



تريندز للبحوث والاستشارات
TRENDS RESEARCH & ADVISORY

منصات رقمية ووعي متشكل: كيف يستهلك الشباب الأخبار؟

TRENDS

إعداد:

إدارة الباروميتر العالمي

تريندز للبحوث والاستشارات

تريندز للبحوث والاستشارات
TRENDS RESEARCH & ADVISORY

أبريل 2026



تريندز للبحوث والاستشارات
TRENDS RESEARCH & ADVISORY

منصات رقمية ووعي متشكّل: كيف يستهلك الشباب الأخبار؟

المقدمة

لم يعد استهلاك الأخبار لدى الشباب مجرد تحول تقني في أدوات الوصول إلى المعلومات، بل أصبح عاملاً حاسماً في إعادة تشكيل الوعي السياسي والاجتماعي. فالمنصات الرقمية لا تنقل الأخبار فقط، بل تعيد ترتيب أولوياتها، وتحدد كيفية إدراكها، ومن ثمّ تؤثر في أنماط التفكير والسلوك العام لدى الأجيال الجديدة.

خلال العقدين الماضيين، أعاد التحول الرقمي رسم بنية النظام الإعلامي بشكل جذري. تراجعت مكانة وسائل الإعلام التقليدية بوصفها مصدرًا رئيسيًا للأخبار، لصالح منصات رقمية باتت تتحكم في تدفق المعلومات وسرعتها وأشكالها.¹ هذا التحول لم يغيّر فقط قناة الوصول إلى الخبر، بل غيّر منطق إنتاجه واستهلاكه، حيث أصبحت السرعة والاختصار والمحتوى المرئي عناصر مهيمنة، خاصة مع صعود منصات مثل تيك توك وإنستغرام ويوتيوب. ضمن هذا السياق، يتجه الشباب إلى استهلاك الأخبار عبر بيئة رقمية مصممة لتكون فورية وشخصية. الخوارزميات لم تعد مجرد أدوات تنظيم، بل أصبحت فاعلاً رئيسياً في توجيه الانتباه، عبر تخصيص المحتوى وفق السلوك الرقمي للمستخدم. النتيجة هي بيانات معلوماتية مغلقة نسبياً، تعزز بعض السرديات، وتحدّ من التعرض لوجهات نظر متنوعة.

في الوقت ذاته، لم يعد استهلاك الأخبار فعلاً مقصوداً دائماً. فجزء كبير من التعرض للمحتوى الإخباري يحدث بشكل عرضي أثناء التصفح اليومي، ما يعني أن تشكيل الوعي يتم أحياناً دون إدراك مباشر من المستخدم. هذا النمط يعيد تعريف العلاقة بين الجمهور والخبر، وي طرح تساؤلات حول عمق الفهم، ومستوى التحقق من المعلومات.

بالنسبة لصناع القرار، تكمن أهمية هذا التحول في أن مصادر الأخبار لم تعد محايدة أو ثابتة، بل ديناميكية وموجهة خوارزميةً. وهو ما ينعكس مباشرة على مستويات الثقة، وعلى كيفية تفاعل الشباب مع القضايا السياسية والاجتماعية، خاصة في سياق الأزمات المتسارعة.

¹ Nic Newman et al., "Reuters Institute Digital News Report 2024," *Reuters Institute for the Study of Journalism*, 2024, <https://doi.org/10.60625/risj-vy6n-4v57>.



تريندز للبحوث والاستشارات
TRENDS RESEARCH & ADVISORY

تنطلق هذه الورقة من هذا التحول البنيوي لتحليل أنماط استهلاك الأخبار لدى الشباب، مع التركيز على دور المنصات الرقمية، وتأثير الخوارزميات، وظاهرة التعرض العرضي، باعتبارها عوامل مركزية في تشكيل البيئة المعلوماتية الجديدة.

1) التحول الرقمي في استهلاك الأخبار

يمثل التحول الرقمي في استهلاك الأخبار انتقالاً من نموذج إعلامي قائم على الجدولة والتحكم المؤسسي إلى بيئة فورية ومفتوحة تقودها المنصات الرقمية. هذا التحول لم يغيّر فقط أدوات الوصول إلى الأخبار، بل أعاد تعريف علاقة الأفراد بالمعلومة من حيث التوقيت والشكل ودرجة التفاعل.

في الماضي، كان استهلاك الأخبار يتم ضمن إيقاع محدد تفرضه المؤسسات الإعلامية، ما منحها قدرة نسبية على ترتيب الأولويات وصياغة السرديات. اليوم تراجع هذا الدور لصالح بيئة رقمية مستمرة، حيث أصبح الإنترنت وخاصة عبر الهواتف الذكية المصدر الرئيسي للأخبار لدى الشباب، ما ألغى الحدود الزمنية لاستهلاك المعلومات وحوّله إلى نشاط دائم.²

ضمن هذا السياق، برز نموذج "الأخبار الموجهة عبر الهاتف المحمول" (Mobile-first news) كنمط مهيم يعيد تشكيل صناعة المحتوى الإخباري.³ لم يعد الخبر يُنتج لقراءة متأنية، بل للاستهلاك السريع على شاشات صغيرة، ما عزز من هيمنة الصيغ المختصرة والتحديثات الفورية والمحتوى المرئي القصير. هذا التحول لا يقتصر على الشكل، بل يمتد إلى طبيعة المعالجة، حيث تُختزل القضايا المعقدة في وحدات سريعة التداول، ما يؤثر على عمق الفهم العام.

