

## دور الإعلام الجديد فى تغيير المنظومة القيمية لدى لشباب

### دراسة تطبيقية على الشباب المصرى

د. نجلاء الجمال : المعهد الكندى العالى لتكنولوجيا الإعلام الحديث.

[naglaa\\_elgammal@yahoo.com](mailto:naglaa_elgammal@yahoo.com)

تاريخ القبول: 27 - 06 - 2018

تاريخ الاستلام: 22 - 05 - 2018

### ملخص :

فى ظل الانتشار المستمر والمتزايد لاستخدام وسائل الإعلام الجديدة فى المجتمعات العربية وارتباط هذا الاستخدام بفتة الشباب تحديداً يثار تساؤل حول هل أثر هذا الاستخدام الكثيف لوسائل الإعلام الجديد من قبل الشباب على منظومة القيم الخاصة بهم؟ وهل هذا التأثير يعد إيجابياً أم سلبياً؟

وفى هذا السياق أكدت إحدى الدراسات الأمريكية الحديثة على أن الشباب يشكل النسبة الأكبر من إجمالي مستخدمي الإنترنت فى العالم العربي، حيث بلغت نسبة المستخدمين لها فى الشرق الأوسط وشمال إفريقيا 7% من الاستخدام العالمى للإنترنت، وأن 70% من هؤلاء المستخدمين من السعودية والإمارات ومصر والمغرب.

### Abstract

With the continued and increasing spread of the use of new media in Arab societies and the Association of this use with the youth category specifically, is there a question about whether this massive use of new media by young people will affect their system of values? Is this effect positive or negative?

In this context, a recent American study confirmed that young people constitute the largest proportion of the total Internet users in the Arab world, where the proportion of

users in the Middle East and North Africa reached 7% of the global use of the Internet, and that 70% of these users from Saudi Arabia , UAE, Egypt and Morocco.

## كلمات الدالة : الاعلام الجديد ، الاعلام التقليدي ، المنظومة القيمية ، الشباب

### مقدمة

وفقاً لأحدث الإحصائيات الصادرة عن مركز Madar للأبحاث والتنمية حول معدلات استخدام وسائل الإعلام الجديدة في المجتمع المصري (2015) تبين أن حوالي 27 مليون مصري يستخدمون الإنترنت، معظمهم من فئة الشباب تحديداً وذلك بمعدل زيادة 30% عن العام الماضي، وتتفوق مصر عربياً وأفريقياً من حيث أعداد الشباب الذين لهم حساب على "الفيس بوك" والذين يصل عددهم إلى حوالي 17 مليون مشترك، وأن هناك تزايداً ملحوظاً في استخدام الشباب للـ "فيس بوك" بعد ثورة 25 يناير تحديداً، حيث تأخذ مصر الترتيب الواحد والعشرين عالمياً من حيث استخدام "الفيس بوك"، كما توصلت الدراسة أيضاً إلى تزايد معدلات استخدام الشباب للإنترنت عبر هواتفهم الخلوية وذلك بمعدل زيادة 22.4% عن العام الماضي<sup>(2)</sup>.

كما أنه من الملاحظ وجود تصاعد على مستوى العالم في أعداد مواقع الإنترنت التي تخاطب الشباب والتي تدور في إطار اهتمامات الشباب أو ما يعرف بـ "ثقافة الشباب" من اهتمامات سياسية واجتماعية وترفيهية مختلفة<sup>(3)</sup>، حيث يتميز الفضاء الإلكتروني بأنه مجال مفتوح يتشارك فيه أصحاب الاهتمامات المشتركة من الشباب بغض النظر عن أية اختلافات قد تتبع من اعتبارات النوع أو اللغة أو الدين أو السن أو العرق، فنجد أن الشباب يقومون بتخليق مضامين على صفحات الإنترنت، كما يستهلكون مضامين وضعها غيرهم، وفي الوقت نفسه تعكس الصفحات الرئيسية الشخصية لهؤلاء الشباب مجالات اهتمامهم المختلفة وأفكارهم ورؤاهم للأحداث التي تدور حولهم وكذلك تطلعاتهم لحياة أفضل.

ولا يمكن الحديث عن حدود علاقة وسائل الإعلام الجديدة بالشباب دون التطرق إلى الحديث عن علاقة الشباب بشبكات التواصل الاجتماعي وعلى رأسها "الفييس بوك"، فقد أظهرت إحدى الدراسات الأمريكية (2015) البحثية تزايد نمو استخدام المراهقين والشباب لشبكة "الفييس بوك" من 12% عام 2010، إلى 59% في أبريل 2015<sup>(4)</sup>.

وفي ظل الاستخدام المتزايد من الشباب لوسائل الإعلام الجديد وعلى رأسها مواقع التواصل الاجتماعي يثار التساؤل التالي: هل أثر هذا الاستخدام المتزايد للإعلام الجديد على منظومة القيم لدى الشباب أم لم يكم له تأثير على هذه المنظومة، وما طبيعة هذا التأثير، وقبل التطرق للإجابة على هذا التساؤل وجب التطرق بداية إلى التعريف ما المقصود بالمنظومة القيمية في المجتمع المصري.

#### - مفهوم المنظومة القيمية:

#### - مفهوم القيم :

• **في اللغة:** تعرف القيمة على إنها : قدر الشيء - فقيمة المتاع ثمنه، وفي القرآن الكريم {ذلك الدين القيم [التوبة -36] أي المستقيم. وقد ارتبطت القيمة في جانبها الإيجابي بالفضائل الخلقية وفي جانبها السلبي بالنقائص اي الرذائل، وقد وردت كلمة القيمة "value" مشتقةً من الفعل اللاتيني vales بمعنى (أنا أقوى)، وهذا يعني أن القيمة تحتوي على معنى المقاومة والصلابة<sup>(5)</sup>

• **والقيم اصطلاحاً:** كثرت وجهات النظر بشأن تحديد القيم، فهناك من يتجه إلى التحديد الضيق للقيم على أنها مجرد اهتمامات او رغبات غير ملزمة للأفراد أو الجماعات، في حين نرى من يحددها تحديداً واسعاً فيراها معايير مرادفة للثقافة ككل<sup>(6)</sup>.

• **والقيم في معجم المصطلحات الاجتماعية هي** "كل ما يقوم به أو يعطى قيمة لسواه"<sup>(7)</sup>.

ويمكن تعريف القيم على إنها "مجموعة من المعايير التي تحقق الاطمئنان للحاجات الإنسانية ويحكم عليها الناس بأنها حسنة، ويحرصون على الإبقاء عليها (8)

وهي أيضاً "معيار عام ضمني أو صريح فردي أو جماعي يعتمد على الأفراد والجماعات في الحكم على السلوك الجماعي قبولاً أو رفضاً، وهي مقاييس اجتماعية وخلقية وجمالية تقرها الحضارة التي ينتمي إليها أفراد المجتمع وفقاً لتقاليد المجتمع واحتياجاته وأهدافه في الحياة(9).

#### - علاقة القيم بالمفاهيم الأخرى(10):

- (القيم والأعراف الاجتماعية): تشير القيمة إلى ضرب من ضروب السلوك، في حين يختص العرف بصيغة أمر أو ناهية لأحد أشكال السلوك في موقف معين بذاته .

- (القيمة والحاجة ) values & need : يتمثل الفرق بين القيم والحاجات في أن القيم تحتوي على التمثيلات المعرفية التي يقوم بها الإنسان فقط، في حين أن الحاجات لا تتضمن هذا الجانب وتوجد لدى جميع الكائنات الحية (الإنسان والحيوان).

- (القيم والاتجاهات) values&attitudes: ويتمثل هذا الفرق في درجة التجريد والثبات والتكوين والعمومية والموافقة الاجتماعية ودرجة الوعي فالقيم أكثر تجريداً وأكثر ثباتاً من الاتجاهات ولها صفة العمومية لأنها تعبر عن أحكام عامة بدرجة أكثر من الاتجاهات .

#### - خصائص القيم:

1- تتميز القيم بأنها ذاتية subjective، حيث تتعلق بالطبيعة الإنسانية والسيكولوجية للإنسان التي تشمل الرغبات والميول والعواطف وغيرها من العوامل النفسية(11).

- 2- تتميز القيم بالنسبية *relatively*، أي تختلف من شخص لآخر، ومن ثقافة لأخرى، بل إنها تختلف عند الشخص الواحد حسب رغباته وحاجاته وميوله<sup>(12)</sup>.
- 3- تترتب القيم فيما بينها ترتيباً هرمياً، ويعني ذلك أن بعض القيم تسيطر على غيرها وبعضها لها الأولوية على بعضها<sup>(13)</sup>.
- 4- تتصف القيم بالثبات النسبي *consistency* لأنها من موجّهات السلوك، والقيم يتبناها الفرد شعوريا منذ طفولته، ويرتبط بها وجدانياً يصعب عليه التحرر منها<sup>(14)</sup>.

