



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 8 ماي 1945 قالمة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات



مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر

شعبة: علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال جماهيري و الوسائط الجديدة

الموضوع:

أثر وسائل الإعلام الحديثة على تشكيل قيم الشباب جامعة قالمة نموذجا

تحت إشراف:

الاستاذ الدكتور حميد حملاوي

إعداد الطلبة:

✓ آية مناصرية
✓ شكري عوابدي

لجنة المناقشة:

عضوا رئيسا	د. ناماشة رابح
مشرفا ومقرا	أ.د حميد حملاوي
ممتحنا	د. علوي أميرة

السنة الجامعية: 2024/2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ
وَالَّذِي يُضَوِّبُ الْمَاءَ
فَتَخْرُجُ مِنْهُ شَجَرٌ
مُتَشَابِهٌ لِقُلُوبِ
الْأَشْيَاءِ يُسْقَى مِنْ
تَحْتِهَا مِنَ الْمَاءِ
وَالَّذِي يَجْعَلُ
الْغُلَامَ إِذَا نَزَلَ مِنَ
الْمَرْءِ فَكَانَ خَلْقًا
مُتَشَابِهًا لِقُلُوبِ
الْأَشْيَاءِ يُسْقَى مِنْ
تَحْتِهَا مِنَ الْمَاءِ
وَالَّذِي يَجْعَلُ
الْغُلَامَ إِذَا نَزَلَ مِنَ
الْمَرْءِ فَكَانَ خَلْقًا
مُتَشَابِهًا لِقُلُوبِ
الْأَشْيَاءِ يُسْقَى مِنْ
تَحْتِهَا مِنَ الْمَاءِ

شكر والتقدير

الحمد والشكر لله تعالى على توفيقه لإتمام هذا العمل.

يطيب لنا في هذا المقام، ذكر قول الشاعر أحمد شوقي في قصيدته:

فم للمعلم وفه التبجيلا

كاد المعلم ان يكون رسولا

أعلمت أشرف او اجل من الذي

بيني وبينشئ أنفسا وعقولا

سبحانك اللهم خير معلم

نتقدم بجزيل الشكر والعرفان إلى الأستاذ الدكتور حميد حملاوي لإشرافه على هذا العمل وعلى كل ما قدمه من إرشادات وتوجيهات، كلما لجأنا إليه أعطانا من وقته وكان لنا خير معين ومرشد.

كما لا يفوتنا أن نشكر كل أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال على ما قدموه لنا طوال مشوارنا الجامعي، خاصة الدكتورة رئيسة القسم مريم روابحية على تفانيها في العمل والدعم والتشجيع المستمر لنا نحن الطلبة.

وكذلك كل الشكر لمن وقف معنا ودعمنا من بعيد او قريب لإتمام هذه المذكرة بجهده ووقته ودعائه.

الاهداء

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف المرسلين نبينا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين

" ما ضاع جُهد الامسِ في يوم سدى

والله يجزي الحُسن بالإحسان "

بفضل الله الحمد لله عند البدء وعند الختام..

إلى داعمي الأول طوال مسيرتي العلمية، سندي وفخري واعتزازي والدي

إلى من جعل الله الجنة تحت أقدامها واحتضني قلبها قبل يديها وسهلت لي الشدائد بدعائها، والدي

إلى ضلعي الثابت، من شددت عضدي بهم اخوتي (ريان، اميمة، فطيمة، هبة، جميلة، صهيب)

إلى عائلتي الكبيرة ولفقيد قلبي خالي توفيق قوادري رحمه الله

إلى رفاق الرحلة المتواجدين بجاني دائماً، من كانوا في السنوات العجاف سحاباً ممطراً انا ممتنة.

(أمال ، أحلام ، ميسون، غادة ، أية ، ملاك ، ريان، شيماء)

إلى أصدقاء الجامعة!

اقل ما يقال عنهم هم العائلة الثانية، أصدقاء بنكهة الاخوة، نعيش سوياً أزهى سنوات عُمرنا، ونقضي معهم

ساعات وايام أكثر مما نفعل مع اهلنا أشخاص انجبتهم لنا مواقف الشهامة وكانوا لنا خير سند.

إلى من شاركني هذا البحث العلمي المتواضع وتقاسمنا معا التعب والجهد الزميل شكري عوابدي.

اللهم عوض اهل غزة بقصور في الجنة وارحهم بعد هذا التعب واكتب لهم الأجر

اللهم اجعل فزعات قلوبهم وكل ما فقدوه شفيعا لهم يوم القيامة.

الطالبة مناصرية آية

الاهداء

الحمد لله وكفى والصلاة والسلام على النبي المصطفى، الحمد لله الذي وفقني لإتمام هذا العمل

أهدي ثمرة جهدي الى:

الى من جعل الجنة تحت أقدامها وسهلت لي الشدائد بدعائها الى الانسانية العظيمة التي لطالما تمننت أن تقر عينها لرؤيتي في يوم كهذا الى ضلعي الثابت وأمان أيامي الى من كانت الداعم الأول لتحقيق طموحي الى من لا تكفي الحروف والعبارات وصفها، اليك يا جنتي يا أمي.

الى من كلل العرق جبينه وألبسني العزيمة الى من أحمل اسمه بكل فخر، الى من بذل النفس والنفيس واستمدت منه قوتي واعتزازي بذاتي الى والدي وأبي.

الى من شددت عضدي بهم فكانوا لي ينابيع أرتوي منها الى خيرة أيامي وصفوتها الى قرّة عيني، الى اخواني أحمد نور الاسلام، ناجي، ناصرالدين، معترز بالله ومحمد مرتضى.

الى سندي الى قرّة عيني الى وحيدتي الى من جعلها الله لنا واحدة لتقر بها عيننا الى عزيزتي وأختي نهى.

لكل من كان عوناً وسنداً في هذا الطريق للأصدقاء الأوفياء ورفقاء السنين لأصحاب الشدائد والأزمات الى أصدقائي ورفقائي عز الدين، رمزي، أحمد.

والى من قاسمتني شقاء وعناء وعبء هذا العمل زميلتي آية مناصرة.

وأخيراً لمن قال أنا لها "ناها" وأنا لها ان أبت رغماً عنها أتيت بها، ما كنت لأفعل لولا توفيق من الله ها هو اليوم

العظيم هنا اليوم الذي أجريت سنوات دراستي الشاقة حالماً بما حتى توالى بمنه وكرمه لفرحة التمام، فالحمد لله

الذي ما تيقنت به خيراً وأملاً الا وأغرقتني سروراً وفرحاً ينسيني مشقتي فالحمد لله شكراً وجباً وامتناناً على البدء

والختام واخر دعواهم أن الحمد لله رب العالمين.

الطالب عوايدي شكري.

ملخص الدراسة:

تتمحور هذه الدراسة حول معرفة أثر وسائل الإعلام الحديثة على تشكيل قيم الشباب، حيث انطلقت الدراسة من طرح تساؤل رئيسي على النحو التالي:

ما أثر استخدام وسائل الإعلام الحديثة على تشكيل قيم الشباب الجامعي الجزائري؟

وتكمن أهمية الدراسة في معرفة مدى تأثير وسائل الإعلام الحديثة على تشكيل قيم الشباب، والسعي الى الحفاظ على القيم الايجابية المكتسبة من الوسائل الاعلامية الحديثة والحد من السلبيات الناجمة عن الاستخدام والتعرض الغير واع الذي يؤثر على النسق القيمي. وتهدف للكشف عن عادات وأنماط استخدام شريحة الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي في ظل التزايد والإقبال الكبير عليها وفقا لما كشفت عنه العديد من الدراسات المنعزلة حديثا في حقل علوم الإعلام والاتصال، ومعرفة القيم التي تحملها وسائل الإعلام الحديثة للشباب. معتمدين على مقترب الاستخدامات والاشباع والاحتمية القيمية كمقاربة نظرية، وللوصول الى أهداف الدراسة اعتمدنا المنهج الوصفي، وقمنا باختيار العينة القصدية التي حددت ب 100 مفردة من طلبة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، أما الأداة المناسبة لعينة الدراسة هي أداة الاستمارة كأداة لجمع البيانات.

وبعد جمع البيانات وتحليلها توصلت الدراسة الى جملة من النتائج التي أجابت عن تساؤلات الدراسة و أثبتت فرضياتها و من أهمها : الارتباط الوثيق لمفردات العينة بالوسائل الجديدة ، أن من بين أكثر مجالات القيم تداولها بين الشباب عبر الوسائل الإعلامية الحديثة القيم ذات البعد الاجتماعي، و أن القيم بأبعادها النفسية، التربوية، الجمالية، الاقتصادية و السياسية، تملك درجة حضور قوية عبر هذه الوسائل، توصلت الدراسة أيضا أن القيم تتأثر بالاستخدام والتعرض للوسائل الإعلامية الحديثة منها السلبية و الايجابية، وتتحدد هذه الآثار حسب طريقة الاستخدام والمضامين التي تحتويها هذه الوسائل . وانتهت الدراسة بتقديم مجموعة من التوصيات لإثراء الموضوع أكثر.

الكلمات المفتاحية: الأثر / الإعلام الجديد / القيم / الشباب.

Study summary:

This study is centered around knowing the impact of modern media on shaping the values of young people. The study began by asking a main question as follows:

What is the impact of the use of modern media on shaping the values of Algerian university youth?

The importance of the study lies in knowing the extent of the influence of modern media on shaping the values of young people, and seeking to preserve the positive values acquired from modern media and reduce the negatives resulting from unconscious use and exposure that affect the value system. It aims to reveal the habits and patterns of university youth's use of social networking sites in light of the increase and great demand for them, according to what was revealed by many recently completed studies in the field of media and communication sciences, and to know the values that modern media hold for young people. Relying on the uses and gratifications approach and value determinism as a theoretical approach, and to reach the objectives of the study, we adopted the descriptive approach, and we selected a purposive sample that was limited to 100 individuals from students of the College of Humanities and Social Sciences.

The appropriate tool for the study sample is the questionnaire as a tool for collecting data. After collecting and analyzing data, the study reached a number of results that answered the study's questions and proved its hypotheses, the most important of which are:

The close connection of the sample items with new media. Among the most widely discussed areas of values among young people through modern media are values with a social dimension, and that values in their psychological, educational, aesthetic, economic, and political dimensions have a strong degree of presence through these means. The study also found Values are affected by the use and exposure to modern media, both negative and positive, and these effects are determined according to the method the use and contents of these means.

The study ended by presenting a set of recommendations to further enrich the topic.

Keywords: influence/new media/values/youth.

Résumé de l'étude :

Cette étude est centrée sur la connaissance de l'impact des médias modernes sur la formation des valeurs des jeunes. L'étude a commencé par poser une question principale comme suit :

Quel est l'impact de l'utilisation des médias modernes sur la formation des valeurs de la jeunesse universitaire algérienne ?

L'importance de l'étude réside dans la connaissance de l'étendue de l'influence des médias modernes sur la formation des valeurs des jeunes, dans la recherche de la préservation des valeurs positives acquises grâce aux médias modernes et dans la réduction des effets négatifs résultant d'une utilisation et d'une exposition inconscientes. Affecter le système de valeurs. Il vise à révéler les habitudes et les modèles d'utilisation des sites des réseaux sociaux par les jeunes universitaires, à la lumière de l'augmentation et de la forte demande de ceux-ci, selon ce qui a été révélé par de nombreuses études récemment réalisées dans le domaine des sciences des médias et de la communication, et à connaître les valeurs que les médias modernes véhiculent pour les jeunes. En nous appuyant sur l'approche des usages et des gratifications et du déterminisme des valeurs comme approche théorique, et pour atteindre les objectifs de l'étude, nous avons adopté l'approche descriptive et nous avons sélectionné un échantillon raisonné limité à 100 individus parmi les étudiants du Collège des sciences humaines et Sciences sociales. L'outil approprié pour l'échantillon étudié est le questionnaire en tant qu'outil de collecte de données. Après avoir collecté et analysé les données, l'étude a atteint un certain nombre de résultats qui ont répondu aux questions de l'étude et prouvé ses hypothèses, dont les plus importantes sont :

Le lien étroit entre les éléments de l'échantillon et les nouveaux médias Parmi les domaines de valeurs les plus largement discutés parmi les jeunes à travers les médias modernes figurent les valeurs à dimension sociale, et ces valeurs dans leurs dimensions psychologique, éducative, esthétique et économique., et les dimensions politiques ont un fort degré de présence à travers ces moyens. L'étude a également révélé que les valeurs sont affectées par l'utilisation et l'exposition aux médias modernes, à la fois négatifs et positifs, et ces effets sont déterminés selon la méthode. L'utilisation et le contenu de ces moyens.

L'étude s'est terminée par la présentation d'un ensemble de recommandations visant à enrichir davantage le sujet.

Mots clés : influence/nouveaux médias/valeurs/jeunesse.

فهرس المحتويات

	شكر و عرفان
	الإهداء
	ملخص الدراسة
	فهرس المحتويات
	قائمة الجداول
	قائمة الاشكال
أ	مقدمة
الإطار المنهجي للدراسة	
02	1/ إشكالية الدراسة
03	2/ تساؤلات الدراسة
03	3/ فرضيات الدراسة
03	4/ أسباب اختيار الموضوع
04	5/ أهمية الدراسة
04	6/ أهداف الدراسة
05	7/ تحديد المفاهيم
08	8/ الدراسات السابقة
14	9/ مقارنة النظرية
الإطار النظري للدراسة	
الفصل الأول: مدخل عام حول وسائل الإعلام الحديثة	
15	المبحث الأول : مفهوم وسائل الإعلام الحديثة
15	المبحث الثاني: أنواع وسائل الإعلام الحديثة و خصائصها
23	المبحث الثالث: وظائف وسائل الإعلام الحديثة
25	المبحث الرابع: مجالات تأثير وسائل الإعلام الحديثة
الفصل الثاني: القيم	
29	المبحث الأول : ماهية القيم
29	المبحث الثاني: أنواع القيم وتصنيفاتها

31	المبحث الثالث : خصائص القيم
32	المبحث الرابع : أهمية القيم
الفصل الثالث : الشباب	
35	المبحث الأول : مفهوم الشباب
35	المبحث الثاني : تحديد مرحلة الشباب
36	المبحث الثالث : خصائص و مميزات الشباب
37	المبحث الرابع : أهمية مرحلة الشباب
الفصل الرابع : الرسالة الإعلامية و ارتباطها بقيم الشباب	
39	المبحث الأول : أثر وسائل الإعلام الحديثة على تشكيل قيم الشباب
41	المبحث الثاني : الآثار الايجابية لوسائل الإعلام الحديثة على تشكيل قيم الشباب
42	المبحث الثالث : الآثار السلبية لوسائل الإعلام الحديثة على تشكيل قيم الشباب
43	المبحث الرابع : دور وسائل الإعلام الحديثة
الإطار الميداني للدراسة	
46	1/ منهج الدراسة
47	2/ مجتمع وعينة الدراسة
48	3/ أدوات جمع البيانات
49	4/ الإطار المكاني و الزماني للدراسة
50	5/ تحليل نتائج الاستبيان
70	6/ عرض النتائج على ضوء الفرضيات
71	7/ عرض النتائج العامة للدراسة
73	8/ التوصيات والاقتراحات
74	خاتمة
75	قائمة المصادر و المراجع
	قائمة الملاحق

قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	تحديد شريحة الشباب بفئات عمرية	36
02	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس	50
03	يمثل توزيع أفراد العينة حسب التخصص العلمي	50
04	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي	51
05	يبين توزيع أفراد العينة حسب الوسائل الإعلامية الحديثة الأكثر استخداما من قبلهم.	52
06	يبين توزيع أفراد العينة حسب استخدامهم لوسائل الإعلام الحديثة	53
07	يبين توزيع أفراد العينة حسب أنواع شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمة من قبلهم.	54
08	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متوسط ساعات استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي يوميا	55
09	يوضح توزيع أفراد العينة حسب طبيعة المضامين التي تثير اهتمامهم عبر الوسائل الإعلامية الحديثة.	56
10	يوضح توزيع أفراد العينة حسب تفضيلهم استخدام الوسائل الإعلامية (مع الاصدقاء/ العائلة/ بانفراد)	58
11	يوضح توزيع افراد العينة حسب الخدمات التي يتابعونها ويتفاعلون معها عبر الوسائل الإعلامية الحديثة.	59
12	يوضح توزيع افراد العينة حسب الاشباع المحققة من استخدامهم لوسائل الإعلام الحديثة.	60
13	يوضح توزيع افراد العينة حسب مجالات القيم الأكثر تداولاً بين الشباب عبر الوسائل الإعلامية الحديثة.	61

62	يوضح توزيع افراد العينة حسب تقييمهم لدرجة حضور هذه القيم عبر الوسائل الإعلامية الحديثة.	14
63	يوضح توزيع افراد العينة حسب درجة تناول القيم الاجتماعية الايجابية بين الشباب والوسائل الإعلامية الحديثة	15
64	يوضح توزيع افراد العينة حسب مساهمة وسائل الإعلام الحديثة في تشكيل القيم وتعزيز الوعي الاجتماعي والسياسي.	16
65	يوضح توزيع أفراد العينة حسب امكانية الاعلانات والدعايات عبر الانترنت والوسائل الإعلامية الحديثة التأثير على قيم الشباب.	17
66	يوضح توزيع أفراد العينة حسب مظاهر تأثير وسائل الإعلام على الشباب	18
67	يوضح توزيع أفراد العينة حسب تطابق القيم التي تعرضها وسائل الإعلام الحديثة مع القيم السائدة في المجتمع	19
68	يوضح توزيع أفراد العينة حسب هل تأثرت قيمهم من خلال استخدامهم وتعرضهم للوسائل الإعلامية الحديثة	20
68	كيف ذلك؟، إذا كانت اجابتك بنعم	21

قائمة الاشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
13	هرم ما سلو	01
50	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس.	02
51	يمثل توزيع أفراد العينة حسب التخصص العلمي	03
52	يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	04
53	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الوسائل الإعلامية الحديثة الاكثر استخداما من قبلهم.	05
54	يمثل توزيع أفراد العينة حسب استخدامهم لوسائل الإعلام الحديثة	06

55	يمثل توزيع أفراد العينة حسب أنواع شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمة من قبلهم.	07
56	يمثل متوسط ساعات استخدام العينة لمواقع التواصل الاجتماعي يوميا	08
57	يمثل توزيع أفراد العينة حسب طبيعة المضامين التي تثير اهتمامهم عبر الوسائل الإعلامية	09
58	يمثل توزيع أفراد العينة حسب تفضيلهم استخدام الوسائل الإعلامية (مع الاصدقاء/ العائلة/ بانفراد).	10
59	يمثل توزيع افراد العينة حسب الخدمات التي يتابعونها ويتفاعلون معها عبر الوسائل الإعلامية الحديثة.	11
60	يمثل توزيع افراد العينة حسب الاشباع المحققة من استخدامهم لوسائل الإعلام الحديثة.	12
61	يمثل توزيع افراد العينة حسب مجالات القيم الأكثر تداولاً بين الشباب عبر الوسائل الإعلامية الحديثة	13
62	يمثل توزيع افراد العينة حسب تقييمهم لدرجة حضور هذه القيم عبر الوسائل الإعلامية الحديثة.	14
63	يمثل توزيع افراد العينة حسب درجة تناول قيمة التعاون بين الافراد	15
63	يمثل توزيع افراد العينة حسب درجة تناول قيمة صلة الرحم بين الافراد والاقارب	16
64	يمثل توزيع افراد العينة حسب درجة تناول قيمة حسن الظن بالآخرين	17
65	يمثل توزيع افراد العينة حسب مساهمة وسائل الإعلام الحديثة في تشكيل القيم وتعزيز الوعي الاجتماعي والسياسي.	18
65	يمثل توزيع افراد العينة حسب امكانية الاعلانات والدعايات عبر الانترنت والوسائل الإعلامية الحديثة التأثير على قيم الشباب.	19

67	يمثل توزيع افراد العينة حسب مظاهر تأثير وسائل الإعلام على الشباب	20
68	يمثل توزيع افراد العينة حسب تطابق القيم التي تعرضها وسائل الإعلام الحديثة مع القيم السائدة في المجتمع.	21
68	يمثل توزيع افراد العينة حسب هل تأثرت قيمهم من خلال استخدامهم وتعرضهم للوسائل الإعلامية الحديثة.	22
69	يمثل توزيع افراد العينة حسب نوع التأثير	23

لعقود من الزمن، كانت وسائل الإعلام التقليدية مثل الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون، محور الاتصال المجتمعي ووسائل الإعلام التي تصل إلى الجماهير من خلال إيصال رسائل متنوعة لهم، سواء كانت هذه الرسائل ذات طابع سياسي أو اجتماعي أو تجاري أو طبيعة أخرى. ورغم أن هذه الوسائل تلعب دورا هاما، إلا أن وسائل الإعلام الحديثة أعادت تشكيل مشهد الاتصال والعمل الإعلامي في المجتمع المعاصر بما يتميز به من خصائص سرعة الاتصال السريعة، والتغطية الواسعة، والتفاعل القوي، والتكلفة المنخفضة.

وقد أحدثت هذه الوسائل ثورة نوعية في محتوى الوسائط المتعددة بما في ذلك النصوص والصور وملفات الصوت والفيديو. لقد كان لوسائل الإعلام الحديثة تأثير كبير على المجتمع بشكل عام والشباب بشكل خاص، وكان لها العديد من التأثيرات التي أثرت على كافة جوانب الحياة، وخاصة القيم. نحاول في هذه الدراسة معالجة ودراسة التأثيرات المختلفة من منظور قيم وذلك بإسقاط نظرية الحتمية القيمة في وسائل الإعلام ونظرية الاستخدامات والاشباع كنقطة انطلاق للبحث. نحن نركز على وسائل الإعلام الحديثة كظاهرة جديدة في المجتمع وعلى الشباب لأنهم يتعرضون بشكل كبير لوسائل الإعلام الحديثة، وتضمنت دراستنا إطار منهجي، إطار نظري وإطار تطبيقي حيث اشتمل الإطار المنهجي على اشكالية الدراسة، تساؤلات الفرعية، فرضيات، اسباب اختيار الموضوع، اهداف واهمية الموضوع، كما قمنا بتحديد الإطار المفاهيم واخيرا تطرقنا الى الدراسات السابقة والمقاربة النظرية.

أما الإطار النظري فقد احتوى على اربعة فصول، الفصل الاول تناول مفهوم وسائل الإعلام الحديثة، انواع الوسائل وخصائصها، وظائف ومجالات تأثير وسائل الإعلام الحديثة.

فيما يخص الفصل الثاني خصصناه لماهية القيم، انواعها وتصنيفاتها، وخصائص واهمية القيم.

اما الفصل الثالث فقد احتوى مفهوم الشباب، تحديد مرحلة الشباب، خصائص ومميزات الشباب، اهمية مرحلة الشباب.

أما الفصل الرابع تضمن أثر وسائل الإعلام الحديثة على تشكيل قيم الشباب، الآثار الايجابية والسلبية لوسائل الإعلام الحديثة.

وفيما يخص الإطار التطبيقي فقد تضمن مجالات دراستنا من ناحية المجال المكاني في جامعة قلمة 8ماي 1945،
اما الزماني من 27 مارس الى 05 افريل 2024، وكذا تحليل بيانات الاستبيان ثم النتائج وفق الفرضيات والنتائج
العامّة وأخيرا التوصيات وخاتمة كاستخلاص لما توصلنا إليه في دراستنا.

الإطار المنهجي للدراسة

1. إشكالية الدراسة
2. تساؤلات الدراسة
3. فرضيات الدراسة
4. أسباب اختيار الموضوع
5. أهمية الدراسة
6. أهداف الدراسة
7. تحديد المفاهيم
8. الدراسات السابقة
9. مقارنة النظرية

1. إشكالية الدراسة:

شهدت السنوات الماضية طفرات متلاحقة في تكنولوجيا وسائل الاعلام، وتغيرت معها قدرات الأفراد على التعامل مع هذه التكنولوجيا، نحو المزيد من السهولة واليسر، بحيث لم يعد استخدام هذه التكنولوجيا حكرا على المختصين، بل أصبح متاحا لمعظم الأشخاص على اختلاف مهاراتهم ومستوياتهم العلمية، وشكل الشباب النسبة الكبرى في سهولة التعامل مع وسائل الإعلام الحديثة والأكثر تفاعلا معها.

إن التقدم التكنولوجي الهائل الذي تعرضت له المجتمعات خلال هذا القرن الحالي أسهم في إنتاج أجهزة وسائل اعلام جماهيرية مثل الاذاعة والتلفزيون الصحافة وغيرها من الوسائل الاخرى حيث باتت هذه الوسائل ضرورة من ضروريات الحياة اليومية.

حيث اخذت وسائل الإعلام الحديثة دورا كبيرا وهاما في التربية والتعليم والتنشئة الاجتماعية وتشكيل قيم الشباب كما تقوم بدور اساسي في نشر الثقافة وترسيخ القيم الخاصة التي تعتبر مقومات حضارية بحيث تكون المادة الإعلامية ملبية لحاجات المجتمع وتطلعاته واهدافه.

وعلى ضوء ما تقدم فقد جاءت إشكالية هذا البحث في سياق دراسة قيم الشباب الجامعي باعتباره شريحة فاعلة، وكقاعدة أساسية في التركيبة المجتمعية يتابع ويتفاعل من خلال وسائل الإعلام وينشر ويعلق على ما يوجد فيها من محتويات تدخل في دائرة القيم المكونة لشخصيته، في محاولة لإبراز جوانب التأثير والتأثر في تشكيل هذه القيم، سواء ما ارتبط منها بالقيم الايجابية أو القيم السلبية وفي ضوء ما سلف ذكره نطرح التساؤل الرئيسي المحوري:

ما أثر استخدام وسائل الإعلام الحديثة على تشكيل قيم الشباب الجامعي الجزائري؟

2. تساؤلات الدراسة:

1. ماهي الوسائل الأكثر تأثيرا على قيم الشباب الجزائري؟
2. ما هو دور وسائل الإعلام الحديثة في تشكيل قيم الشباب؟
3. هل يمكن للإعلانات والدعايات عبر الانترنت ان تؤثر على قيم الشباب؟
4. ماهي التأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام الحديثة على تشكيل القيم سواء كانت ايجابية ام سلبية لدى الشاب الجزائري؟

3. الفرضيات :

- وللغوص في هذا البحث وانطلاق من التساؤل الرئيسي والأسئلة الفرعية نطرح الفرضيات التالية:
1. من بين مظاهر تأثير وسائل الإعلام الحديثة على الشباب التقليد الاعمى، تغيير في المعتقدات، تبني معلومات مغلوطة.
 2. تساهم وسائل الإعلام الحديثة في تشكيل قيم الشباب وتعزز الوعي الاجتماعي والسياسي.
 3. من أبرز القيم الشبابية التي تتأثر بوسائل الإعلام الحديثة هي القيم الاجتماعية والقيم السياسية
 4. الوسائل الإعلامية الحديثة الأكثر تأثيرا على قيم الشباب هي التلفزيون ومواقع التواصل الاجتماعي

4. أسباب اختيار الموضوع :

ترجع أسباب اختيارنا لهذا الموضوع إلى ما يلي:

الأسباب الذاتية:

- طبيعة التخصص الدراسي الذي ننتمي إليه والذي يتناول مثل هذه المواضيع خاصة الإعلام الجديد والوسائل الإعلامية الحديثة.
- استخدامنا الشخصي لوسائل الإعلام الحديثة وتأثيرها على بعض عاداتنا وتقاليدينا.
- إن ضرورة استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة جعلت من المستخدم إعلامي لنشر المعلومة بوسائل حديثة وباعتبارنا جزء من العملية الإعلامية نساهم في الإعلام المحلي، هذا ما جعلنا نميل إلى هذه الدراسة والإبحار في ثناياها.

