على ثقافة الشعوب المستعمرة.
- ينجم عن الاتصال الثقافي بين الثقافات نمط ثقافي جديد قائم على الدمج بينهما.
- هناك جوانب ثقافية تحتفي تدريجياً من الثقافات نتيجة الاتصال الثقافي، ولا تظهر جوانب ثقافية جديدة لتحل محلها (المكاوي و عبدالرحمن، ٢٠٠٧: ص ٥١).

وتُعد وسائل الإعلام إحدى أدوات العولمة كما يرى البعض، التي تدفع بالأفراد والمجتمعات نحو صهر الثقافات بما تحمله من قيم في إطار تبني ثقافة عالمية موحدة، وفي هذا الصدد فإن وسائل الإعلام سواء التقليدية أو الجديدة قد أثرت على جوانب مختلفة في مجال الاتصال الثقافي، ففي جانب العلاقات

الاجتماعية، فإن وسائل الإعلام أثرت بشكل مباشر سواء أكان إيجاباً أو سلباً على طبيعة العلاقات بين الأفراد، كما أثرت على الترابط الأسري، وتغيير بعض العادات الاجتماعية، وساهمت أيضاً في نقل بعض الانحرافات الاجتماعية، وتغيير بعض الأنساق الاجتماعية بما تحمله من مضامين وافدة تختلف في قيمها عن القيم المحلية للشعوب. وفي الجانب الثقافي والديني، أسهت وسائل الإعلام وبخاصة الوسائل الحديثة، في تبني قيم ثقافية جديدة، قد تكون إيجابية وقد تكون سلبية، ومكنت الأفراد من تبادل الخبرات والثقافات مع أشخاص آخرين يختلفون عنهم في الدين والمعتقد واللغة، إلى جانب نقلها لعادات وقيم أخلاقية ودينية قد تؤثر على الجوانب الروحية والدينية لدى الشباب، أما في ما يتعلق بالصراع الثقافي، فإن وسائل الإعلام الجديد توفر للأفراد والحكومات وسيلة جيدة لبناء صورتها الذهنية لدى الآخر، ولأن الرسائل التي يتم تأطيرها عبر وسائل الإعلام الجديد من قبل الأفراد أو الدول في سبيل بناء صورة جيدة عنها، تستند على القيم الثقافية لتلك البلدان، وهذا يسبب صراعاً ثقافياً نظراً للفروق في الثقافات الوطنية المختلفة، على سبيل المثال، ركزت وسائل الإعلام الأميركية أثناء تغطيتها للألعاب الأولمبية الصينية على الاحتجاجات، والمساواة الفردية وحقوق الإنسان والعدالة الاجتماعية، وهي قيم تتعارض مع قيم الثقافة الصينية المبنية على مصلحة الجماعة، والنظام الاجتماعي، وهذا بدوره سبب مشكلة بين البلدين ناتج عن استخدام الإعلام من منظور تباين الثقافات (Chen, 2012: p.5).

وتستفيد الدراسة الحالية من هذه النظرية وافترضاها في معرفة مساهمة وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في تعزيز أو هدم المستوى الثقافي لدى الشباب تجاه بعض القضايا الاجتماعية، ودورها في نقل وتعزيز التراث الثقافي المتمثل في القيم والمعايير والتقاليد الاجتماعية.

وتم تطبيق النظرية في المجال الثاني في القسم الثاني من الاستبيان، حيث تم وضع تساؤل حول مدى مساهمة وسائل الإعلام في تعزيز المستوى الثقافي لدى الشباب تجاه بعض القضايا الاجتماعية، كما تم الاستفادة من افتراضات النظرية في بناء بنود المجال الأول في القسم الثالث، الذي تناول دور وسائل الإعلام في نقل وتعزيز التراث الثقافي.