#### - أهمية القيم خاصة بالنسبة للشباب:

للقيم أهميتها بالنسبة للفرد والمجتمع فهي تمثل إطاراً مرجعياً يحكم تصرفات الإنسان في حياته، كما أنها تمكنه من مواجهة الأزمات، إضافة إلى تحقيق الأمن القومي وحمايته من خطر الغزو الخارجي الذي يعمل على تنميط أفكار البشر وفقاً للنمط الغربي، كما أنها تساهم في تشكيل خصوصية المجتمع لأنها تمثل جانباً رئيسياً من ثقافة أي مجتمع، فكما أن لكل مجتمع ثقافته المتميزة فإن له أيضاً قيمة التي تميزه عن غيره من المجتمعات الأخرى<sup>(15)</sup>.

وإذا كانت القيم تحل مكانة هامة في حياة الفرد والمجتمع فلها أهميتها بالنسبة للشباب فتعمل على وقايتهم من الانحراف، كما تساهم في بناء شخصيتهم، وقدرتهم على التكيف مع الحياة ومشكلاتها، كما أنها تعمل كموجهات لحياتهم في مجالات الحياة المختلفة فتجعلهم أكثر قدرة على اتخاذ قراراتهم وإنهاء صراعاتهم ومواجهة أزماتهم وتحدياتهم وتنمية مجتمعهم<sup>(16)</sup>.

وبشكل عام يمكن القول بأن منظومة القيم - لدى الشباب - في أي مجتمع تعمل على:

- تلعب دوراً مهماً في تشكيل شخصية الشاب وتحديد أهدافه في إطار معياري صحيح.

- يمكن التنبؤ بسلوك صاحبها متى عرف ما لديه من قيم وأخلاق في المواقف المختلفة، وبالتالي يكون التعامل معه في ضوء التنبؤ بسلوكه.
- تعمل كحائط صد ضد أى تيارات يرفضها المجتمع خاصة الاخلاقية منها.
- **المنظومة القيمية بالمجتمع المصرى:**

لقد تغيرت الأعراف والقيم تغيراً سريعاً في الغرب خلال العقود العديدة الماضية نتيجة للثورات التقنية وتقدم المجتمع، ونتيجة التغييرات الاجتماعية والسياسية التي مر بها المجتمع المصرى وعلى رأسها ثورتى 25 يناير و 30 يونيو، وبشكل عام يمكن سرد العوامل المؤثرة فى منظومة القيم المصرية على النحو التالى<sup>(17)</sup>:

- 1- **العادات الاجتماعية:** هي سلوك ملزم يدخل في تكوينها قيم دينيه وعرفية تجعل الأفراد يتوافقون مع النظام السائد بالمجتمع في المواقف الاجتماعية المختلفة.
- 2- **التقاليد:** وهي أحكام ثقافيه محلية لا ترتبط بالمجتمع ككل وإنما بطائفة او بيئة محلية محدودة النطاق، وهي أقل إلزاما من العادات.
- 3- **الأعراف:** وهي أحكام متفق عليها ونظام اجتماعي غير مكتوب يتكون من المعتقدات والأفكار المستمدة من فكر الجماعة وتراثها، كما أنها تشكل منظومة معايير اجتماعية.

ويرى الدكتور أحمد زايد أن "المنظومة القيمية في المجتمع المصري شهدت تغيرات كثيرة، فأصبحت قيما مادية، وقلت معايير الثقة بين الناس، كما شهدت خللا في منظومة العدالة الاجتماعية وزادت حالات الفساد والرغبة في الكسب المادى السريع، سواء من خلال تقديم الخدمات المجانية في الهيئات الحكومية بمقابل مادى، وهو ما يُعرف بالرشوة أو الإكرامية<sup>(18)</sup>.

وفي تحديده لأهم العوامل التي ساهمت في إحداث التغيير القيمي، أوضح د. زايد أن هناك "عوامل عديدة، أهمها انتقال المجتمع من النظام الاشتراكي إلى النظام الرأسمالي بصورة سريعة للغاية خلال الـ 20 عاما الماضية ومن قبل هذين النظامين، ومنذ 50 عاما، كان هناك نظام ليبرالي رأسمالي يقوم على الإقطاع

وملكية مساحات كبيرة من الأراضي، ثم ظهر النظام الاشتراكي الذي تمتلك فيه الدولة جميع أدوات ووسائل الإنتاج مثل: البنوك والمصانع وجميع الأنشطة المختلفة"، معتبراً أن "الدولة كانت تلعب الدور الأساسي في كل شيء، ثم بدأت تتسحب وتحوّل إلى نظام شبه رأسمالي"، وأن "هذه التغيرات تركت آثاراً على سلوكيات المواطنين ومنظومة القيم وشكل الأطر الثقافية والاجتماعية"<sup>(19)</sup>.

وفي دراسة بعنوان "انهيار منظومة القيم في المجتمع المصري.. عوامل وأسباب"، تم عرض أبرز هذه الأسباب والتي تمثلت في: غياب المشروع القومي وفساد العملية التعليمية وغياب الديمقراطية وعزل المواطن وغياب الرقابة وغياب الشفافية، وهو عامل يدخل فيه أمرين في غاية الأهمية وهما: نظرة القيادة للشعب والخوف من المحاسبة، إضافة إلى العوامل الاقتصادية."<sup>(20)</sup>.

#### - دور الإعلام التقليدي والجديد في دعم /تغيير القيم لدى الشباب:

يحتل مفهوم القيم أهمية كبيرة في العلوم الإنسانية والاجتماعية باعتبارها أحد العوامل الأساسية التي تكون سلوك الفرد، حيث تقوم القيم بمجموعة من الوظائف الأخلاقية والاجتماعية فهي تحقق التضامن الاجتماعي الذي يعد ظاهرة أخلاقية<sup>(21)</sup>.

وبشكل عام أثر الإعلام بما يملكه من قوة تأثير كبيرة وخاصة بعد ظهور الفضائيات وما يسمى بالسموات المفتوحة على قيم الشباب، وقد ساهم الإعلام في نشر أنماطاً وقيماً أخذ بعضها طابعاً عالمياً وجاوز حدود حضارته التي أفرزته من خلال انتشار ثقافة الصورة، وقد أثر الإعلام على تشكيل وعي الشباب بتأكيد القيم النفعية والفردية، وانتشار ثقافة الاستهلاك نتيجة الانفتاح والهجرة، وتمجيد كل ما هو أجنبي<sup>(22)</sup>.

وحسب ويلبر شرام W.sheramm فإن وسائل الإعلام تقوم بالتنشئة من خلال تعليم أفراد المجتمع الجدد القيم والمعتقدات والمهارات التي يقررها المجتمع، كما تقوم

بدعم القيم الشائعة وتحقيق التواصل الاجتماعي وذلك من خلال التعبير عن الثقافات السائدة والكشف عن الثقافات الفرعية (23).

وتظهر أهمية وسائل الإعلام في دعم القيم من خلال ما تقدمه للفرد من معلومات ومعارف خاصة بالقضايا اليومية التي تثبت للفرد ما يتبناه من قيم وأفكار ومعلومات، فيتحقق بالتالي التكيف الاجتماعي بين الفرد والمجتمع الذي يعيش فيه (24).

كما تقوم وسائل الإعلام بدعم القيم الشخصية و أنماط السلوك المقبولة و توحيها مع قيم المجتمع في اكتساب رؤية الفرد من خلال المقارنة و المطابقة مع الصور الأخرى التي يتعرض لها في وسائل الإعلام.

وفي الوقت نفسه تقوم وسائل الإعلام بتغيير القيم و تعديلها بما يتوافق مع المواقف الجديدة، فمثلاً التعليم بالنسبة للمرأة كان ينظر إليه على أنه قيمة سلبية، و لكن مع التغيير الاجتماعي و انتشار وسائل الإعلام أصبحت هذه القيمة إيجابية و هذا بفضل البرامج التي تبثها وسائل الإعلام على وجه الخصوص و التي تحفز المرأة على التعلم (25).

وإذا كانت حدود دور الاعلام التقليدي بالقيم رسدها العديد من الباحثين على إنها أثرت سلباً على شيوع العديد من القيم السلبية كما تم ذكره آنفاً، إلا أن باحثوا الإعلام الجديد في علاقته بمنظومة القيم المجتمعية يرون أن هذه الحدود فاقت ليس فقط مجرد تعزيز بعض القيم السلبية بالمجتمع وانما امتد دوره في هذا الصدد لنشر بعض القيم الايجابية ويدللون على ذلك بدور الإعلام الجديد في حشد الشباب للمشاركة في ثورتى 25يناير وثورة 30 يونيو وهو ما يؤكد على أن الإعلام الجديد قد دعم لدى هؤلاء الشباب قيمة المشاركة السياسية والاجتماعية.