كما يكشف التباين بين الأجيال عن انقسام في البيئات المعلوماتية. فبينما لا يزال كبار السن مرتبطين بوسائل تقليدية توفر سياقاً أوسع، يتحرك الشباب ضمن منظومة رقمية سريعة ومجزأة تعتمد بدرجة كبيرة على المنصات الاجتماعية كمصدر رئيسي للأخبار. هذا التباين يعمّق الفجوة في إدراك القضايا العامة بين الفئات العمرية.⁴

² Ibid.

³ Mason Walker and Katerina Eva Matsa, "News Consumption Across Social Media in 2021," *Pew Research Center* (Pew Research Center, September 20, 2021), <https://www.pewresearch.org/journalism/2021/09/20/news-consumption-across-social-media-in-2021/>.

⁴ Harsh Taneja, Angela Xiao Wu, and Stephanie Edgerly, "Rethinking the Generational Gap in Online News Use: An Infrastructural Perspective," *New Media & Society* 20, no. 5 (May 24, 2017): 1792–1812, <https://doi.org/10.1177/1461444817707348>.



الأهم أن التحول الرقمي لم يكتفِ بتغيير قنوات التوزيع، بل أعاد تشكيل دور الجمهور نفسه. فقد انتقل من موقع المتلقي إلى فاعل مشارك في إنتاج وتداول المحتوى عبر التعليق والمشاركة وإعادة النشر. هذه الديناميكية عززت من سرعة انتشار الأخبار، لكنها في الوقت ذاته قلّصت من سيطرة المؤسسات الإعلامية على تدفق المعلومات، وفتحت المجال أمام بيئة إعلامية أكثر سيولة وأقل ضبطاً.

2) منصات التواصل الاجتماعي بوصفها مصادر رئيسية للأخبار

تحولت منصات التواصل الاجتماعي من أدوات للتفاعل الاجتماعي إلى بنية إعلامية موازية تعيد تشكيل تدفق الأخبار وتحدد أولوياتها. بالنسبة للشباب، لم تعد هذه المنصات مجرد قناة إضافية، بل أصبحت نقطة الدخول الأساسية لفهم ما يحدث في العالم، ما يمنحها تأثيراً مباشراً على تشكيل الوعي العام.

تشير البيانات الحديثة إلى أن نسبة كبيرة من الشباب تعتمد على هذه المنصات بوصفها مصدراً منتظماً للأخبار، وهو ما يعكس انتقال مركز الثقل من المؤسسات الإعلامية إلى بيئات رقمية تتحكم فيها خوارزميات التوزيع.⁵ هذا التحول يعني أن الوصول إلى الخبر لم يعد مرتبطاً بالمصدر، بل بمدى توافقه مع تفضيلات المستخدم وسلوكه الرقمي.

ضمن هذا الإطار، تتباين أدوار المنصات وفق طبيعة المحتوى الذي تقدمه. يوتيوب يرسخ نموذج الشرح والتحليل البصري، حيث يجمع بين المحتوى المؤسسي والمحتوى المستقل، ما يوسع نطاق السرديات المتاحة لكنه يفتح المجال أيضاً لتباين في مستويات الدقة. إنستغرام يعزز من منطق الاختصار والسرعة عبر الصور والمقاطع القصيرة، ما يجعله أداة فعالة لنشر العناوين والملخصات، غالباً على حساب السياق الكامل. أما تيك توك فقد أعاد تعريف الخبر نفسه من خلال تحويله إلى محتوى سريع وجذاب، ما أدى إلى صعود ما يمكن وصفه بـ"المؤثرين الإخباريين" الذين يقدمون الأحداث في صيغ مبسطة وقابلة للتداول.⁶

العامل الحاسم في هذه البيئة هو دور الخوارزميات، التي لا تكتفي بترتيب المحتوى بل تعيد تشكيله من خلال الانتقاء المستمر لما يُعرض على المستخدم. هذا النمط يعزز التكرار والانتقائية، ما قد يؤدي إلى تضيق نطاق الرؤية وتكريس تصورات جزئية للأحداث، خاصة عندما يتعرض المستخدم لنوع محدد من الأخبار بشكل مستمر. في المقابل، ورغم أن هذه المنصات توسع الوصول إلى المعلومات وتسرع تداولها، فإنها تضعف آليات التحقق التقليدية. انتشار الأخبار المضللة وتداخل المحتوى المهم مع غير المهم يفرضان تحدياً مباشراً على مصداقية المجال

⁵ Walker and Matsa, "News Consumption Across Social Media in 2021."

⁶ Newman et al., "Reuters Institute Digital News Report 2024."



تريندز للبحوث والاستشارات
TRENDS RESEARCH & ADVISORY

الإعلامي، ويضعان المؤسسات التقليدية أمام واقع جديد يتطلب إعادة تعريف دورها في بيئة معلوماتية أقل استقرارًا وأكثر تنافسية.

3) التعرض العرضي للأخبار ومغذيات الخوارزميات

يمثل التعرض العرضي للأخبار أحد أبرز ملامح البيئة الإعلامية الرقمية، حيث لم يعد الوصول إلى الخبر نتيجة بحث مقصود، بل نتيجة اندماجه في تدفقات المحتوى اليومية. في هذا السياق، يتحول الخبر إلى عنصر ثانوي ضمن تجربة ترفيهية أوسع، ما يعيد تعريف كيفية استقباله وتأثيره.⁷

عمليًا، يتعرض المستخدم للأخبار أثناء تصفحه لمحتوى غير إخباري، من خلال مقاطع مقترحة أو منشورات مدمجة ضمن الخلاصة. هذا النمط يجعل استهلاك الأخبار جزءًا غير مخطط له من السلوك الرقمي اليومي، ويعزز حضورها دون الحاجة إلى متابعة واعية أو منتظمة.