### ثانياً: نظرية الأجندة ووضع الأولويات (AGENDA-SETTING)

يمكن شرح هذه النظرية بالنقاط الآتية:

1. لا يمكن لوسائل الإعلام تقديم كافة المواضيع والقضايا جميعها لجمهورها، وتغطية كافة الأحداث، ومتابعة جميع مشكلات المجتمع، عاجزة عن تقديم «جميع ذلك».
2. وتبعاً لذلك ينتقي القائمون على وسائل الإعلام «بعض» من تلك القضايا والموضوعات، حيث يجري التركيز فيها بكثافة، وإحكام محتواها وطبيعتها.
3. تبدأ هذه الأمور بإثارة اهتمام الجمهور بشكل تدريجي، لأجل أن يدركونها، فيفكرون في أبعادها ومضامينها بقلق، وبالتالي تشكل لدى المستقبلين أهمية كبيرة بشكل نسبي من المواضيع التي لا يعالجها الإعلام.
4. لذا قالوا: «إن وسائل الإعلام لا تنجح دائماً في إبلاغ الجماهير كيف يفكرون؟ ولكنها تنجح في إبلاغهم عما يجب أن يفكروا فيه».

العناصر المؤثرة في عمل الأجندة وترتيب الأولويات:

١. القضايا وطبيعتها: إنّ تنظيم الأولويات يثمر عن تحقيق نتائج حاسمة للقضايا غير المعاشة للجمهور،

حينما تصبح القضايا تلك، واضحة جزّاء تكرر تغطية الإعلام المستمرة.

٢. أهمية تلك القضايا: ينجح تنظيم الأولويات كثيرا في قضايا تسبب الخوف والهلع؛ مثل انتشار الأوبئة،

ومرض الإيدز، لأنّ هذه القضايا تمثل تهديداً للجمهور.

٣. وقت إثارة القضايا: العمل بالأولويات يحقق نجاحا كبيرا باختيار الوقت المناسب لإثارة القضايا

وعرضها، باستغلال الفرصة والظرف المناسب.

٤. نوع الوسيلة المستخدمة: ترتيب الأولويات في التلفزيون يحقق نتائج فعالة على المدى القصير، أما في

الصحف فهو يحقق تأثيرات أقوى على المدى البعيد.

ثالثاً: التأثير التراكمي طويل الأمد: (LONG-TERM EFFECT)

تستخدم وسائل الإعلام في العالم سلطتها لإحداث التأثير التراكمي طويل الأمد على النحو الآتي:

١. تبدأ مجموعة من وسائل الإعلام في تركيز اهتمامها على نقل رسائل حول موضوع محدد (مشكلة -

موقف - قضية)

٢. على مدى فترة ممتدة من الزمن تستمر وسائل الإعلام في نشر أو إذاعة رسائلها حول الموضوع بشكل

دائم ومنظم ومتكامل فيما بينها.

٣. يبدأ أفراد الجمهور في الاهتمام بهذه الرسائل، وتدرجياً يبدأ المجتمع المكون من هؤلاء الأفراد في تكوين

فهمة العام والمتشابه للموضوع، والمستمد من مضامين وسائل الإعلام التي تضمنتها رسائل هذه الوسائل.



٤ . مع زيادة طرح الوسائل الإعلامية للموضوع يتكون فهم عام مشترك حوله، وبالتالي يتم تشكيل أو

إعادة تشكيل المعاني والمعتقدات والاتجاهات، التي تعمل كمرشد لسلوك جمهور وسائل الإعلام.

٥ . وعلى هذا فإن التغيرات التي حدثت نتيجة التعرض لوسائل الإعلام لدى الأفراد تتراكم، ويتولد عنها

بطء معتقدات واتجاهات جديدة، تؤدي إلى تغير واضح في أنماط السلوك المرتبط بالموضوع.

٦ . تحدث مثل هذه التغيرات طويلة الأمد على مستوى مجتمع بذاته، أو على مستوى ثقافة إقليمية معينة،

أو على مستوى عالمي.

ويلاحظ في هذه النظرية ما يلي:

١ . إن وجود التعددية الإعلامية وتنوع الوسائل واختلافها فيما بينها وتضارب مصالحها أحياناً فهذا كله

لا يلغي وجود توافق ضمني بين «بعض» الوسائل، حول «بعض» القضايا والمواقف والاتجاهات، يحدث

فيها التأثير التراكمي طويل الأمد.

٢ . لقد ساهمت الثورة الرقمية والإعلام الجديد في كسر احتكار مؤسسات الإعلام التقليدية، والتقليل

بصورة ما من سلطتها، وإضعاف تأثيرها نسبياً على المجتمعات والثقافات المختلفة.