- المشكلة البحثية:

تهدف الدراسة إلى التعرف على إذا ما كان استخدام وسائل الإعلام الجديدة بكافة أنواعها قد أثربالفعل على منظومة القيم لدى الشباب المصرى ممن يستخدمون شبكة الإنترنت بتطبيقاتها المختلفة، بمعنى هل أحدث هذا الاستخدام تغييراً قيمياً، وما إذا كان هذا التغيير فى المنظومة القيمية إيجابيا أم سلبياً، وأهم المتغيرات الوسيطة التى تتوسط هذه العلاقة.

### - أهداف الدراسة:

#### تهدف الدراسة الى الآتى:

- 1- التعرف على حدود دور الإعلام الجديد فى التأثير على المنظومة القيمية للشباب.
- 2- التعرف على حدود هذا الدور من حيث كونه تأثيراً سلبياً أم ايجابياً.
- 3- التعرف على المتغيرات الأخرى التى تؤثر على منظومة القيم لدى الشباب.
- 4- التعرف على أهم تطبيقات الإعلام الجديد التى ساهمت بالفعل فى تغيير المنظومة القيمية لدى الشباب.

### - أهمية الدراسة:

- حداثه موضوع الدراسة إلى حد كبير، ففى الوقت الذى كثرت فيه الدراسات السابقة حول دور الإعلام التقليدى فى تشكيل أو تغيير المنظومة القيمية فى المجتمع، قلت الدراسات المتعلقة بمعرفة نفس الدور بالتطبيق على الإعلام الجديد.
- تهتم هذه الدراسة بالشباب حيث إنه يعتبر القلب النابض فى المجتمع، فهم قادة المستقبل، فالمجتمع الغنى بشبابه هو المجتمع المزدهر بعكس المجتمع الفقير بشبابه فإن مآله إلى التفكك والانهار.
- أهمية شبكة الإنترنت وآلياتها وخطورة دورها فى الوقت الراهن.

-الإطار النظري للدراسة:

اعتمدت الدراسة في إطار بنائها النظري على كل النظريات التالية:

- نظرية المجال العام Public Sphere

صاغ الفيلسوف الألماني (جورجن هابرماس) نظرية المجال العام عام (1962)، وهي تشرح وتصف نشأة تكوّن الرأي العام وحالة الرأي، وعرف "هابرماس" المناخ أو المجال العام بأنه مجتمع افتراضي أو خيالي ليس من الضروري التواجد في مكان معروف أو مميز (في أي فضاء)، فهو مكون من مجموعة من الأفراد لهم سمات مشتركة مجتمعين مع بعضهم كجمهور، ويقومون بوضع وتحديد احتياجات المجتمع مع الدولة، فهو يبرز الآراء والاتجاهات من خلال السلوكيات والحوار. (26)

ومن أهم السمات التي حددها هابرماس للمجال العام ما يلي (27):

1- المجال العام حيز من حياتنا الإجتماعية يمكن من خلاله أن يتم تشكيل ما يقترب من الرأي العام.

2- المجال العام ينشأ من ناس خصوصيين، يجتمعون معاً كجمهور ليتناولوا احتياجات المجتمع من الدولة.

3- المجال العام هو مجموعة أشخاص يستفيدون من عقلانيتهم وتفكيرهم في مناقشة المسائل العامة.

وتؤكد نظرية المجال العام على أن وسائل الإعلام الإلكترونيّة تخلق حالة من الجدل بين الجمهور تتيح تأثيراً كبيراً في القضايا العامة وتؤثر على القيادة الحاكمة. والمجال العام - بشكل عام - هو تلك المساحات التي فيها يقوم الأعضاء بتناول ما يفضلونه، ويصلون لقرار في "كيف سيعيشون معاً ويعملون معاً بشكل جماعي خلال المستقبل"، كما أن هناك ثلاثة مظاهر تميّز المجال العام أولها أن

المشاركة فيه مفتوحة, وثانيها أنه يساوي بين مواقع وأدوار الأطراف المشاركة فيه بصرف النظر عن أوضاعهم الاجتماعية والاقتصادية, وثالثها أن أية قضية فيه تكون قابلة للنقاش<sup>(28)</sup>.

### - مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency

وهو أحد المداخل التي تشكل علاقات الجمهور مع وسائل الإعلام حيث تعد درجة اعتماد الأفراد على معلومات ووسائل الإعلام هي الأساس لفهم تأثير الرسائل الإعلامية على المعتقدات والمشاعر والسلوك<sup>(29)</sup>.

ويؤكد المدخل علي أن الاعتماد المتبادل بين الأفراد ونظم وسائل الاتصال يتم لتحقيق الأهداف التالية<sup>(30)</sup>:

- 1- الفهم: مثل معرفة الذات من خلال التعلم والحصول على الخبرات.
  - 2- التوجيه: ويشمل على توجيه السلوك للتعامل مع المواقف جديدة أو الصعبة.
  - 3- التسلية: وتشمل الراحة، الاسترخاء والتسلية الجماعية.
- وينطلق هذا المدخل من مقولة رئيسية مفادها أنه كلما زاد اعتماد الفرد على وسائل الإعلام في تحقيق أهدافه، كلما زاد ذلك من أهمية الدور الذي تؤديه تلك الوسائل في حياة الفرد بل والمجتمع ككل<sup>(31)</sup>. كما يفترض أن الفهم Understanding والتوجيه Orientation من العوامل التي يركز عليها سلوك الفرد الإعلامي<sup>(32)</sup>.

### ويقوم مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام على الفروض التالية:

- 1- كلما كانت المعلومات التي تبث عبر وسائل الإعلام ذات أهمية للأفراد زاد اعتمادهم عليها.
- 2- كلما زاد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام في استقاء المعلومات زادت التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لتلك الوسائل على هؤلاء الأفراد.

- 3- كلما زادت حالات التغيير وعدم الاستقرار في المجتمع كلما زاد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام<sup>(33)</sup>.
- 4- يختلف الجمهور على درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة اختلافهم في الأهداف والمصالح والحاجات الفردية.
- 5- يزداد اعتماد الجماهير على وسائل الإعلام في المجتمعات التي تتطور فيها أنظمة هذه الوسائل<sup>(34)</sup>.
- 6- يقل اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام الجماهيرية كلما توافرت لديهم مصادر أخرى بديلة، أو مصادر إعلام خارجية<sup>(35)</sup>.
- 7- يختلف الأفراد فيما بينهم من حيث درجة اعتمادهم على وسائل الإعلام، فجمهور الصفوة مثلاً تتعدد مصادر المعلومات لديهم على نحو أكبر من الجمهور العام<sup>(36)</sup>.
- 8- كلما زادت المجتمعات تعقيداً كلما زاد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام المختلفة<sup>(37)</sup>.

#### - الدراسات السابقة:

- والتي تمركزت حول علاقة الإعلام (سواء كان تقليدياً أو حديثاً) بمنظومة القيم السائدة في المجتمع، وذلك على النحو التالي:
- **دراسة رباب الجمال (2013)<sup>(38)</sup>:** حول التعرف على أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي الممتدة اعمارهم من (18 - 35) وبساتخدام عينة قوامها 600 مفردة توصلت الدراسة لعدد من النتائج منها:
- ارتفع معدل استخدام الشباب لشبكة الانترنت وأكدت العينة بأكملها بنسبة 100% أنهم يستخدمون الانترنت .