تقود الخوارزميات هذه العملية من خلال تحليل أنماط التفاعل وتوجيه المحتوى وفقًا لها. النتيجة ليست فقط تخصيصًا فرديًا، بل إعادة تشكيل مستمرة للبيئة المعلوماتية التي يتحرك ضمنها المستخدم. مع تكرار التعرض لأنماط متشابهة من المحتوى، تتشكل ما يعرف بفقاعات المعلومات، حيث تضيق مساحة التنوع وتُعزز سرديات بعينها على حساب غيرها.⁸

يحمل هذا النمط تأثيرًا مزدوجًا. من جهة، يوسع نطاق التعرض للأخبار، خاصة لدى الفئات التي لا تسعى إليها بشكل مباشر، ما قد يرفع الحد الأدنى من الوعي العام. من جهة أخرى، يضعف عمق الفهم، لأن المحتوى الإخباري في هذه البيئة غالبًا ما يكون مختصرًا ومجزأً، ويُقدّم خارج سياقه التحليلي الأوسع.

بالنسبة لصناع القرار، تكمن الإشكالية في أن تشكيل الوعي لم يعد يعتمد على التعرض المنهجي لمصادر موثوقة بها، بل على تدفقات غير متجانسة تحكمها خوارزميات تجارية. هذا يفرض أولوية لتعزيز الثقافة الإعلامية والرقمية، ليس كمهارة فردية فقط، بل كأداة استراتيجية لتمكين الأفراد من تقييم المعلومة، وفهم سياقها، والتمييز بين المحتوى المهني والمضلل.

⁷ Richard Fletcher and Rasmus Kleis Nielsen, "Are People Incidentally Exposed to News on Social Media? A Comparative Analysis," *New Media & Society* 20, no. 7 (August 17, 2017): 2450–68, <https://doi.org/10.1177/1461444817724170>.

⁸ Ibid.



تريندز للبحوث والاستشارات
TRENDS RESEARCH & ADVISORY

4) المصدقية، التحقق من الأخبار، وانتشار المعلومات المضللة

مع انتقال مركز استهلاك الأخبار إلى المنصات الرقمية، أصبحت مسألة المصدقية تحديًا هيكليًا في البيئة الإعلامية الجديدة. هذه المنصات توسّع الوصول إلى المعلومات بشكل غير مسبوق، لكنها في الوقت ذاته تفكك آليات الضبط التحريري التقليدية، ما يفتح المجال أمام تدفق واسع لمحتوى متفاوت الجودة والمصدقية.

تُظهر البيانات أن المعلومات المضللة لا تنتشر فقط، بل تتفوق في سرعة انتشارها. فقد وجدت دراسات أن الأخبار الكاذبة تنتشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي بنسبة تصل إلى 70% أسرع من الأخبار الصحيحة، مدفوعة بمنطق التفاعل الذي تفرضه المنصات.⁹ المحتوى العاطفي والمثير يحظى بأولوية خوارزمية، ما يعزز ظهوره ويضاعف انتشاره. في هذا السياق، يصبح الشباب أكثر عرضة لهذا النمط من المحتوى، خاصة في ظل اعتمادهم المكثف على هذه المنصات.

كما تعكس أنماط الاستخدام تحولًا واضحًا في مصادر الأخبار لدى الفئات الشابة. تشير تقارير معهد رويترز إلى أن نحو 44% من المستخدمين الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و24 عامًا يعتمدون على وسائل التواصل الاجتماعي بوصفها المصدر الرئيسي للأخبار.¹⁰ هذا التحول يعيد تشكيل معايير الثقة، حيث لم يعد المصدر المؤسسي نقطة الانطلاق، بل المحتوى المتداول ضمن الشبكات الرقمية.

مع ذلك، لا يتعامل الشباب مع هذه البيئة بشكل سلمي بالكامل. تظهر مؤشرات على تطور سلوكيات تحقق، حيث يلجأ بعض المستخدمين إلى مقارنة المعلومات عبر مصادر متعددة، أو العودة إلى مؤسسات إعلامية معروفة لتأكيد صحتها. هذا يعكس مستوى متزايدًا من الوعي، لكنه يظل غير متكافئ، ما يخلق فجوة في القدرة على التمييز بين المعلومات الموثوق بها والمضللة.¹¹

TRENDS RESEARCH & ADVISORY

⁹ Soroush Vosoughi, Deb Roy, and Sinan Aral, "The Spread of True and False News Online," *Science* 359, no. 6380 (March 8, 2018): 1146–51, <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>.

¹⁰ Newman et al., "Reuters Institute Digital News Report 2024."

¹¹ Richard Fletcher and Rasmus Kleis Nielsen, "Generalised Scepticism: How People Navigate News on Social Media," *Information Communication & Society* 22, no. 12 (March 20, 2018): 1751–69, <https://doi.org/10.1080/1369118x.2018.1450887>.



تريندز للبحوث والاستشارات
TRENDS RESEARCH & ADVISORY

تلعب الثقة بالمؤسسات الإعلامية دورًا محوريًا في هذا السياق. فرغم تراجع الاعتماد المباشر عليها، لا تزال المؤسسات المهنية تحظى بدرجة أعلى من الثقة مقارنة بالمحتوى المتداول عبر الحسابات الشخصية أو المؤثرين، ما يجعلها مرجعًا أساسيًا لعمليات التحقق.¹²

في المقابل، أدى صعود "المؤثرين الإخباريين" إلى إعادة تشكيل مسار تداول الأخبار. هذا النموذج يزيد من قابلية الوصول ويواكب منطوق المنصات، لكنه يطرح إشكاليات تتعلق بالدقة وشفافية المصادر، خاصة في ظل غياب المعايير المهنية الصارمة التي تحكم العمل الصحفي التقليدي.¹³

بناءً على ذلك، أصبح التحقق من الأخبار عملية أكثر تعقيدًا، تتطلب التنقل بين مصادر متعددة ذات مستويات متفاوتة من الموثوقية. في هذا السياق، تتحول الثقافة الإعلامية إلى أداة استراتيجية تمكن المستخدم من فهم منطوق المنصات، وتقييم مصداقية المحتوى بشكل نقدي.