الأسباب موضوعية:

- القيمة العلمية التي يكتسبها الموضوع الذي يبحث في تأثير وسائل الإعلام الحديثة على تشكيل قيم الشباب والأفراد والمجتمعات.
- الانتشار الواسع لبعض السلوكيات الدخيلة على المجتمع والتي أحد أسبابها الإعلام الجديد
- التطور الرهيب لوسائل الإعلام الذي سرعان ما انتقل من الإعلام القديم الى الإعلام الحديث.
- الانتشار الواسع لبعض السلوكيات الدخيلة على المجتمع والتي أحد أسبابها هي تأثير وسائل الإعلام الحديثة

5. أهمية الدراسة

- تكمن الأهمية من دراسة أثر وسائل الإعلام الحديثة على تشكيل قيم الشباب في جانبها العلمي أنها:
- معرفة مدى تأثير وسائل الإعلام الحديثة على تشكيل قيم الشباب
- التدرب على أبعاديات البحث العلمي الأكاديمي وكذا التحكم في تطبيق تقنياته في بحوث العلوم الانسانية الاجتماعية وعلوم الإعلام والاتصال
- كما تتجلى مظاهر الاستفادة من هذا العمل الأكاديمي من خلال النتائج التي نأمل التوصل إليها والتي تساهم في الحفاظ على القيم الايجابية المكتسبة من الوسائل الإعلامية الحديثة والحد من السلبيات الناجمة عن الاستخدام والتعرض الغير واع الذي يؤثر على النسق القيمي.

6. أهداف الدراسة:

- الكشف عن عادات وأنماط استخدام شريحة الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي في ظل التزايد والإقبال الكبير عليها وفقا لما كشفت عنه العديد من الدراسات المنجزة حديثا في حقل علوم الإعلام والاتصال.
- دراسة القيم المتشكلة لدى الشباب من جراء استخدامه لوسائل الإعلام الحديثة.
- التطرق للتأثير الافتراضي كحد الظواهر التي تستحق منا الدراسة بفعل الاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي من أجل الوقوف على مدى قوة هذا التأثير على الأفراد في المجتمع.
- محاولة معرفة القيم التي تحملها وسائل الإعلام الحديثة للشباب سواء كانت اجتماعية او معرفية وطنية اخلاقية سياسية.

7. تحديد المفاهيم ومصطلحات الدراسة:

1- الأثر:

لغة : تعرف موسوعة علوم الإعلام والاتصال الأثر بأنه " نتيجة الفعل الذي ظهر جراء مؤثر ما " ¹، فالأثر هو نتيجة الاتصال وهو يقع على المرسل و المتلقي على السواء ، وقد يكون الأثر نفسي أو اجتماعي ويتحقق أثر وسائل الإعلام من خلال تقديم الأخبار والمعلومات والترفيه والإقناع وتحسين الصورة الذهنية .²

يمكن ان تنتج كلمة " اثر" في الإعلام عن النتائج المقصودة او غير المقصودة التي قد تنشأ نتيجة لعمل وسائل الاتصال الجماهيري .³

¹ - Bernard Lamizet .Ahmed Slimane ; **Dictionnaire encyclopédique de sciences de l'information et la communication**, ellipses, paris, 1997, p228.

² حسين مكاوي، ويلي حسين السيد، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط2، 2001، ص52.

³ سامية محمد جابر، **الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث: النظرية والتطبيق**، دار المعارف الجامعية، القاهرة، 1998، ص152.

اصطلاحاً : "الأثر هو إحداث تغييرات وتأثير في السلوك والتفكير، وتمثل في التأثيرات الحاصلة نتيجة للتعرض للرسائل المختلفة، ولهذا يعمل عند إجراء البحوث على قياس ما يحدث من تأثيرات في السلوك والتفكير".¹

"وهو العملية التي تسعى إلى إحداث تغيير في سلوك الناس، عن طريق دفعهم لتبني آراء وأفكار وسلوكيات معينة، أو التخلي عن بعض الأفكار، أو اكتساب مهارات وأفكار جديدة، من شأنها أن تخدم الهدف الذي يسعى إليه مصدر التأثير"²

"وهو التغيير الذي يطرأ على مستقبل الرسالة، فالرسالة تجلب انتباهه، وقد تضيف لمعلوماته معلومات جديدة وقد تجعله يكون اتجاهات جديدة أو يعدل الاتجاهات القديمة، أو يعدل سلوكه السابق، فهناك مستويات عدة للأثر ابتداء من الاهتمام إلى حدوث تدعيم داخلي للاتجاهات، إلى حدوث تغيير على حدود تلك الاتجاهات، ثم في النهاية إقدام الفرد على سلوك علي"³

تعرف موسوعة علوم الإعلام و الاتصال الأثر " بأنه نتيجة الفعل الذي ظهر جراء مؤثر ما فالأثر هو نتيجة الاتصال ،و هو يقع على المرسل و المتلقي على السواء و قد يكون الأثر نفسي أو اجتماعي ويتحقق أثر وسائل الإعلام من خلال تقديم الأخبار و المعلومات والترفيه والإقناع وتحسين الصورة الذهني، كما أن كلمة أثر في عمل وسائل الإعلام ترجع إلى أية نتائج يمكن أن تنجم عن عمل وسائل الاتصال الجماهيري سواء تلك النتائج المقصودة أو غير المقصودة

4"

التعريف الاجرائي هو صفة التأثير أو ترك العلامة أو ردة الفعل على المتلقي عن طريق المعلومات أو الأخبار أو المعارف حيث يتأثر بها المتلقي في جميع المجالات وتحدث بجميع الاساليب والأدوات وعبر كافة القنوات الاعلامية.

2. الإعلام الجديد:

لغة: مصدر الفعل الرباعي أعلم، يقال: أعلمت تعليم إعلاماً.. وأعلمته بالأمر: أبلغته إياه، وأطلعتته عليه.⁵

اصطلاحاً : يعرف الدكتور سامي ذبيان الإعلام بأنه ، تلك العملية الإعلامية التي تبدأ بمعرفة المخبر الصحفي بمعلومات ذات أهمية ، أي معلومات جديدة بالنشر والنقل، ثم تتوالى مراحلها: تجميع المعلومات من مصادرها المتنوعة مثل المقابلات والأبحاث والوثائق ، نقلها بشكل دقيق وصحيح ، التعاطي معها وتحريرها بشكل مهني ومنظم مع

¹ محمد جمال الفار: **المعجم الإعلامي**، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، - 2006)، ص5.

² مي عبد الله، عبد الكريم شلي: **المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال**، المشروع العربي لتوحيد المصطلحات، (لبنان: دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، 2014)، ص81.

³ محمد منير حجاب: **المعجم الإعلامي**، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، - 2004)، ص 144.

⁴ سامية محمد جابر، مرجع سابق، ص 152.

⁵ العلامة ابن منظور: **لسان العرب**، ط1، دار احياء التراث العربي، بيروت، 1988، ص371.

التركيز على الوضوح، ثم نشرها وإطلاقها عبر الصحف أو وكالات الأنباء أو إذاعات أو محطة تلفزيون إلى طرف معني بها ومهتم بوثائقها.¹

إن الإعلام الجديد هو إعلام عصر المعلومات، فقد كان وليدا لتزاوج ظاهرتين بارزتين عرف بهما هذا العصر ظاهرة تفجر المعلومات وظاهرة الاتصالات عن بعد.

أيضا بأنه إعلام متعدد الوسائط وهذا يعني أن المعلومات يتم عرضها في شكل مزيج من النص والصورة والفيديو، مما يجعل المعلومة أكثر قوة وتأثيرا، هذه المعلومة هي معلومات رقمية يتم إعدادها وتخزينها وتعديلها ونقلها بشكل إلكتروني.²

الإعلام الجديد هو اعلام الآراء و المعلومات و الاخبار و التجارب و الصور و مقاطع الفيديو المنشورة الكترونيا من قبل افراد غير ملزمين باي نظام سياسي او غيره سوى التزام الفرد الشخصي بالقيم التي يؤمن بها وبما يتوافق مع مبادئه الخاصة بالرقابة الذاتية.³

التعريف الإجرائي: الإعلام الجديد هو اندماج وتكامل بين اجهزة الكمبيوتر والوسائط الجديدة، ظهر نتيجة التطور التكنولوجي المتسارع لوسائل الاعلام، وهو نشر الحقائق والاخبار والافكار والآراء بين الجماهير بوسائل الإعلام المختلفة.

3. تعريف الشباب

لغة : جاء في لسان العرب المحيط لابن منظور وغيره من المعاجم العربية الشباب يعني الفتوة، والفتى بمعنى الحيوية والقوة والدينامية، وكلمة شب من شبيب وأن الشاب هو الفتى والحداثة وشاب الشيء أوله.⁴

جاء في قاموس المحيط " لمجد الدين الفيروز ابادي " ان كلمة "شب" من "شبيب" والشباب هو الحداثة ، وشبب الشيء اوله ، وهي ظاهرة اجتماعية تشير الى مرحلة من مراحل الحياة بعد المراهقة.⁵ اصطلاحا: يعرف محمد علي محمد الشباب بأنه: " ظاهرة اجتماعية تشير إلى مرحلة من العمر تعقب مرحلة المراهقة، وتبدو خلالها علامات النضج الاجتماعي والذي يتضمن اكتساب الشباب للمهارات والتجارب الاجتماعية التي تمكنهم من التفاعل بفعالية مع المجتمع والمؤسسات المختلفة، والنفسي من خلال التعرف على الهوية الذاتية، وتحديد القيم والتعامل بفعالية مع التحديات والضغوطات النفسية، والبيولوجي واضحة من خلال التطور الجسدي

1 د. سامي ذبيان، الإعلام الجديد في النظرية والتطبيق، مدخل نظري وعملي الى علم الاعلام، ط2، دار المسيرة للطباعة والنشر، بيروت، 1987، ص34.

2 عبد الحسيب محمد تيمور، وعلم الدين محمود، الكمبيوترات وتكنولوجيا الاتصال، القاهرة، دار الشرق، ص195، ص207.

3 عامر قند يلجي وإيمان السامرائي، البحث العلمي - الكمي والنوعي - دار اليازوري، الطبعة العربية عمان

4 ابن منظور، لسان العرب، المجلد الثاني، ط6، دار صادر، لبنان، 2008، ص15، 2009، ص187.

5 د. نواصية حميدة، أثر الإعلام الجديد على قيم الشباب، مجلة افاق للعلوم، جامعة زيان عاشور الحلقة، مارس 2019.

الذي يحدث للشباب مثل التغيرات الهرمونية.¹

كما لا يخفى على أحد ان مرحلة الشباب مرحلة من العمر تعرض صاحبها للتأثيرات الخارجية المختلفة وفي مقدمتها وسائل الإعلام التقليدية والحديثة وخاصة الانترنت ولهذا فحسب راي الدكتور السعيد بومعيزة فان الشباب اليوم يوصفون بجيل الالهام والجيل الرقمي نظرا لإقبالهم على تكنولوجيات الاتصال الحديثة وتحكمهم فيها.²

التعريف الإجرائي

هي تلك المرحلة العمرية التي تتراوح بين 18 و 35 سنة. مرحلة بين المراهقة والشيخوخة، يكتمل فيها نضوج العقل والفكر ويكون الفرد قادرا على تحمل مسؤوليات الحياة. يتميزون بالنشاط وشغفهم بكل ما هو حديث وحبهم لتغيير.

4. القيم:

لغة : جاء في المعجم الوسيط ان قيمة الشيء : قدره و قيمة المتاع ثمنه.³

اما في معجم العلوم الاجتماعية يعرف القيم بانها الصفات التي يفضلها او يرغب فيها الناس في ثقافة معينة وتتخذ صفة العمومية بالنسبة لجميع الافراد كما تصبح من محددات السلوك.⁴

اصطلاحا: تختلف التعاريف باختلاف المجال المعرفي الذي يعمل في إطاره الباحث ونقطة تركيزه، إلا أن معظم التعاريف لا تخرج عن إطار أربعة مقاربات حصرها Adleur على النحو التالي :

أ- المقرب الذي ينظر إلى القيم في جوهرها كالأفكار الخالدة أو كالمطلق أو كجزء إلهي، ومصدرها الدين ومن الكتاب الذين أيدوا هذه الفكرة M Weber persons وكذا مراد بوقطاية الذي أكد أن لفظ القيمة ورد في القرآن الكريم: "ذلك الدين القيم فلا تظلموا فيهن أنفسكم" سورة التوبة -36 -

ب- المقرب الذي يرى القيم كقوى ملازمة للحاجات التي تسعى إلى تحقيقها أو الرغبات التي نود تلبيتها.

ت- المقرب الذي يعتبر القيم سوى مجموعة من التفضيلات الموروثة أو تعلمها الفرد.

ث- المقرب الذي يربط القيم بالنشاط وتحديد قيم الأفراد يتم عن طريق تحليل النشاط. ويعرفها Robin Williams قائلا : " أن القيم كعناصر امبريقية في السلوك الإنساني تظهر بالتأكيد من التجربة الإنسانية.⁵

التعريف الإجرائي : هي مجموعة من المبادئ والمعايير والافكار والاهتمامات التي يضعها مجتمع ما لتوجيه سلوك الافراد.

1 محمد علي محمد: الشباب العربي والتغيير الاجتماعي، دار النهضة العربية، لبنان، 1985، ص 06.

2 السعيد بومعيزة، أثر وسائل الإعلام على السلوكيات والقيم لدى الشباب، دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية، رسالة دكتوراه، قسم علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر، 2006/2005، ص 175.

3 ابراهيم انيس، المعجم الوسيط، ج 02، دار المعارف، القاهرة، 1973، ص 774.

4 احمد زكي بدوي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، ص 438، 439.

5 السعيد بومعيزة، أثر وسائل الإعلام على السلوكيات والقيم لدى الشباب، دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية، رسالة دكتوراه، قسم علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر، 2006/2005، ص 144، 145.

8. الدراسات السابقة:

الدراسة الاولى:

دراسة أ.م. صاحب اسعد ويس الشمري. بعنوان تأثيرات وسائل الإعلام الجديدة على الشباب الجامعي.

مقال بمجلة الجامع في الدراسات النفسية والعلوم التربوية. جامعة العراق كلية التربية جوان 2017

تتمحور هذه الدراسة حول تأثير وسائل الإعلام الجديد على الشباب الجامعي

تهدف هذه الدراسة الى التعرف على مدى استخدام الشباب الجامعي لوسائل الإعلام الجديد وأبرز انعكاسات وتأثيرات وسائل الإعلام الجديد من وجهة نظر الشباب الجامعي ومعرفة وجهة نظر الشباب الجامعي في أخلاقية ومصداقية ما ييثر وينشر عبر وسائل الإعلام الجديد.

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي.

من بين اهم النتائج التي توصلت اليها هذه الدراسة ان الشباب الجامعي يستخدم وسائل الإعلام الجديد بصورة كبيرة جدا، وأن أبرز التأثيرات الأخلاقية لوسائل الإعلام الجديد "أثر في تراجع الاخلاق واتاحة فرصة للتعبير عن الانحلال الاخلاقي" والتي تليها التأثيرات الأسرية "زيادة الفرقة بين أفراد الأسرة يرى الشباب الجامعي أن أكثر الأبعاد تأثيرا هو البعد المجتمعي يليه البعد الأخلاقي ثم الأسري "

علاقتها بدراستنا الحالية: تشترك هذه الدراسة مع دراستنا من حيث أنها تناولت تأثير وسائل الإعلام الجديد على الشباب الجامعي ونحن حاولنا التعمق أيضا في موضوع تأثير الإعلام الجديد على تشكيل قيم الشباب بصفة أوسع كما حاولنا تحديد القيم المتأثرة بوسائل الإعلام الجديد ومن خلال هذه الدراسة السابقة تعرفنا على جوانب عدة للموضوع والتي بدورها تساعدنا في فهم جميع عناصر دراستنا الحالية.

الدراسة الثانية:

د. نواصية حميدة، بعنوان " أثر الإعلام الجديد على قيم الشباب، مقال بمجلة أفاق للعلوم، جامعة زيان

عاشور -الجلفة- العدد الخامس عشر، العدد04، جامعة الجزائر 03، مارس 2019.

تتمحور هذه الدراسة حول: ما هو أثر الإعلام الجديد على قيم الشباب؟

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على عادات وأتماط استخدام الشباب للإعلام جديد؛ محاولة معرفة القيم التي تحملها تكنولوجيا الإعلام الجديدة للشباب سواء كانت اجتماعية أو معرفية، وطنية، أخلاقية، جمالية، اقتصادية، والتوصل إلى أهم الآثار المنعكسة على الشباب في ظل هذا التحول التكنولوجي داخل النسق الاجتماعي الذي ينتمي إليه؛ محاولة وضع جملة من الآليات والتوصيات التي يتخذها الشباب كغطاء من أجل حماية قيمهم وأفكارهم من خلال توعيتهم بكيفية استخدام هذه التكنولوجيا طبقاً لأصول ومبادئ مجتمعهم وثقافتهم.

اعتمدت المنهج المسحي.

من بين أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة: أن وسائل الإعلام الجديد لها أثر على قيم الشباب من حيث مضامينها واستخدامها، وهي ناجحة في عرضها لبعض القيم، وهذا نظرا لأن بعض الأبعاد القيمة لها أماكن جد معتبرة ضمن هذه الوسائل الإعلامية الجديدة.

علاقتها بدراستنا الحالية: تشترك هذه الدراسة مع دراستنا من خلال تناولها تأثير الإعلام الجديد على قيم الشباب.

الدراسة الثالثة:

دراسة ريحانة بلوطي بعنوان أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل القيم الاجتماعية لدى الشباب الجزائري. أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال. جامعة الحاج لخضر باتنة 1. 2021 / 2022.

تتمحور هذه الدراسة حول ما هو أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على

تشكيل القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي الجزائري؟

حيث تهدف هذه الدراسة: الكشف عن الأثر المترتب عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وانعكاساته على تشكيل القيم الاجتماعية والكشف عن عادات وانماط استخدام شريحة الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي.

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي.

من بين أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: الالتفاف الوثيق لمفردات العينة حول هذه العينة حول هذه المنصات الاجتماعية بصفة دائمة منتظمة بمتوسط ساعات غير محدود وغير مضبوط لدى الشباب الجزائري الجامعي وفي اوقات غير محدودة.

علاقتها بدراستنا الحالية: تشترك هذه الدراسة مع دراستنا من حيث أنها تناولت تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل القيم الاجتماعية لدى الشباب الجزائري بصفة خاصة، ونحن حاولنا التعمق أكثر في موضوع تأثير وسائل الإعلام الحديثة على قيم الشباب بصفة اوسع ومن خلالها تعرفنا على جوانب عدة للموضوع والتي بدورها تساعدنا في فهم جميع عناصر دراستنا الحالية.

الدراسة الرابعة:

دراسة د. زينة جدعون، بعنوان " الشباب والقيم في ظل وسائل الإعلام الحديثة دراسة ميدانية حول الشباب الجزائري "، مقال بمجلة الإنسان والمجال، المجلد 6، العدد 01، جامعة الشهيد عباس لغرور خنشلة، 2020.

تتمحور هذه الدراسة حول: هل يؤدي التعرض للبرامج التلفزيونية إلى تغيير قيم الشباب أو إلى تعزيزها؟ تهدف هذه الدراسة إلى محاولة معرفة أثر التلفزيون على القيم لدى الشباب، خصوصا بعد التطورات التي مسته كباقي وسائل الإعلام.

اعتمدت هذه الدراسة المنهج الوصفي.

من بين أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة:

- العلاقة بين التكنولوجيا والقيم هي علاقة ترابطية.
- التلفزيون لا يعمل على التغيير بقدر ما يعمل على تعزيز القيم وتدعيمها.

علاقتها بدراستنا الحالية: تشترك هذه الدراسة مع دراستنا من حيث تناولت وسيلة من وسائل الإعلام الحديثة والمتمثلة في التلفزيون وأثرها على القيم والشباب، وتساعدنا بدورها في التعرف على إثر التلفزيون على القيم والشباب.

9. مقارنة النظرية:

تنطلق أي دراسة من اساس نظري يؤطرها وتتلخص دراستنا في فكرة مفادها ان المستخدم لوسائل الإعلام الحديثة يتأثر بمضامين ما يث عبر تلك الوسائل وبالتالي فهو يستخدمها من اجل اشباع رغباته وتلبية حاجاته في كل المجالات وفي جميع الميادين وخاصة في المجال الاعلامي الذي يتلقى من خلاله مجموعة من القيم ويتأثر بجملة من التأثيرات الايجابية والسلبية وتشكل تلك القيم انطلاقا من تناولها عبر الوسائل الإعلامية الحديثة . كما يستخدم الجمهور وسائل الإعلام من اجل الحصول على المعلومات والاحبار التي تعنيه وتجذب انتباهه , هذا ما يتسق مع ما جاءت به فروض نظرية الاستخدامات و الاشباعات .

1 - نظرية الاستخدامات و الاشباعات : تعتبر نظرية الاستخدامات و الاشباعات من أبرز النظريات المفسرة للاتصال الجماهيري، وتسما نظرية الاستعمالات و الرضا تهتم هذه النظرية بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة وهي ترى ان الجماهير فعالة في انتقاء افرادها لرسائل¹.

وتقول النظرية ان جزء هاما من استخدام الناس لوسائل الإعلام موجه لتحقيق اهداف يحددها الافراد وهم يقومون باختيار وسائل اعلامية معينة لإشباع حاجاتهم².

وظهرت عدة اتجاهات لتصنيف الحاجات و الدوافع منها نظرية ابراهام ما سلو في نظريته التي نشرها سنة 1943 بعنوان نظرية في التحفيز الانساني¹ يرى فيها الناس عندما يحققون احتياجاتهم الاساسية يسعون الى تحقيق احتياجات ذات مستويات اعلى كما رتبها هرم ما سلو للاحتياجات الانسانية³.

¹ نضال فلاح الضالعين واخرون، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2016، ص245.

² علي عبد الفتاح كنعان، نظريات الاعلام، دار البازوري للنشر والتوزيع، ب، ط، 2014، ص03.

³ حملاوي حميد، محاضرة بعنوان هرم ما سلو للاحتياجات الانسانية، مقياس اثنوغرافيا الجمهور والمستخدمين، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة 8ماي 1945قائمة، الجزائر، ص ص01، 02.

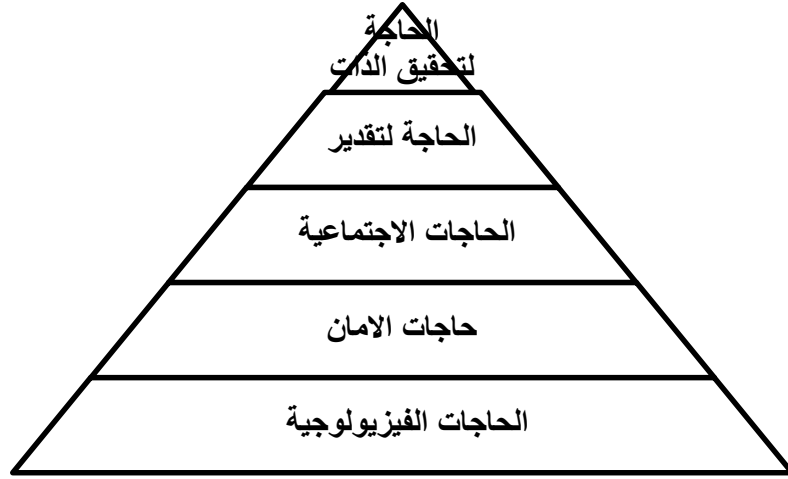
فروض النظرية:

- أعضاء الجمهور المشاركون في عملية الاتصال الجماهيري فعالون، وتكون الغاية من استخدامهم وسائل الاتصال تلبية أهداف توقعاتهم.
- يأتي استخدام وسائل الاتصال ليعبر عن حاجات يدركها أعضاء الجمهور فيما بينهم، وتتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية.
- أفراد الجمهور لديهم القدرة على تحديد دوافع تعرضهم وحاجاتهم التي يسعون الى تلبيتها، لذا يختارون الوسائل المناسبة لإشباع هذه الحاجات.
- يمكن الاستدلال على معايير الثقافة السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الإعلام وليس محتواها فقط.¹

اسقاط نظرية الاستخدامات الاشباعات:

- بما أن دراستنا تندرج تحت عنوان أثر وسائل الإعلام الحديثة على تشكيل قيم الشباب والتي ارتأينا الا أن نختار فيه ونعتمد على نظرية الاستخدامات والاشباعات ذلك أن الطالب الجامعي أو الشباب الجامعي يقوم بدور ايجابي في اختيار وسائل الإعلام الحديثة التي تشبع احتياجاته المتعددة، سواء كانت اشباعات معرفية، وجدانية، أو حتى اجتماعية أو سياسية. وكذا القيم التي يريد أن يتأثر بها أو تتشكل عنده كانت قيما دينية، أخلاقية، أو حتى جمالية. باعتماده على هذه الوسائل ويعرض عن الوسائل التي لا تحقق له أي اشباع لذا تحاول هذه الدراسة اختبار مدى تلبية وسائل الإعلام الحديثة وحتى مواقع التواصل الاجتماعي محل الدراسة لاحتياجات الشباب الجامعي الجزائري من خلال استخدام تلك الوسائل.
- ان نظرية الاستخدامات والاشباعات من بين اهم فروضها ان المستخدم للوسيلة يعني احتياجه لشيء يبحث عنه وتلك الوسيلة هي الطريق الوحيد لإشباع ما يبحث عليه ما يعني أن الفرد قصدي في تعرضه لوسائل الإعلام الحديثة وكذا تصفحه لمواقع التواصل الاجتماعي ذلك كما قلنا لإشباع حاجاته.
- وعليه نحاول من خلال نظرية الاستخدامات والاشباعات معرفة مدى ارتباط هذه النظرية وفروضها بتأثير وسائل الإعلام الحديثة على تشكيل قيم الشباب ونرى ان هذه النظرية هي أفضل نظرية لتطبيقها على دراستنا الحالية واثراء هذه الدراسة وتحقيق أهدافها.

¹ نضال فلاح الضلاعين واخرون، مرجع سابق، ص245.



الشكل رقم (01): هرم ما سلو

المصدر: حملاوي حميد، مرجع سابق ص1.