#### ١-١٠ مبررات الاختيار:

أ - تعد هذه النظريات هي الأنسب وفقاً لتغيرات الدراسة الحالية، والفئة المستهدفة بالدراسة.

ب- تؤكد سوزان القليني (٢٠١٤) بأن نظرية وضع الأجندة لا يوجد بها اختلاف واضح في

ترتيب الأجندة بين أعضاء الجمهور باختلاف الخصائص أو السمات الديموغرافية أو العامة

مثل النوع، التعليم، أو الحالة الاقتصادية. ومن ثم فهي مناسبة للمجتمع العماني كمجتمع عربي يؤثر ويتأثر بالمجتمعات المحيطة به. حيث إن العمليات الاجتماعية تؤثر أيضا على أحكام الجمهور حول أهمية قضية أو شخص ما.

ج- وجود اتجاهات منهجية حديثة لهذه النظريات، فقد حظيت باهتمام عديد من الباحثين وتطورت أبحاثها بشكل ملحوظ.

#### ١١-١ تعريف المصطلحات الأساسية (مفاهيم الدراسة)

نستعرض فيما يلي مفاهيم الدراسة الحالية نظرياً وإجرائياً بشيء من الاختصار:

##### ١-١١-١ مفهوم الإعلام

يعرف تركي الإعلام بأنه: "النقل الحر والموضوعي للأخبار، والمعلومات، والوقائع بصورة صحيحة بإحدى وسائل الإعلام مستهدفاً العقل، ولا يهدف لأي غرض سوي الإعلام ذاته لغرض التمييز بينه وبين الدعاية" (تركي، ١٩٩٤: ص ٢٢٧). وهناك من يرى أن الإعلام هو: "العملية التي يترتب عليها نشر الأخبار، والمعلومات الدقيقة التي تركز على الصدق والصراحة، ومخاطبة عقول الجماهير، وعواطفهم السامية، والارتقاء بهم من خلال تنويرهم، وتثقيفهم لا تخديرهم وخداعهم" (مطر، ٢٠٠٣: ص ١١٨). ويعرف (أوتو جرت) الإعلام بأنه: "التعبير الموضوعي عن عقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاته". (عبيد،

٢٠٠٢: ص ١٨) الإعلام (بالإنجليزية: Media) مجموعة من قنوات الاتصال المستخدمة في نشر الأخبار

أو الإعلانات الترويجية أو البيانات.

ويُعرف الإعلام إجرائياً بأنه الوسيلة الاجتماعية الرئيسية للتواصل مع الجماهير. والمعلومات التي

تُنشر بواسطة الوسائل الإعلامية، مثل الصحف والإذاعة والتلفزيون، كما أنه يكون مجموعة من الوسائل

التي تُؤثر على نطاق كبير من الأفراد، كالإنترنت والمجلات. (أبو خليف، ٢٠١٨)

### ١-١-٢ مفهوم وسائل الإعلام

يقصد بوسائل الإعلام جميع الوسائل والأدوات التي تنقل إلى الجماهير المتلقية ما يجري من حولها

عن طريقة السمع والبصر (مذكور، ١٩٧٥، ص ٦٤). وهناك من يري أن وسائل الإعلام هي: " التي

تتجسد في الراديو، والتلفزيون، والصحف والمجلات، والكتب، والسينما، والإعلان. وهي من أهم

المؤسسات المرجعية التي تؤثر في شخصية، وقيم، وأفكار، وممارسات الشباب على مستوى الأمد البعيد.

(الحسن، ١٩٩٨: ص ١٠٠)

ويقصد بوسائل الإعلام إجرائياً في هذه الدراسة مستوى تعرض المبحوث للأحداث الجارية من

خلال متابعتها لوسائل الإعلام المختلفة (المؤسسات الأهلية، الحكومية والرسمية وغير الرسمية التي تنشر الثقافة

وتعرف الشباب الجامعي بالتراث قديمة وحديثة، وتعني بالنواحي التربوية كهدف لتكيف الفرد مع الجماعة

المحلية) والتي بدورها تشكل الوعي الاجتماعي لدية، سواء "المسموعة" مثل الراديو/ المذياع، و" المرئية" مثل

التلفاز، و"المقروءة" مثل الجرائد والصحف والمجلات أو الجمع بين كل ذلك من خلال استخدام الإعلام

الإلكتروني "الإنترنت" وهو بمثابة مجمع بين الصفات المكتوبة والمسموعة والمرئية والإلكترونية. وتم تحديد

لكل وسيلة إعلامية مستويات وفتات الاستجابة لواقع دور وسائل الإعلام (أوافق - محايد - لا أوافق - لا أوافق أبداً) وتم تصنيف مستوى أهم البرامج التي تقدم القضايا التي تهم الشباب إلى ثلاث مستويات إجرائية (مهم جداً - مهم - محايد - غير مهم - غير مهم أبداً) وهكذا.