5) تأثير استهلاك الأخبار الرقمية على الوعي العام والمشاركة المجتمعية

لم يعد التحول في استهلاك الأخبار لدى الشباب مسألة تتعلق بتغيير المنصات فقط، بل أصبح عاملاً مؤثرًا في تشكيل الوعي السياسي والاجتماعي. فسهولة الوصول إلى الأخبار عبر المنصات الرقمية توسّع نطاق الاطلاع على القضايا العامة، لكنها في الوقت ذاته تعيد صياغة كيفية فهم هذه القضايا، من خلال طبيعة العرض وسياق التقديم.¹⁴

تشير البيانات إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يعزز التعرض للمحتوى السياسي والاجتماعي، خاصة لدى الأفراد الذين لا يتابعون الأخبار عبر القنوات التقليدية. وتوضح أرقام مركز بيو أن نحو 70% من الشباب بين 18 و29 عامًا يحصلون على الأخبار من هذه المنصات، ما يعكس انتقالًا واضحًا في نقطة تشكيل الوعي من المؤسسات الإعلامية إلى البيئات الرقمية.¹⁵

هذا التحول لا يقتصر على سياق محدد، بل يمثل اتجاهًا عالميًا. وفقًا لتقرير Digital News Report، تعتمد نسب مرتفعة من الشباب في دول متعددة على وسائل التواصل الاجتماعي بوصفها المصدر الرئيسي للأخبار، وغالبًا ما

¹² Walker and Matsa, "News Consumption Across Social Media in 2021."

¹³ Newman et al., "Reuters Institute Digital News Report 2024."

¹⁴ Taneja, Wu, and Edgerly, "Rethinking the Generational Gap in Online News Use: An Infrastructural Perspective."

¹⁵ Newman et al., "Reuters Institute Digital News Report 2024."



تتجاوز هذه النسب تلك المسجلة لدى الفئات الأكبر سنًا.¹⁶ كما تبرز منصات مثل يوتيوب وإنستغرام وتيك توك بوصفها مصادر مركزية لتدفق الأخبار على المستوى العالمي.

إدماج الأخبار ضمن بيئة رقمية تُستخدم يوميًا يحول متابعة الأحداث إلى نشاط مستمر، حتى دون قصد مباشر. غير أن هذا الحضور الكثيف يأتي على حساب العمق، إذ يُقدّم المحتوى غالبًا في صيغ مختصرة وسريعة تعتمد على العناوين الجذابة والمقاطع القصيرة.¹⁷ هذا النمط قد يؤدي إلى تبسيط القضايا المعقدة أو فصلها عن سياقها، ما يحد من فرص الفهم التحليلي مقارنة بالمحتوى المطول الذي تقدمه المؤسسات التقليدية.

تلعب الخوارزميات دورًا مركزيًا في توجيه هذا الإدراك، عبر تخصيص المحتوى بناءً على السلوك الرقمي. ومع تكرار التعرض لأنماط متشابهة من الأخبار، تتشكل بيانات معلوماتية مغلقة نسبيًا، تعزز ما يعرف بفقاعات المعلومات أو غرف الصدى، حيث تتراجع التعددية في الطرح وتزداد احتمالات التحيز الإدراكي.¹⁸

في المقابل، وفرت هذه المنصات مساحات أوسع للمشاركة العامة. لم يعد المستخدم متلقيًا فقط، بل أصبح قادرًا على التفاعل مع الأخبار، وإعادة نشرها، والانخراط في نقاشات أو حملات رقمية. وتشير بعض الدراسات إلى أن هذا التفاعل يمكن أن يعزز المشاركة المدنية، خاصة عندما يرتبط بقضايا ذات صلة مباشرة باهتمامات الشباب.¹⁹

مع ذلك، تظل هذه المشاركة مشروطة بجودة البيئة المعلوماتية. انتشار المعلومات المضللة أو غير الدقيقة قد ينعكس مباشرة على طبيعة النقاش العام، ويؤدي إلى بناء مواقف قائمة على معطيات غير موثوق بها. هنا تبرز أهمية التفكير النقدي كعامل حاسم، ليس فقط في استهلاك الأخبار، بل في إعادة إنتاجها ومشاركتها. بناءً على ذلك، يعكس التحول نحو استهلاك الأخبار الرقمية معادلة مزدوجة. فهو يوسّع الوصول إلى المعلومات ويعزز التفاعل، لكنه في الوقت ذاته يعيد تشكيل الوعي ضمن بيئة سريعة وموجهة خوارزميًا، ما يجعل تعزيز الثقافة الإعلامية شرطًا أساسيًا لضمان توازن هذا التأثير.

¹⁶ Ibid.

¹⁷ Ibid.

¹⁸ Fletcher and Nielsen, "Are People Incidentally Exposed to News on Social Media? A Comparative Analysis."

¹⁹ Emily K. Vraga and Leticia Bode, "Addressing COVID-19 Misinformation on Social Media Preemptively and Responsively,"

Emerging Infectious Diseases 27, no. 2 (February 2021): 396–403, <https://doi.org/10.3201/eid2702.203139>.