- وحول شبكات التواصل الاجتماعي أكد معظم العينة بنسبة 86.33% أنهم يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت بانتظام، ولا شك أنها بذلك استطاعت أن تخلق مجالاً عاماً أحدث تأثيراً على النسق القيمي الأخلاقي.
- تبين أن معدل الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي منخفض للغاية.
- انتهت الدراسة إلى أن مقياس النسق القيمي للشباب يتسم بالثبات إلى حد ما.
- دراسة صهيب كمال الأغاو وعبد السلام محمد نصار (2008)<sup>(39)</sup>: هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور الوسائط الإعلامية الفلسطينية في تدعيم القيم الأخلاقية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية لدى المراهقين بمحافظة غزة في ضوء متغير الجنس، وقد طبق الاستبيان على عينة عشوائية مكونة من 1122 طالباً وطالبة، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:
- أن مستوى تدعيم الوسائط الإعلامية الفلسطينية للقيم لدى المراهقين من طلبة الثانوية العامة من وجهة نظرهم تُرتب كالتالي: كانت القيم السياسية التي تدعمها الوسائط الإعلامية الفلسطينية في أعلى مستوى لها، تلتها القيم الأخلاقية، ثم جاءت القيم الاجتماعية في المرتبة الثالثة، وأخيراً حلت القيم الاقتصادية في المرتبة الأخيرة.
- بينت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس لصالح الإناث بين متوسطات تقديرات المراهقين من طلبة الثانوية العامة بمحافظة غزة لمدى فاعلية الوسائط الإعلامية الفلسطينية في تدعيم القيم الأخلاقية والاقتصادية والسياسية لديهم، فيما أظهرت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس نحو فاعلية الوسائط الإعلامية الفلسطينية في تدعيم القيم الاجتماعية لديهم.
- دراسة السعيد بومعيزة (2006)<sup>(40)</sup>: والتي هدفت إلى التعرف على أثر وسائل الإعلام على القيم لدى عينة من الشباب الجزائري بمنطقة البلدية بالجزائر، وقد تمثلت وسائل الإعلام في الدراسة في: الإذاعة والتلفزيون والصحف والإنترنت، وقد توصلت الدراسة لعدد من النتائج منها:

- النسبة الأكبر من أفراد عينة الدراسة من الشباب يرون أن كثرة استخدامهم لوسائل الإعلام سواء تقليدية أو حديثة أدى إلى ارتباطهم أكبر بالقيم السائدة بمجتمعهم، ورأت الإناث بنسبة أكبر أن وسائل الإعلام كانت أكثر قدرة على ربطهن بقيم التقوى والطموح وتقدير العلم والديمقراطية والعدل
- النسبة الأكبر من الشباب لم يوافقوا على أن وسائل الإعلام تزيد من ارتباطهم بقيمة السلطة.
- الشباب الأصغر سناً أكثر اقتناعاً بقدرة وسائل الإعلام على ربطهم بالعديد من القيم خاصة المجتمعية منها.
- كلما قل المستوى التعليمي للشباب موضوع الدراسة كلما قل لديهم اقناعهم بأهمية الإعلام في ربطهم بقيم المجتمع المختلفة.
- دور وسائل الإعلام في تعزيز القيم لدى الشباب يبقى مكملاً لدور مؤسسات التنشئة الاجتماعية كالأُسرة والمدرسة ودور العبادة، وكلما زاد ارتباط الشباب بهذه المؤسسات قل دور وسائل الإعلام في التأثير على قيم الشباب المختلفة، خاصة النفسية والاجتماعية.
- **دراسة عزة مصطفى الكحكي(2004)<sup>(41)</sup>**: والتي هدفت إلى التعرف على دور القنوات الفضائية في التأثير على الهوية وأزمة القيم لدى الشباب العربي، وأجريت الدراسة على عينة عمدية قوامها (200) مفردة من الشباب العربي (ذكور وإناث)، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: النسبة الأكبر من أفراد عينة الدراسة يشاهدون القنوات الفضائية بانتظام، وفيما يتعلق بالهوية ارتفع معدل تشتت الهوية بين عينة الشباب العربي، وفيما يتعلق بأزمة القيم فقد أسفرت النتائج عن معاناة 60% من العينة من أزمة القيم.
- **دراسة عز العرب(1996)<sup>(42)</sup>**: والتي هدفت إلى التعرف على مدى مساهمة الرسائل التي يبثها التلفاز المصري في إحداث تغييرات في القيم الاجتماعية والاقتصادية مقارنة بالقيم السياسية والمعرفية والدينية، وقد استخدمت الدراسة استمارة

لتحليل مضمون عينة من المسلسلات التلفازية خلال دورة إذاعية مدتها ثلاث أشهر تقريباً، بالإضافة إلى دراسة ميدانية على عينة عشوائية مكونة من ( 150 ) مبحوثاً من أرباب الأسر وقد توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها ساهمت المسلسلات التلفزيونية في تثبيت وتدعيم قيمة حب الخير، وقيمة الشجاعة والمبادرة، والتعاون، والتسامح والتواضع والتضحية والإيثار، وكما أكدت المسلسلات على ضرورة احترام رأي البنت في مسألة زواجها، وعلى ضرورة عمل المرأة سواء أكان داخل أم خارج البيت، كذلك كشفت نتائج الدراسة التحليلية لمضمون عينة المسلسلات أن القيم الاجتماعية قد احتلت المركز الأول من بين مجموعات القيم الأخرى، فيما احتلت القيم الاقتصادية المركز الثاني من بين مجموعة القيم.

#### - التعليق على الدراسات السابقة:

- يتضح من عرض الدراسات السابقة ما يلي:
- يمكن القول بوجود تأثير - وإن كان سلبياً أكثر منه إيجابياً- لوسائل الإعلام التقليدية على منظومة القيم في المجتمع.
- احتلال التلفزيون أكثر الوسائل الإعلامية التي حظيت باهتمام الباحثين بعلاقة الإعلام بالقيم المجتمعية المختلفة.
- قلة الدراسات التي تناولت علاقة وسائل الإعلام الجديد ومنها وسائل التواصل الاجتماعي بالقيم المجتمعية المختلفة وهو ما تبحث فيه الدراسة الحالية.

#### - الفروض والتساؤلات:

#### - تساؤلات الدراسة:

- 1- ما معدل تعرض الشباب للإنترنت بتطبيقاتها المختلفة؟
- 2- ما حجم استخدام الشباب للإنترنت بتطبيقاتها المختلفة؟
- 3- ما أهم تطبيقات الإنترنت التي يستخدمها الشباب؟
- 4- ما دوافع تعرض الشباب للإنترنت؟

5- ما أهم الوسائل الاتصالية الإلكترونية التي يعتمد عليها الشباب عند

التفاعل الإلكتروني مع الآخرين؟

6- ما التأثيرات (المجموعات) القيمة التي اكتسبها الشباب جراء اعتماده

على الإعلام الجديد؟

7- هل يرى الشباب أن الإعلام الجديد ساهم في تغيير المنظومة القيمة لديه؟

8- وهل كان هذا التغيير إيجابياً أم سلبياً؟

9- ما اتجاه الشباب نحو الإعلام الجديد كأداة لتغيير منظومة القيم بالمجتمع

للأفضل؟

- فروض الدراسة:

1- توجد فروق ذات دلالة احصائية بين المتغيرات الديموجرافية (السن - النوع-

الستوى التعليمي- المستوى الاقتصادي الاجتماعي) وحجم تعرضه لوسائل

الإعلام الجديد..

2- توجد فروق ذات دلالة احصائية بين حجم تعرض الشباب للإعلام الجديد

والتأثيرات القيمة التي اكتسبها الشباب نتيجة الاعتماد على الاعلام الجديد

3- توجد فروق ذات دلالة احصائية بين حجم تعرض الشباب للإعلام الجديد

واتجاه الشباب نحو الاعلام الجديد كأداة لتغيير منظومة القيم داخل المجتمع.

- الإجراءات المنهجية للدراسة:

1- نوع البحث ومنهجه:

أ- نوع البحث: يعد هذا البحث من البحوث الوصفية وهي تلك التي تستهدف تحليل

خصائص مجموعة معينة أو موقف معين أو دراسة حقائق ظاهرة ما أو مجموعة من

الناس أو الأحداث للحصول على بيانات كافية عنها، بالإضافة إلى تصنيف هذه

البيانات وتحليلها لاستخلاص مجموعة من النتائج تتيح لنا إصدار بيانات بشأن

الظاهرة موضع الدراسة<sup>(43)</sup>.

ب- منهج البحث: اعتمد البحث على كل من:

- منهج المسح الإعلامي: وهو تصميم بحثي يهدف إلى جمع البيانات من العديد من الأفراد خلال فترة زمنية محددة<sup>(44)</sup>، وذلك للتعرف على اثر استخدام عينة من الشباب المصرى ممن يستخدمون بالفعل الانترنت على منظومة القيم لديهم.

## 2- مجتمع الدراسة وعينة البحث:

- **مجتمع الدراسة:** يمتد من الشباب المصرى بمنطقة القاهرة الكبرى ممن تمتد اعمارهم من (18- 35 سنة).

- **نوع العينة:** تم إجراء عينة الدراسة على عينة "غير احتمالية (Non- probability Samples) حيث تم الاستقرار على أن تكون العينة "عينة عمدية" (Purposive sample) من الشباب الممتدة أعمارهم من (18 - 35 سنة) ممن يستخدمون بالفعل الانترنت بتطبيقاتها المختلفة.

- **حجم العينة:** تشمل 400 مفردة من الذكور والاناث مناصفة في العدد.

- **أسلوب جمع البيانات:** تم الاعتماد على استمارة استقصاء تطبق بالمقابلة، والاستقصاء هو أسلوب جمع البيانات بطريقة مقننة، لتقديم حقائق أو آراء متعلقة بموضوع الدراسة، وقد راعت الباحثة اشتمال استمارة الاستقصاء على جميع متغيرات الدراسة القابلة للقياس.