2- نظرية الحتمية القيمة:

نظرية الحتمية القيمة نظرية طرحها البروفيسور الجزائري عبد الرحمان عزي، وتأسست هذه النظرية في مجال علوم الإعلام والاتصال تتسم بالرؤية والصرامة العلمية، وتجعل هذه النظرية القيمة لمفهوم ديني وثقافي في مقارنة الظواهر الإعلامية والاجتماعية، وهي ترتبط بالنص القيمي والاجتماعي فضلا عن أنها تقتبس الأدوات بشكل واع من الآخر بحكم ان العديد من نصوص التراث والواقع يتصف بغياب التحديد المولد للأدوات وكونها حتمية اي جعل المتغير الاساسي والمستقل في تتبع تفسير الظواهر الاجتماعية والإعلامية.

فروض النظرية:

وفي هذا الصدد قدمت النظرية افتراض اساسي انطلقت منه وهو أساس الإعلام ومرتكزه والقيمة التي تحملها وتصدر وتتبع أساسا من المعتقد والدين.

. أن يكون الاتصال نابعا منبثقا من الابعاد الثقافية الحضارية التي ينتمي اليها المجتمع

. ان يكون هذا النمط من الاتصال تكامليا، فيتضمن الاتصال السمعي البصري والاتصال المكتوب والاتصال الشفوي الشخصي.

. ان يكون الاتصال قائما على مشاركة واعية من طرف الجمهور المستقبل لا أن يكون أحاديا تسلطيا ، فيقصي القطاعات المشكلة للمجتمع.¹

. أن يكون الاتصال دائما حاملا للقيم الثقافية والروحية تدفع الانسان والمجتمع الى الارتقاء والسمة وهو ما ينعكس ايجابيا على محيط الانسان المعنوي والمادي سواء على المستوى المحلي أو الدولي.²

¹ عبد الرحمان عزي، دراسات في نظرية الاتصال نحو فكر اعلامي متميز، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، سلسلة كتب المستقبل العربي، 2003، ص122.

² نصيرة بوعلي واخرون، قراءات في نظرية الحتمية القيمة في الاعلام، مكتبة اقراء، الجزائر، 2009، ص129.

يمكن اسقاط النظرية القيمية في الإعلام على موضوعنا الموسوم بتأثير وسائل الإعلام الحديثة على تشكيل قيم الشباب، حيث تريد كشف عن كيفية تأثير المحتويات التي تعرضها وتقدمها وسائل الإعلام الحديثة على سلوك الشباب وقيمه في ضوء المتطور القيمي للنظرية، ولاسيما ان وسائل الإعلام تقوم بنشر كل الاخبار والمعلومات والصور والنصوص والفيديوهات من مختلف الامكنة وبمختلف اللغات.. والديانات، ومنه يستطيع ان يؤثر ايجابا او سلبا او هما معا على الشباب الجزائري، مما اوجب علينا دراسة هذا الموضوع.

ان نظرية الحتمية القيمية في الإعلام اعتمدت على متغير القيم كمتغير اساسي في فهم وتفسير اي ظاهرة، وتعتبر النظرية من بين النظريات الحديثة في الإعلام والاتصال، فهي تفسر علاقة وسائل الإعلام والاتصال بالقيم، حيث ترى ان المحتويات الإعلامية إذا ارتبطت بالقيم في تلك المضامين الاعلامية، استطاعت ان تؤثر ايجابيا على الفرد والمجتمع، اما إذا لم تقترن بالقيم، اي كلما ابتعدت عن القيم كلما اثرت سلبا. وعليه نحاول من خلال نظرية الحتمية القيمية في الإعلام معرفة مدى افتتان وسائل الإعلام الحديثة ومحتوياتها بالقيم. ومنه معرفة تأثيراتها على الشباب.

الإطار النظري للدراسة

➤ الفصل الأول: مدخل عام حول وسائل الإعلام الحديثة

➤ المبحث الأول: مفهوم وسائل الإعلام الحديثة

➤ المبحث الثاني: أنواع وسائل الإعلام الحديثة وخصائصها

➤ المبحث الثالث: وظائف وسائل الإعلام الحديثة

➤ المبحث الرابع: مجالات تأثير وسائل الإعلام الحديثة

الفصل الأول: مدخل عام حول وسائل الإعلام الحديثة.

➤ المبحث الأول: مفهوم وسائل الإعلام الحديثة:

هو الإعلام الشبكي الحي على خطوط الاتصال بالتركيز على تطبيقاته في الانترنت وغيرها من الشبكات. كما يطلق عليه تغيير الوسائط السيبرونية من تعبير الفضاء السيبروني.¹

ويعرفه "جونز" الذي يقر أولاً بعدم وجود اجابة واقعية وقاطعة عن السؤال ما هو الإعلام الجديد؟ ويبيّن اجابته على أن هذا الإعلام هو في مرحلة نشوء

ويعرفه قاموس التكنولوجيا الرفيعة الإعلام الجديد بشكل مختصر ويصفه بأنه اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة.

وبحسب "ليستر" هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائط التقليدية للإعلام.

ويعرف أيضاً على: أنها العملية التي تهدف الى نشر وتقديم المعلومات الصحيحة والأخبار الصادقة والمواضيع والحقائق البينة بهدف خدمة الصالح العام من المسؤولية الاجتماعية.²

ومن خلال التعريفات السابقة يمكننا القول بأن وسائل الإعلام الحديثة هي عبارة عن مجموعة الوسائل والتقنيات والتطبيقات الحديثة التي تقوم بنشر الأخبار والمعلومات والمواضيع التي تهم الجمهور وتخدم الصالح العام. كما تعتبر وسائل تأثير على الافراد والجماعات وتشكل قيما جديدة في الأوساط الشبابية المختلفة.

➤ المبحث الثاني: أنواع وسائل الإعلام الحديثة وخصائصها:

المطلب الأول: أنواع وسائل الإعلام الحديثة

1.1 الراديو الرقمي: هو تكنولوجيا حديثة ترجع الى نهاية الثمانينات وكان الهدف الرئيسي للتحويل الى الرقمنة هو الوصول الى أعلى درجة من النقاء الصوتي، وتجنب التشويش وانتاج خدمات اذاعية محمولة جديدة. وقد سمح البث الاذاعي الرقمي بتوسيع امكانيات انتاج البرامج وبثها الأمر الذي ضاعف الاذاعات المتخصصة وحقق اللامركزية في البث فأخذت الاذاعات المحلية والاقليمية في الانتشار محققة فكرة الراديو الفضائي بواسطة الأقمار الصناعية. فأصبح المنتقلون عبر الطائرات يستطيعون متابعة أخبار العالم.

¹ صادق عباس مصطفى، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، الاردن، دار الشروق للنشر والتوزيع، ص30

² بلحوت محمد، دور الإعلام الجديد في تصحيح الصورة الذهنية. مقارنة نظرية، تونس، مجلة أكاديمية للدراسات السياسية، ع6.

فالراديو الرقمي يقدم للمستمع نبرة مختلفة تماما عما كان معهودا من قبل، فجودة الصوت نقية بدرجة عالية جدا وخالية من أي تشويش، أما أجهزة الراديو الرقمية الجديدة فتحتوي على لوحة عرض تعرض الصور والبيانات والأرقام المرتبطة بالبرامج التي تستمع إليها.

خصائصه:

تتمثل الحالة الممتازة للبث والالتقاط الرقمي في التخلص من مشاكل التداخل الصوتي المتمثلة في الضجيج والبهتان التي تفسد البث الاذاعي، وهي مرحلة من الحالات الرئيسية التي تميز البث فالراديو الرقمي مجهز بمعالجات ترشح التداخل وتصحح الأخطاء كما أن البث الرقمي لا يتأثر كثيرا بحالات الطقس الغير ملائمة ومصادر التداخل المحلية مثل الاذاعة المقرصنة التي لا تلتزم بقواعد البث الاذاعي فيمكن الاستماع الى الراديو بصوت نقي داخل المنزل أو خارجه.

كما تسمح تكنولوجيا الراديو الرقمي لمحطات الاذاعة ببث أفضل بكثير ضمن الطيف الاذاعي مقارنة بإذاعات الـ FM.¹

2.1 التلفزيون الرقمي:

هي طريقة تعتمد على البث الرقمي الارضي ترقم في الاشارات الحاملة للصورة والصوت وتنسق في تدفق واحد، قبل ان يتم ترقيمها وبثها للمشاهد عبر الذبذبات ويمكن النظام الرقمي وتعديل الصورة والصوت من ارسال أكثر من محطة على قناة واحدة نحو الهوائيات الخارجية الموجودة.

كما يعتبر التلفزيون الرقمي باستخدام البث المتدفق streaming of IP iptv عكس التلفزيون الفضائي الاعتيادي في البث فهذه الخدمة تأتي عبر الكوابل الارضية من خلال خوادم خاصة اذ تقوم الشبكة عند طلب قناة معينة بتوجيه الرزم والاتصال الى جهاز الحاسوب لتوفير البث التلفزيوني²

وبمثل التلفزيون الرقمي الجيل الثالث في مراحل تطور التلفزيون بعد التلفزيون الأسود والأبيض والتلفزيون الملون، وحاليا انتقل البث الرقمي من الفضائيات الى القنوات التلفزيونية الأرضية، وتستخدم التكنولوجيا الرقمية في عملية تصوير البرامج التلفزيونية وتحريرها وانتاجها وبثها ونقلها واستقبالها. ومع أن البث الرقمي التلفزيوني ليس جديدا كتكنولوجيا، ولكنه يمثل حتى الآن الخيار الرئيسي الذي ستتحوّل اليه جميع محطات التلفزيون بأنماطها المختلفة. وتعتمد هذه التكنولوجيا على تطوير خدمة البث التلفزيوني بحيث تستوعب عددا كبيرا من البرامج التلفزيونية والاذاعية بجودة عالية، ويضاف لها مجموعة من الخدمات التفاعلية للمعلومات والترفيه والأعمال.

¹ صادق عباس مصطفى، مرجع سابق، ص 238، 239

² مأمون مطر، تأثير التحول الرقمي على المحطات الاذاعية والتلفزيونية الفلسطينية، رام الله، سلسلة بحوث وسياسات الإعلام _مركز تطوير الاعلام، جامعة بيرزيت، 2015، ص 12 ص ص 24، 26.

وهو يمثل الثورة في عالم البث التلفزيوني وقد عمل على زيادة القنوات التلفزيونية وبالتالي تلبية حاجيات الجمهور المختلف وقد انطلق استخدام هذا النوع من الثورة التكنولوجية اوائل عام 1993م.¹ “يعني أنه من بين الاختراعات الحديثة التي عرفها المستخدم لتكنولوجيا الإعلام والاتصال ووسائل الإعلام الحديثة وهو بالشيء الحديث بالنسبة له فخلق نوع من المنافسة على زيادة ترددات القنوات التلفزيونية”² اذن التلفزيون الرقمي هو نظام اتصال للبث واستقبال الفيديو والصوت بواسطة الاشارات الرقمية، ويقصد بترقيم البرامج التلفزيونية بشكل عام استخدام التكنولوجيا الرقمية خلال عمليات التصوير والتحرير والايخارج والبث للبرامج التلفزيونية بشكل شامل.

خصائصه:

يمتاز التلفزيون الرقمي بألاف الخدمات الجديدة التي يمكن تقديمها للمشاهدين والمستمعين أبرزها:

- اعتماد التلفزيون على الصورة المتحركة التي تنقل للإنسان الحدث كما هو وهذا الامر يؤدي لتفاعل الانسان المتلقي مع الحدث.
- الاعتماد على الالوان والاضاءة وقد ثبت ان عنصر اللون من العناصر الجاذبة لعين المشاهد فضلا عن الراحة التي يجدها الانسان في تنوع الالوان وامتزاجها.
- الارسال الصافي عن الشوائب حيث لم يكن النقاء في الصورة فحسب وانما تحطتها الى الصوت الذي وصل الى حد الصفاء الكامل في معظم محطات التلفزيون في العالم.
- للتلفزيون اسلوبه الخاص في الاخراج مما جعله متفردا بين وسائل الاتصال الاخرى وجعله جاذبا للمشاهد.
- المشاهدة الجماعية وهي من خصائص التلفزيون التي تميز بها على الراديو والصحيفة والكتاب انه يوفر مشاهدة جماعية في معظم الاحيان تجمع كل افراد الاسرة في صالة واحدة أو غرفة هي التي يوضع عليها الجهاز.²
- خدمة الفيديو كخدمة الاعلانات.
- خدمة دليل البرامج³
- ينقل التلفزيون الرقمي للجمهور صورا واقعية حقيقية عن حياة المجتمعات المختلفة بأنشطتها السياسية ودور المؤسسات السياسية ومشاهدة صور واقعية لحياة الشعوب بدلا من الانماط الجاهزة.⁴

¹ رضوان بلخيري، مدخل الى وسائل الإعلام والاتصال نشأتها وتطورها، الجزائر العاصمة، جسر للنشر والتوزيع، 2014م، ص 170.

² عوض ابراهيم عوض، مدخل الاعلام، دار المؤتمن للنشر والطباعة والتأليف، 2011، ص ص 124، 127.

³ لعلي، رضوان مفلح، مدخل الى وسائل الإعلام الالكتروني والفضائي، عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، 2016، ص ص 146، 147.

⁴ محمد نصر مهنا، الإعلام وتكنولوجيا الاتصال في عالم متغير، الاسكندرية، مركز الاسكندرية للكتاب للنشر والتوزيع، ط2، 2007م. ص ص

136، 137.

- انتقاء الحاحز اللغوي فتصبح الصورة هي اللغة والصورة المعبرة بطبيعة الحال هنا مخاطبة مختلف المستويات الثقافية والاجتماعية وكذا جميع الفئات المتعلمة والامية.
- المزج بين قدرات الاداء المسرحي الحي وامكانيات الفيلم الميكانيكية وصوت الراديو، وتوجيه الجمهور اضافة الى قدراته الالكترونية الخاصة.
- يمزج التلفزيون بين الموضوعية والذاتية فيما يتعلق بالجمهور فوجود الكاميرا ومختلف الوسائل الالكترونية يستطيع كل من الكاتب والمخرج توجيه اهتمامات ومشاعر الجمهور وفق رؤيتها الذاتية نحو حافز معين.¹

3.1 شبكات التواصل الاجتماعي:

الشبكات الاجتماعية هي مصطلح يشير الى تلك المواقع على شبكة الانترنت والتي ظهرت مع ما يعرف بالجيل الثاني للويب حيث تتيح التواصل مستخدمها في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم وفقا لاهتماماتهم أو انتماءاتهم (جامعة، بلد، صحافة، شركة...)

وتعرف موسوعة ويب اوبيديا الشبكات الاجتماعية بأنها عبارة تستخدم لوصف أي موقع على الشبكة العنكبوتية يتيح لمستخدمه وضع صفحة شخصية عامة معروضة، ويتيح امكانية تكوين علاقات شخصية مع المستخدمين الاخرين الذين يقومون بالدخول على تلك الصفحة الشخصية.

ويرى مخترع الفيس بوك مارك زوكربيرج أن فيسبوك هو حركة اجتماعية وليس مجرد أداة أو وسيلة للتواصل، وأنه سوف يزيح البريد الالكتروني ويحل محله ، و يسيطر على كل نواحي النشاط البشري على الشبكة العنكبوتية.² وتعرفها هبة خليفة بأنها: شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والاصدقاء، كما تمكن الاصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض، وبعد سنوات طوال، وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الامكانيات التي توحد العلاقة الاجتماعية بينهم.³

وسائل التواصل الاجتماعي هي تطبيقات ومواقع إنترنت تعتمد على تقنية الويب 2.0، والتي تسمح للمستخدمين بإنشاء ومشاركة المحتوى والتفاعل مع بعضهم البعض. تم تقديم مصطلح "الويب 2.0" لأول مرة في عام 2004 من قبل ديل دوجيرتي Dale Dougherty ، نائب رئيس شركة O'Reilly Media Inc. تتميز وسائل التواصل الاجتماعي بأنها لا تتطلب مهارات تصميم أو نشر معقدة، مما يسهل على المستخدمين المشاركة والتواصل. تشمل أمثلة وسائل التواصل الاجتماعي الشهيرة Facebook ، WhatsApp ، YouTube ، X(Twitter) ، Instagram ، +Google ، LinkedIn وغيرها.

¹ ناظم خالد الشمري، الإعلام الاقتصادي، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011م، ص114.

² كنعان علي عبد الفتاح، الإعلام والمجتمع، عمان، دار اليازوري للنشر والتوزيع، 2014م، صص170.169.

³ شقرة علي خليل، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014م، ص59.

وسائل التواصل الاجتماعي هي منصات قوية للتفاعل الاجتماعي، حيث تحول الإنترنت من مصدر للمعلومات الجاهزة إلى مصنع للمعلومات التفاعلية. كما أنها تدعم ديمقراطية المعرفة والمعلومات وتحول الناس من مستهلكي المحتوى إلى منتجه.

يمكن تصنيف وسائل التواصل الاجتماعي إلى فئات مختلفة بناءً على اهتمامات المستخدمين، مثل الشبكات الاجتماعية، و شبكات تقاسم الوسائط، ومنتديات المناقشة، و شبكات التسوق الاجتماعي وغيرها.¹

أ _ الفيسوك:

أنشئ هذا الموقع سنة 2004م على يد "مارك زوكربيرغ" الذي كان طالبا في جامعة هارفارد في حينه. وسمي الفيس بوك بهذا الاسم على غرار ما كان يسمى «كتب الوجوه» التي كانت تطبع وتوزع على الطلاب بهدف إتاحة الفرصة لهم للتعرف والتواصل مع بعضهم البعض.

وهو يعتبر من أهم وأشهر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يمكن للعضو في هذا الموقع أن يقوم بإعداد نبذة شخصية عن حياته تكون بمثابة بطاقة هوية وتعريف لمن يريد التعرف عليه والتواصل معه.

ويشكل المتواصلون عبر فيس بوك مجتمعا افتراضيا أكثر سهولة وراحة من حال المتواصلين في المجتمعات الحقيقية. ولا يشعر المتواصلون عبر هذا الموقع بما يشعر به الانسان في المجتمع الحقيقي من ضغوط وصعوبات حيث لا يجد نفسه مرغما على قبول أي شيء لا يريد من أصدقاء أو مكان أو قراءة...

ويعتبر الشباب هم أكثر الفئات استخداما للفيس بوك حيث أن هؤلاء هم الأكثر ممن يمتلكون المهارات الحاسوبية، ولديهم اطلاع واسع على الكمبيوتر واستخداماته وشبكات الانترنت.²

ونجد في العديد من المواقع مثل الفيس بوك وجوجل والتي تم انشاؤها على منصات مختلفة أنها تعكس طبيعة الشبكة الاجتماعية لمستخدميها، وإذا ما كانوا موجودين على المواقع أم لا. في حين ما يوجد بعض المواقع الأخرى التي يسهل عليها التواجد بلا اسم، والتي تساعد بدورها في ممارسة الأشياء التي يجد حرجا أن يمارسها على أرض الواقع³

خصائصه:

من بين خصائص هذا الموقع. موقع فيس بوك أنه يتسم بتقديم الكثير من الخدمات وتقديم الكثير من المهارات لمستخدميه.

¹ Blessed F. Ngonso, Peter E. Egielewa, "When Values Change Values: Assessing how Social Media Changes Nigerian Youth Communication Patterns and Values", New Media and Mass Communication, Edo University, Iyamho, Vol.68, 2018, p07, p08.

² شقرة علي خليل، مرجع سابق، ص 65، 64.

³ رافي غوبتا، هيو بروكس، ترجمة عاصم سيد عبد الفتاح، وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المجتمع، المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2017م، ص 61.

- إتاحة الفرصة للصدافة والتواصل بين الاعضاء المشتركين في هذا للموقع وذلك عن طريق إتاحة الفرصة لإضافة من يشاء العضو اضافتهم من الاصدقاء للتواصل معهم بعد أخذ موافقتهم.
- اقتراح أصدقاء جدد لمن يريد من الاصدقاء القدامى الذين يعرفهم سابقا وبالتالي توسيع شبكة الصداقة والتواصل التي يمتلكها.
- إتاحة الفرصة لمشاهدة كل الاصدقاء مرة واحدة مرتبة اسماؤهم ابجديا مع أرقام هواتفهم.
- خدمة الشركات وأصحاب الأعمال في الاعلان عن الوظائف واختيار الموظفين، كأخذ ما ينشرونه من نبذ شخصية عن أنفسهم وخبراتهم على الفيس بوك بعين الاعتبار عند البدء في اختيار الموظفين من بين المتقدمين.
- يتيح الفيس بوك كذلك فرصة تحميل البومات الصور بشكل أكبر وأسهل مما تتيحه المواقع الأخرى، حيث يتم تحميل أكثر من مليار صورة شهريا على الفيس بوك.
- التواصل مع مجتمعات افتراضية متخصصة في مواضيع شتى تفيد العضو في التدريب والتعليم من هذه المجتمعات وزيادة خبراته...
- متابعة أخبار الشخصيات المشهورة في كافة المجالات كالشخصيات السياسية والاقتصادية والفنية والعاملين في المجالات الدينية والاجتماعية.
- امكانية تثبيت أي موقع أو خبر أو صور أو مقاطع فيديو.¹

ب - منصة X " تويتر سابقا " :

- هو منصة تدوين مصغر أسست عام 2006، تجذب نفس المنصة وتدعم عددا مختلفا من الممارسات التي تشكل من الحياة تحتاج تمييزها.²
- ويعرف بأنه موقع يقدم خدمة تدوين مصغر تسمح لمستخدميه بإرسال تغريدات تعبر عن حالتهم بحد أقصى 140 حرفا للرسالة الواحدة.³
- خصائصه:**

ولهذا الموقع العديد من الخصائص والسمات العديدة نذكر منها:

- تعزيز الافكار المعروضة عن طريق استخدام طريقة التجزئة أو ما يسمى الوسوم.
- استخدام اشارة (#) قبل اسم الشخص المراد التواصل معه يسهل وصول الرسالة بشكل أسرع.

1 - شقرة علي خليل، مرجع نفسه، ص ص69،67.

2 - نيك كولدرى، شبكات التواصل الاجتماعي والممارسات الاعلامية، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ص66.

3 مركز المختسب للاستشارات، دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب (تويتر نموذجا)، الرياض، دار المختسب للنشر والتوزيع، ط1،

- بناء علاقات قوية وصلات بين الافراد الذين يسعون لتعريف الراي العام بفكرة من الافكار أو الضغط على الحكومة¹.
- تتيح منصة X امكانية التواصل بين المستخدمين عن طريق رسائل اس ام اس. حيث يمكن استقبال اخر اخبار اصدقاؤك اينما كنت وفي اي وقت من خلال رسالة قصيرة.
- متابعة اخر اخبار المدونات والصحف الالكترونية والمواقع الاخبارية دون الحاجة الى زيارة كل موقع منها على حدة.
- يمكن لمنصة X أن تؤدي نظرا لميزة السرعة التي يتمتع بها، دورا كبيرا في التسويق وترويج المنتجات خاصة في الدول الصناعية².

ج - المدونات:

وهي نوع من المواقع الالكترونية تتمتع بتحديثات منتظمة، وعادة ما تجمع بين النصوص والصور، الرسومات أو الفيديو، وروابط لصفحات ويب أخرى وعادة ما تكون غير رسمية وتعتمد على ادخال مذكرات أو اخبار يومية³. كذلك هي اداة نشر تسمح لأي شخص تبادل المعلومات والتعليق ومشاركة المحتويات وفقا لخط التحرير الخاص بها⁴.

خصائصها:

من خصائص المدونات:

- الحرية والصراحة في تناول الموضوعات: والتي قد لا تتوفر للكثير من الكتاب والمحللين عن طريق وسائل الإعلام التقليدية التي تخضع لقيود وضوابط معينة.
- مصدرا لتنمية المعارف وتوسع المعلومات وتعميقها نتيجة لما تعرضه من معلومات في مختلف النواحي.
- سهولة انشاءها وادارتها.
- اتاحة الفرصة للكثير من الباحثين الى نشر ما حققوه من نجاحات، وتقدم في مجال الابحاث والدراسات.
- امكانية القيام والتعبير عما يريد المدون كتابة بالنص الحر أو عن طريق مقاطع البث الاذاعي، والتي

¹ غالب كاظم جواد الدعي، الإعلام الجديد اعتمادية متصاعدة ووسائل متجددة، عمان، دار أمجد للنشر والتوزيع، 2016م، ص87.

² شقرة علي خليل، مرجع سابق، ص75، 76.

³ هاجر حلمي حبش، تعرض المراهقين للإعلام الجديد وعلاقته باتجاهاتهم نحو الإعلام التقليدي (دراسة ميدانية)، المجلة العلمية لكلية التربية النوعية، العدد الخامس، يناير 2016م، ص168.

⁴ لواتي ربيعة، الاتصال الاجتماعي في الوسائط الجديدة "الفيديو" وأثره في تعزيز القيم الاجتماعية لدى الشباب الجزائري (دراسة وصفية تحليلية)، اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، اتصال سياسي واجتماعي، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2020_2021، ص65.

بإمكان المستمع تحميلها على حاسوبه أو تسجيلها بطرق أخرى ليستطيع الرجوع إليها وقتما شاء.¹

د - اليوتيوب: اليوتيوب موقع الكتروني يسمح لمستخدميه برفع التسجيلات المرئية ومشاهدتها ومشاركتها والتعليق عليها وغير ذلك.²

هو موقع لمقاطع الفيديو متفرع من جوجل يتيح امكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل ممن مقاطع الفيديو وهناك أعداد كبيرة يمتلكون حساب فيه ويزوره الملاين من البشر يوميا، تأسس موقع يوتيوب عام 2005م في ولاية كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية عن طريق "تشاد هيرلي، و ستيف تشن، وجاود كريم" وهم موظفون سابقون في شركة "باي بال" ويشتمل الموقع على مقاطع متنوعة من أفلام السينما والتلفزيون والفيديو والموسيقى وقامت جوجل بشراء الموقع مقابل (1,65) مليار دولار أمريكي ويعتبر اليوتيوب من الجيل الثاني أي من مواقع الويب (2) وأصبح اليوتيوب عام 2006 شبكة التواصل الاولى حسب اختيار مجلة "تايم" الأمريكية.³

خصائصه:

- ضخامة مساحته التخزينية.
- امكانية استخدامه كوسيلة اعلانية تسويقية وترويجية وفي الحملات السياسية.
- سماحه لمستخدميه بمساحة حرية كبيرة، اضافة الى مجانيته.
- سهولة ربطه بالمواقع والمدونات الالكترونية.
- تنوع وتعدد مستخدميه.
- كثرة خياراته مواده.
- عدم وجود رقابة عليه (الا فيما يتعلق ببعض الجوانب الاخلاقية احيانا).⁴

المطلب الثاني: خصائص الإعلام الجديد:

التفاعلية:

وهي خاصية اتاحت لمتلقي المادة الإعلامية خبرا أو اعلانا أو معلومات، أن يشارك في مناقشة هذه المادة ويبدلي برأيه فيها ويعلق عليها مصححا أو مضيفا أو موضحا...