### ١-١١-٣ مفهوم تأثير وسائل الإعلام

التأثير هو التغيير الذي يحدث في سلوك الإنسان نتيجة بعض المعلومات التي يستقبلها وتؤثر على مخزونه المعرفي، وتدفعه للقيام بتصرف ما قد يؤثر في سلوك الآخرين وقناعتهم. (خورشيد، ٢٠١٣) ويتم تأثير وسائل الإعلام من خلال جانبيين أساسيين تبعاً لما يمكن أن نستنتجه من نظريات التأثير الإعلامي، حيث يتم من خلال الإعلاميين والجمهور. فالإعلامي يؤثر بكل تأكيد، ولكن الجمهور ليس سلبي بل نشط وصاحب قرار في تحديد مدى التأثير (حكيم، ٢٠١٨).

ولموضوع تأثير وسائل الإعلام أهمية بالغة، فالقائم بالاتصال يقوم بعملية "غربة" وانتقاء للمواد التي يبثها للجمهور، والواقع أنه لا يمكن أن نتصور أن القائم بالاتصال يتحرك بمحض إرادته، وكأنه يعمل في فراغ. فمن الثابت أن النظام الاجتماعي الذي تعمل في ظله وسائل الإعلام الجماهيري، تعد إلى جانب عوامل أخرى من القوى التي تؤثر على القائم بالاتصال، وتختلف العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال من دولة إلى دولة، ومن مجتمع إلى آخر، وذلك وفقاً لنظام كل مجتمع، ومدى ما يتمتع به هؤلاء القائم بالاتصال من حرية، ومدى إحساسهم بالمسئولية الاجتماعية وتصوراتهم عن جمهور المستقبلين، ولكن يبقى نجاحهم في أداء رسالتهم مرتبطاً إلى حد كبير بمدى ثقة هؤلاء المستقبلين فيهم.



أما تأثير وسائل الإعلام إجرائياً في هذه الدراسة فهو درجة محور الاستبانة - الذي سيتم تطبيقه - التي توضح تأثير وسائل الإعلام من حيث مدى متابعة الشباب العماني لها (عينة الدراسة من طلاب جامعة السلطان قابوس)، وإدراكهم لتأثيرها فيهم على الوعي الاجتماعي من خلال حاجاتهم لها، ومتابعتها.

#### ١-١١-٤ مفهوم الوعي الاجتماعي

يعرف الوعي الاجتماعي بأنه وعي عام يشتمل على إحاطة أفراد المجتمع بمجمل القضايا الاجتماعية والسياسية، والاقتصادية وحتى العلمية التي لها دخل في حياتهم. وتبرز بعض التوجهات الحديثة خطورة وسائل الإعلام الجماهيرية وكيفية تأثيرها في صياغة، وتشكيل أفكار الأفراد والتأثير في آرائهم، وتكوين وعيهم، حيث إن جانباً ضئيلاً فقط مما تعرفه من حقائق اجتماعية عن العالم قد توصلنا إليه بأنفسنا، والجانب الأكبر عن طريقه وسائل الإعلام، والاتصال الجماهيري (عبد الله بوجلال، ١٩٩١).