6) الدلالات السياسية وتعزيز الثقافة الإعلامية في العصر الرقمي

تعكس التحولات في بيئة الإعلام الرقمي انتقال التحدي من مسألة إتاحة المعلومات إلى مسألة إدارة جودتها وتأثيرها. في هذا السياق، تبرز الثقافة الإعلامية كأداة سياسية ومعرفية أساسية، تمكن الأفراد من التعامل مع تدفقات معلوماتية متسارعة ومجزأة، وتحدّ من قابلية التأثر بالمحتوى المضلل.

تشير الأدبيات إلى أن ارتفاع مستوى الثقافة الإعلامية يرتبط بقدر أكبر على التمييز بين المصادر الموثوق بها وغير الموثوق بها، وفهم آليات عمل المنصات الرقمية، خاصة الخوارزميات التي تحدد ما يُعرض على المستخدم.²⁰ هذا الفهم لا يقتصر على التحقق من الخبر، بل يمتد إلى إدراك كيف ولماذا يصل محتوى معين دون غيره؟ وهو ما يعيد توزيع القدرة على تشكيل الوعي من المنصة إلى المستخدم.

في البيئة التقليدية، كانت المؤسسات الإعلامية تمثل نقطة ارتكاز واضحة لإنتاج الأخبار، ضمن عمليات تحرير ومراجعة منظمة. أما في البيئة الرقمية، فقد تعددت مراكز إنتاج المحتوى، لتشمل المؤسسات والمستخدمين وصناع المحتوى والمؤثرين.²¹ هذا التداخل خلق فضاءً إعلامياً أكثر انفتاحاً، لكنه في الوقت ذاته أقل استقراراً من حيث المعايير والضوابط.

هذا الواقع يفرض على صناع السياسات إعادة التفكير في أدوات التنظيم الإعلامي. فالتعامل مع المعلومات المضللة لم يعد ممكناً عبر أدوات تقليدية، بل يتطلب مقاربات متعددة المستويات تشمل تطوير أطر تنظيمية مرنة، وتعزيز الشفافية في عمل المنصات، ودعم مبادرات التحقق من الأخبار. تشير بعض الدراسات إلى أن التعاون بين المؤسسات الإعلامية والمنصات الرقمية وجهات التحقق يمكن أن يحد من انتشار المعلومات الكاذبة ويحسن جودة المحتوى المتداول.²²

بالتوازي، تلعب المؤسسات التعليمية دوراً محورياً في بناء هذه القدرة على المدى الطويل. إدماج مهارات التفكير النقدي وتقييم المصادر ضمن المناهج التعليمية يعزز من قدرة الأفراد على التعامل مع البيئة الإعلامية بوصفها نظاماً معقداً، وليس مجرد مصدر معلومات.²³

²⁰ Newman et al., "Reuters Institute Digital News Report 2024"; Vraga and Bode, "Addressing COVID-19 Misinformation on Social Media Proactively and Responsively."

²¹ Taneja, Wu, and Edgerly, "Rethinking the Generational Gap in Online News Use: An Infrastructural Perspective."

²² Fletcher and Nielsen, "Generalised Scepticism: How People Navigate News on Social Media."

²³ Walker and Matsa, "News Consumption Across Social Media in 2021."



كما بدأت المنصات الرقمية نفسها في تبني أدوات للحد من انتشار المعلومات المضللة، مثل الإشارة إلى المحتوى غير الموثوق به، أو التعاون مع جهات تحقق مستقلة. ورغم أن فعالية هذه الإجراءات لا تزال موضع نقاش، فإنها تعكس إدراكًا متزايدًا لمسؤولية هذه المنصات في تشكيل المجال العام.²⁴

في المحصلة، يتطلب التعامل مع تحديات الإعلام الرقمي مقارنة شاملة تربط بين السياسات العامة، وبناء القدرات الفردية، ودعم المؤسسات المهنية. فالحفاظ على بيئة معلوماتية موثوقة بها لا يعتمد فقط على ضبط المحتوى، بل على تمكين المستخدم من فهمه وتقييمه، وضمان وجود مؤسسات قادرة على إنتاج معرفة دقيقة، وتحليل معمق يدعم اتخاذ القرار.

(7) دور المؤسسات الإعلامية في الوصول إلى الشباب

تواجه المؤسسات الإعلامية تحولًا استراتيجيًا يتمثل في إعادة تصميم نماذجها التحريرية والتوزيعية للوصول إلى جمهور شاب لم يعد يتفاعل مع الصيغ التقليدية. هذا التحول لا يتعلق فقط بتغيير القنوات، بل بإعادة صياغة المحتوى بما يتوافق مع أنماط استهلاك سريعة ومجزأة، تفرضها البيئة الرقمية.

استجابت المؤسسات لهذا الواقع عبر تبني محتوى مختصر وسريع يتلاءم مع محدودية زمن الانتباه لدى الشباب، مع توظيف متزايد للمواد البصرية مثل الإنفوجرافيك والفيديوهات القصيرة.²⁵ هذه الأدوات لا تُستخدم فقط لتحسين العرض، بل لتكييف الرسالة الإخبارية بحيث تصبح قابلة للاستهلاك والمشاركة ضمن منطق المنصات الرقمية.

في موازاة ذلك، اتجهت المؤسسات إلى تطوير محتوى تفاعلي يعزز من اندماج الجمهور، من خلال التعليقات، والاستطلاعات، وإعادة التفاعل مع المحتوى.²⁶ هذا التحول يعكس انتقالاً من نموذج بث أحادي الاتجاه إلى نموذج تشاركي، يهدف إلى بناء علاقة مستمرة مع الجمهور بدلاً من الاكتفاء بتقديم الخبر.

²⁴ Vosoughi, Roy, and Aral, "The Spread of True and False News Online."