وعن طريق هذه الخاصية يمكن للمتابع أن يتحاور مباشرة مع صانع المادة الإعلامية عن طريق الدردشة أو المشاركة في المنتديات عن طريق عرض الآراء.

وهي من أهم خصائص الإعلام الجديد، فبعد أن كان دور المتلقي للرسالة الإعلامية يقتصر على تلقي هذه الرسالة الإعلامية دون التفاعل معها أصبح بإمكانه أن يصبح مشاركا في هذا الإعلام عن طريق التفاعل مع ما ينشر خلاله.

¹ شقرة علي خليل، مرجع نفسه، ص108.

² مركز المحتسب للاستشارات، مرجع سابق، ص 35.

³ عبد الرحمان بن ابراهيم الشاعر، مرجع نفسه، ص65.

⁴ مروى عصام صلاح، الإعلام الالكتروني الاسس وافاق المستقبل، عمان، دار الاعصار العلمي، 2015، ص209.

الحرية الواسعة:

فبعد أن كانت وسائل الإعلام التقليدية من صحافة واذاعة وتلفزيون وكتب... عرضة لتدخل السلطات الرسمية في الدول بالسماح أو المنع لما ينشر فيها مما جعل من السلطة اداة وصاية على عقل وتفكير المواطن والقضاء على قدرة الابداع والتفكير.

فجاء الإعلام الجديد بوسائله المتعددة وقدرته على اختراق الحواجز الحدودية والزمانية ليعطي حرية أوسع بكثير في تناول كافة القضايا الداخلية والخارجية التي تهم الوطن والمواطن على كثير من الامور التي كانت مبهمة وغامضة ومحرمة عليهم معرفتها.

الشمول والتنوع في المحتوى:

عن طريق شبكة الانترنت أصبح بإمكان كل من يود المشاركة عن طريق وسائل الإعلام الالكتروني المختلفة كالصحافة الالكترونية أو المنتديات أو المدونات أن يقوم بذلك دون حاجز من ضيق مساحة أو غيره.. كذلك أصبح بإمكان المشاهد المتابع أن يستفيد في كثير من المواقع والروابط الالكترونية التي تظهر على صفحة الموضوع الذي يهمله، والتي تتعلق بهذا الموضوع في زيادة معلوماته واطلاعه على كل ماله علاقة بموضوعه.

المرونة:

حيث يمكن لمستخدم وسائل الإعلام الجديد الوصول الى كثير من مصادر المعلومات بكل سهولة ويسر، واتاحة هذه المصادر للمستخدم يزيد من قدرته على الحصول على المعلومات المختلفة والمفاضلة بينها واختيار المناسب منها.¹

➤ المبحث الثالث: وظائف وسائل الإعلام الحديثة.

للإعلام الحديث وظائف رئيسية وعديدة ولعل أبرزها التي سنرصدها في هذه النقاط التي من خلالها يمكننا التعرف على وظائف الإعلام الحديث.

أولاً: التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات:

من المتعارف عليه ان المدرسة تتولى مهمة التوجيه باعتبار أن الطالب يقضي قسماً مهماً من حياته فيها، لكن المجتمع بجميع مؤسساته الاسرية والعائلية والاجتماعية والدينية والاقتصادية، له دور كبير في مجال التوجيه. وإذا كانت المدرسة تقوم بمهمتها تلك عن طريق الهيئة التعليمية والكتاب فان توجيه المجتمع يمارس بشكل مباشر غير مباشر على السواء عن طريق وسائل الاعلام.

¹ شقرة علي خليل، مرجع نفسه، ص 55، 57.

فكلما كانت المادة الإعلامية ملائمة للجمهور لغة محتوى ومحتوى. ازداد تأثيره فلا يجعل مثلا ان تحاطب الذين لا يجيدون اللغة العربية باللغة الفصحى، ولا الذين ليس لديهم مستوى ثقافي معين بالمنطق وعلم الكلام

ثانيا: زيادة الثقافة والمعلومات:

التثقيف العام هدفه زيادة ثقافة الفرد بواسطة وسائل الإعلام وليس بالطرق والوسائل الاكاديمية التعليمية، فالتثقيف العام يحدث في الإطار الاجتماعي للفرد أكان ذلك بشكل عضوي وعارض أو مخطط ومبرمج ومقصود. فالتثقيف العضوي هو مواجهة دائمة من جانب وسائل الإعلام للفرد وهذه المواجهة تقدم بدون ان يكون هذا المقصود بالذات ومعلومات وافكار وصور وارااء.

والتثقيف المخطط هو حصيلة وظيفتي التوجيه والتبشير، لكن هناك بعض الحالات تقع في دائرة التثقيف المخطط كالبرامج الزراعية التي هي عبارة عن حلقات ارشاد للمزارعين يدعون اليها أو تبث إليهم عبر الاذاعة أو التلفزيون.

ثالثا: الاتصال الاجتماعي والعلاقات البينية:

ويعرف الاتصال الاجتماعي عادة بالاحتكاك المتبادل بين الافراد بعضهم مع بعض. فعندما تقدم الصحف كل يوم أخبارا اجتماعية عن الافراد والجماعات أو المؤسسات الاجتماعية والثقافية فإنها تكون صلة وصل يومية تنقل أخبار الافراح وأخبار الاحزان. وأمر ثان هو قيام وسائل الإعلام كلها تقريبا بتعريف الناس ببعض الاشخاص البارزين أو الذين هم في طريق الشهرة.¹

رابعا: التسلية والترفيه:

حيث يقوم الإعلام بهذه الوظيفة للتأثير على القراء تأثيرا نفسيا حميدا، ولأهمية هذه الوظيفة لا نجد وسائل الإعلام فضفضة في تخصيص صفحات وبرامج ومواقع كاملة للأخبار والمواد الخفيفة التي لا وظيفة لها سوى الامتاع. والحقيقة أن وسائل الإعلام ينبغي أن تتخذ طريقا وسطا يتصف بالتوازن فلا تسرف في نشر المواد التي يقتصر دورها على الترفيه وانما تقدم منها ما يعني بالحاجات الانسانية فقط.

والرياضة من أشهر الابواب والبرامج التي تتخصص في برامج التسلية والترفيه فالألعاب الرياضية وكرة لقدم على وجه الخصوص أصبحت محور اهتمام كبيرهم وصغيرهم، ولهذا فليس من الغريب أن تكون صفحات وبرامج الرياضة من أكثر الصفحات والبرامج جذبا لاهتمام الافراد في مجتمعنا.

ولى جانب الاخبار الرياضية في اداء وظيفة الترفيه والتسلية تأتي الاخبار الفنية وهي ليست ترفيهية أو تسلية فقط وانما أيضا تثقيفية تهدف الى الارتقاء بالفن وذوق الجماهير الشغوفة بالفنانين ومتابعة أخبارهم.

خامسا: النقد والتعبير:

يؤدي الإعلام هذه الوظيفة من أجل صالح المجتمع دون أن يجيد عن الحق أو ينحرف وراء الهوى، تصفية لحسابات شخصية، والحملات الإعلامية التي تهدف الى التغيير تكون عادة في كل الوسائل وتقوم في البداية بالرصد والرقابة

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي، مدخل الى وسائل الإعلام الجديدة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ص ص 220، 218..

والتقييم والمتابعة لكل ما يجر داخل المجتمع أو المؤسسة التي يراد اجراء التغيير فيها وهذا كله يكون بمثابة انذارات ضد الانحرافات والمنحرفين أو ضد السياسات الخاطئة في مجال عمل المؤسسة بعد هذه المرحلة تأخذ الحملة منحى آخر تطالب فيه بإقالة هذا المسؤول أو ذاك لأن استمرار وجوده يعوق تطور القطاع الذي هو مسؤول عنه.

كما لا يقصد بالتغيير هنا تغيير الاشخاص أو السياسات فقط وانما أيضا تغيير سلوك الافراد من خلال نشر أخبار توجيهية توعوية تتضمن معلومات جديدة من شأنها التأثير على سلوكيات الفرد وقراراته والنتيجة المترتبة على تلقي الفرد لمعلومات كهذه هي أن يغير من سلوكياته.

سادسا: الدعاية والاعلان: الاعلان وسيلة هامة وضرورة من ضرورات تنشيط الاقتصاد وتحريك السوق والمساهمة في التنمية ونهضة المجتمع، إذا ما روعي فيه القواعد المهنية والقيم الاخلاقية والمقومات الاقتصادية المبنية على الصدق والامانة وعدم خداع المستهلك.

أما واقع الحال مع الاعلانات التي تبثها القنوات الفضائية الجديدة فعلى العكس من ذلك فلقد انتهكت القيم والاعراف المرتبطة بالصدق.

وهناك نوع من الاعلانات عن المياه الغازية والشيبس والشوكولاتة تنتهك القيم والآداب بألفاظ وإجاءات لا أخلاقية ومن الخطورة بمكان أن معظمها موجه للأطفال وهم فئة سريعة التأثير والتقليد.¹

سابعا: التنشئة الاجتماعية:

تعتبر وسائل الإعلام والاتصال مؤسسات اجتماعية تقدم خدمات ثقافية محلية أو وافدة فهي الناقل أو المحمول الذي يساهم في مجتمعه الفرد واحداث الالفة مع المحيط ويعتبر علماء الاجتماع أن وسائل الاتصال أدوات التنشئة الاجتماعية بامتياز.²

➤ المبحث الرابع: مجالات تأثير وسائل الإعلام الحديثة.

ان في بداية هذا الفصل استعرضنا مجموعة من المعلومات حول الإعلام الجديد ووسائل الإعلام الحديثة من مفاهيم ومصطلحات وانتقلنا لأنواع تلك الوسائل التي سبق ذكرها والتفصيل فيها وفي خصائص كل وسيلة، حتى مررنا بوظائف وسائل الإعلام الحديثة ووصلنا الى مجالات تأثير وسائل الإعلام الحديثة والتي سنقدمها اليكم في هذه النقاط التالية:

¹ ابراهيم اسماعيل، الإعلام المعاصر ووسائله، مهاراته، تأثيراته، أخلاقياته، الدوحة، وزارة الثقافة والفنون والتراث، قطر ادارة البحوث والدراسات الثقافية، 2014م. 1435هـ، صص 48 . 51.

² موسى جواد، الإعلام الجديد تطوره الاداء والوسيلة والوظيفة، بغداد، مكتبة الإعلام والمجتمع، 2011م، صص 75.

1. التنشئة الاجتماعية:

أجرى " ألبرت باندورا " تجربة على مجموعتين من الاطفال وجعل كل مجموعة في غرفة فيها نفس الالعاب التي في الغرفة الاخرى، الا أنه عرض على المجموعة الاولى شريط فيديو يظهر فيه شخص يمارس سلوكا عدوانيا (عنف لفظي وعنف جسدي) ضد دمية بحجم الانسان. بعد فترة قام هو والفريق الذي معه وبشكل مفاجئ وسحبوا الالعاب من اطفال المجموعتين وجمعوهم في غرفة اخرى خالية الا من دمية شبيهة بتلك التي كانت تتعرض للعنف في شريط الفيديو.

لاحظ "باندورا" أن الاطفال من المجموعة الاولى الذين تعرضوا لشريط الفيديو عبروا عن سخطهم على الموقف الذي تعرضوا له (نزع الالعاب منهم ونقلهم الى غرفة اخرى)، بضرب الدمية وشتمها بالطريقة نفسها التي شاهدوها في الفيديو أكثر من أطفال المجموعة الثانية الذين عبر بعضهم عن غضبهم بأساليب أخرى غير ممارسة للعنف ضد الدمية، وخلص " باندورا " الى نتيجة فحواها أن الاطفال يستطيعون من بين شخصيات وسائل الإعلام (نموذجا) يحاكونه ويتعلمون منه، كما حدث للأطفال التجربة الذين قلدوا فيها الرجل الذي كان يضرب الدمية ويشتمها. قد تكون المكافأة التي تشجع الفرد على ممارسة سلوك معين هي ملاحظته أن الاخرين يعملون نفس السلوك تتم مكافأتهم بشكل أو باخر. اما من خلال الاساليب السابقة، أو حتى من خلال المكافأة المالية. فمثلا: الفتاة التي ترى المجتمع من حولها (يقدر) و (يحترم) الممثلات والمطربات ويكافهن (ماليا) قد تتجه الى ممارسة هذا العمل متى ما وجدت أن ظروفها الاجتماعية تسمح لها بذلك.

2. تقليد العنف:

- ان الجمهور الذي يتعرض لوسائل الإعلام غالبا ما يقلدون العنف الواقعي وليس العنف الخيالي. فالعنف الذي يمكن أن يقع في حياة الناس اليومية، كالمشاجرات واستخدام الاسلحة... وغيرها من أنواع العنف هو الذي أثبتت الدراسات أن النسبة الكبرى من الجمهور تتعلمه وتميل الى تقليده.
- ان الفرد يتعلم العنف من وسائل الاعلام، لكنه لا يعتمد الى محاكاته وتقليده الا في حالات الاحباط النفسي وحينما تستثار عواطفه ومشاعر السخط والغضب لديه. أي ان الانسان لا يعتمد الى تطبيق السلوك العدواني الذي لاحظته في وسائل الإعلام تلقائيا وبشكل مباشر ان الذي يحدث أن الانسان في حالة الهياج العاطفي كالعصب والتوترات النفسية التي تحدث له لأي سبب من الاسباب، يسترجع ما لاحظته واستوعبه في ذاكرته من مشاهد العنف التي عرضتها وسائل الاعلام.
- ان الاطفال يتعلمون العنف من خلال ملاحظة أشخاص يقومون به في وسائل الإعلام (التلفزيون أو القصص المصورة) وهو ما أثبتته تجربة "باندورا" والتجارب الاخرى التي أجريت من بعدها.
- ان تكرار التعرض لمشاهد العنف في وسائل الإعلام يؤدي الى تبدل أحاسيس الناس تجاه العنف والسلوك العدواني. عدم المبالاة وانعدام الاحساس تجاه السلوك العنيف الذي تعرضه وسائل الإعلام يجعل الناس

أكثر ميلا الى التسامح مع العنف بكل أنواعه، وبخاصة ذلك الذي يحدث في الواقع المعيش. كما أن مداومة التعرض للسلوكيات العنيفة التي تقدمها وسائل الإعلام يولد لدى الناس الاستعداد للارتكاب أعمال العنف.¹

3. التأثيرات المعرفية:

تعمل وسائل الإعلام على تشكيل اتجاهات الفرد ازاء قضايا محددة لم تشكل لديه الصور النمطية نحوها، كما تسهم وسائل الإعلام في ترتيب اولويات الجمهور ازاء الموضوعات البارزة التي يتم التركيز عليها من دون غيرها، فضلا عن أن الجمهور يعيد ترتيب أولوياته بما ينسجم مع الموضوعات التي تركز عليها وسائل الاعلام، وتؤثر وسائل الإعلام في توسيع مدارك الجمهور نحو الاشياء لأنها تتيح لهم الوصول لأماكن جديدة وتعرفهم على معتقدات جديدة لم يكونوا يعرفونها.

4. التأثيرات السلوكية:

يؤدي الاعتماد المستمر على وسائل الإعلام الى تنشيط أو دفع الفرد الى اتخاذ مواقف مؤيدة أو ايجابية ازاء بعض الموضوعات مثل المشاركة في حملات التنظيف والمحافظة على البيئة. يسهم اعتماد الجمهور على الإعلام الجديد في تعزيز التحصيل المعرفي للجمهور، عن طريق الاستخدام المتزايد لشبكات التواصل الاجتماعي، ولم يعد ممكنا بعد اليوم تجاهل دور هذه التطبيقات في ظل التطور المتسارع لها، واحتلالها حيزا مهما من اهتمامات الجمهور التي بدأت تسحب البساط من الوسائل التقليدية وتستهوي جمهورها بالاعتماد على الانماط الجديدة من الوظائف التي وفرتها التقنية الرقمية والتفاعلية والانوية والاتاحة للمواطن العادي.²

¹ محمد بن عبد الرحمان الحضيف، كيف تؤثر وسائل الإعلام دراسة في النظريات والاساليب، السعودية، مكتبة العبيكان، ط2، 1919هـ. 1998م، ص ص75.66.

² غالب كاظم جباد الدعيمي، الإعلام الجديد اعتمادية متصاعدة ووسائل متجددة، عمان، دار أمجد للنشر والتوزيع، ص ص157.159.

الفصل الثاني: القيم

➤ المبحث الأول: ماهية القيم

➤ المبحث الثاني: أنواع القيم وأنماطها

➤ المبحث الثالث: خصائص القيم

➤ المبحث الرابع: أهمية القيم

➤ المبحث الأول: ماهية القيم

تعرض عدد كبير من اللغويين والفلاسفة والمشتغلين بدراسة علم الاقتصاد والاجتماع وعلم النفس لتحديد معنى القيمة وقد لوحظ انه على الرغم من اختلاف العلماء في استخدامهم لهذا المفهوم الا ان معظمهم اشتركوا على انها مجموعة من الاحكام التي يصدرها الفرد او الجماعة على كل ما يحيط بهما في الحياة.

فوزية دياب (1966) ذكرت "ان بعض العلماء قد عرفوا القيمة بانها الخير او الشر مثل مور Moor و لامونت L'amont وانها الاهتمام مثل بيرري Berry و اشار بعضهم الى انها تفضيلات preferences بين الاشياء مثل ثورنديك Thorndike".¹

ويعرفها Robin williams قائلاً: "ان القيم كعناصر امبريقية في السلوك الانساني تظهر بالتأكيد من التجربة الانسانية".²

يتضح من هذا التعريف ان المؤلف يركز بالدرجة الاولى على السلوك.

و جاء في القران الكريم قوله تعالى : (ذلك الدين القيم فلا تظلموا فيهن انفسكم).³ سورة التوبة 36

➤ المبحث الثاني: أنواع القيم وتصنيفاتها

نظرا لتعدد وجهة نظر الباحثين ومنطلقاتهم الفكرية، يمكن تصنيف القيم على الأساس التالي:

1.2 من حيث المحتوى:

- القيم النظرية: تشير الى اهتمام الفرد وميله إلى اكتشاف الحقيقة، وهو في سبيل ذلك الهدف يتخذ اتجاهها معرفياً من العالم المحيط به، فهو يوازن بين الأشياء على أساس ماهيتها.
- القيم الاقتصادية: يقصد بها اهتمام الفرد بكل ما هو مفيد، يتخذ من العالم المحيط وسيلة للحصول على الثروة وزيادتها عن طريق الإنتاج والتسويق واستهلاك البضائع والاستثمار النقدي.
- وأهم القيم الاقتصادية هي: احترام حقوق ملكية الآخرين دون التعدي عليها، والاستهلاك الرشيد، والاستخدام الأمثل للثروة.⁴
- القيم الجمالية: تشير الى اهتمام الفرد وميله إلى ما هو جميل وهو بذلك ينظر للعالم المحيط به نظرة تقدير له من ناحية التكوين والتنسيق والتوافق الشكلي.

¹ د. نبيه ابراهيم اسماعيل، الانسان والسلوك الاجتماعي، مركز الاسكندرية، ص 85،84.

² السعيد بومعيزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، اطروحة دكتوراه دولة في الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، سنة 2006، صص 146،150.

³ قران كريم، رواية ورش عن نافع سورة التوبة اية 36.

⁴ ابراهيم رمضان اللبيب، اسس ومهارات بناء القيم التربوية وتطبيقها في العملية التربوية، مؤسسة ام القرى، القاهرة، دط، 2008، ص 09.

- القيم المعرفية: ويقصد بها اهتمام الفرد وميله لاكتشاف المعارف والحقائق و السعي لاكتساب المزيد من الخبرات العلمية¹
- القيم الاجتماعية: وهي القيم التي ترتبط بمعايير العلاقات الشخصية و الاجتماعية مثل: المساعدة، التعاطف، الاحترام، احترام الكبير والعطف على الصغير، تحمل المسؤولية².
- و تعتبر عنصر إيجابي وأساسي في شخصية الفرد والمصدر الحقيقي للعواطف والمشاعر والأفكار والطموحات والاهتمامات وحتى الأقوال والأفعال.³
- قيم السياسية: تشير الى اهتمام الفرد بالحصول على السلطة والسيطرة بهدف التحكم في الأشياء والأشخاص ويعبر عنها الفرد من خلال النشاط السياسي وحل مشكلات الجماهير، ويتمتع أفراد هذه القيمة بروح القيادية.
- القيم الدينية: ويعني الاهتمام الشخصي بالمعتقدات والتعاليم الدينية.
- وتشير إلى اهتمام الفرد وميله إلى معرفة ما وراء الطبيعة، والفرد علاقته بالرب والسعي لنيل رضاه والتأمل في خلقه. ومن هذه القيم:
- قيمة الإيمان (أن تؤمن بالله وملائكته وكتبه ورسله...)
- قيمة الشكر (أن تشكر الله تعالى على نعمه التي لا تعد ولا تحصى)
- قيم النزاهة
- قيم العفة، الاحترام، الصدق، التضامن.

2.2 من حيث المقصد: يحاول " روكيش " تصنيف القيم حسب مقصدها إلى نوعين رئيسيين هما:

- القيم الغائية: وهي غايات في ذاتها وتعرف بالقيم النهائية.
- القيم السائلية: وتمثل أشكال السلوك لتحقيق هذه الغايات مثل الصلاة والصوم، الزكاة، الحج.. التي تقودنا الى تحقيق قيمة العبادة.

3.2 من حيث شدتها: وهي قيم إلزامية يجب تنفيذها كالقيم الدينية والقيم المفضلة يشجع المجتمع أفرادها على

التمسك بها ولكنه لا يلزمهم بمراعاتها، وقيم مثالية كالدعوة إلى مقابلة الإساءة بالإحسان⁴.

¹ سميح ابو مغلي، عبد الحافظ سلامة: التنشئة الاجتماعية لطفل (عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2013) ص170.

² ايت حمودة حكيمة: " تنمية القيم السلوكية لدى التلاميذ ودورها في تحقيق مواقفهم الاجتماعي «» (مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، ع60، ورقلة 2011)، ص21.

³ ابراهيم رمضان الديب، مرجع سابق ص09.

⁴ نورهان منير حسن فهمي: القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية (الاسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، د.ط.1999)

4.2 حسب ديمومتها:

- قيم عابرة: التي تتلاشى بسرعة، مثل الموضات والابدع والاهواء، ويقبل عليها المراهقون بالدرجة الأولى ويعتقد أنها ترتبط بالقيم المادية
- قيم دائمة: تدوم لفترة طويلة، وتمتد جذورها لأعمق التاريخ، وتعتبر أنها ترتبط بالقيم الروحية.¹

5.2 حسب العمومية:

- القيم العامة: هي القيم التي يعم انتشارها في المجتمع كله ريفه وحضره وطبقاته وفئاته المختلفة وهي القيم المرتبطة بالعقائد والأعراف والتقاليد فبقدر ما يكون في المجتمع من قيم عامة يكون متماسكاً ومتعاوناً.²
- القيم الخاصة: هي ما يقوم بها فرد معين أو فئات معينة والتي تحدث في مناسبات محددة، مثال قيم خاصة (بالقبائل، البدو)، كالقيم المتعلقة بالزواج والمواسم والاحتفال بالأعياد الدينية والوطنية.

6.2 حسب الوضوح :

- قيم ظاهرية: وتشير الى القيم التي يصرح بها من قبل الفرد بالكلام مثل القيم المتعلقة بالخدمة الاجتماعية والمصلحة العامة.
- قيم ضمنية: في الغالب هي القيم الحقيقية والتي يستدل على وجودها من ملاحظة الميول والاتجاهات والسلوك الاجتماعي.³

➤ المبحث الثالث: خصائص القيم

- تمتاز القيم بمجموعة من الخصائص التي تميزها عن غيرها من المفاهيم ويمكن إجمال أهمها فيما يلي:
- إنسانية، تختص بالبشر دون غيرهم.
 - غير مرتبطة بزمن معين، فالقيم إدراك يرتبط بالماضي والحاضر والمستقبل.
 - تملك صفة الضدية، فلكل قيمة ضدها مما يجعل لها قطبا إيجابيا، او سلبيا والقطب الإيجابي هو وحده الذي يشكل القيمة.⁴
 - القيم ذاتية، والمقصود بذاتية القيم أنها تتعلق بالطبيعة النفسية للفرد وتشمل الرغبات والميول والعواطف.
 - وهذه الخبرات النفسية غير ثابتة وتتغير من لحظة إلى أخرى ومن شخص إلى آخر، والقيم في تناسب مع الرغبات فكلما ازدادت هذه الرغبات ازدادت القيم.

¹ ماجد فاضل الزبود، الإعلام وثقافة التفكيك (القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2012، ص ص25،26.

² بوعيط سفيان: القيم الشخصية في ظل التغيير الاجتماعي وعلاقتها بالتوافق المهني، مذكرة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه، في علم النفس، قسنطينة، 2012) ص ص84،83.

³ بوعيط سفيان، المرجع السابق، ص ص84،85.

⁴ ماجد الزبود، مرجع سابق، ص:24.

- القيمة تكون نسبية أي تختلف من شخص لأخر بل تختلف لدى نفس الشخص بالنسبة لنوع حاجاته ورغباته وظروفه.¹

القيم مكتسبة، حيث يكتسبها الفرد اكتساباً ذاتياً من المعتقدات التي يؤمن بها من ذاتنا، أو ما يتوارثه عن المجتمع، فهي حصيلة خبرة وتفاعل مع الجماعة.

" القيم مثالية، فالقيم يستمدّها الإنسان من فلسفة أو تصور، أو عقيدة أو دين " ²

➤ المبحث الرابع: أهمية القيم

فيما يأتي نبرز أهمية القيم لدى كل من الفرد والمجتمع:

أهمية القيم للفرد:

- تأخذ القيم دوراً هاماً في تشكيل شخصية الفرد، وتحدد أهدافها في إطار معياري صحيح.
- تعطي الفرد إمكانية أداء ما هو مطلوب منه، وتمنحه القدرة على التكيف والتوافق الإيجابي وتحقيق الرضا عن نفسه.
- تحقق للفرد الإحساس بالأمان، فهو يستعين بها على مواجهة ضعف نفسه والتحديات التي تواجهه في حياته.
- تعمل على ضبط الفرد لشهواته كي لا تتغلب على عقله ووجدانه.
- تعمل على إصلاح الفرد نفسياً وأخلاقياً وتوجهه نحو الخير والإحساس والمسؤولية.
- تمكن الفرد من معرفة ما يتوقعه من الآخرين، وماهية ردود أفعالهم.
- توجد لدى الفرد القدرة على معرفة الصواب والخطأ³

أهمية القيم للمجتمع:

تتضح أهمية القيم للمجتمع في:

1. إن أهمية دراسة القيم لا تقتصر على نطاق الفكر الفلسفي وحده بل تتجاوزه، فالقيم من المفاهيم الجوهرية في جميع ميادين الحياة الاقتصادية والسياسية والاجتماعية وهي تشمل العلاقات الانسانية بكافة صورها

¹ نورهان منير حسن فهمي: القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية، (الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، د. ط، 1999) ص 101، 100

² عبد الله عقلة مجلي الخزاولة: الصراع بين القيم الاجتماعية والقيم التنظيمية في الإدارة التربوية، (الأردن: دار الحاماة للنشر والتوزيع - 2009) ص 38

³ طاهر عبد الكريم سلوم، محمد جهاد جمل: التربية الأخلاقية القيم منهاجها وطرق تدريسها (الإمارات العربية المتحدة، 2009) ص ص:

ذلك لأنها ضرورة اجتماعية فهي تتغلغل في الافراد في شكل اتجاهات ودوافع وتطلعات وتظهر في السلوك الشعوري واللاشعوري.