## - التعريفات الإجرائية للبحث:

- **تعريف القيم Values:** مجموعة العادات والأعراف ومعايير السلوك والمبادئ المرغوبة التي تمثل ثقافة مجموعة من الناس أو جماعة أو فرد. وقد استخدمت الباحثة مقياس ليكرت لقياس مدى اتجاه المبحوثين نحو مجموعه منظومة القيم موضوع الدراسة وقد تم تقسيم منظومة القيم التي اشتملت عليها الدراسة الى عدة محاور وهى:

1- **قيم اجتماعية:** وهى مجموعة من القيم التي تحدد طبيعة علاقة الشاب بأفراد المجتمع الإنساني، وسلوكه تجاههم، ومن خلالها يلبي حاجاته ككائن اجتماعي بما يتناسب والعادات والتقاليد الجيدة، وتتمثل فى : المشاركة

- المجتمعية - التعاون - الصداقة - حب الغير (الإيثار) - النقد الموضوعي  
 (البناء) للآخرين، احترام الآخرين- مساعدة الآخرين- تحمل المسؤولية
- 2- **قيم دينية:** مجموعة القيم التي تتصل بخصال وقوانين وتقاليد أصيلة تنبثق من العقيدة الإسلامية، ويلتزم بها الشاب في سلوكه وضبط تصرفاته، ويترتب عليها مسؤوليات عدة، وتتمثل في: التقوى- بر الوالدين الصدق، والإحسان، والتواضع، والوفاء، والأمانة.
- 3- **القيم الاقتصادية:** مجموعة من القيم التي تساعد الفرد في وجوده المادي، والتي يعبر عنها اهتمام الشاب وميله إلى ما هو نافع والحصول على الثروة وزيادتها عن طريق الإنتاج والتسويق بالطرق المشروعة، وتتمثل في: قيم العمل، وترشيد الاستهلاك، وطلب الرزق الحلال، واستثمار الوقت، واحترام ملكية المال.
- 4- **القيم السياسية:** مجموعة من القيم التي تهيب الشاب للمشاركة السياسية الهادفة لبناء وتنظيم المجتمع المسلم من خلال تعميق الشعور بالانتماء الوطني والوعي به، وتعمل على إعداد الإنسان الصالح الذي يحافظ على مصالح مجتمعه وأمته الإسلامية والعربية، ويعبر عنها بـ **الانتماء، والمساواة، والوحدة، والحرية، والتضامن - المواطنة.**
- 5- **قيم نفسية:** وهي مجموعة القيم التي تهيب الشاب لفهم ذاته جيدا، وذلك باعتبار أن فهم الذات ما هو إلى مقدمه لفهم الآخر والتعايش معه، ويعبر عنها بـ **قيم مثل: إثبات الذات - الطموح .**
- **وسائل الاعلام الجديد:** يقصد بها في الدراسة الإنترنت بتطبيقاتها المختلفة.

## 6- نتائج الدراسة:

## 7- أولاً توصيف عينة الدراسة:

## جدول (1) توصيف حجم عينة الدراسة

		السن
33.2	133	1- من "18 – 23".
53.8	215	2- من "24 – 29".
13.0	52	3- من "30 – 35".
		النوع
53.5	214	1- ذكر.
46.5	186	2- انثى.
		نوع المؤهل التعليمي
10.2	21	1- متوسط.
76.7	158	2- عال.
13.1	27	3- دراسات عليا.
		نوع المستوى الاجتماعي الاقتصادي
8.2	33	1- عال.
48.8	195	2- متوسط.
43.0	172	3- منخفض.
400		ن

## 8-ثانياً: النتائج العامة للدراسة

## 1-معدل تعرض الشباب للإنترنت بتطبيقاتها المختلفة.

## جدول (2) معدل تعرض الشباب للإنترنت بتطبيقاتها المختلفة

		معدل التعرض للإنترنت
63.8	255	1- دائماً.
21.8	87	2- أحياناً.
14.4	58	2- نادراً.
100%	400	المجموع

بناءً على نتائج الجدول (2) يتضح أن أكبر معدل لمتابعة الشباب من عينة الدراسة للإنترنت بتطبيقاتها المختلفة يعتبر "بشكل دائم" وذلك بنسبة 63%

من أفراد عينة الدراسة، تلاها من يتابعونها بشكل متوسط "21.8%" وأخيراً من يتابعونها بشكل نادر أو ضئيل.

## 2- حجم استخدام الشباب للإنترنت بتطبيقاتها المختلفة.

جدول (3) حجم استخدام الشباب للإنترنت بتطبيقاتها المختلفة

حجم التعرض للإنترنت	ك	%
1- كثيف.	195	48.8
2- متوسط.	154	38.5
3- ضعيف.	51	12.8
ن	400	%100

بناءً على المقياس التجميعي الذي تم تجميعه من أجابات المبحوثين على الأسئلة المتعلقة بمعدل متابعه الانترنت وعدد ساعات المشاهدة اليومية وعدد أيام الأسبوع التي يتم فيها متابعة شبكة الإنترنت بتطبيقاتها المختلفة، حصلت الباحثة على المقياس التجميعي الذي يوضح حجم استخدام الشباب للإنترنت بتطبيقاتها المختلفة، ويتضح من الجدول (3) أن النسبة الأكبر من أفراد عينة الدراسة يعتبر حجم تعرضهم للإنترنت بتطبيقاتها المختلفة "كثيف" وذلك بنسبة 48.8%، تلاها من هم "متوسطون" في حجم التعرض 38.55، وأخيراً من هم حجم تعرضهم ضعيف بنسبة 12.8%.

## 3- أهم تطبيقات الإنترنت التي يستخدمها الشباب:

جدول (4) أهم تطبيقات الإنترنت التي يستخدمها الشباب

متوسط الاوزان	لا اعتمد		متوسطة		كبيرة		درجة لاستخدام التطبيقات الالكترونية
	%	ك	%	ك	%	ك	

2.8550	16.8	67	27.0	108	56.3	299	1- مواقع التواصل الاجتماعي (Facebook) .
2.8100	15.0	60	36.8	147	52%	225	2- Twitter
2.3750	17.0	71	27.5	109	55.5	222	3- مواقع الفيديو التشاركي (YouTube) .
2.2345	23.8	92	38.8	137	45.5	179	4- المواقع والبوابات الصحفية الالكترونية.
2.2750	33.3	128	27.0	99	45.8	159	5- انستجرام
2.2100	26.8	107	39.3	157	34.0	136	6- - المنتديات العامة والمتخصصة.
1.7550	37.3	158	37.8	149	27.8	95	7- المدونات الالكترونية.
1.6775	47.3	189	37.8	151	15.0	60	8- - مواقع القنوات التلفزيونية والمحطات الاذاعية على الانترنت.
1.6425	50.0	200	35.8	143	14.3	57	9- البريد الالكتروني.
1.3375	75.3	303	12.8	71	8.0	29	10- مواقع منظمات المجتمع المدني .
400						ن	

كما هو موضح بالجدول (4) فإن أهم التطبيقات الإلكترونية التي يستخدمها الشباب موضوع الدراسة جاءت بالترتيب التالي: موقع "الفيس بوك" بمتوسط نسبي (2.8550)، ثم "تويتر" (2.8100)، ثم "يوتيوب" (2.3750)، ثم "المواقع والبوابات الصحفية" (2.2345)، ثم تطبيق "انستجرام" (2.2750)، ثم "المنتديات العامة والمتخصصة" (2.2100)، ثم "المدونات الإلكترونية" (1.7550)، ثم "مواقع القنوات والإذاعات الإلكترونية" (1.6775)، ثم "البريد الإلكتروني" (1.6425)، وأخيراً "مواقع منظمات المجتمع المدني" (1.3375).