وهكذا نجد أن للإعلام وسائل تأثير واضحة علي تشكيل الوعي الاجتماعي، حيث يعمل النظام الإعلامي للمجتمع من خلال ما يتبناه من اتجاهات فكرية، وأيديولوجية، وطبقية على صياغة وعي الأفراد، ويعتمد ذلك على وسائل الإعلام نفسها، وأساليب تلك الوسائل في معالجة الرسالة الإعلامية (حلس، ٢٠٠٣: ص ١٨٢ - ١٨٤). ويتحدد الوعي من الناحية الإجرائية عبر دراسة معرفة الفرد واتجاهاته وقيمه وممارساته وسلوكه في مختلف المواقف ذات الصلة بالحاضر والمستقبل، في كل ما يتعلق بالمشاركة السياسية والتعليم والشغل والزواج وغير ذلك من المواقف الحياتية. ويعني ذلك دراسة نمط إدراك الناس لواقعهم الاجتماعي بشتى جوانبه المتنوعة، وعبرة أخرى تصور الجانب الفكري وصورة ذهن الإنسان

التي يكونها عن تلك الجوانب في واقعه في المجتمع، مثلما تظهر الصورة خلال استجابة الفرد حول مواقف متخيلة تعرض على المبحوثين عبر استبانة الدراسة (عبير، ٢٠٠٦: ص ٣٣). أما الوعي الاجتماعي إجرائياً في هذه الدراسة فهو درجة محور الاستبانة - الذي سيتم تطبيقه - التي توضح مستوى إدراك الشباب العماني (عينة الدراسة من طلاب جامعة السلطان قابوس) للقضايا الأساسية الخاصة بالفرد والمجتمع العماني.

### ١-١١-٥ مفهوم الشباب

تعني كلمة الشباب في اللغة بصفة عامة كما وردت في القواميس العربية والأجنبية الحداثة وأول الشيء. فالشباب في اللغة العربية يقصد به: الفتاة والحداثة، شب يشب شبابا وشبيبة. وفي حديث: تجوز شهادة الصبيان على الكبار، يستشبون أي يستشهد من شب منهم وكبر إذ بلغ، والشباب جمع شاب، وكذلك الشبان. ومعنى الشباب أيضا في معجم الوسيط هو من أدرك سن البلوغ إلى سن الرجولة والشباب، هو الحداثة والشباب إلى الشيء له. ومرادفات الكلمة كثيرة منها مثلا مراهق، وفتى، وصبي، هي كلمات لا تدل على مراحل عمرية محددة ومفصلة بقدر ما تشير إلى خصائص جسمية ونفسية لفترة من الحياة، وهي تعني القوة والنشاط والحركة والحماس. (ابن منظور، ١٩٩٠: ص ٤٨٠)

أما في اللغات الأجنبية نجد مفهوم الشباب في معجم "كومباك أوكس فورد compact oxford" "فهو الفترة بين الطفولة وسن البلوغ، وهي فترة العطاء والانتعاش. وفي معجم: "le petit Larousse illustré" الشخص غير المتقدم في السن، وله جمال وخصائص الشباب من حيث الناحية البدنية والجسمانية. (العطري، ٢٠٠٤: ص ١٢-١٣)

وتتعدد الاتجاهات في تعريف الشباب، ومن ثم لا يوجد تعريف محدد للشباب، وهناك صعوبة في إيجاد تحديد واضح لهذا المفهوم، وعدم الاتفاق على تعريف موحد شامل، يعود لأسباب كثيرة أهمها اختلاف الأهداف المنشودة من وضع التعريف وتباين المفاهيم، والأفكار العامة التي يقوم عليها التحليل السيكولوجي والاجتماعي الذي يخدم تلك الأهداف. لذلك فإن مفهوم الشباب يتسع للعديد من الاتجاهات التالية: (السيد المختار، ٢٠١٢).

أ- **الاتجاه البيولوجي:** ويقوم هذا الاتجاه على الحتمية البيولوجية باعتبارها مرحلة عمرية أو طور من أطوار نمو الإنسان، الذي فيه يكتمل نضجه العضوي، وكذلك نضجه العقلي والنفسي والذي يبدأ من سن ١٥-٢٥، وهناك من يحددها من ١٣-٣٠ سنة.

ب- **الاتجاه السيكولوجي:** يرى هذا الاتجاه أن الشباب حالة عمرية تخضع لنمو بيولوجي من جهة ولثقافة المجتمع من جهة أخرى. بدءاً من سن البلوغ وانتهاءً بدخول الفرد إلى عالم الراشدين الكبار، حيث تكون قد اكتملت عمليات التطبيع الاجتماعي. وهذا التعريف يحاول الدمج بين الاشتراطات العمرية والثقافة المكتسبة من المجتمع.