2. تعبر القيم عن نفسها في قوانين وبرامج التنظيم والنظم الاجتماعية.
3. القيم تحفظ للمجتمع هيئته وتميزه: ذلك أن القيم تشكل محورا رئيسيا من ثقافة المجتمع وهي الشكل الظاهر البين من هذه الثقافة التي تعكس انماط السلوك الانساني الممارس فيه.
4. تؤمن القيم للمجتمع حصنا راسخا من السلوكيات والقيم والأخلاق التي تحفظ له سلامته من المظاهر السلوكية الفاسدة، ومما زاد من أهمية القيم وأثرها في المحافظة على بناء المجتمع.¹
5. كما أن "القيم ترافق الفرد في المجتمع والتربية، ولا تتوقف أهمية القيم على دورها في مجال التربية لتعديل السلوك، و ترجع أهميتها أيضا إلى أنها مقياس للصواب والخطأ والجمال والقبح ، وقياس مدى تماسك المجتمعات يعود قبل أي شيء إلى مجموعة القيم المتفق عليها ومدى ما يعتقد في صحتها".²

¹ ماجد زكي الجلاذ: " تعلم القيم وتعليمها، تصور نظري وتطبيقي لطرائق واستراتيجيات تدريس القيم " ط4، كلية التربية -جامعة اليرموك، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ص ص45، 46.

² صبرى خالد عثمان، القيم التربوية في شعر الأطفال، ط1، مصر، العلم والإيمان لنشر والتوزيع، 2008، ص164

الفصل الثالث: الشباب

- المبحث الأول: مفهوم الشباب.
- المبحث الثاني: تحديد مرحلة الشباب.
- المبحث الثالث: خصائص ومميزات الشباب.
- المبحث الرابع: أهمية الشباب.

➤ المبحث الأول: مفهوم الشباب

يشير مفهوم الشباب " : المرحلة التي يحدث فيها التغيير الكمي والنوعي في ملامح الشخصية فتختلط فيها الرغبة في تأكيد الذات مع البحث عن دور اجتماعي، مع التمرد على ما سبق إنحازه إلى جانب الإحساس بالمسؤولية والرغبة في مجتمع أكثر مثالية والسعي المستمر نحو التغيير".¹

يعرف معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية الشباب على أنهم "الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين الثامنة عشر و الرابعة و العشرون ، اي الذين اتموا الدراسة العامة و تتميز هذه المرحلة بانها مرحلة انتقالية الى الرجولة او الامومة ويتخطى الفرد فيها مرحلة التوجيه والرعاية و يكونوا اكثر حرية و لهذا تحتاج هذه المرحلة الى عناية خاصة".²

➤ المبحث الثاني: تحديد مرحلة الشباب

يختلف الباحثون في تحديد الفترة التي تبدأ فيها مرحلة الشباب، من خلال هذه الدراسة نسلط الضوء على وجهات نظر الباحثين حول فترة مرحلة الشباب.

يعرف الشباب على انه "فئة عمرية تتراوح ما بين الخامسة عشر الى سن الخامسة والعشرين، او من يقفون بين الخامسة عشر و سن الثلاثين على ما يرى اخرون."

تقسم "احسان الحسن" فترات مرحلة الشباب الى:

- فترة ما قبل الحلم او المراهقة: وتستمر من 12-15 سنة، وفي هذه الفترة يكون الصبي او الفتاة في حالة عدم الاستقرار الجسدي والانفعالي والادراكي..
- فترة الفتوة او فترة الشباب الاولى: تمتد من سن المراهقة حتى سن الواحد والعشرين، وهي المرحلة الانتقالية يتحول من خلالها الشاب الى رجل بالغ او امرأة بالغة، يحقق فيها نضجه
- فترة الرشد او فترة الشباب الثانية: تمتد من سن 21-30 سنة.³

ويحدد الباحثون والخبراء وكذلك المنظمات الدولية شريحة الشباب بفئات عمرية مختلفة ويمكن تلخيصها في الجدول التالي:

1 عزت شرارة بيضون واخرون: الشباب العربي ورؤى المستقبل (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية للنشر والتوزيع، 2006) ص36

2 أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية انجليزي فرنسي عربي، لبنان، مكتبة لبنان، 1982، ص452.

3 وهيبه بشريف: تأثير الانترنت على سلوكيات وقيم الشباب في ضوء نظرية الحتمية القيمية، (اطروحة دكتوراه: وسائل الإعلام والمجتمع) قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة باتنة-1، الجزائر، 2018/2019، ص180.

الجدول رقم (01): تحديد شريحة الشباب بفئات عمرية

من 15 الى 24 سنة	الامم المتحدة
من 15 الى 24 سنة قابلة لتعديل	اليونسكو
من 15 الى 35 سنة	مفوضية الاتحاد الافريقي
من 18 الى 30 سنة ¹	الجزائر

➤ المبحث الثالث: خصائص ومميزات الشباب

قدم الباحثون جملة من الخصائص لمرحلة الشباب منهم من ركز على البعد الاجتماعي ومنهم من ركز على البعد النفسي وبعضهم من ركز على البعد البيولوجي، ويمكن تلخيصها فيما يلي :

الديناميكية ورغبة الشباب في التغيير الدائم: وتجديد كل ما يحيط به من ظروف ومواقف كما أنهم يملكون قابلية لكل جديد من الأفكار والتجارب، لذلك يجب استثمار طاقات الشباب لصالح المجتمع وليس ضده.

الاهتمام بالمظهر: حيث يهتم الشباب في هذه المرحلة بمظهره وشعبيته وميله للجنس الاخر، واتساع علاقاته الاجتماعية.

الحدة والعنف: انتشار مشاعر القلق والتوتر حيث ينفعل لأتفه الأسباب، ويلجئ لاستخدام العنف، كما لا يستطيع التحكم في المظاهر الخارجية لانفعالاته.

الاكتئاب: يشعر الشباب في تلك الفترة بالكآبة والانسحاب والحيرة، محاولا بذلك اخفاء انفعالاته ومشاعره على المحيطين به حتى لا يثير نقدهم ولومهم.

التهور: حيث يندفع الشباب وراء انفعالاته بسلوكيات شديدة التهور والسرعة.

التقلب والتذبذب: يلاحظ ذلك حين يقع الشاب في موقف اختيار نجده في مدى قصير يتقلب في انفعالاته ويذبذب في قرارته، بين الغضب والسخط والرضا وبين الإيثار والأنانية وبين المثالية والواقعية، وهي كلها مظاهر لقلقه وعدم استقراره النفسي.

حب الاكتشاف والمعرفة: نجد أغلبية الشباب يبحثون عن أمور حياتهم الشخصية والاجتماعية رغبة في إشباع رغباتهم وحاجاتهم، وقد توفر لهم الوسائل الإعلامية والاتصالية بجميع اشكالها وانواعها إجابات عن تساؤلاتهم في مختلف المجالات مثل تكوين الصداقات والبحث عن العمل والرحلات السياحية والاستكشافية وغيرها من

¹ جمال باشوش: الاسرة وقيم المواطنة لدى الشباب الجزائري، (اطروحة دكتوراه: علم الاجتماع العائلي والعمل الاجتماعي)، قسم علم الاجتماع والديموغرافيا، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الجزائر 2 ابو القاسم سعد الله، الجزائر، 2021/2022، ص104.

الأنماط التي يهتم بها الشباب ويبحث للوصول إليها بشتى السبل والطرق حتى لو كان ذلك يتعارض مع قيم و عادات المجتمع¹.

كذلك الميل على الانفتاح عن ما هو خارج ذاته².

كما يتجه الشباب نحو رفض المعايير والمستويات والتوجيهات والسلطة التي يمارسها الكبار ، وأحيانا ما يتخذون موقف عدائيا نحوهم ، وهذا يرجع بصفة أساسية إلى محتوى الذات الاجتماعية الناتج عن التربية و التنشئة التي تلقاها الشباب³.

المبحث الرابع: أهمية مرحلة الشباب

يعتبر الشباب العنصر الأساسي في المجتمع والذي يقاس به نجاح وتطور الأمم، تمتاز هذه المرحلة من نضج وتفكير راشد. ان كانت مرحلة المراهقة مرحلة تفجر جسدي وروحي، فإن مرحلة الشباب الباكر الممتدة حتى النضج هي مرحلة نمو من نوع متميز.

فتلك الحيوية الفائقة تضيف توسع وتعمق ما هو موجود في الإنسان من الناحية الجسمية والفعالية والنفسية ومن الممكن التغلب على مشاكل هذه الفترة بالتوجيه والرشد، وجعل الشباب ثمرة تنضج في موعدها، بينما التوجيه الخاطئ والاهمال يمكن أن يؤدي إلى الحصول على شخصية شاذة او منحرفة يشقى بها صاحبها ومجتمعه وللشباب أهمية خاصة لما يتميز به من سمات وخصائص تجعل منه عماد نهضة امة ومعدن امالها وبناء حضارتها لان جيل اليوم هو الذي يستحوذ على قيادة الأجيال القادمة⁴ و تعد فئة الشباب موردا بشريا ، وقوة لا يستهان بها ، بإمكانها قيادة دورا هاما في برامج و مشاريع تنمية المجتمع، فالأمر يتطلب بذل جهود في التعاطي مع مشاركة الشباب و دمجهم في مشاريع التنمية و تهيئة ظروف خلق مناصب شغل لهم⁵.

¹ هناء عاشور، الشباب الجزائري والقيم الثقافية في الاغاني العربية المصورة، (اطروحة دكتوراه: اعلام واتصال)، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة الحاج لخضر باتنة 1، الجزائر، 2021/2020، ص85.

² ا.د/ فوزي محمد الهادي شحاته، مشكلات الشباب ...ازمة هوية ثقافية، (مجلة كلية الخدمة الاجتماعية والدراسات والبحوث الاجتماعية، ال عدد03)، جامعة الفيوم، مصر، افريل 2016، ص85.

³ وهيبه بشرى، تأثير الانترنت على سلوكيات وقيم الشباب في ضوء نظرية العنمية القيمية، (أطروحة دكتوراه: وسائل الإعلام والمجتمع)، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة باتنة 1، الجزائر، 2019/2018 ص181

⁴ امنة بعيو، صوتية زعباط، امال بوظاجين، المعالجة الاعلامية لقضايا الشباب في القناة الخامسة للقران الكريم، مذكرة ماستر أكاديمي، السمعي البصري، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل، 2022/2021، ص46

⁵ -د. سعاد فرج شبيك، أهمية دور الشباب ومشاركتهم في تنمية المجتمع واعادة اعماره، الجامعي - مجلة علمية محكمة 31، بنغازي، 2020.

الفصل الرابع: الرسالة الاعلامية وارتباطها بقيم الشباب

➤ المبحث الأول: أثر وسائل الإعلام الحديثة على تشكيل قيم الشباب.

➤ المبحث الثاني: الآثار الايجابية لوسائل الإعلام الحديثة على تشكيل قيم

الشباب .

➤ المبحث الثالث: الآثار السلبية لوسائل الإعلام الحديثة على تشكيل قيم الشباب.

➤ المبحث الرابع: دور وسائل الإعلام الحديثة.

الفصل الرابع: الرسالة الإعلامية وارتباطها بقيم الشباب.

المبحث الأول: أثر وسائل الإعلام الحديثة على تشكيل قيم الشباب.

ان من أبرز مستويات وأنواع التأثير لوسائل الإعلام الحديثة على الشباب وتشكيل قيم لديه هي تلك التأثيرات التي سوف ندرجها كما يلي:

المطلب الأول: أثر وسائل الإعلام الحديثة

1- التأثيرات المعرفية:

اي المعارف والمعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام للناس، الإعلام يقدم الاحداث والعادات والتقاليد... المعرفة هي البدائل العقلية التي يقدمها الإعلام للمجتمع. المعرفة التي يقدمها الإعلام هي الحقيقة أو الحقيقة كما يراها الاعلاميون، أو هي تمثيل جزئي للحقيقة وربما تزييف جزئي لها. وضع 'ملفين ديفلير' ستة مبادئ لهذه المعارف وهي كالتالي :

- الذاكرة عند الانسان تتيح تطور المعرفة.
- المعرفة موجودة على شكل مفاهيم.
- معاني المفاهيم يحصل عليها الانسان من الاتصال.
- تستخدم اللغة اللفظية وغير اللفظية لتسمية المعاني المتفق عليها من الجماعات.
- الاتفاق حول معاني اللغة يتيح عملية الإعلام بين الذين يتعرضون له وهذا يظهر في خمسة مظاهر:
(إزالة الغموض، تكوين الاتجاهات، ترتيب الاولويات، بناء المعتقدات وتوضيح أو تفسير القيم)

2- التأثيرات الوجدانية:

أي تلك التأثيرات العاطفية النفسية التي تتولد كأثر من اثار الإعلام قد تظهر هذه التأثيرات في شكل الخوف والقلق والاعتراب أو فقد الثقة في النفس والانعزال عن الآخرين، كما قد تظهر في شكل الرضا والامان والثقة في الآخرين والانفعال الايجابي تجاه ما يقدمه الإعلام من مفاهيم.

3- التأثيرات السلوكية: ويقصد بها تلك التصرفات التي يمارسها الافراد أو الدول او الشعوب باعتبارها استجابة

ناجئة عن الاعلام. التنشيط والخيارات الناتجة عن الإعلام هي نهاية مستويات التأثير أي أنها وليدة المعرفة

والتأثير الوجداني وهو التأثير الكبير والمتبقي من عملية تأثير وسائل الإعلام.¹

¹ د. رضا عكاشة، تأثيرات الإعلام نظريات ونماذج الاتصال في مجال المنصات الرقمية، كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، الطبعة الرابعة،

جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، 2020، ص ص39، 40.

ولفهم عمليات التأثير هذه نعطي مثال توضيحي. (فمثلا عند مشاهدة برنامج تلفزيوني يتحدث عن الحالات المساوية التي تقع في قطاع غزة بسبب القصف والحرب وعرض حالات من المتضررين جسديا أو تشويهاات خلقية أو من حالات الاطفال اليتامى وحالات الجوع والعراء.. فان المتلقي في هذه الحالة سيصب نظره حول عدد الاصابات وعن الطريقة المثلى للتعامل معهم وكيفية تقديم المساعدة وهذا هو (التأثير المعرفي)، وقد يرتابه شعور الحزن والبكاء والشفقة او فرح لما تقدمه بعض الدول العربية لمساعدتهم وهذا هو نفسه (التأثير الوجداني)، وسيكون (تأثير سلوكي) إذا قمت بمساعدتهم أنت وتقديم يد المساعدة والاعانة ماديا كانت او معنوية.

المطلب الثاني: تشكيل قيم الشباب بوسائل الإعلام الحديثة:

1. **قيم التعلم:** انه من الضروري الاشارة هنا الى نقطة هامة وهي ان قيم الافراد ترتبط ارتباطا وثيقا بمستواهم العلمي، اي نوعية القيم التي غرسها التعليم في النشء الصغير منذ الطفولة والمراحل الاولى من التعليم وحتى الوصول الى المراحل العليا واستطاعة الشباب التعلم الذاتي والوصول الى المعلومات بأنفسهم.
2. **قيم العمل:** يأتي الحديث عن العمل والقيم المرتبطة به من ان العمل بحد ذاته أصبح يمثل هوية الفرد الاجتماعية داخل المجتمعات الحديثة، مقارنة بما كان عليه في المجتمعات التقليدية عندما كانت الاسرة او القبيلة هي التي ينتسب اليها الفرد وهنا تتسع معاني العمل من الحدود الفردية الى مضامين اجتماعية اشمل داخل المجتمع و انساق المختلفة ولعل ابرز ما يحدد هذه المضامين هو نوعية الثقافة وانماط التنشئة الاجتماعية التي يتلقاها الافراد داخل مؤسسات التنشئة والذان يعكسان بالتالي جوهر قيم العمل الكامنة داخل هذا المجتمع.
3. **القيم الاخلاقية:** ان السلوك البشري أيا كان يؤدي بالضرورة الى اشباع بعض الحاجات التي يشعر بها الانسان وإذا وافقنا على فكرة ان المجتمع هو موضوع وهدف السلوك الاخلاقي بالإضافة الى كونه مصدر فإننا نستطيع ان ندرك بدرجة أفضل لماذا يمتلك السلوك الاخلاقي خصائص مشتركة تتصل بالتزام والرغبة.
4. **القيم السياسية:** ان أبرز التغيرات والتأثيرات السياسية في عالمنا المعاصر في عصر المعلومات تتلخص على النحو التالي:

تزايد المشكلات العالمية العابرة للحدود وتصاعد حدتها كمشكلة المخدرات وغسيل الاموال والهجرة غير الشرعية ومشكلات الارهاب.

انهيار النظام الدولي وبروز ملامح نظام عالمي جديد بزعامة الولايات المتحدة الامريكية.

تقلص سيادة الدولة نتيجة لعدم قدرتها على ضبط تدفق المعلومات والسلع والاموال والمهاجرين عبر الحدود.

5. **قيمة اللغة:** لا شك أن أي لغة تفترض مسبقا وجود فهم مشترك ولهذا فان الحديث بلغة معينة يعني أن نسكن في عالم من التفاهات المشتركة التي تتم بالطبع وبالضرورة من خلال تجارب تاريخية مشتركة ولعل

هذا ما حدث للشباب العربي في عالم الانترنت على شبكات التواصل الاجتماعي فتم ميلاد لغة جديدة بينهم وهي لغة "الفرانكو أرب" وهي عبارة عن لغة تكتب بحروف وارقام انجليزية وتقرأ باللغة العربية.

6. قيمة الدين: تعد القيم الدينية هي الاخرى من أبرز القيم التي تأثرت وتغيرت داخل مجتمعنا "المصري" وذلك على الرغم من أنه من الشائع منذ القدم عن الشعب المصري أنه شعب متدين بطبعه، فان من أبرز المشكلات التي تواجه مجتمعنا: بروز ظواهر سلوكية بعيدة عن المبادئ السلوكية المنبثقة من الخطاب الالهي مثل ظاهرة الغش وانعدام الثقة وعدم اتقان العمل وعدم الامانة، وانحراف السلوك وسوء العلاقة بين افراد المجتمع المسلم¹.

المبحث الثاني: الأثار الايجابية لوسائل الإعلام الحديثة على تشكيل قيم الشباب.

ان وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي لها أثر على القيم الاجتماعية من الناحية الايجابية وهي كالتالي:

اغلبية الشباب الجامعي يقومون بنشر منشورات ومحتويات تحمل طابعا وقيما اجتماعية مختلفة عبر صفحاتهم في مواقع التواصل الاجتماعي كانوا قد تأثروا بها فأرادوا مشاركتها عبر صفحاتهم، وهذه القيم قيم اجتماعية. بنسبة أخذت سهم الاسد من الذين يشاركون هذه القيم قدرت ب 85.6 بالمئة، وحتى يتمكن الاخرين من الاستفادة منها والتفاعل معها للتأثر بها. وهذا كله من أجل زرع قيم بين المجتمع والفرد وبين الأسرة كذلك وحتى المحيط الذي يعيش فيه الفرد من تعاون وتطوع وبر واحسان وقيم اخرى تعزز القيم الاجتماعية. وهذا الاخير يدل على الاثر الايجابي الذي تلعبه وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل قيم الشباب².

كما تم تحديد دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي السياسي بالمشاركة السياسية التابعة للجامعة الاردنية لدورها في تنمية الوعي السياسي بالمشاركة السياسية بلغت مستوى مرتفع، ما يدل على الدور الفعال الذي يجعل من وسائل الإعلام يجلها نوعا من المؤثرين على تشكيل قيم لدى الشباب ومن أبرز هذه القيم خاصة في هذه الدراسة هي زرع قيم سياسية. وترسخ قيم الانتماء الوطني من خلال المحافظة على الثوابت الوطنية مما يعزز الوعي بالمشاركة السياسية.

3

1 د. هبه عاطف السيد محمد عوض، تحليل سوسيولوجي لمظاهر تغير قيم الشباب الجامعي، مجلة كلية الآداب - جامعة المنصورة، 2017م، ع 1، ص 900، 901.

2 ريحانة بلوطي، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل القيم الاجتماعية لدى الشباب الجزائري (دراسة ميدانية لعينة من الشباب الجامعي)، أطروحة دكتوراه، وسائل الإعلام والمجتمع، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة الحاج لخضر باتنة 1، الجزائر، 2019/2018، ص ص 271، 275.

3 فلاح محمد ندا العموش، واقع دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية لدى طلبة الجامعات الاردنية استنادا الى النظريات السياسية المعاصرة من وجهة نظر الطلبة أنفسهم، المجلة العلمية لكلية التربية (جامعة اسيوط) مصر، مجلد 37، عدد 8، 2021، ص 257.

كما حققت وسائل الإعلام الحديثة إيجابيات أخرى كمساعدة الافراد الذين يفتقرون الى الثقة في بناء العلاقات الاجتماعية المباشرة ليشرع بمقابلة الاصدقاء والاتصالات عن بعد، كما عززت التضامن بين الجماعات وأصحاب القضايا المشتركة وساعدت القوى وحركات التحرر على التواصل¹.

هذه الوسائل الإعلامية الحديثة بالفعل تمثل مصدرًا هائلًا للشباب للوصول إلى معلومات متنوعة وآراء مختلفة. فهي توفر منصات تفاعلية تسمح لهم بالتواصل مع العالم من حولهم والمشاركة في الحوارات العامة والتعبير عن أنفسهم بحرية. هذا يعزز التنوع الفكري والقيم الثقافية ويساهم في توسيع آفاقهم وتطوير قدراتهم التفكيرية والتواصلية².

➤ المبحث الثالث: الآثار السلبية لوسائل الإعلام الحديثة على تشكيل قيم الشباب.

يوجد هناك عدد قليل من الباحثين سوف يزعمون بان تصوير المواد الإعلامية هي المؤثر الوحيد على حياة الافراد، وتفترض بعض الابحاث ان تصوير العنف في وسائل الإعلام يشكل عاملا هاما في تعلم وتقليد أعمال العنف، وخاصة بين الشباب والاطفال سريعي التأثير ولكنها أيضا تؤثر على اشخاص آخرين الذين هم عرضة للتأثر بهذه الاشياء (وهنا نستنتج أنه تتأثر قيم الشباب من خلال البرامج التي تبث عبر وسائل الإعلام الحديثة تأثيرا سلبيا وتنامي لديهم قيم سلبية مثل قيمة العدوانية والعنف والاحساس بكره الاخرين والتنمر...).

حيث قامت "سيسيليا فون فيلتزن" (في كتابها ديكنسون وغيره 1998) بتلخيص بعض الطرق التي استخدمت لوضع النظريات التي تخص هذا الموضوع، على سبيل المثال فقد اشارت الى ان مشاهدي السينما والتلفزيون يمكن أن يشعروا بالإحباط ، لعدم تمكنهم من الحصول على انماط حياة مشابهة لتلك التي يشاهدونها على الشاشة³.

كما ينتج عن التعرض الدائم لوسائل الإعلام تأثيرات سلبية على مستخدم الوسيلة الإعلامية ما يجعل المستخدم يتأثر بمجموعة من القيم والتأثيرات التي تحسب ضمن التأثيرات السلبية فقد تكون ذات تأثير على الشخصية والتكيف الاجتماعي مثل العدوانية مع الاخرين الانانية الاخلاق السيئة وهذا تأثير سلبي على قيمة الاخلاق الخاصة بالفرد تجاه المجتمع كما قد يكون تأثير من ناحية التحصيل الاكاديمي العلمي في الجانب الدراسي من تدني في المستوى العلمي أو تراجع في الرصيد ويمكن كذلك التأثير السلبي بالأفكار التي تحملها الرسائل الإعلامية على دين المتلقي أو على الطائفة التي ينتمي اليها⁴.

¹ أبو عائشة علي صالح، دور وسائل الإعلام الجديد وأثرها على العملية التعليمية، مجلة القرطاس للعلوم الانسانية والتطبيقية، مجلد1، عدد1، 2022، ص160.

² Zotova, M. V., Akhtyan, A. G., Fanina, Y. N., Lvova, S. V., & Rychikhin Moscow City Pedagogical University, Moscow, Russia, E. N, "Issues of modern family institution affected by media environment", Apuntes Universitarios, Moscow City Pedagogical University, Moscow, Russia, Russian State Social University, Moscow, Russia, Vol 11,2021, p08.

³ هدى عمر عبد الرحيم، نزمين عادل عبد الرحمان، الدراسات الاعلامية والإعلام وأثره على الجمهور، القاهرة، المجموعة العربية للتدريب والنشر، Paul long and Tim Wall.89، ص2017.

⁴ عبد الرزاق محمد الدليمي، مدخل الى وسائل الإعلام الجديد، مرجع سابق، ص277.

اضافة الى التأثير على قيمة المسؤولية والقيمة الاخلاقية. والمساس بقاعدتهما فمعظم ما يعرضه التلفزيون أو وسائل الإعلام على وجه الخصوص من رسائل اعلامية أو حلقات اشهارية أو حتى أفلام ومسلسلات تحمل في طياتها لقطات وايحاءات تعزز الفرد الى ترك ما نشأ عليه وترى فيه من اخلاق ومبادئ مثل الاعلانات المروجة للخمر والتي تلعب بمشاعر واخلاق المشاهد، كما يمكن تسليط الضوء على البرامج التافهة التي تفقد روح وقيمة المسؤولية¹. كما وسائل الإعلام لديها ضعف ضبط الضوابط الضرورية لضمان عدم المساس بالقيم الدينية والاجتماعية والثقافية للمجتمعات².

وتظهر الابحاث ان الاستخدام المفرط للوسائل الاعلامية خاصة وسائل التواصل الاجتماعي يمكن ان يؤدي الى انتشار العزلة بين الافراد والشباب، ويقلل من جودة العلاقات الاجتماعية في الحياة الواقعية. بالإضافة الى ذلك، فان الانفعالات والقلق الناجم عن محتوى الوسائل الاعلامية الحديثة يمكن ان يؤدي الى ضغوطات نفسية ويكون لها تأثير سلبي³.

وقد يؤدي انتشار المعلومات المضللة والمحتوى المتطرف عبر هذه الوسائل الاعلامية الحديثة إلى اتجاهات وقيم منحرفة بين الشباب، خاصة أنهم يشكلون الجزء الأكبر من مستخدمي هذه الوسائل. ولذلك، هناك حاجة إلى رفع مستوى الوعي بينهم حول أهمية التحقق من المصادر والتعامل الحكيم مع المحتوى الرقمي⁴.