#### 4-دوافع تعرض الشباب للإنترنت بتطبيقاتها المختلفة:

## جدول (5) دوافع تعرض الشباب للإنترنت بتطبيقاتها المختلفة

متوسط الأوزان	لا		أحيانا		دائماً		درجة الانتظام دوافع التعرض
	%	ك	%	ك	%	ك	
2.6950	4.0	16	22.5	90	73.5	294	1- الحاجة إلى اكتساب معلومات وخبرات في مجالات تهمني.
2.6125	6.5	26	25.8	103	67.8	271	2- حاجتي إلى فهم الواقع على نحو أفضل.
2.4975	9.3	27	31.8	127	59.0	236	3- التعرف على ما يدور في عالم الثقافة من قضايا ساخنة .
2.3075	17.8	71	33.8	135	48.5	194	4- الحاجة إلى التفاعل الاجتماعي من خلال مناقشة ما أشاهده مع الآخرين.
1.8850	33.5	134	44.5	178	22.0	88	5- الاسترخاء والبعد عن التوتر.
1.8600	38.3	153	37.5	150	24.3	97	6- الاعتياد على الانترنت كوسيلة اتصالية.
1.8325	28.5	154	39.8	159	21.0	87	7- الحاجة إلى الهروب من المشكلات والروتين اليومي.
1.7925	41.3	165	38.3	153	20.5	82	8- التسلية وتمضية الوقت.
400							ن

تشير بيانات الجدول (5) إلى تصدر دافع "الحاجة إلى اكتساب معلومات وخبرات في مجالات تهمني" قائمة أهم دوافع الشباب من عينة الدراسة لمتابعة المعارف الثقافية عبر وسائل الإعلام المختلفة، حيث بلغ متوسط الوزن المرجح (2.6950)، يليه دافع "حاجتي إلى فهم الواقع على نحو أفضل" (2.6125)، ثم دافع "التعرف على ما يدور في عالم الثقافة من قضايا ساخنة" (2.4975)، يليه دافع "الحاجة إلى التفاعل الاجتماعي من خلال مناقشة ما أشاهده مع الآخرين"

(2.3075)، يليه دافع "الاسترخاء والبعد عن التوتر" (1.8850)، ثم دافع "الاعتقاد على الوسيلة الإعلامية التي تقدم هذه المادة الثقافية" (1.8600)، ثم دافع "الحاجة إلى الهروب من المشكلات والروتين اليومي" (1.8325)، وأخيراً دافع "التسلية وتمضية الوقت" وذلك بمتوسط وزن (1.7925)، ويتضح من العرض السابق غلبة دوافع تعرض المبحوثين للإنترنت بتطبيقاتها المختلفة النفعية على الطقوسية.

### 5-ترتيب أهم ثلاث وسائل اتصالية إلكترونية يعتمد عليها الشباب عند التفاعل الاجتماعي مع الآخرين:

جدول (6) ترتيب أهم ثلاث وسائل اتصالية إلكترونية يعتمد عليها الشباب عند التواصل والتفاعل الاجتماعي مع الآخرين

متوسط الاوزان	لا اعتمد		متوسطة		كبيرة		درجة الاعتماد  وسائل الاتصال الإلكترونية
	%	ك	%	ك	%	ك	
2.9880	14	57	38%	155	75%	302	1- الفيس بوك .
2.8201	15.0	60	36.8	153	50%	220	2-تويتر
2.3650	17.0	71	27.5	109	51.5	208	3-انستجرام.
400						ن	

يتضح من بيانات الجدول (6) أن أهم الوسائل الاتصالية الإلكترونية التي يعتمد عليها الشباب عند التفاعل الاجتماعي مع الآخرين عبر شبكة الإنترنت هي بالترتيب التالي: "الفيس بوك"، تلاه "تويتر"، ثم "انستجرام"، وهو ما يعنى سيطرة شبكات التواصل الاجتماعي على وسائل الاتصال الإلكترونية الأخرى وذلك عند التواصل مع الآخرين.

## 6- أهم القيم التي أكتسبها الشباب نتيجة اعتماده على الإنترنت كوسيلة للتواصل والتفاعل الاجتماعي مع الآخرين:

جدول (7) أهم القيم التي أكتسبها الشباب نتيجة اعتماده على الانترنت كوسيلة للتواصل والتفاعل الاجتماعي مع الآخرين

قيم اجتماعية	ك	%
1- المشاركة المجتمعية	290	72.0
2- التعاون	221	55.0
3- الصداقة	215	53.8
4- حب الغير (الإيثار)	133	33.2
5- النقد الموضوعي (البناء) للآخرين	130	32.0
6- احترام الآخرين	122	30.0
7- مساعدة الآخرين	95	24.0
8- تحمل المسؤولية	52	13.0
قيم دينية	ك	%
1- التقوى	214	53.5
2- بر الوالدين	186	46.5
3- الصدق والإحسان	133	33.2
4- التواضع	130	32.0
5- الوفاء	33	8.2
6- الأمانة.	27	6.7
قيم اقتصادية	ك	%
1- قيم حب العمل	186	46.5
2- ترشيد الاستهلاك	158	76.7
3- استثمار الوقت	27	6.7
4- احترام ملكية المال.	21	10.2

قيم سياسية		
ك	%	
200	50.0	1- الانتماء
195	48.8	2- المساواة
172	43.0	3- الوحدة الوطنية.
133	33.2	4- الحرية
130	32.0	5- التضامن
95	23.7	6- المواطنة.
33	8.2	
قيم نفسية		
ك	%	
195	48.8	1- إثبات الذات
172	43.0	2- الطموح
400		ن

بناءً على بيانات الجدول (7) يتضح أن أهم القيم الاجتماعية التي أقر الشباب بأنها اكتسبوها نتيجة اعتمادهم على الإنترنت بتطبيقاتها المختلفة تمثلت في المقام الأول في: قيمة المشاركة المجتمعية في المقام الأول وهو ما يمكن تفسيره في إطار دور الإعلام الجديد في المشاركة في الأحداث المجتمعية والتي كان أهمها المشاركة في تورتى "25 يناير" و "30 يوليو" المصريتين، وذلك كما جاء من نتائج العديد من الدراسات التي أثبتت دور وسائل الإعلام الجديد وتحديداً "الفيس بوك" في المشاركة في الأحداث المجتمعية والسياسية السائدة، تلا قيمة المشاركة المجتمعية، قيمة "التعاون، ثم "الصدقة"، وعلى مستوى القيم الدينية، تصدرت قيمة "التقوى"، ثم قيمة "بر الوالدين"، ثم قيمة "الصدق والاحسان"، وعلى مستوى مجموعة القيم الاقتصادية المكتسبة تصدرت قيمة "حب العمل"، ثم ترشيد الاستهلاك"، ثم "استثمار الوقت"، أما على مستوى قائمة مجموعة الدوافع السياسية المكتسبة فجاءت بالترتيب التالي: "الانتماء" ثم "المساواة" ثم "الوحدة الوطنية"، وعلى مستوى القيم النفسية جاءت قيمة "إثبات الذات" تلاها قيمة الطموح".

## 7-المقياس التجميعي للتأثيرات (المجموعات) القيمة التي حصل عليها الشباب نتيجة اعتماده على الاعلام الجديد كوسلة للتواصل والتفاعل الاجتماعي .

جدول (8) أهم التأثيرات (المجموعات) القيمة التي اكتسبها الشباب جراء استخدامه للانترنت بتطبيقاتها المختلفة.

متوسط الوزن	معارض		محايد		موافق		درجة الموافقة	التأثيرات القيمة
	%	ك	%	ك	%	ك		
2.4550	103	41	34.0	136	55.8	223	1- تأثيرات قيمة اجتماعية	
2.4400	8.3	33	39.5	158	52.3	209	2- تأثيرات قيمة دينية.	
2.4322	8.2	32	39.5	158	50.0	200	3- تأثيرات قيمة سياسية	
2.4000	7.5	30	45.0	180	47.5	190	4- تأثيرات قيمة نفسية	
2.3975	12.3	49	53.8	143	52.0	208	5- تأثيرات قيمة اقتصادية	
400							ن	

وفقاً للمقياس التجميعي الذي تم إعداده بناءً على السؤال المتعلق بأهم القيم الفرعية التي تم اكتسابها من جراء الاعتماد على الإعلام الجديد متمثلاً في الإنترنت بتطبيقاتها المختلفة، اتضح أن أهم هذه التأثيرات تمثلت في الترتيب التالي: اجتماعية، ثم دينية، ثم سياسية، ثم نفسية، ثم اقتصادية.

8- رؤية الشباب لمدى مساهمة الإعلام الجديد في تغيير المنظومة للقيمة للشباب:

جدول (9) رؤية الشباب لمدى مساهمة الإعلام في تغيير المنظومة القيمة لدى الشباب

مدى الموافقة	ك	%
--------------	---	---

74.0	296	1- نعم ألى حد كبير .
21.0	84	2- نعم الى حد ما .
5.0	20	3- لا .
%100	400	ن

تشير بيانات الجدول (9) إلى أن النسبة الأكبر من أفراد عينة الدراسة يرون أن وسائل الإعلام الجديد قد ساهمت بالفعل فى تغيير المنظومة القيمية لدى الشباب وذلك بنسبة 74.0%.

### 9- نوع هذا التغيير القيمي من حيث كونه إيجابياً أم سلبياً:

جدول (10) نوع التغيير القيمي من حيث كونه إيجابياً أم سلبياً

%	ك	مدى الموافقة
89.8	359	1- إيجابياً
10.2	41	2- سلبياً.
%100	400	ن

يتضح من بيانات الجدول (10) أن نوع التغيير القيمي الذى يرى الشباب ان الإعلام الجديد قد أحدثه بمنظومة القيم لدى فئة الشباب كان إيجابياً وذلك بنسبة 89.8%.