²⁵ Nic Newman et al., "Reuters Institute Digital News Report 2025," *Reuters Institute for the Study of Journalism*, April 15, 2025, <https://doi.org/10.60625/risj-8qqf-jt36>.

²⁶ Ibid.



تتمتع أهمية هذه الاستراتيجيات في قدرتها على إعادة تموضع المؤسسات داخل بيئة تنافسية تهيمن عليها المنصات. فالحفاظ على الحضور لم يعد مرتبطاً بجودة المحتوى فقط، بل بمدى توافقه مع منطلق التوزيع الرقمي. وفي هذا السياق، تمثل فئة الشباب محوراً مركزياً في معادلة التأثير، نظراً لدورها في إعادة تداول المحتوى وتحديد انتشاره.

8) نمط استهلاك الأخبار لدى الشباب الخليجي والعربي

يشهد نمط استهلاك الأخبار لدى الشباب الخليجي والعربي تحولات بنيوية متسارعة في ظلّ التحول الرقمي، حيث تراجع الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية لصالح المنصات الرقمية، ولاسيما وسائل التواصل الاجتماعي. وتُظهر نتائج استطلاع الشباب العربي²⁷ أن نحو 61% من الشباب في المنطقة يعتمدون على وسائل التواصل الاجتماعي بوصفه مصدراً رئيسياً للأخبار، ما يعكس انتقالاً واضحاً نحو بيئة إعلامية رقمية تفاعلية.²⁸ غير أن هذا التحول لا يتم بصورة متجانسة بين دول الخليج وباقي الدول العربية.

ففي دول الخليج، يرتبط استهلاك الأخبار بدرجة أعلى من الرقمنة والاتصال المستمر نتيجة ارتفاع معدلات انتشار الإنترنت والهواتف الذكية، إضافة إلى بنية تحتية إعلامية متطورة، ما يُعزز الاعتماد على المنصات الرقمية والتطبيقات الإخبارية الرسمية. كما يميل الشباب الخليجي إلى الجمع بين مصادر متعددة، حيث يستخدمون وسائل التواصل للحصول على الأخبار السريعة، مع العودة إلى المصادر الرسمية للتحقق، وهو ما يعكس مستوى أعلى نسبياً من الثقة المؤسسية.

في المقابل، يُظهر الشباب في عدد من الدول العربية الأخرى اعتماداً أكبر على وسائل التواصل الاجتماعي بوصفه مصدراً شبه وحيد للأخبار، في ظل تراجع الثقة في بعض وسائل الإعلام التقليدية، أو محدودية الوصول إليها. وتُشير البيانات إلى أن مستويات الثقة في الإعلام التقليدي تختلف إقليمياً، حيث لا يزال التلفزيون يحظى بنسبة ثقة مرتفعة تصل إلى 89% على مستوى المنطقة، إلا أن استخدامه الفعلي بوصفه مصدراً يومياً للأخبار يتراجع بشكل ملحوظ.²⁹ ويُفسّر هذا التباين بعوامل سياسية واقتصادية وإعلامية، منها اختلاف مستويات الحرية الإعلامية، وتنوع مصادر المعلومات.

²⁷ Arab Youth Survey. (2023). Available at: <https://arabyouthsurvey.com>

²⁸ ASDA'A BCW. (2023). *Arab Youth Survey 2023*.

²⁹ Ipid

وعلى الرغم من الدور المتزايد للمؤثرين وصنّاع المحتوى في تشكيل الوعي الإخباري، فإن الثقة فيهم تبقى محدودة نسبيًا (حوالي 42%)، ما يعكس إدراكًا متناميًا لدى الشباب بمخاطر المعلومات المضللة. وفي هذا السياق، تبرز الحاجة إلى تعزيز التربية الإعلامية الرقمية، خاصة في البيئات التي يغلب عليها الاعتماد على مصادر غير رسمية.

وبناءً على ذلك، يمكن القول إن مشهد استهلاك الأخبار لدى الشباب العربي يتسم بالتعددية والرقمنة والتفاوت الإقليمي؛ حيث يتقدم النموذج الخليجي نحو مزيج من الاستخدام الرقمي والثقة المؤسسية، في حين تميل بعض الدول العربية الأخرى إلى اعتماد أكبر على المنصات الاجتماعية، مع تحديات أوضح في مجال الموثوقية. ويؤكد هذا الواقع أهمية تطوير سياسات إعلامية وتعليمية تعزز من مهارات التحقق النقدي، وتدعم الوصول إلى مصادر معلومات موثوق بها.

غير أن الخطاب السائد الذي يحتفي بـ"رقمنة الإعلام" يتجاهل أن هذه التحولات لا تؤدي بالضرورة إلى تعزيز الوعي النقدي أو المشاركة الواعية، بل قد تُسهّم في إعادة إنتاج أنماط جديدة من الهيمنة المعلوماتية، حيث تتحكم المنصات الرقمية الكبرى في تدفق الأخبار، وتشكيل الأجندة العامة. وعليه، فإن التحدي الحقيقي لا يكمن فقط في تنوع مصادر الأخبار، بل في جودة هذه المصادر، وقدرة الأفراد على التمييز بينها.

في ضوء ذلك، تبدو الحاجة ملحة لإعادة التفكير في العلاقة بين الشباب والإعلام، من خلال تعزيز التربية الإعلامية الرقمية، وتطوير سياسات تدعم الشفافية والمساءلة في الفضاء الرقمي، بما يضمن انتقالًا فعليًا نحو بيئة إعلامية أكثر توازنًا ومصداقية، بدلًا من الاكتفاء بمظاهر التقدم التكنولوجي.³⁰

في سياق الحروب الجارية في المنطقة، يطرح انسياق الشباب الخليجي وراء وسائط التواصل الاجتماعي مجموعة من المخاطر المعرفية والسياسية التي تؤثر بشكل مباشر في تشكيل الوعي السياسي واتجاهاته.