➤ المبحث الرابع: دور وسائل الإعلام الحديثة

دور وسائل الإعلام في المجتمع مهم جدا الى درجة خصصت الحكومات اقسامًا ودوائر ووزارات اعلام تتولى تحقيق اهداف داخلية وخارجية عن طريق تلك الوسائل، ومن تلك الاهداف: رفع مستوى الجماهير ثقافيا، وتطوير اوضاعها الاجتماعية والاقتصادية، هذا داخليا. أما خارجيا فمن اهداف دوائر الإعلام تعريف العالم بحضارة الشعوب ووجهات نظر الحكومات في المسائل الدولية. ولم يقتصر اهتمام وسائل الحكومات بوسائل الإعلام بل أن مؤسسات اجتماعية وسياسية واقتصادية اهتمت بها، ووجدت ان تلك الوسائل تخدمها وأهدافها وتساعد في ازدهارها⁵.

كما لوسائل الإعلام دور في تطوير العملية التعليمية وتطوير المعلمين هذا بفضل الامكانيات التي تقدمها وسائل الإعلام الجديد، احدثت تنمية مهنية للمعلمين وتطويرهم وجعلتهم يواكبون كل ما هو جديد، فلا يمكن لأي وسيلة أخرى أن تضاهيها من حيث سهولة الانشاء والاستخدام والتعبير عن الذات وأهم ما تقدمه في هذا المجال هي أنها تقوم بتنمية مهنة التعليم عملية مدروسة لبناء مهارات تربوية وادارية وشخصية جديدة، وتقوم بالتدريب أثناء الخدمة

¹ آرثر اسا بيرغر، وسائل الإعلام والمجتمع وجهة نظر نقدية، ترجمة صالح خليل أبو إصبع، الكويت، سلسلة عالم المعرفة، 2012، ص106.

² أبو عائشة علي صالح، دور وسائل الإعلام الجديد وأثرها على العملية التعليمية، مرجع سابق، ص 160.

³ Saddiqi, Q., & Silab, S. (2023). Negative Impacts of Mass Media on Social and Psychological life of Human Beings. Sprin Journal of Arts, Humanistes and Social Sciences, p10.

⁴ Zotova, M. V., Akhtyan, A. G., Fanina, Y. N., Lvova, S. V., & Rychikhin, Same as previous reference, p08.

⁵ عبد الرزاق محمد الدليمي، مدخل الى وسائل الإعلام الجديد، مرجع سابق، ص 217، 218.

وتكوين مجموعات متخصصة فيتم تبادل المعارف ونشر كل ما هو جديد في طرائق التدريس وتكنولوجيا التعليم والتقويم والتوجيه والتفتيش التربوي¹.

ايضا يلعب الإعلام دو مهم في التأثير على الوعي الاجتماعي الذي يؤدي الى الترابط والتماسك الاجتماعي فوسائل الإعلام تأثيرها واضح على الوعي الاجتماعي الذي يؤدي الى الترابط والتماسك الاجتماعي، حيث يعمل النظام الاعلامي للمجتمع من خلال ما يتبناه من اتجاهات فكرية على صياغة وعي الافراد و تماسكهم ويعتمد، ذلك على وسائل الإعلام نفسها لذلك كان للإعلام دور في التنشئة الاجتماعية أي تعليم أفراد المجتمع الجدد والمهارات والقيم والمعتقدات التي يقدرها المجتمع حتى يعود المجتمع متماسكا فيما بينه. لذا كان على الإعلام في خطابه أن يقوم بدوره في التماسك والترابط الاجتماعية عن طريق الاتي، تفعيل دور الاسرة في المجتمع نبذ العنف والاقصاء والتعصب البعد عن الخلافات التي تؤثر في الفرد والاسرة. الشخصيات والكفاءات العلمية والثقافية والسياسية لها علاقة مباشرة في الترابط الاجتماعي.²

¹ أبو عائشة علي صالح، دور وسائل الإعلام الجديد وأثرها على العملية التعليمية، مرجع سابق، صص158،157.

² صلاح الدين محمد المؤلف عبوب، دور وسائل الإعلام الحديثة في توجيه الخطاب الديني، مجلة القرطاس، كلية التربية جامعة صبراتة، المجلد 1، العدد 22، مارس 2023، ص ص 77،78.

الإطار التطبيقي للدراسة:

1. منهج الدراسة
2. مجتمع وعينة الدراسة
3. أدوات جمع البيانات
4. مجالات الدراسة
5. تحليل نتائج الاستبيان
6. عرض النتائج على ضوء الفرضيات
7. عرض النتائج العامة للدراسة
8. التوصيات والاقتراحات
9. خاتمة

1/ منهج الدراسة:

منهج البحث هو تلك المجموعة من القواعد والانظمة العامة التي يتم وضعها من أجل الوصول الى حقائق مقبولة حول الظواهر موضوع الاهتمام¹.

يعتبر المنهج من النقاط الضرورية في الابحاث العلمية لأنه المجر الذي يستعين به الباحث ويتبعه في كل خطواته ومراحله للدراسة من أجل الوصول الى نتائج موضوعية دقيقة، هذا وان اختيار الباحث للمنهج الذي يساعده في دراسته وفي اعدادها دائما ما يكون له علاقة بمشكلة المبحوث فيها والمجال الذي تنتمي اليه وخاصة الامكانيات المتوفرة والمتاحة لدى القائم بالدراسة.

وباعتبار دراستنا الموسومة ب " أثر وسائل الإعلام الحديثة على تشكيل قيم الشباب " تندرج ضمن البحوث الوصفية هذه الاخيرة من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد من خلال فترة أو فترات زمنية معلومة. أو هو طريقة لوصف الموضوع المراد دراسته من خلال منهجية علمية صحيحة وتصوير النتائج التي يتم التوصل اليها على أشكال رقمية معبرة يمكن تفسيرها.²

حيث يعرفه الباحث رابع تركي بأنه كل استقصاء ينصب على دراسة الظاهرة كما هي قائمة في الحاضر بقصد تشخيصها وكشف جوانبها وتحديد العلاقة بين عناصرها.³

كما يعرف البحث الوصفي على أنه الطريق أو مجموعة الطرق التي يتمكن الباحثون من خلالها وصف الظواهر العلمية والظروف المحيطة بها في بيئتها والمجال العلمي الذي تنتمي اليه.

ومن أهم مراحل البحث الوصفي هي مجموعة من الخطوات التي يمكن تلخيصها كالآتي:

1. تحديد مشكلة البحث.
2. مراجعة الدراسات والمراجع السابقة التي لها علاقة بمشكلة البحث.
3. وضع الافتراضات أو التساؤلات المتعلقة ببحث المشكلة.
4. تحديد منهجية البحث.
5. جمع البيانات والمعلومات واستخراج النتائج والاستنتاجات.
6. مناقشة النتائج وبيان أهميتها وما توصلت اليه من حلول للمشكلة الدراسة.
7. وضع التوصيات وكتابة تقرير البحث.⁴

1 محمد عبيدات، محمد أبو نصار، وَاخَر، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، عمان، دار وائل للنشر، ط2، 1999م، ص35.

2 محمد عبيدات، محمد أبو نصار، وَاخَر، مرجع سابق، ص46

3 أحمد بن مرسل، منهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية للنشر والتوزيع، ط2، 2009م، ص287.

4 مصطفى حميد الطائي، خير ميلاد أبو بكر، منهج البحث العلمي وتطبيقاته في الإعلام والعلوم السياسية، الاسكندرية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2007، ص99.

وقد تم الاعتماد على هذا المنهج لما فيه من فوائد تساعدنا على فهم كل الظواهر الاجتماعية والانسانية وكذا تفسير مشكلة الدراسة وذلك عن طريق:

تسليط الضوء على العلاقات بين الظواهر المختلفة كالعلاقات بين الاسباب والنتائج وبين الكل والجزء وتقديم التفسيرات والتحليلات المختلفة للظواهر المتعددة بما يساعد الباحث على فهم العوامل المؤثرة في الظاهرة المدروسة. تناول البحوث الوصفية الظواهر كما هي في الواقع والحقيقة فلا تتطلب اجراءات متميزة قد تكون محضرة أو مجال اعتراض. هذا ما يجعلنا نجدها من أكثر الاساليب انتشارا في دراسة الموضوعات الانسانية والاجتماعية. تعدد الطرق وتوسع النطاق المتاحة أمام الباحث من حيث اللجوء الى المسح أو تحليل العمل أو المضمون ضمن نطاق ضيق من حيث تزويد الباحث بالمعلومات والتي تزيد من وضوح الرؤية في فهم الظاهرة أو الحدث هذا ما جعلنا نختار المنهج الوصفي كمنهج يتماشى مع دراستنا التي تهدف الى معرفة أثر وسائل الإعلام الحديثة على تشكيل قيم الشباب.

2/ مجتمع وعينة الدراسة:

يشكل مجتمع البحث مجموعة المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة ما يعني كل الوحدات التي يرغب في دراستها من قبل القائم على الدراسة. والمجتمع يقصد به الكل أو المجموع الأكبر الذي يستهدف دراسته ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته، كما أنه من الممكن في بعض الاحيان صعوبة الوصول الى هذا المجتمع المستهدف فيتم التركيز على المجتمع المتاح أو الممكن الوصول اليه أو الاقتراب منه لجمع البيانات.

وقد تمثل مجتمع بحثنا في طلبة جامعة قالمة 8ماي 1945 طلبة - كلية العلوم الانسانية والاجتماعية نموذجا. يجب على كل باحث مهما كان مستواه أو مجاله العلمي أن يعتمد على عينة في بحثه لأنه بطبيعة الحال لا يستطيع دراسة مجتمع ككل. فانه بذلك يواجه صعوبات من بينها ضيق الوقت والتكلفة، وفيه عرفت العينة على أنها جزء من المجتمع يتم اختيارها وفق قواعد خاصة بحيث تكون العينة المسحوبة ممثلة قدر الامكان لمجتمع الدراسة.¹ وهي أخذ الباحث أو اعتماده واكتفائه بعدد قليل من هذه المفردات بأخذها في حدود الوقت والجهد والامكانيات المتوفرة لديه ويبدأ بدراستها وتعميم صفتها على المجتمع.² وكوننا قمنا في هذه دراسة بتسليط الضوء على الشباب الجامعي فانه يصعب علينا بذلك اجراء الدراسة على كل شباب الجامعة على اختلاف تخصصاتهم ومستوياتهم وتدرجاتهم وذلك بسبب ضيق الوقت وارتفاع عدد الطلبة

¹ محمد عبد العالي النعيمي، عبد الجبار توفيق البياتي واخرون، طرق ومناهج البحث العلمي، عمان، مؤسسة الوارق للنشر والتوزيع، 2014م، ص 78.

² محمد الغريب عبد الكريم، البحث العلمي والتصميم والمنهج والاجراءات، مكتبة نخضة الشرق، ط3، ص 165.

بجامعة قلمة. وعلى هذا الاساس قمنا باختيار **العينة القصدية**، التي يتم فيها انتقاء الأفراد بشكل مقصود من قبل الباحث نظرا لتوافر بعض الخصائص في أولئك الافراد دون غيرهم.¹

ومن بين المزايا التي تتوفر في هذه العينة، مجموعة من نقاط القوة وهي كالتالي:

- توفر وسائل ضبط لمن يتم اختيارهم ضمن العينة.
- أكثر مناسبة في حالة البحوث التي تركز على شرائح وفئات محددة من المجتمع المستهدف.
- النتائج المتحصل عليها تكون أكثر قابلية للتعميم.
- زيادة الصدق الداخلي وضبط المتغيرات الداخلية.

3/ أدوات جمع البيانات:

تعتمد هذه الدراسة على اداة تناسب المنهج الوصفي، تتمثل في الاستمارة تعد من أهم ادوات جمع البيانات اذ تم اعدادها وتصميمها بطريقة محكمة وفقا لمؤشرات واضحة منبثقة عن متغيرات الدراسة بحيث تجيب في النهاية عن الفرضيات وبالتالي التساؤل الرئيسي للإشكالية المطروحة فالاستمارة عبارة عن مجموع من الاسئلة المكتوبة التي تعد بقصد الحصول على المعلومات أو اراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين.²

وتعرف على انها مجموعة من الاسئلة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد الالكتروني أو يتم تسليمها يدويا تمهيدا للحصول على أجوبة حيث بها يتم التوصل الى حقائق ونتائج جديدة عن موضوع الدراسة.³

وهي من بين الاساليب الاساسية التي تستخدم في جمع بيانات أولية أو أساسية أو مباشرة من العينة المختارة أو من جميع مفردات مجتمع البحث، عن طريق توجيه مجموعة من الاسئلة المعدة مسبقا.⁴

وقد تم تقديم هذه الاستمارة الى الاستاذ المشرف لتحكيمها وعلى ضوء ملاحظاته واقتراحاته لهذه الاستمارة كانت متقاربة وتخدم موضوع دراستنا، ومن خلال الاسئلة المطروحة فيها نحاول رصد أثر وسائل الإعلام الحديثة على تشكيل قيم الشباب.

وقد تم تقسيم الاستمارة إلى:

قسم احتوى على البيانات الشخصية للمبحوثين.

وقسم تضمن عدد من الأسئلة موزعة على ثلاثة محاور متعلقة بأهداف البحث:

1 محمد عبيدات، محمد أبو نصار، مرجع سابق، ص96.

2 محمد در، أهم مناهج وعينات وأدوات البحث العلمي، مجلة الحكمة للدراسات التربوية والنفسية مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع الجزائر، المجلد9، العدد9، جوان 2017، ص320.

3 عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية للنشر والتوزيع، ط5، 2005، ص67.

4 سمير حسين، بحوث الاعلام، القاهرة، عالم الكتب، ط3، 1999م، ص206.

المحور الأول: عادات وأنماط ودوافع استخدام الشباب للوسائل الإعلامية الحديثة.

المحور الثاني: تأثيرات وسائل الإعلام الحديثة على تشكيل قيم الشباب.

المحور الثالث: القيم عبر الوسائل الإعلامية الحديثة.

4/ مجالات الدراسة:

يعد تحديد مجالات الدراسة في البحوث العلمية لأي دراسة ذات أهمية فمثله مثل باقي الخطوات المهمة السابقة في البناء المنهجي هذا لما يقدمه هذا التحديد من مساعدة للباحث من أجل إثبات معرفه النظرية في الجانب المداني.

1_ المجال المكاني:

التعريف بجامعة قالمة: توجد الجامعة في ولاية قالمة في الجزائر، على بعد 500 كيلومتر شرق الجزائر العاصمة وهي مؤسسة متعددة التخصصات.

أنشئت المعاهد الوطنية للتعليم العالي في قالمة في عام 1986، وأصبحت مركزا جامعيًا بموجب المرسوم 92_299 المؤرخ في 1992/07/7. ثم أصبحت الجامعة بموجب المرسوم التنفيذي 01_273 المؤرخ 30 ديسمبر 2001 توفر الجامعة حاليا التدريس في التخرج وما بعد التخرج في ثلاثين دورة تعليمية.

الجامعة متعددة التخصصات والمواقع المتعددة، جامعة 8ماي 1945 من قالمة تسجل المزيد والمزيد من تشكيلاتها في مخطط (ل م د) وبذلك توفر عددا من مجالات التدريب الرئيسية في درجة البكالوريوس والماجستير لعدد أكبر من الطلاب في 3 مواقع وهي¹:

CENTRALE

SOUDANI

HILIOPOLIS

أجريت الدراسة الميدانية بجامعة قالمة 8ماي 1945 على طلبة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، والذين ينتمون الى تخصص الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، علم الاجتماع، علم النفس والتاريخ

الإطار الزمني: كانت الفترة الزمنية لإجراء الدراسة من شهر جانفي الى شهر افريل فبعد ان تم اعداد الجانب

المنهجي والنظري تم الانتقال مباشرة الى اعداد الجانب الميداني، ولقد تم توزيع الاستمارة في الفترة الممتدة من 27

مارس الى 5أفريل، من ثم القيام بتفريغ البيانات المتحصل عليها ومعالجتها وتحليلها وتفسيرها باستخدام الطرق

الاحصائية.

المجال البشري:

ويتمثل في طلبة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية لجامعة قالمة 8ماي 1945.

¹ موقع جامعة قالمة <https://www.univ.guelma.ar/dz> بتاريخ 2024/05/4، الساعة 18:35.

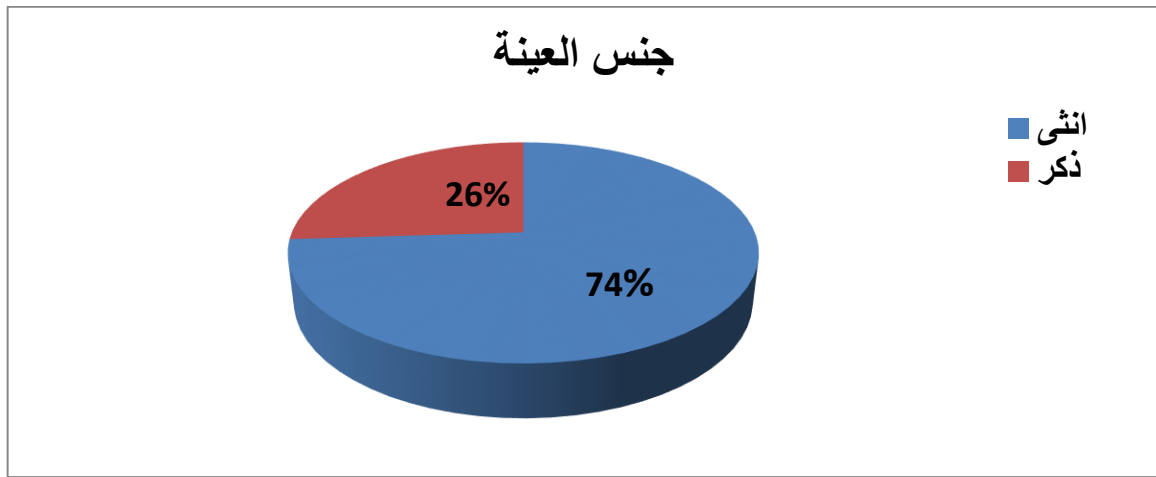
5/ تحليل نتائج الاستبيان:

1. البيانات الشخصية:

الجدول رقم (02): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس:

الخيارات	التكرار	النسبة
أنثى	74	74%
ذكر	26	26%
المجموع	100	100%

المصدر: من اعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج الدراسة.



الشكل رقم (02): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس.

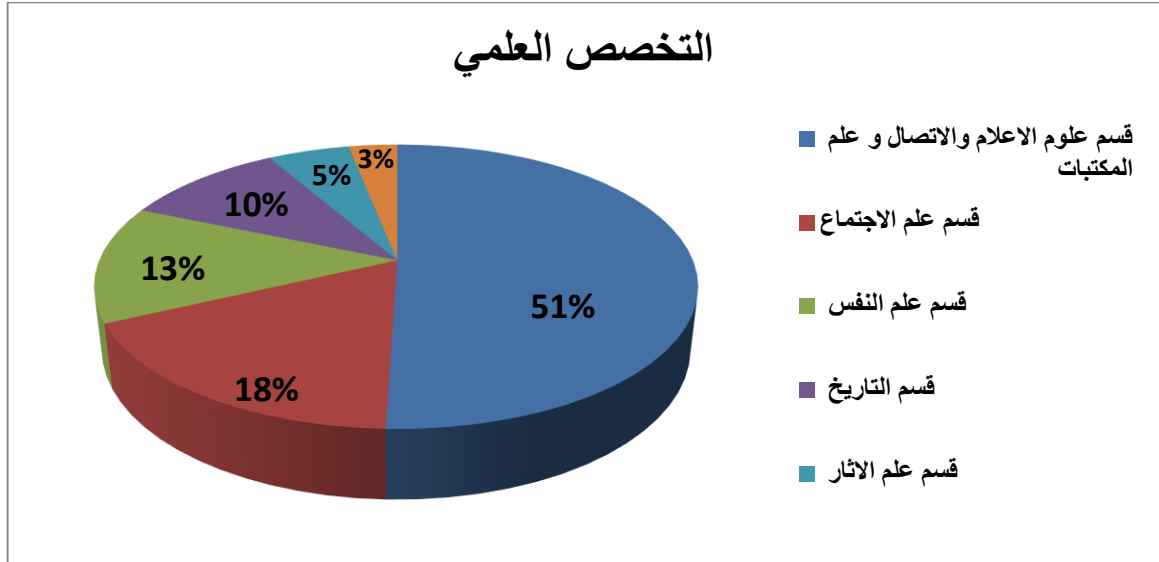
التحليل: تبين نتائج الجدول أعلاه، أن توزيع أفراد العينة حسب الجنس جاء بتفاوت نسبة الاناث (74 مفردة)، أي نسبة 74% من العدد الاجمالي البالغ (100 مفردة)، مقابل عدد الذكور (26 مفردة) أي نسبة 26%.

الجدول رقم (03): يمثل توزيع أفراد العينة حسب التخصص العلمي:

الخيارات	التكرار	النسبة
قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات	49	50.5%
قسم علم الاجتماع	17	17.5%
قسم علم النفس	13	13.4%
قسم التاريخ	10	10.3%
قسم علم الآثار	5	5.2%

قسم الفلسفة	3	3.1%
-------------	---	------

* المجموع يقل عن عدد الباحثين وذلك لامتناع 03 افراد عن الاجابة.
المصدر: من اعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج الدراسة.



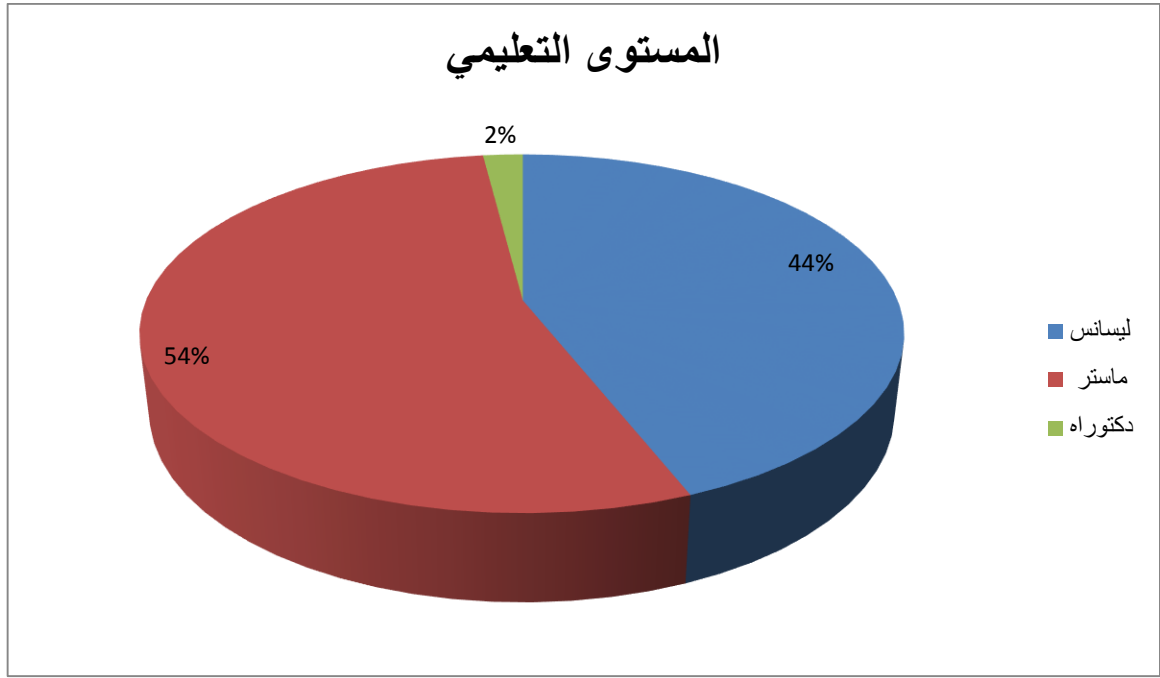
الشكل رقم (03): يمثل توزيع أفراد العينة حسب التخصص العلمي.

التحليل: نلاحظ من خلال الجدول أعلاه، أن أغلبية العينة من قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات حيث قدرت نسبتهم ب 50.5% متمثلة في 49 مفردة، وتليها نسبة 17.5% من قسم علم الاجتماع والمتمثلة في 17 مفردة، ثم تأتي نسبة 13.4% من طلبة علم النفس والمتمثلة في 13 مفردة، ثم تليها عينة قسم التاريخ بنسبة قدرت ب 10.3% متمثلة في (10 أفراد). وجاءت عينة قسم الآثار بنسبة قدرت ب 5.2% متمثلة في تكرار 05 افراد، واخيرا عينة قسم الفلسفة التي قدرت بنسبة 3.1% متمثلة في 3 مفردات.

الجدول رقم (04): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي:

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
ماستر	54	54%
ليسانس	44	44%
دكتوراه	2	2%
المجموع	100	100%

المصدر: من اعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج الدراسة.



الشكل رقم (04): يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي.

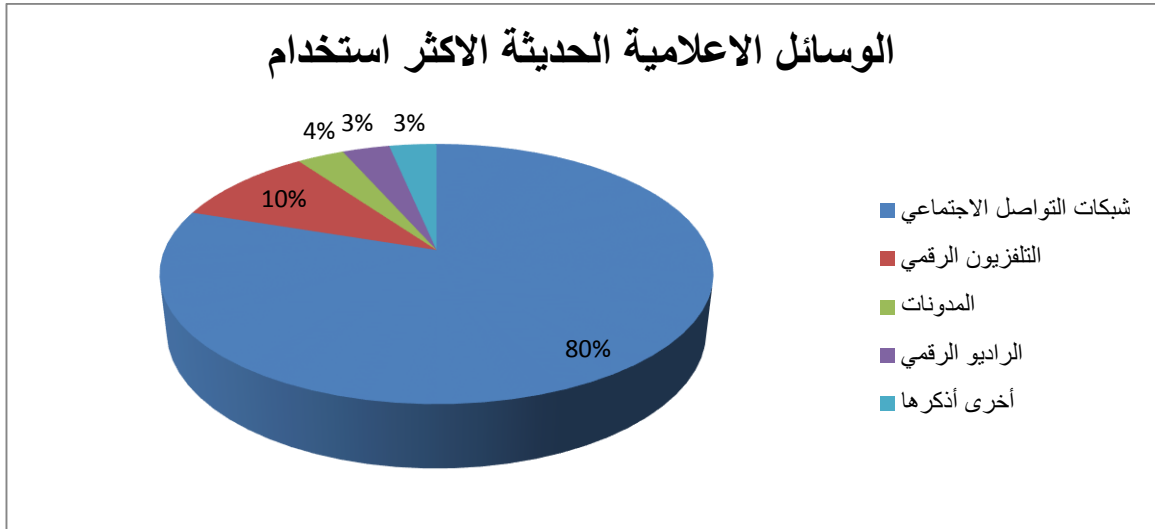
التحليل: نلاحظ من خلال الجدول اعلاه، أن أعلى نسبة لأفراد العينة هم طلبة الماستر، حيث قدرت نسبتهم ب 54% وتمثلت في 54 مفردة، في حين تليها نسبة افراد العينة الذين مستواهم الجامعي ليسانس وقدرت ب 44% والمتمثلة في تكرار 44 من العدد الاجمالي (100 مفردة). وفي المرتبة الاخيرة عينة مستوى الدكتوراه بنسبة قدرت ب 2 % متمثلة في مفردتين.