### 10- اتجاه الشباب نحو الإعلام الجديد كأداة لتغيير منظومة القيم بالمجتمع.

جدول (11) اتجاه الشباب نحو الاعلام الجديد كأداة لتغيير منظومة القيم بالمجتمع

%	ك	الاتجاه
76.7	307	1- قوى .
21.3	85	2- متوسط .
2	8	3- ضعيف .

ن	400	%100
---	-----	------

يتضح من بيانات الجدول (11) سيادة اتجاه الشباب الايجابي "القوى" نحو دور الإعلام الجديد متمثلاً في شبكة الإنترنت بتطبيقاتها المختلفة كأداه لتغيير المنظومة القيمة بالمجتمع للأفضل.

### ثالثاً: نتائج اختبار فروض الدراسة:

#### 9-الفرض الرئيسي الأول:

1-توجد فروق ذات دلالة احصائية بين المتغيرات الديموجرافية (النوع- المستوى التعليمي- المستوى الاقصادى الاجتماعى) للشباب واتجاههم نحو الإعلام الجديد كأداه لتغيير منظومة المجتمع.

• 1/1 توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متغير (النوع ) واتجاه الشباب نحو الإعلام الجديد كأداه لتغيير منظومة القيم بالمجتمع.

جدول (12) الفروق احصائية بين متغير (النوع ) واتجاه الشباب نحو الاعلام الجديد كأداه لتغيير منظومة المجتمع

الاتجاه	النوع	حجم العينة	المتوسط الحسابى	قيمة (ت)	درجة الحرية ن - 1	مستوى المعنوية •
الاتجاه نحو الاعلام الجديد كأداه لتغيير منظومة القيم بالمجتمع	ذكر	214	5.4813	1.850	398	0.065
	أنثى	186	5.1828			

باستخدام اختبار (t) \* يتضح من بيانات الجدول (12) أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين نوع المبحوثين من حيث اتجاهاتهم نحو الإعلام الجديد كأداة لتغيير منظومة القيم داخل المجتمع.

• 2/1- توجد توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متغير (المستوى التعليمي ) واتجاه الشباب نحو الإعلام الجديد كأداة لتغيير منظومة القيم بالمجتمع.

جدول (13) الفروق الاحصائية بين متغير (المستوى التعليمي ) واتجاه الشباب نحو الاعلام الجديد كأداة لتغيير منظومة المجتمع

الاتجاه	المستوى التعليمي	حجم العينة	المتوسط الحسابي	درجات الحرية	(F) قيمة	مستوى المعنوية •
الاتجاه نحو الاعلام الجديد كأداة لتغيير منظومة القيم بالمجتمع.	متوسط	21	17.2857	2، 203	1.264	0.285
	عال	158	17.6709			
	دراسات عليا	27	18.9259			

تشير بيانات الجدول (13) إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية بين فئات المستوى التعليمي للمبحوثين واتجاهاتهم نحو الإعلام الجديد كأداة لتغيير المنظومة القيمية بالمجتمع.

3/1- توجد توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متغير (المستوى الاجتماعي الاقتصادي) واتجاه الشباب نحو الإعلام الجديد كأداة لتغيير منظومة القيم بالمجتمع.

جدول (14) الفروق الاحصائية بين متغير (المستوى الاجتماعي الاقتصادي) واتجاه الشباب نحو الاعلام الجديد كأداة لتغيير منظومة القيم بالمجتمع.

الاتجاه	المستوى الاجتماعي الاقتصادي	حجم العينة	المتوسط الحسابي	درجات الحرية	قيمة (F)	مستوى المعنوية
الاتجاه نحو الاعلام الجديد كأداة لتغيير منظومة القيم بالمجتمع.	ضعيف	172	5.4302	2، 397	0.547	0.579
	متوسط	159	5.2564			
	عال	33	5.3939			

تشير بيانات الجدول رقم (14) إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية بين مستويات المستوى الاجتماعي الاقتصادي للمبحوثين من حيث اتجاههم نحو الإعلام الجديد كأداة لتغيير منظومة القيم بالمجتمع، وبالتالي يمكن القول برفض صحة الفرض الرئيسي الأول من الدراسة.

2-توجد فروق ذات دلالة احصائية بين حجم تعرض الشباب للإعلام الجديد والتأثيرات القيمية التي اكتسبها الشباب نتيجة الاعتماد على الإعلام الجديد.

جدول (15) الفروق ذات دلالة احصائية بين حجم تعرض الشباب للاعلام الجديد والتأثيرات القيمية التي اكتسبها الشباب نتيجة الاعتماد على الاعلام الجديد

التأثيرات القيمية	حجم التعرض للاعلام الجديد	حجم العينة	المتوسط الحسابي	درجات الحرية	قيمة (F)	مستوى المعنوية
1- تأثيرات قيمية اجتماعية	كثيف	195	7.4154	2، 397	6.763	0.001
	متوسط	154	6.8705			
	ضعيف	51	5.7843			

0.217	4.126	2، 397	8.3987	195	كثيف	2- تأثيرات قيمية دينية
			6.7282	154	متوسط	
			5.9020	51	ضعيف	
0.120	3.981	2، 397	9.6234	195	كثيف	3- تأثيرات قيمية سياسية
			8.1333	154	متوسط	
			7.3333	51	ضعيف	
0.217	4.171	2، 397	8.3987	195	كثيف	4- تأثيرات قيمية نفسية
			7.7282	154	متوسط	
			6.9020	51	ضعيف	
0.120	3.959	2، 397	8.6234	195	كثيف	5- تأثيرات قيمية اقتصادية
			7.1333	154	متوسط	
			6.3333	51	ضعيف	

تشير بيانات الجدول (15) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين حجم التعرض للإعلام الجديد والتأثيرات القيمية الاجتماعية الناتجة عن هذا التعرض وذلك عند مستوى معنوية (0.001) وبلغت قيمة معامل ANOVA (6.763) وقد جاءت هذه الفروض لصالح فئة "كثيفي" التعرض للإعلام الجديد صاحبة المتوسط الحسابي الأعلى، ولم تظهر نتائج نفس الجدول وجود فروق دالة إحصائية بين حجم التعرض للإعلام الجديد وكل من التأثيرات القيمية الدينية والسياسية والنفسية والاقتصادية.

3- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين حجم تعرض الشباب للإعلام الجديد واتجاه الشباب نحو الإعلام الجديد كأداة لتغيير منظومة القيم داخل المجتمع.

جدول (16) الفروق الاحصائية بين حجم تعرض الشباب للإعلام الجديد واتجاه الشباب نحو الإعلام الجديد كأداة لتغيير منظومة القيم داخل المجتمع

حجم التعرض	الاتجاه	حجم	المتوسط	درجات	(F)	مستوى
------------	---------	-----	---------	-------	-----	-------

المعنوية	قيمة	الحرية	الحسابي	العينة		
0.020	1.353	2، 397	2.9108	307	قوى	حجم تعرض الشباب للاعلام الجديد
			2.7117	85	متوسط	
			2.7333	8	ضعيف	

تشير بيانات الجدول (16) إلى وجود فروق دالة احصائياً بين حجم تعرض الشباب لوسائل الإعلام الجديد وبين مستويات اتجاه الشباب نحو الإعلام الجديد كأداه لتغيير منظومة القيم داخل المجتمع وذلك عند مستوى معنوية (0.020)، وقد بلغت قيمة (ف) (1.353)، وجاءت الفروق لصالح فئة "ذوى الاتجاه القوي" نحو الإعلام الجديد كأداه لتغيير المجتمع" وهو ما يعنى أنها الفئة الأكثر تعرضاً للإعلام الجديد بتطبيقاته المختلفة.

#### 10- توصيات الدراسة:

1- إجراء المزيد من البحوث حول النسق القيمي للشباب، وعلاقته بوسائل الإعلام الجديد، ورصد التأثيرات المحتملة لاعتمادهم علي تلك الوسائل الالكترونية، سعياً لإحداث المزيد من التواصل مع تلك الفئة المهمة في أى مجتمع.

2- توصي الدراسة بتكثيف الدراسات النظرية والعملية والميدانية لرصد ظاهرة إدمان الانترنت ومعرفة مدى انتشارها في المجتمع وأثارها على الشباب بشكل خاص في أدائهم العلمي وحياتهم الأسرية.

3- دعم التوعية الأسرية والإعلامية بالمخاطر الاجتماعية والأخلاقية الناجمة عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ومشاركة الأسرة للأبناء في بيان أهمية استخدام الانترنت وتحديد ايجابياته وسلبياته.