أولاً، يتمثل الخطر في التعرض المكثف للمعلومات غير الموثوق بها، والمضللة، حيث تعمل المنصات الرقمية وفق خوارزميات تُعلي من المحتوى المثير والانفعالي على حساب الدقة والتحقق. وفي سياق الحرب، تتكاثر السرديات المتنافسة والدعاية السياسية، ما يجعل الشباب عرضة لتبني مواقف مبنية على معلومات جزئية أو منحازة، بدلًا من تحليل موضوعي للأحداث.

30. دراسات حول الإعلام الرقمي والشباب العربي (نماذج من الأدبيات العربية الحديثة حول الإعلام الجديد والتضليل المعلوماتي)



تريندز للبحوث والاستشارات
TRENDS RESEARCH & ADVISORY

ثانيًا، يؤدي هذا الانسياق إلى تعزيز الاستقطاب السياسي، من خلال ما يُعرف:

بـ"فقاعات الترشيح (Filter Bubbles)"، حيث يتعرض الأفراد لمحتوى يتوافق مع آرائهم المسبقة، ما يقلل من فرص الاحتكاك بوجهات نظر مختلفة. وهذا يُفضي إلى تشكل وعي سياسي أحادي، يميل إلى التبسيط والتصنيف الثنائي (مع/ضد)، بدل الفهم المركب للصراعات.

ثالثًا، يُسهم الاعتماد المفرط على وسائل التواصل في تسييس العاطفة على حساب العقلانية، خاصة في أوقات الحرب التي تتسم بالصور الصادمة، والخطابات التعبوية. فيتحوّل التفاعل مع الأحداث من تحليل سياسي إلى استجابة عاطفية سريعة، ما قد يؤدي إلى مواقف متطرفة أو غير متوازنة.

رابعًا، وعلى مستوى أعمق، قد يؤدي ذلك إلى إضعاف الثقة بالمؤسسات والمصادر الرسمية إذا تمّ تقديم روايات متناقضة أو التشكيك المستمر في المعلومات، وهو ما يخلق حالة من الضبابية المعرفية (cognitive uncertainty) لدى الشباب.

أما من حيث التأثير على الوعي السياسي، فإن هذه العوامل مجتمعة تُسهم في تشكيل وعي يتميز بـ:

• السرعة والسطحية بدلًا من العمق والتحليل

• الانفعال بدلًا من التفكير النقدي

• الانتقائية بدلًا من الشمولية

• التأثر بالسرديات الرقمية أكثر من الحقائق الموثقة

ومع ذلك، لا يمكن النظر إلى وسائل التواصل الاجتماعي بوصفها سلبية بالكامل؛ إذ يمكن أن تلعب دورًا إيجابيًا إذا تمّ توظيفها بوعي، من خلال تعزيز الوصول إلى مصادر متنوعة، وتشجيع النقاش العام. غير أن ذلك يظل مشروطًا بامتلاك الشباب لمهارات التربية الإعلامية الرقمية التي تمكنهم من التحقق، والمقارنة، والتحليل.

ومن ثمّ، فإن التحدي الأساسي لا يكمن في استخدام وسائل التواصل بحد ذاته، بل في كيفية استخدامها، ومدى قدرة الشباب على تحويلها من مصدر للتأثير والانقياد إلى أداة للفهم النقدي، والمشاركة الواعية في الشأن العام.



تريندز للبحوث والاستشارات
TRENDS RESEARCH & ADVISORY

9) مستقبل استهلاك الأخبار لدى الشباب

تشير المؤشرات إلى استمرار التحول نحو المصادر الرقمية خلال السنوات القادمة، مدفوعًا بتنامي دور الذكاء الاصطناعي والتقنيات الحديثة في إعداد الأخبار وإنتاجها وتوزيعها.³¹ ولم يعد هذا التحول مقتصرًا على منصات النشر، بل أصبح يشمل أيضًا آليات صناعة المحتوى الإعلامي نفسها، التي باتت أكثر سرعة ومرونة وقدرة على الوصول إلى الجمهور عبر البيئة الرقمية. كما يُتوقع أن يشهد المشهد الإعلامي بروز نماذج جديدة تعتمد بدرجة أكبر على التفاعل المباشر مع الجمهور، وتقدم محتوى مخصصًا يتوافق مع اهتمامات المستخدمين وأنماط استهلاكهم للمعلومات.

وفي ظل هذا التحول المتسارع، يبرز تعزيز الثقافة الإعلامية لدى فئة الشباب كعامل أساسي لتمكينهم من التمييز بين الأخبار المضللة والمعلومات الدقيقة الصادرة عن مصادر موثوقة بها، بما يساهم في تعزيز وعيهم الإعلامي وقدرتهم على التعامل النقدي مع المحتوى المتداول في الفضاء الرقمي.³²

TRENDS

تريندز للبحوث والاستشارات
TRENDS RESEARCH & ADVISORY

³¹ Naomi Forman-Katz et al., "Young Adults and the Future of News," Pew Research Center, December 3, 2025, <https://www.pewresearch.org/journalism/2025/12/03/young-adults-and-the-future-of-news/>.

³² Ibid.