المحور الاول: عادات وانماط ودوافع استخدام الشباب للوسائل الإعلامية الحديثة.

الجدول (05): يبين توزيع أفراد العينة حسب الوسائل الإعلامية الحديثة الأكثر استخداماً من قبلهم.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
شبكات التواصل الاجتماعي	96	80%
التلفزيون الرقمي	12	10%
المدونات	4	3.3%
الراديو الرقمي	4	3.3%
أخرى أذكرها	4	3.3%

المصدر: من اعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج الدراسة.



الشكل رقم (05): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الوسائل الإعلامية الحديثة الأكثر استخداما من قبلهم.

التحليل: نلاحظ من خل الجدول اعلاه، أن أغلبية المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة قدرت ب 80% بتكرار 96 مفردة. في حين تليها نسبة المبحوثين الذين اختاروا التلفزيون الرقمي وقدرت ب 10% بتكرار 12 مفردة، وتأتي في الرتبة الموالية أفراد العينة الذين يستخدمون المدونات كأكثر وسيلة استخداما من قبلهم وقدرت ب 3.3% بتكرار 4 مفردات، وتليها نسبة 3.3% التي تمثل المبحوثين الأكثر استخداما لراديو الرقمي في حين اختار 3.3% من أفراد العينة اختيارات أخرى وتم ذكره: الذكاء الاصطناعي وبنترست.

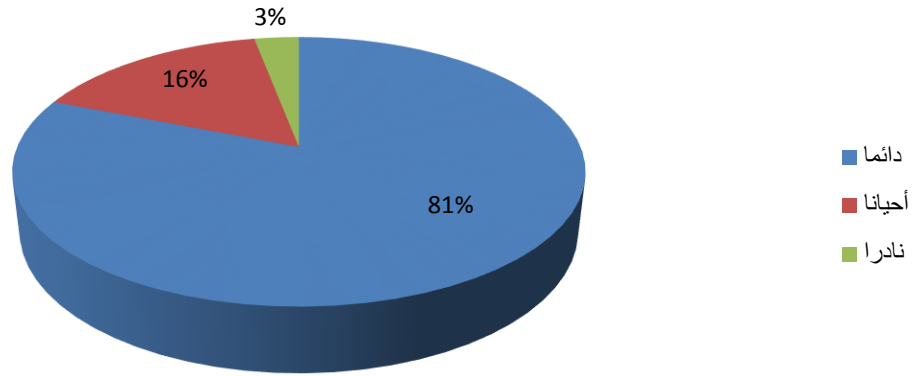
كما يتضح من خلال الجدول ذاته، الخاص بالفرضية الرابعة التي تقر بأن "الوسائل الإعلامية الحديثة الأكثر استخداما وتأثيرا على قيم الشباب هي التلفزيون ومواقع التواصل الاجتماعي". وبذلك فإن أغلبية أفراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة قدرت ب 80%.

الجدول (06): يبين توزيع أفراد العينة حسب استخدامهم لوسائل الإعلام الحديثة.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	81	81%
أحيانا	16	16%
نادرا	3	3%
المجموع	100	100%

المصدر: من اعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج الدراسة.

العينة حسب استخدامهم لوسائل الاعلام الحديثة



الشكل رقم (06): يمثل توزيع أفراد العينة حسب استخدامهم لوسائل الإعلام الحديثة.

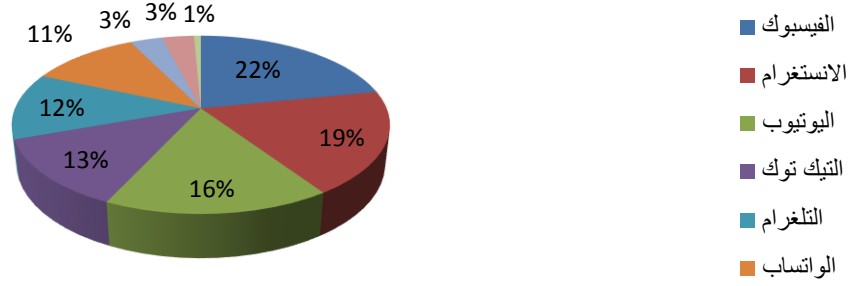
التحليل: يوضح الجدول أعلاه، أن أغلبية أفراد العينة اختاروا الخيار الاول "دائما" بنسبة قدرت ب 81% وعدد تكرار 81 مفردة. وهذا يعني أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون الوسائل الإعلامية الحديثة بشكل دائم، أما المبحوثين الذين يستخدمون الوسائل الإعلامية بشكل «أحيانا» بلغت نسبتهم 16% متمثلة في 16 مفردة. وفي الاخير يأتي المبحوثين الذين صرحوا أنهم "نادرا" ما يستخدمون الوسائل الإعلامية الحديثة وقدرت نسبتهم ب 3% بتكرار 3 مفردات من العدد الاجمالي 100 مفردة.

الجدول (07): يبين توزيع أفراد العينة حسب أنواع شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمة من قبلهم.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
الفيسبوك	92	21.9%
الانستغرام	79	18.8%
اليوتيوب	69	16.4%
التيك توك	53	12.6%
التلغرام	51	12.1%
الواتساب	47	11.2%
منصة X	14	3.3%
الفايبر	13	3.3%
أخرى	3	0.7%

*المجموع فاق عدد المبحوثين وذلك لتعدد احتمالات الاجابة.

أنواع شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمة من قبل العينة



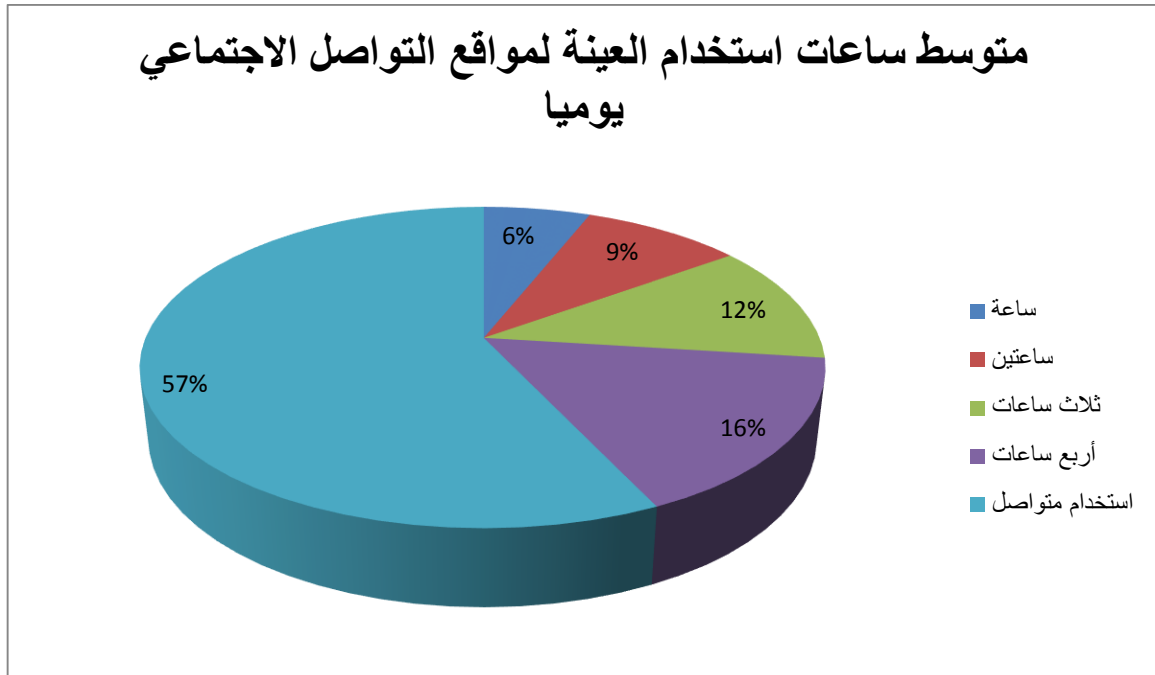
الشكل رقم (07): يمثل توزيع أفراد العينة حسب أنواع شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمة من قبلهم. المصدر: من اعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج الدراسة.

التحليل: نلاحظ من خلال الجدول اعلاه، أن أغلبية الباحثين يستخدمون منصة الفيسبوك بنسبة عالية وكبيرة تفوق باقي المنصات حيث قدرت ب 21.9% بتكرار 92 مفردة، وتليها نسبة الباحثين الذين يستخدمون منصة الانستغرام حيث قدرت ب 18.8% متمثلة في عدد تكرار 79 مفردة. وسجلنا نسبة الباحثين الذين يستخدمون منصة اليوتيوب مقدرة ب 16.4% بتكرار 69 مفردة. وتليها نسبة الباحثين المستخدمين لمنصة تيك توك قدرت ب 12.6% بتكرار 53 مفردة متساوية مع اختيار الباحثين لمنصة التلغرام بنسبة 12.1% متمثلة ب 51 مفردة، وتأتي نسبة الباحثين الذين يستخدمون منصة الواتساب مقدرة ب 11.2% بتكرار 47 مفردة، وتقاربت نسبة الباحثين الذين اختاروا منصة X (تويتر سابقا) ب 3.3% بتكرار 14 مفردة مع نسبة الباحثين الذين يفضلون استخدام منصة الفاير وقدرت ب 3.1% بتكرار 13 مفردة. في حين اختار بعض الباحثين تقديم اضافة متمثلة في منصة السناب شات وراذز وقدرت نسبتهم ب 0.7% بتكرار 3 مفردات. ويمكن تفسير اختيار اغلبية الباحثين لمنصة الفيسبوك كونها الاكثر رواجاً والسهلة من حيث الاشتراك فيها واستخدامها سواء بالوضع المجاني أو المدفوع مع طبيعة العينة شباب الجامعة واستخداماتهم العلمية.

الجدول (08): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متوسط ساعات استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي يوميا:

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
ساعة	6	6%
ساعتين	9	9%
ثلاث ساعات	12	12%
أربع ساعات	16	16%
استخدام متواصل	57	57%
المجموع	100	100%

المصدر: من اعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج الدراسة.



الشكل رقم (08): يمثل متوسط ساعات استخدام العينة لمواقع التواصل الاجتماعي يوميا.

التحليل: نلاحظ من خلال الجدول الموضح أعلاه، أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي "استخدام متواصل" وهذا بنسبة قدرت 57% متمثلة في تكرار 57 مفردة. وتليها نسبة 16% لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لمدة تصل الى "أربع ساعات" تمثلت في 16 مفردة، ثم تأتي نسبة 12% للمبحوثين الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي "لثلاث ساعات" في اليوم تمثلت في 12 مفردة، في حين اختار بعض أفراد العينة متوسط استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي يوميا "ساعتين" و قدرت بنسبة 9% بتكرار 9 مفردات من العدد الاجمالي 100 مفردة، وفي الاخير بقية المبحوثين الذين اختاروا متوسط استخدامهم ساعة واحدة قدرت بنسبة 6% بتكرار 6 مفردات.

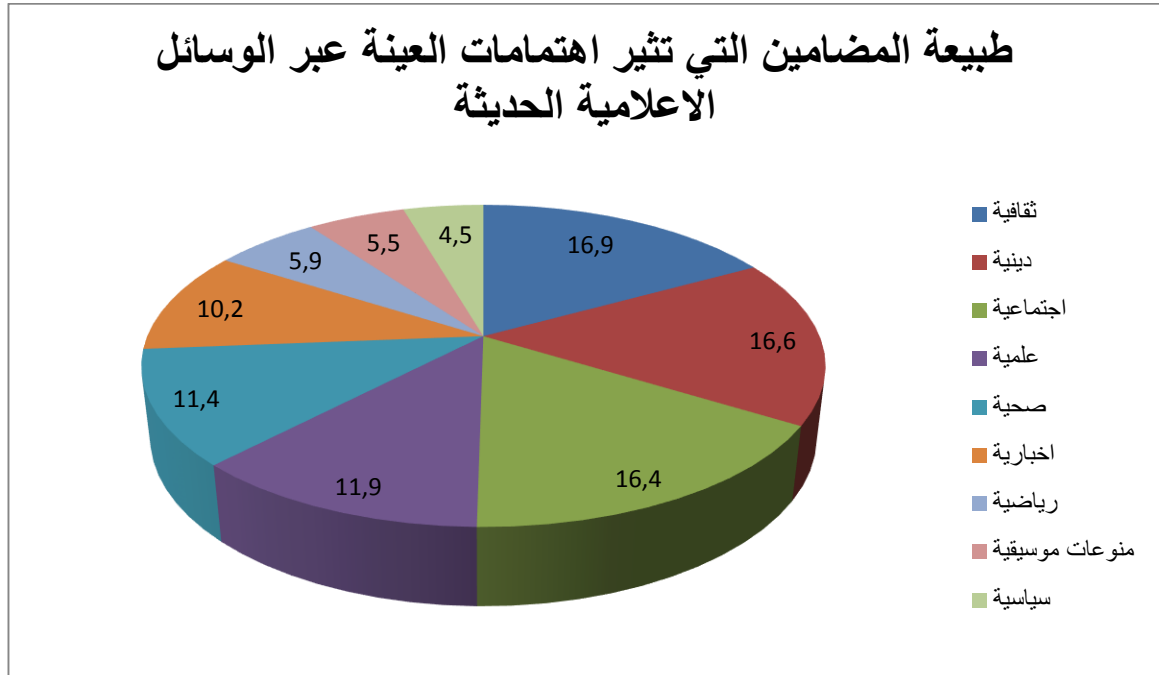
ويمكن أن يعود سبب استخدامهم مواقع التواصل الاجتماعي لطبيعة العمل والأغراض علمية دراسية كونهم طلبة جامعيين.

الجدول (09): يوضح توزيع أفراد العينة حسب طبيعة المضامين التي تشير اهتماماتهم عبر الوسائل الإعلامية الحديثة.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
ثقافية	71	16.9%
دينية	70	16.6%
اجتماعية	69	16.4%
علمية	50	11.9%

صحية	48	11.4%
اخبارية	46	10.9%
رياضية	25	5.9%
منوعات موسيقية	23	5.5%
سياسية	19	4.5%

المصدر: من اعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج الدراسة.



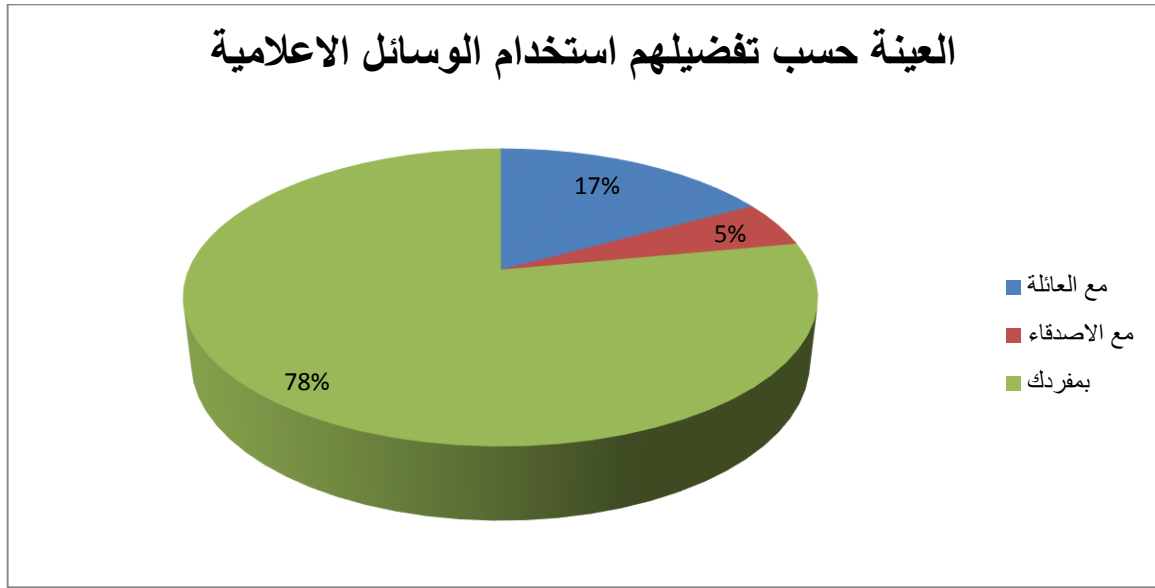
الشكل رقم (09): يمثل توزيع أفراد العينة حسب طبيعة المضامين التي تثير اهتمامهم عبر الوسائل الإعلامية الحديثة.

التحليل: نلاحظ من الجدول اعلاه، أن 16.9% من افراد العينة أجابوا ان المضامين الإعلامية الثقافية التي تثير اهتمامهم بصفة أولية وتمثلت في 71 مفردة. ثم تأتي نسبة المبحوثين الذين اختاروا المضامين الدينية والمقدرة ب 16.6% بتكرار 70 مفردة، وجاءت نسبة المبحوثين الذين أجابوا أن طبيعة المضامين الإعلامية التي تثير اهتمامهم عبر الوسائل الإعلامية الحديثة عي المضامين الاجتماعية المقدرة بنسبة 16.4% بتكرار 69 مفردة. وتقاربت الاجابات بين اختيار المبحوثين للمضامين العلمية التي قدرت نسبتها ب 11.9% مع الاجابة بالمضامين الصحية والمقدرة بنسبة 11.4%. وكذلك سجلنا نسبة المبحوثين الذين اختاروا أن المضامين الاخبارية هي التي تثير اهتمامهم بنسبة قدرت ب 10.9% بتكرار 46 مفردة، ثم تقاربت كذلك نسبة الاجابتين التي تحمل المضامين الرياضية والمقدرة ب 5.9% وتمثلت في تكرار 25 مفردة مع الاجابة التي تحمل مضامين المنوعات الموسيقية والمقدرة بنسبة 5.5% بتكرار 23 مفردة. وفي الاخير نسبة المبحوثين الذين فضلوا الاهتمام بالمضامين السياسية والمقدرة ب 4.5% بتكرار 19 مفردة.

الجدول (10): يمثل توزيع أفراد العينة حسب تفضيلهم استخدام الوسائل الإعلامية (مع الاصدقاء/ العائلة/ بانفراد).

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
مع العائلة	17	17%
مع الأصدقاء	5	5%
بمفردك	78	78%

المصدر: من اعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج الدراسة.



الشكل رقم (10): يمثل توزيع أفراد العينة حسب تفضيلهم استخدام الوسائل الإعلامية (مع الاصدقاء/ العائلة/ بانفراد).

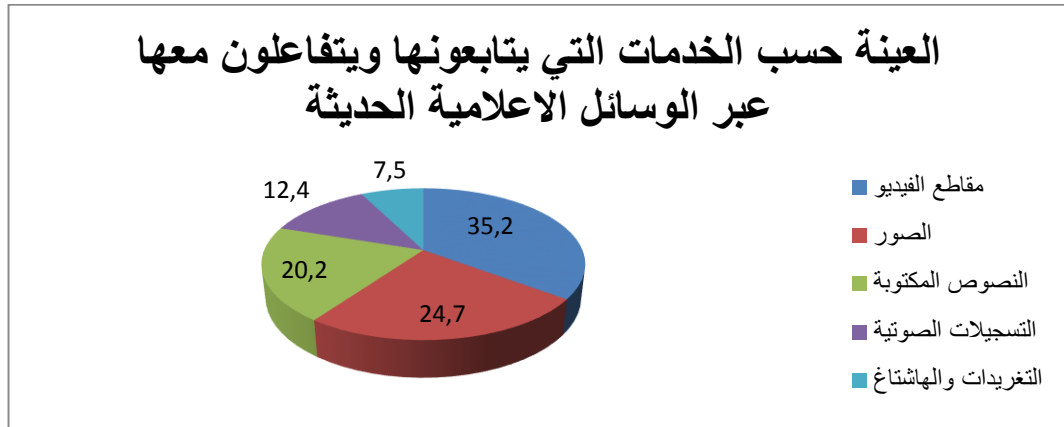
التحليل: نلاحظ من خلال الجدول اعلاه، أن أغلبية المبحوثين يفضلون استخدام وسائل الإعلام الحديثة منفردين وذلك بنسبة قدرت ب 78% بتكرار 78 مفردة. ثم تليها نسبة المبحوثين الذين يفضلون استخدام وسائل الإعلام الحديثة مع العائلة بنسبة 17% وتكرار 17 مفردة، ثم نسبة 5% التي ترجع الى المبحوثين الذين يفضلون استخدام وسائل الإعلام الحديثة مع الاصدقاء بتكرار 5 مفردات وهي نسبة قليلة من العدد الاجمالي 100 مفردة. ونفس سبب تفضيل أفراد العينة استخدامهم لوسائل الإعلام الحديثة منفردين، أن الشباب بشكل عام مختلفين في عادات التصفح والاستخدام وفي درجة الارتباط بالعائلة والاصدقاء وبذلك يجدون الحرية التامة في التصفح، أما بالنسبة للذين يفضلون استخدامها مع العائلة فهي فئة الشباب المرتبطين بعائلاتهم.

الجدول (11): يوضح توزيع افراد العينة حسب الخدمات التي يتابعونها ويتفاعلون معها عبر الوسائل الإعلامية الحديثة.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
مقاطع الفيديو	94	35.2%
الصور	66	24.7%
النصوص المكتوبة	54	20.2%
التسجيلات الصوتية	33	12.4%
التغريدات والهاشتاغ	20	7.5%

*المجموع يفوق العدد الاجمالي للمبحوثين وذلك لتعدد احتمالات اختيارات الاجابة.

المصدر: من اعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج الدراسة.



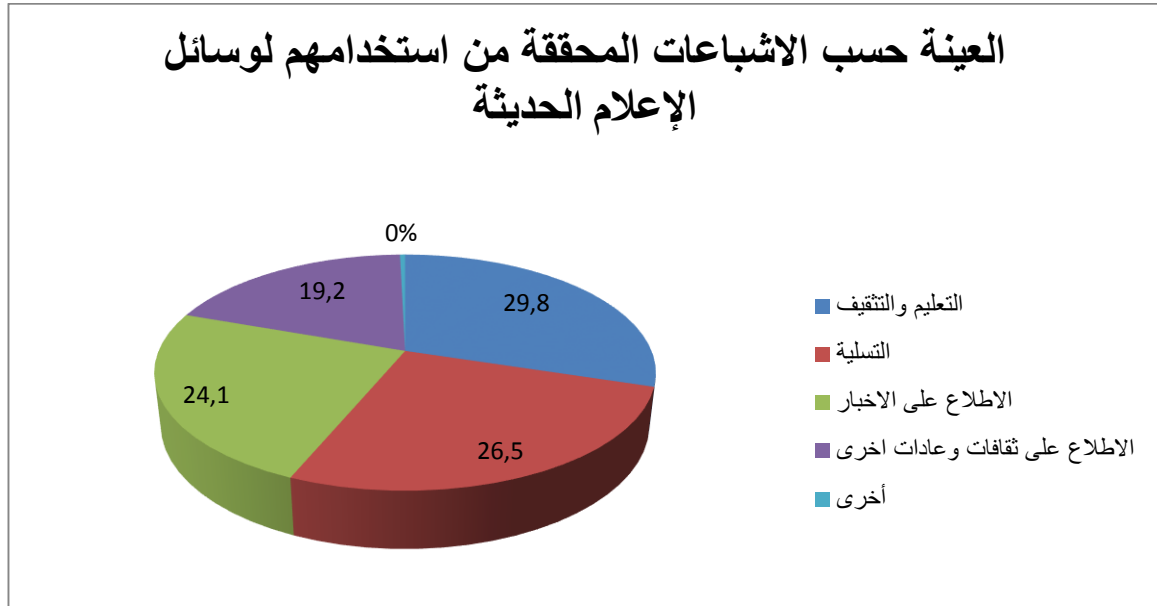
الشكل رقم (11): يمثل توزيع افراد العينة حسب الخدمات التي يتابعونها ويتفاعلون معها عبر الوسائل الإعلامية الحديثة.

التحليل: نلاحظ من خلال الجدول اعلاه، أن اغلبية افراد العينة اختاروا مقاطع الفيديو كخدمة يتابعونها و يتفاعلون معها عبر وسائل الإعلام الحديثة وقدرت بنسبة 35.2% بتكرار 94 مفردة. في حين اتجه مبحوثين الى اختيار الصور كخدمة يتابعونها ويتفاعلون معها وقدرت بنسبة 24.7%، وتليها نسبة 20.2% من افراد العينة الذين اجابوا بالنصوص المكتوبة وتمثلت في 54 مفردة، ثم جاءت نسبة المبحوثين الذين اجابوا بالتسجيلات الصوتية (بودكاست) ضمن الخدمات التي يتابعونها ويتفاعلون معها وهذا خيار المبحوثين الذين يفضلون استخدام حاسة السمع فيتفاعلون مع التسجيلات الصوتية وقدرت 12.4%، وفي الاخير جاءت نسبة 7.5% ممثلة المبحوثين الذين اجابوا ب "التغريدات والهاشتاغ «ضمن الخدمات التي يتفاعلون معها.

الجدول (12): يوضح توزيع افراد العينة حسب الاشباعات المحققة من استخدامهم لوسائل الاعلام الحديثة.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
التعليم والتثقيف	73	29.8%
التسلية	65	26.5%
الاطلاع على الاخبار	59	24.1%
الاطلاع على ثقافات وعادات اخرى	47	19.2%
أخرى	1	0.4%

المصدر: من اعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج الدراسة.



الشكل رقم (12): يمثل توزيع افراد العينة حسب الاشباعات المحققة من استخدامهم لوسائل الاعلام الحديثة.