- 4- وضع برامج إعلامية توعويه للشباب لترشيد استخدام تلك الشبكات، وإصدار نشرة إعلامية إرشادية جامعية، توزع داخل الجامعة لنشر الوعي لدى الشباب بضرورة الاستفادة من الانترنت بشكل إيجابي.
- 5- العمل على استغلال اقبال الشباب الشديد على وسائل الإعلام الجديد بكافة أشكاله والعمل على دعم المنظومة القيمية للشباب من خلال هذا الإعلام الجديد
- 6- من المهم تكاتف عدد من الجهات لدعم المنظومة القيمية لدى الشباب منها: وسائل الإعلام التقليدية والحديثة بجانب مؤسسات التنشئة الاجتماعية والتي منها دور الاسرة والمدرسة والجامعة والجامع أو الكنيسة، وغيرهم من مؤسسات التنشئة الاجتماعية

## المراجع و المصادر :

- (1) دراسة بعنوان: أكثر من 15% من نصف المراهقين الأمريكيين يستخدمون "فيسبوك"، موقع الأهرام الإلكتروني، متاحة على:  
<http://gate.ahram.org.eg/NewsContent/>. On (20/8/2016).
- (2) مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، استطلاع رأي الشباب حول استخدامات الإنترنت، تقرير صادر عن مركز استطلاع الرأي العام بمركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار التابع لمجلس الوزراء، سبتمبر، 2008، ص 1.
- (3) Steve Jones, **Encyclopedia of New Media: An Essential Reference to Communication and Technology**, U.S.A, SAGE Publications, p75- 76 2008
- (4) Delano, Jane et al, The Influence Of New Media And Family Structure On Young Adolescent' Television And Radio Use, **Communication Research**, Vol.17, (2002), No.1 p 15.
- (5) علي احمد الجمل، القيم ومناهج التاريخ الإسلامي ( القاهرة: عالم الكتب، 1996) ص 17.
- (6) ضياء زاهر ، القيم في العملية التربوية ( القاهرة: مركز الكتاب للنشر ، 1996) ص10
- (7) خليل أحمد خليل، معجم المصطلحات الاجتماعية، بيروت دار الفكر اللبناني، 1994، ص334.

- (8) محمد صلاح الدين مجاور : التربية الخلقية ومسئولية المدرسة فيها، الكويت -مجلة العربي - العدد 133 ديسمبر 1969 . ص101.
- (9) كمال بلخيري : النسق القيمي لدى الفرد الجزائري وعلاقته بالجريمة ، جامعة فرحات عباس ، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، العدد 15 ، 2012، ص 50
- (10) ضياء زاهر، القيم في العملية التربوية، القاهرة، مركز الكتاب للنشر، 1996، ص25-28
- (11) uohiniemi, M. 1995. Values, Consumer Attitudes and Behavior: An Application of Schwartz's Value Theory to the Analysis of Consumer Behavior and Attitudes in Two National Samples. University of Helsinki, Helsinki, 1995
- (11) Puohiniemi, M. 1995. Values, **Consumer Attitudes and Behavior: An Application of Schwartz's Value Theory to the Analysis of Consumer Behavior and Attitudes in Two National Samples**. University of Helsinki, Helsinki, 1995 , p 88.
- (12) Sagiv, L., & Schwartz, S. H. 1995. **Value priorities and readiness for out-group social contact**. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69(3), 437-448.
- (13) Schwartz, S. H. 1994. Are There Universal Aspects in the Structure and Contents of Human Values? *Journal of Social Issues*, 50(4), pp19-45
- (14) Schwartz, S. H. 2006. Basic human values: theory, measurement, and applications. *Journal of Social Issues*, 47(4), p 15
- (15) محمود عطا حسين عقل، القيم السلوكية لدى طلبة المرحلتين المتوسطة والثانوية في دول الخليج العربية، مكتبة التربية العربية لدول الخليج، 2001، ص70.
- (16) يحيى مرسى عيد بدر، الإدراك المتغير للشباب المصري دراسة في الأنثروبولوجيا، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1998، ص197.
- (17) أحمد مجدى حجازى، أزمة القيم، مجلة الديمقراطية، القاهرة، الأهرام، العدد (9)، 2003، ص53.
- (18) <http://www.swissinfo.ch/ara/> On (12/8/2016).
- (19) نفس المرجع السابق.
- (20) نفس المرجع السابق.
- (21) أحمد زايد ، المدخل النظري في دراسة القيم (الدوحة، مركز الوثائق والدراسات الإنسانية، 1994) ص52.
- (22) على ليلة، الثقافة العربية والشباب، القاهرة، ط1، المصرية اللبنانية، ط1، المصرية اللبنانية، 2003، ص ص31-33.
- (23) دعنان إبراهيم أحمد، محمد المهدي الشافعي، علم الاجتماع التربوي الأنساق الاجتماعية التربوية، ليبيا : جامعة سبها، 2001، ص 264.
- (24) نفس المرجع السابق، ص 265.
- (25) Schwartz, S. H., & Huisman, S. 1995. Value priorities and religiosity in four Western religions. *Social Psychology quarterly*, 58, 88-107.
- (26) James Johnson, (2007) Public sphere, *the American political Science*, Vol.88, No.2. p 55.

(27) عيبر ابراهيم عزى، وسائل الإعلام التقليدية والجديدة والمجال العام: دراسة تطبيقية على قضايا الحريات، (رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2009) ص 8

(28) عبدالمقصود، هشام، خصائص المجال العام لتقديم التعبيرات السياسية والاجتماعية عن قضايا وأحداث الشؤون العامة في وسائل الإعلام الجديدة، مؤتمر الأسرة والإعلام وتحديات العصر، الجزء الثاني، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، (2009) ص 14.

(29) Stephen W. Litteljohn, **Theories of Mass Communication** (United Kingdom: Wadsworth, p325. 2002)

(30) James Watson, "**Models of Mass Effects to Theory and Process** (London: McMillan Press LTD, 1998) p. 65.

) Stanly J. Baran & Dennis R. Davis, **Mass Communication Theory, Foundation, 31( Ferment and Future** (New York: Wadsworth Publishing Company, 1995) p 226.

) S. Ball Rokeach & M. Defleur, "Origins of Individual Media System Dependency, A 2(3 Sociological Framwork, **Communication Research**, Vol.12, No.4, 1985) p495.

) S. Ball Rokeach & M. Defleur, **Theories of Mass Communication**, 4<sup>th</sup> ed (London: 33( Longman Inc, 1982) p 242.

(34) سهير عثمان، علاقة تعرض الشباب للصحافة المطبوعة والإلكترونية باتجاهاتهم نحو ظاهرة الإرهاب، دراسة تحليلية ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2006) ص 51.

) Seven Windahl & Dennis Mcquail, **Communication Models For the Study of Mass 35( Communication** (New York, Longman Publishing, 1993) P 112.

(36) نفس المرجع السابق، ص 95.

) Donald L. Pry & Thomas A. Mc Cain, " Community With A Controversial Local Issue", 37( **journalism Quarterly**, Vol.60, No.3, 1993, p 459.

(38) رباب الجمال، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي علي تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي - دراسة ميدانية، كلية الاتصال والإعلام، جامعة الملك عبد العزيز، متاحة على:

<http://dalaya6848.blogspot.com.eg/2014/04/3.html>

(39) صهيب كمال الأغاو وعبد السلام محمد نصار، بعنوان "دور الوسائط الإعلامية الفلسطينية في تدعيم القيم لدى المراهقين بمحافظة غزة" مجلة الجامعة الإسلامية، سلسلة الدراسات الإنسانية (المجلد السادس عشر، العدد الأول، ص - 633 ص 682 ، يناير 2008

(40) السعيد بومعيزة، أثر وسائل الاعلام على القيم لدى عينة من الشباب الجزائري بمنطقة البلدية بالجزائر، رسالة دكتوراة غير منشورة (الجزائر : كلية العلوم السياسية والاعلام، 2006).

(41) عزة مصطفى الكحكي، القنوات الفضائية الأجنبية وانعكاساتها على الهوية وأزمة القيم لدى عينة من الشباب العربي في مرحلة المراهقة، المؤتمر العلمي السنوى العاشر، ج1، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2004.

(42) إيمان عز العرب، "دور التلفزيون في تغيير بعض القيم في مدينة طنطا، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة طنطا، 1996.

(43) سمير حسن (1995)، **بحوث الإعلام**، دراسات في مناهج البحث العلمي (القاهرة، عالم الكتب، 1995) ص 71.

(44) سامى طابع، **بحوث الإعلام** (القاهرة، دار النهضة العربية، 2001) ص 167.

National Samples. University of Helsinki, Helsinki, 1995  
uohiniemi, M. 1995. Values, Consumer Attitudes and  
Behavior: An Application of Schwartz's Value Theory to  
the Analysis of Consumer Behavior and Attitudes in Two  
National Samples. University of Helsinki, Helsinki, 1995