الخاتمة

يعكس التحول في أنماط استهلاك الأخبار لدى الشباب انتقالاً بنيوياً في النظام الإعلامي، حيث لم تعد المنصات الرقمية مجرد وسيط لنقل المعلومات، بل أصبحت الإطار الذي يُعاد من خلاله تشكيل الخبر وتحديد أولوياته. هذا التحول نقل مركز التأثير من المؤسسات الإعلامية التقليدية إلى بيئات رقمية سريعة ومستمرة، جعلت متابعة الأخبار جزءاً من النشاط اليومي، وليس ممارسة منفصلة أو دورية.³³

في المقابل، أفرز هذا الواقع تحديات تتعلق بجودة المعلومات ومصداقيتها. فغياب الضوابط التحريرية التقليدية، إلى جانب سهولة إنتاج وتداول المحتوى، عزز من انتشار المعلومات المضللة ورفع من كلفة التحقق بالنسبة للمستخدم.³⁴ نتيجة لذلك، لم يعد الوصول إلى الخبر هو التحدي الأساسي، بل القدرة على تقييمه وفهم سياقه.

تلعب الخوارزميات دوراً مركزياً في هذه المعادلة؛ إذ تعيد تشكيل تجربة استهلاك الأخبار عبر تخصيص المحتوى بناءً على السلوك الرقمي. هذا النمط يعزز الكفاءة في الوصول، لكنه قد يؤدي إلى تضيق نطاق التعرض للمعلومات، من خلال تكريس فقاعات معلوماتية تحد من التنوع وتؤثر في إدراك القضايا العامة.

مع ذلك، تفتح البيئة الرقمية مجالاً أوسع للمشاركة العامة، حيث أصبح الشباب فاعلين في تداول الأخبار والتفاعل معها. هذا التوسع في المشاركة يعزز من حضورهم في النقاشات العامة، لكنه يظل مرتبطاً بجودة البيئة المعلوماتية التي يتحركون ضمنها.

بناءً على ذلك، يتطلب التعامل مع هذا التحول مقارنة متكاملة تركز على ثلاثة محاور مترابطة: تمكين الأفراد عبر تعزيز الثقافة الإعلامية، وتطوير سياسات تضمن شفافية المنصات وآليات عملها، ودعم المؤسسات الإعلامية المهنية لضمان استمرار إنتاج محتوى موثوق به، وتحليل متعمق.

في المحصلة، يمثل فهم أنماط استهلاك الأخبار لدى الشباب مدخلاً لفهم التحولات الأوسع في بنية المجال العام. ومع استمرار تطور التكنولوجيا الرقمية، ستزايد أهمية هذا الملف، ليس فقط على مستوى الإعلام، بل في علاقته بتشكيل الوعي، ومستويات الثقة، ومستقبل النقاش العام.

³³ Newman et al., "Reuters Institute Digital News Report 2024."

³⁴ Vosoughi, Roy, and Aral, "The Spread of True and False News Online."



تريندز للبحوث والاستشارات
TRENDS RESEARCH & ADVISORY

الفهرس

- Fletcher, Richard, and Rasmus Kleis Nielsen. 2017. "Are People Incidentally Exposed to News on Social Media? A Comparative Analysis." *New Media & Society* 20 (7): 2450–68.
<https://doi.org/10.1177/1461444817724170>.
- ———. 2018. "Generalised Scepticism: How People Navigate News on Social Media." *Information Communication & Society* 22 (12): 1751–69.
<https://doi.org/10.1080/1369118x.2018.1450887>.
- Forman-Katz, Naomi, Michael Lipka, Katerina Eva Matsa, Kaitlyn Radde, Chris Baronavski, and Justine Coleman. 2025. "Young Adults and the Future of News." Pew Research Center. December 3, 2025. <https://www.pewresearch.org/journalism/2025/12/03/young-adults-and-the-future-of-news/>.
- Newman, Nic, Ross Arguedas Amy, Craig T. Robertson, Rasmus Kleis Nielsen, and Richard Fletcher. 2025. "Reuters Institute Digital News Report 2025." Reuters Institute for the Study of Journalism.
<https://doi.org/10.60625/risj-8qqf-jt36>.
- Newman, Nic, Richard Fletcher, Craig T. Robertson, Amy Ross Arguedas, and Rasmus Kleis Nielsen. 2024. "Reuters Institute Digital News Report 2024." Reuters Institute for the Study of Journalism.
<https://doi.org/10.60625/risj-vy6n-4v57>.
- Taneja, Harsh, Angela Xiao Wu, and Stephanie Edgerly. 2017. "Rethinking the Generational Gap in Online News Use: An Infrastructural Perspective." *New Media & Society* 20 (5): 1792–1812.
<https://doi.org/10.1177/1461444817707348>.
- Vosoughi, Soroush, Deb Roy, and Sinan Aral. 2018. "The Spread of True and False News Online." *Science* 359 (6380): 1146–51. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>.
- Vraga, Emily K., and Leticia Bode. 2021. "Addressing COVID-19 Misinformation on Social Media Preemptively and Responsively." *Emerging Infectious Diseases* 27 (2): 396–403.
<https://doi.org/10.3201/eid2702.203139>.



تريندز للبحوث والاستشارات
TRENDS RESEARCH & ADVISORY

- Walker, Mason, and Katerina Eva Matsa. 2021. "News Consumption Across Social Media in 2021." Pew Research Center. Pew Research Center.
<https://www.pewresearch.org/journalism/2021/09/20/news-consumption-across-social-media-in-2021/>.
- ASDA' A BCW. (2023). *Arab Youth Survey 2023*.
- Arab Youth Survey. (2023). Available at: <https://arabyouthsurvey.com>
- دراسات حول الإعلام الرقمي والشباب العربي (نماذج من الأدبيات العربية الحديثة حول الإعلام الجديد والتضليل المعلوماتي).



تريندز للبحوث والاستشارات
TRENDS RESEARCH & ADVISORY