ج- **الاتجاه الاجتماعي:** ينظر هذا الاتجاه للشباب باعتباره حقيقة اجتماعية وليس ظاهرة بيولوجية فقط، بمعنى أن هناك مجموعة من السمات والخصائص إذا توافرت في فئة من السكان كانت هذه الفئة شباباً. هذا وقد رأى أحمد فؤاد الشربيني أن فترة الشباب هي "تلك الفترة من النمو والتطور الإنساني التي تتسم بسمة خاصة تبرزها وتعطيها صورتها المميزة".

ويقصد بالشباب إجرائياً في هذه الدراسة الفئة العمرية ما بين (١٨-٢٩) سنة، باعتبارها القوة المحركة لكل شعب، وهو الأساس الذي يقوم عليه بناء المجتمعات وتشكل هذه الفئة في كل المجتمعات

الشريحة الأكثر تأثراً بالأوضاع السياسية والاقتصادية السائدة، وهي الفئة الأكثر دينامية وتحركاً في المجتمع. وهي عبارة عن طاقات متجددة تساهم في تقدم المجتمع.

## ١-١٢ خلاصة الفصل

من المسلم به أن الإعلام عندما يستكمل المقومات الإيجابية وأدواته الدقيقة ويحسن توظيفه وتوجيهه في أي مجتمع، فإنه سيشكل قوة دفع كبيرة لبناء وتطور ونهوض الشباب، وهذا يطلق عليه التأثير الإيجابي للإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي. وفي مقابل ذلك، فإن تأثير وسائل الإعلام الذي يخفق في تشكيل وعي اجتماعي وتحقيق رسالته في المجتمع لا يقف أثره عند حد الفشل الذاتي، وإنما يتعدى ذلك إلى أحداث أثار سيئة في المجتمع الشبابي - أدناها الشعور بالإحباط النفسي في الوجدان العام للمجتمع - وهو ما يدفع أفراد المجتمع والشباب خصوصاً إلى الإعراض وعدم التجاوب واللامبالاة، ثم البحث والتطلع إلى مصادر إعلامية بديلة. ونستطيع أن نميز في هذه الحالة بين نوعين من الإعلام، هما: الإعلام المتحيز: وهو الإعلام الذي يعتمد على الحقائق المجردة ويمنح إلى الدعاية لمذهب سياسي أو خط معين عن طريق التلفيق والتزوير، ومثل هذا الإعلام سرعان ما يفقد ثقة الجماهير، وحتى إذا تضمن بعض الحقائق فإن الجماهير تنظر إليه بعين الريبة والشك والحذر. والثاني الإعلام القاصر: وهو إعلام يعتمد على الحقائق المجردة، ولكنه يفشل في تحقيق التأثير للوعي المطلوب بتلك الحقائق لدى الجمهور. وغالباً ما يرجع ذلك إلى خطأ الأسلوب الإعلامي المستخدم.

وغاية القول إن الإعلام وتأثيراته سلاح ذو حدين نحو تشكيل وعي اجتماعي لدى الشباب:

فعندما يُحسن توظيفه وتوجيهه وجهة حسنة؛ فإنه يصبح دعامة للتطور والبناء، حين يجد فيه الشباب



مصدر المعرفة والوجه الصحيحة والإرشاد ومصدر الوعي في كل ما يعرض سبيلهم من تحديات، يجد الإنسان العون في تربية الأبناء والسعادة لعائلاتهم وتمتين الانتماء إلى مجتمعاتهم. لكن لو أتخذ الإعلام وتأثيراته منهجية تركز موضوعات الإثارة التي تنتشر في كثير من مجتمعات الغرب؛ فإنه عندئذ يعمل في تشكيل لوعي اجتماعي محرب ومنحل، بالرغم من تطوره وتقدمه وفعاليته.

وبناءً على كل ما سبق تسعى هذه الدراسة إلى تسليط الضوء بشكل أساسي لدور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب في سلطنة عمان، وسوف يتم الاعتماد على الشباب الجامعي بصفة خاصة لما تتميز به هذه الفئة من أهمية وانتشار وتأثير في سلطنة عمان سواء في الوقت الحاضر أو المستقبل، فالشباب الجامعي أساس أي مجتمع.