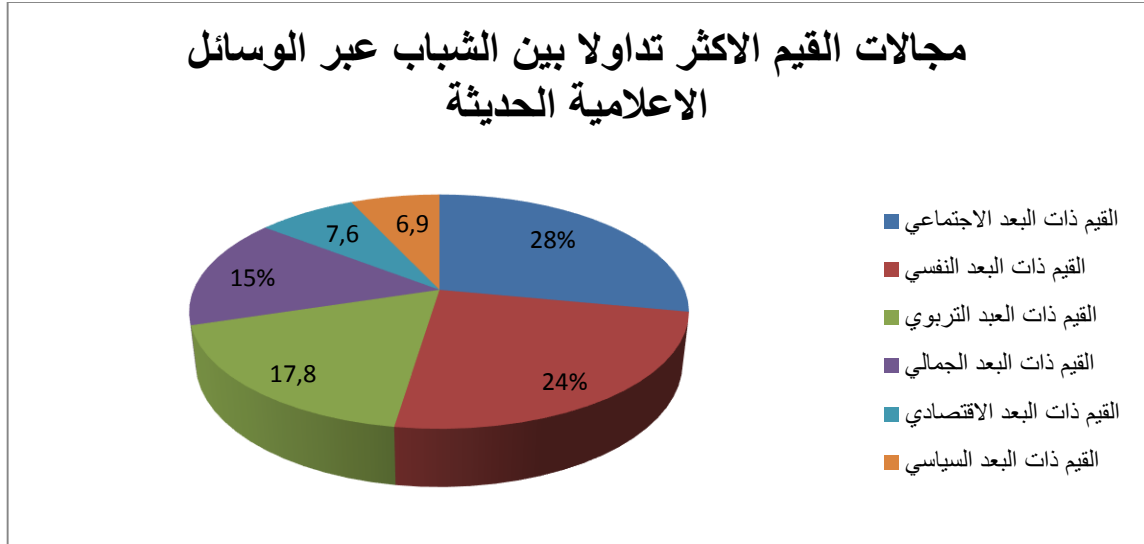
التحليل: نلاحظ في الجدول اعلاه، أن اغلبية المبحوثين يقبلون على استخدام وسائل الإعلام الحديثة من أجل تحقيق التعليم والتثقيف وقدرت نسبتهم ب 29.8%، وتليها نسبة المبحوثين الذين يستخدمونها بهدف التسلية والتي قدرت بنسبة ب 26.5%، أما المبحوثين الذين يقبلون على الوسائل الإعلامية الحديثة من اجل تحقيق الاطلاع على الاخبار قدرت نسبتهم ب 24.1% بتكرار 59 مفردة. في حين جاءت نسبة المبحوثين الذين يقبلون على استخدامها بهدف الاطلاع على ثقافات وعادات اخرى قدرت نسبتهم ب 19.2% بتكرار 47 مفردة، وفي الاخير قدم 0.4% من افراد العينة اضافة حسب الاشباعات المحققة من استخدامهم لوسائل الإعلام الحديثة والمتمثلة حسبهم في التوعية والتفقه في امور الدين وتتبع الوثائقيات والبرامج التاريخية.

ونفسر سبب اختيار اغلب المبحوثين لعامل التعليم والتثقيف باعتبار ان هؤلاء الشباب يستخدمون الوسائل الإعلامية الحديثة بمشاهدة وتتبع البرامج التعليمية والتثقيفية من مسابقات وأشرطة متنوعة لاكتساب معلومات ومهارات تفيدهم في الجامعة.

المحور الثالث: تأثيرات وسائل الإعلام الحديثة على تشكيل قيم الشباب
الجدول (13): يوضح توزيع افراد العينة حسب مجالات القيم الاكثر تداولاً بين الشباب عبر الوسائل الإعلامية الحديثة.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
القيم ذات البعد الاجتماعي	77	28%
القيم ذات البعد النفسي	67	24.4%
القيم ذات البعد التربوي	49	17.8%
القيم ذات البعد الجمالي	42	15.3%
القيم ذات البعد الاقتصادي	21	7.6%
القيم ذات البعد السياسي	19	6.9%

المصدر: من اعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج الدراسة.



الشكل رقم (13): يمثل توزيع افراد العينة حسب مجالات القيم الاكثر تداولاً بين الشباب عبر الوسائل الإعلامية الحديثة.

التحليل: نلاحظ من الجدول اعلاه، أن 28% من أفراد العينة أجابوا بان أكثر القيم تداولاً بين الشباب عبر الوسائل الإعلامية الحديثة هي القيم ذات البعد الاجتماعي، وتمثلت بتكرار 77 مفردة وهذا ما يثبت ويؤكد الشطر الاول من الفرضية الثالثة والتي تقر بأن أبرز القيم الشبابية التي تتأثر بوسائل الإعلام هي القيم الاجتماعية، في حين

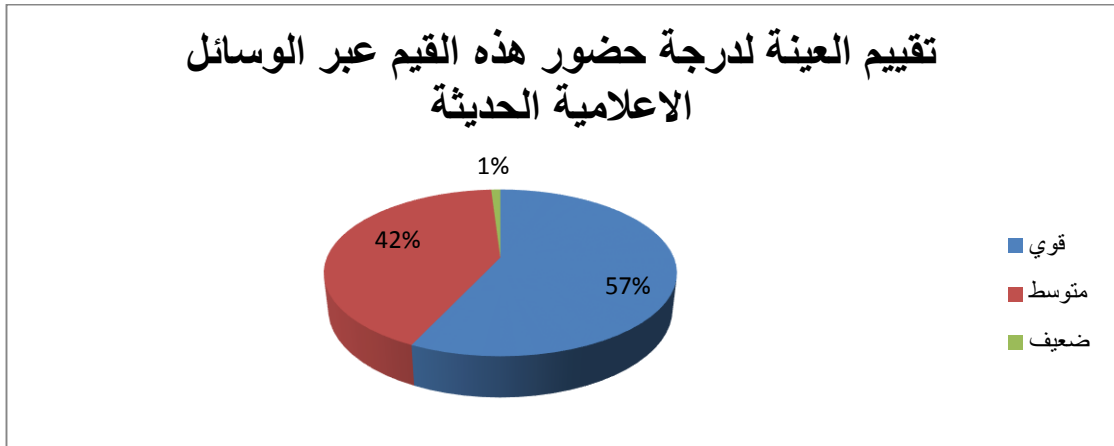
الإطار التطبيقي للدراسة

اتجه مبحوثين الى القيم ذات البعد النفسي على انها الاكثر تداولاً بين الشباب عبر وسائل الإعلام الحديثة وقدرت نسبتها 24.4%، ثم تليها نسبة القيم ذات البعد التربوي وقدرت ب 17.8% بتكرار 49 مفردة. بعدها جاءت نسبة 15.3% للقيم ذات البعد الجمالي بتكرار 42 مفردة من العدد الاجمالي 100 مفردة، وتقارب كل من نسبة القيم ذات البعد الاقتصادي والتي قدرت ب 7.6% مع نسبة القيم ذات البعد السياسي وقدرت ب 6.9% بتكرار 19 مفردة.

الجدول (14): يوضح توزيع افراد العينة حسب تقييمهم لدرجة حضور هذه القيم عبر الوسائل الإعلامية الحديثة.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
قوي	57	57%
متوسط	42	42%
ضعيف	1	1%
المجموع	100	100%

المصدر: من اعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج الدراسة.

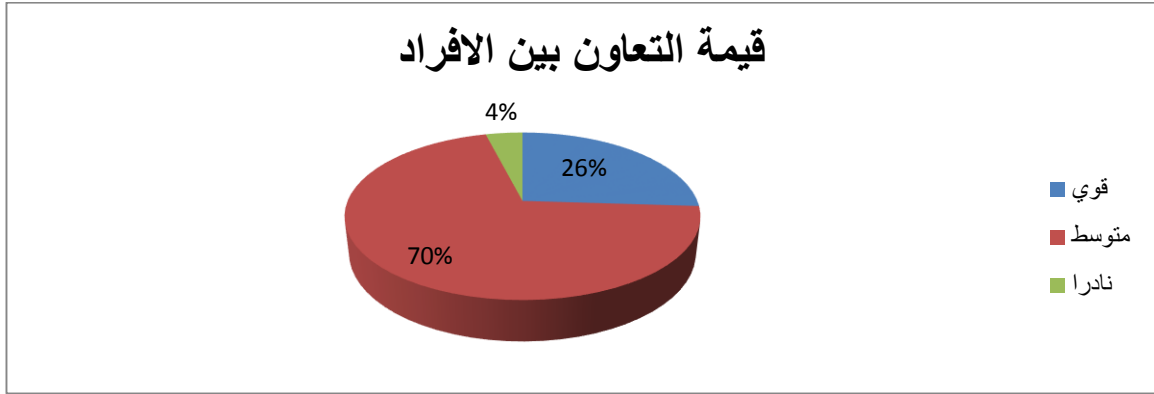


الشكل رقم (14): يمثل توزيع افراد العينة حسب تقييمهم لدرجة حضور هذه القيم عبر الوسائل الإعلامية الحديثة. التحليل: نلاحظ من الجدول اعلاه، أن درجة حضور القيمة عبر الوسائل الإعلامية الحديثة تبرز بشكل قوي على اختلاف تقسيماتها وانواعها وقدرت نسبة الاختيار الاول "قوي" 57%، ثم تليها نسبة 42% للمبحوثين الذين قيموا درجة حضور هذه القيم عبر الوسائل الإعلامية بشكل ضعيف بتكرار 42 مفردة من العدد الاجمالي 100 مفردة، وفي الاخير نسبة 01% للمبحوثين الذين قيموا درجة حضور هذه القيم بشكل ضعيف.

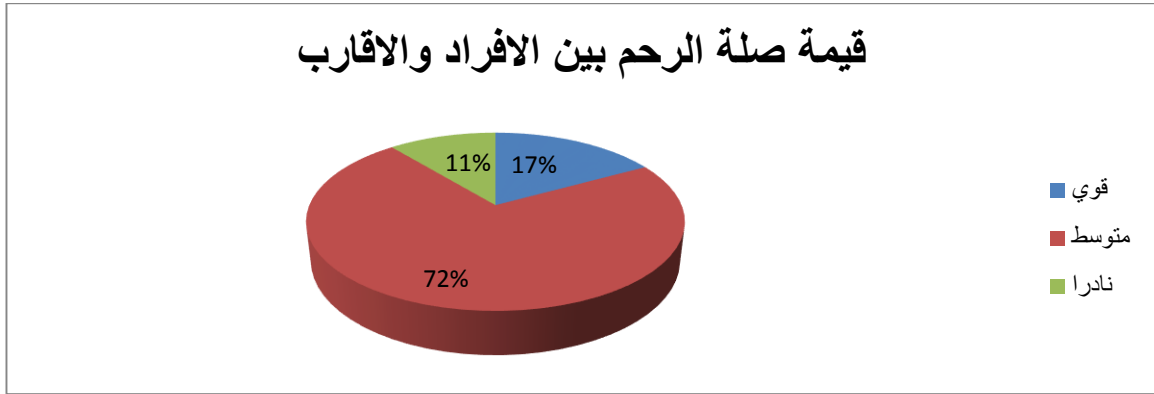
الجدول (15): يوضح توزيع افراد العينة حسب درجة تناول القيم الاجتماعية الايجابية بين الشباب والوسائل الإعلامية الحديثة.

التعاون بين الافراد		صلة الرحم بين الافراد والاقارب		حسن الظن بالأخرين		الخيارات
التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	
26	26%	17	17%	9	9%	قوي
70	70%	72	72%	63	63%	متوسط
4	4%	11	11%	28	28%	نادرا
100	100%	100	100%	100	100%	المجموع

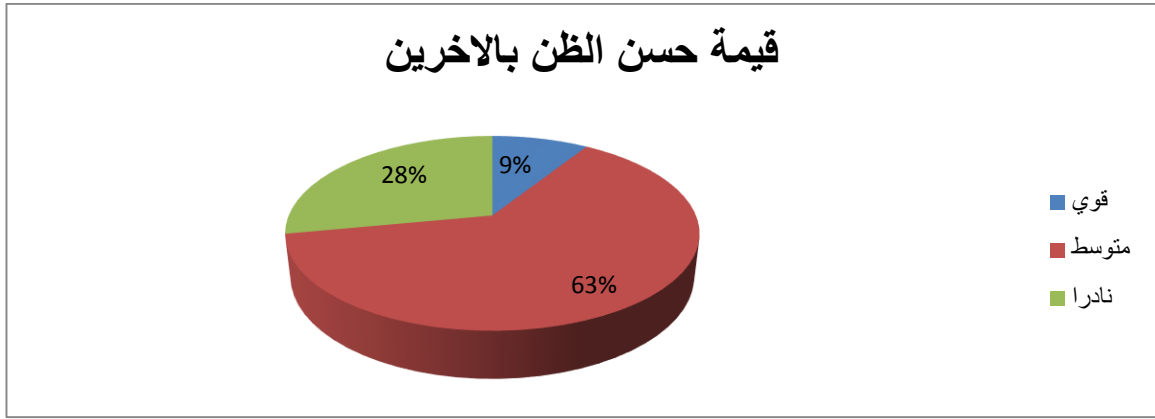
المصدر: من اعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج الدراسة.



الشكل رقم (15): يمثل توزيع افراد العينة حسب درجة تناول قيمة التعاون بين الافراد.



الشكل رقم (16): يمثل توزيع افراد العينة حسب درجة تناول قيمة صلة الرحم بين الافراد والاقارب.



الشكل رقم (17): يمثل توزيع افراد العينة حسب درجة تناول قيمة حسن الظن بالآخرين.

التحليل: نلاحظ من الجدول اعلاه، أن درجة القيمة الاجتماعية الايجابية بين الشباب والوسائل الإعلامية الحديثة تبرز بشكل متوسط حيث قيمت قيمة "التعاون بين الافراد" بنسبة 70% تبرز بشكل متوسط، ونسبة 26% للمبحوثين الذين قيموا درجة حضور هذه القيمة عبر الوسائل الإعلامية بشكل قوي بتكرار 26 مفردة من العدد الاجمالي 100 مفردة، ثم تليها نسبة 4% للمبحوثين الذين قيموا درجة تناول هذه القيمة بشكل نادر. وكذلك من خلال معطيات الجدول السابق، نلاحظ أن درجة تناول القيمة الاجتماعية الايجابية "صلة الرحم بين الافراد والاقارب" تبرز بشكل متوسط وقدرت ب 72%، وتليها نسبة 17% للمبحوثين الذين قيموا درجة تناول القيمة الاجتماعية بين الشباب والوسائل الإعلامية بشكل قوي بتكرار 17 من العدد الاجمالي 100 مفردة، وفي حين تأتي نسبة 11% للمبحوثين الذين أدرجوا درجة تناول هذه القيمة بشكل نادرًا بتكرار 11 مفردة. ونلاحظ من خلال نفس الجدول اعلاه، أن درجة تناول القيمة الاجتماعية الايجابية "حسن الظن بالآخرين" بين الشباب والوسائل الإعلامية الحديثة تبرز بشكل متوسط وقدرت نسبتها 63%، تليها نسبة 28% لأفراد العينة الذين أدرجوا هذه القيمة بشكل نادر التناول بين الشباب والوسائل الإعلامية الحديثة، وفي الاخير نسبة 9% للمبحوثين الذين أدرجوا تناول هذه القيمة بشكل قوي بتكرار 9 مفردة.

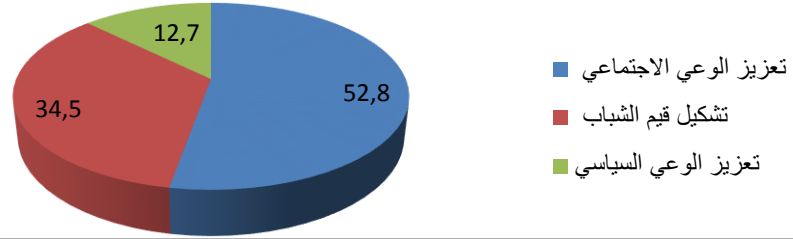
المحور الرابع: تأثير وسائل الإعلام الحديثة على تشكيل القيم.

الجدول (16): يوضح توزيع افراد العينة حسب مساهمة وسائل الإعلام الحديثة في تشكيل القيم وتعزيز الوعي الاجتماعي والسياسي.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
تعزيز الوعي الاجتماعي	75	52.8%
تشكيل قيم الشباب	49	34.5%
تعزيز الوعي السياسي	18	12.7%

المصدر: من اعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج الدراسة.

العينة حسب مساهمة وسائل الاعلام الحديثة في تشكيل القيم وتعزيز الوعي الاجتماعي والسياسي



الشكل رقم (18): يمثل توزيع افراد العينة حسب مساهمة وسائل الإعلام الحديثة في تشكيل القيم وتعزيز الوعي الاجتماعي والسياسي.

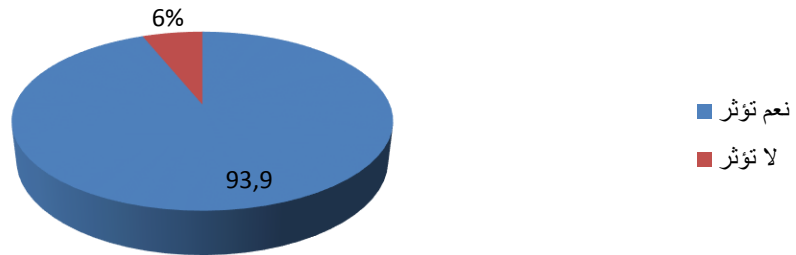
التحليل: نلاحظ من خلال الجدول اعلاه، والخاص بالفرضية الثانية والتي تقول "تساهم وسائل الإعلام الحديثة في تشكيل قيم الشباب وتعزيز الوعي الاجتماعي والسياسي"، ان اغلب افراد العينة اجابوا أن الوسائل الإعلامية الحديثة تساهم في تشكيل القيم وتعزيز الوعي الاجتماعي بنسبة 52.8% بتكرار بلغ 75 مفردة. ونسبة 34.5% للمبحوثين الذين اجابوا أن الوسائل الإعلامية الحديثة تساهم في تشكيل قيم الشباب ثم تليهم نسبة المبحوثين الذين اختاروا أن الوسائل الإعلامية تساهم في تعزيز الوعي السياسي وقدرت ب 12.7%.

الجدول (17): يوضح توزيع أفراد العينة حسب امكانية الاعلانات والدعايات عبر الانترنت والوسائل الإعلامية الحديثة التأثير على قيم الشباب. وكيف ذلك.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم تؤثر	92	93.9%
لا تؤثر	6	6.1%
المجموع	100	100%

المصدر: من اعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج الدراسة.

العينة حسب امكانية الاعلانات والدعايات عبر الانترنت والوسائل الاعلامية الحديثة للتأثير على قيم الشباب



الشكل رقم (19): يمثل توزيع افراد العينة حسب امكانية الاعلانات والدعايات عبر الانترنت والوسائل الإعلامية الحديثة التأثير على قيم الشباب.

التحليل: نلاحظ من خلال الجدول اعلاه، والخاص بالتساؤل الثالث والذي يقول " هل يمكن للإعلانات والدعايات عبر الانترنت أن تؤثر على قيم الشباب؟ " ان أغلب أفراد العينة أجابوا بنعم تؤثر هذه الاعلانات والدعايات على قيم الشباب وقدرت بنسبة 93.9% بتكرار 92 من العدد الاجمالي 100 مفردة، في حين نسبة 6.1% للمبحوثين الذين اجابوا ب "لا تؤثر" على قيم الشباب.

كيف ذلك: وكانت اجابة المبحوثين ب:

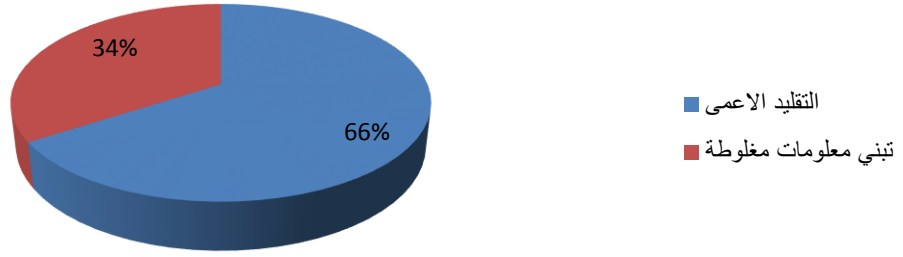
تقليد الشباب لمحتوى هذه الاعلانات والدعايات، تؤثر على قيم الشباب تأثيرا ايجابيا وسلبيا، تؤثر ايجابيا وذلك بنشر وزيادة الوعي، تؤثر على قيم الشباب وذلك باستقبال المحتوى ومضمون الاعلانات دون تمحيص والاعجاب بالمظهر الخارجي الشكلي دون مراجعة الرسالة الحقيقية المضمرة والتي في بعض الاحيان تعارض وتمس بأحكام الشرع والدين، يكون التأثير مرتبط بشخصية ودرجة وعي المتلقي وطريقة عرض الاعلان، التعرض المستمر للإعلانات بأنواعها وأماكنها بإمكانه أن يغير ويرسخ قيم ما، يمكن للدعايات والاعلانات أن تقوم بتغليب الرأي العام مثل دعاية الدراسة في الجامعة بالخارج وبعد دفع الطلبة حقوق الدراسة تبين أنه لا توجد جامعة متكفلة اطلاقا، نعم تؤثر على قيم الشباب عن طريق المؤثرين، نعم تؤثر على قيم الشباب وذلك من خلال ما تحمله هذه الاعلانات والدعايات من محتوى يضم أفكار غريبة أو دخيلة، تؤثر على المعتقدات، بإمكان الدعايات والاعلانات أن تعزز سلوك أو قيمة ما، نعم تؤثر الدعايات والاعلانات على قيم الشباب خاصة عبر منصات التواصل الاجتماعي وذلك يكون أسهل وأقرب للوصول لفئة الشباب بوجه خاص، نعم يمكن للإعلانات والدعايات عبر الانترنت والوسائل الحديثة أن تؤثر لمنتجات أو خدمات أو أفكار وقيم مفيدة، تؤثر على المتلقي سلبا وإيجابا، وتجعله لا شعوريا ينساق وراء هذه المضامين بمختلف أنواعها وتبنيها وتظهر في شكل ممارسات و سلوكيات سواء رغبة في التجريب والاكتشاف أو من جانب التقليد واتباع هذه المحتويات دون وعي لأثارها وتداعياتها على قيم الشباب والافراد، نعم تؤثر خاصة في الآونة الاخيرة أصبحنا نرى الشباب يتبنون قيما اجنبية عن مجتمعنا كقصص الشعر واللباس وغيرها...، نعم تؤثر، وذلك من خلال محتوى هذه الاعلانات والدعايات من عبارات واختيار الشخصيات الفاعلة فيه، وطريقة اللباس والمواضيع.

الجدول (18): يوضح توزيع أفراد العينة حسب مظاهر تأثير وسائل الإعلام على الشباب.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
التقليد الاعمى	87	65.6%
تبني معلومات مغلوبة	45	34.1%

المصدر: من اعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج الدراسة.

مظاهر تأثير وسائل الاعلام على الشباب



الشكل رقم (20): يمثل توزيع افراد العينة حسب مظاهر تأثير وسائل الإعلام على الشباب.

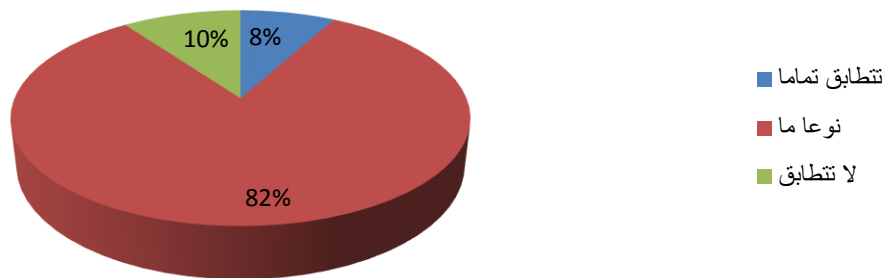
التحليل: يتضح من خلال الجدول (17)، والذي يجب على الفرضية الاولى والتي تقول "من بين مظاهر تأثير وسائل الإعلام الحديثة على الشباب، التقليد الاعمى وتغيير في المعتقدات، تبني معلومات مغلوبة" أن أغلب أفراد العينة أجابوا بالخيار الاول "التقليد الاعمى" وقدرت نسبتهم 65.6% بتكرار 87 مفردة. ثم تليها نسبة 34.1% للمبحوثين الذين اجابوا أن من مظاهر تأثير وسائل الإعلام الحديثة على الشباب وتبني معلومات مغلوبة بتكرار 45 مفردة.

الجدول (19): يوضح توزيع أفراد العينة حسب تطابق القيم التي تعرضها وسائل الإعلام الحديثة مع القيم السائدة في المجتمع.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
تتطابق تماما	8	8%
نوعا ما	82	82%
لا تتطابق	10	10%
المجموع	100	100%

المصدر: من اعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج الدراسة.

تطابق القيم التي تعرضها وسائل الاعلام الحديثة مع القيم السائدة في المجتمع



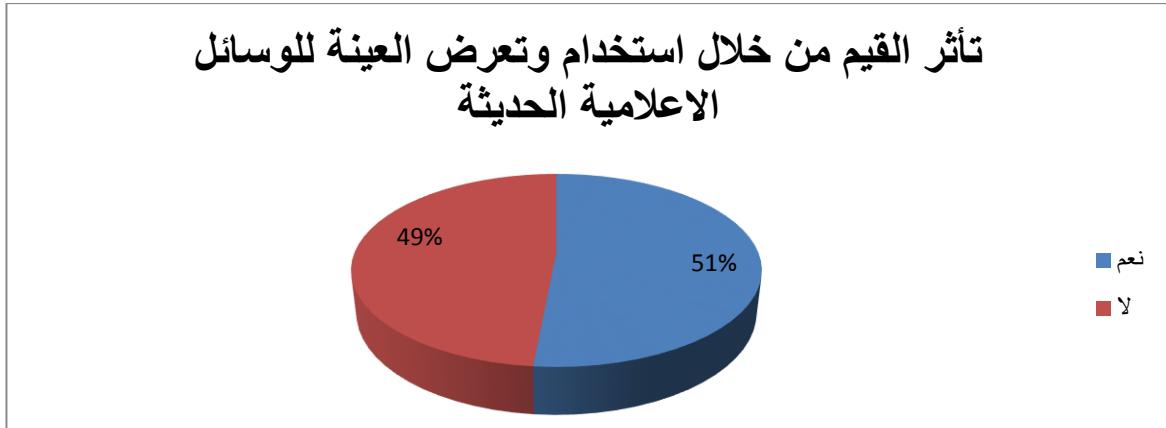
الشكل رقم (21): يمثل توزيع افراد العينة حسب تطابق القيم التي تعرضها وسائل الإعلام الحديثة مع القيم السائدة في المجتمع.

التحليل: يتضح من خلال الجدول أعلاه، أن أغلبية أفراد العينة أجابوا على الخيار الثاني «نوعا ما تتطابق» القيم التي تعرضها وسائل الإعلام مع القيم السائدة في المجتمع وقدرت بنسبة 82% متمثلة في تكرار 82 مفردة، في حين اتجه مبحوثين للإجابة ب "لا تتطابق" القيم التي تعرضها وسائل الإعلام مع القيم السائدة في المجتمع وقدرت بنسبة 10%، وتليها نسبة 8% للمبحوثين الذين اجابوا «تتطابق تماما» القيم التي تعرضها وسائل الإعلام مع القيم السائدة في المجتمع.

الجدول (20): يوضح توزيع أفراد العينة حسب هل تأثرت قيمهم من خلال استخدامهم وتعرضهم للوسائل الإعلامية الحديثة.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	51	51.5%
لا	48	48.5%

المصدر: من اعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج الدراسة.



الشكل رقم (22): يمثل توزيع افراد العينة حسب هل تأثرت قيمهم من خلال استخدامهم وتعرضهم للوسائل الإعلامية الحديثة.

التحليل: يتضح من خلال الجدول اعلاه أن اغلبية العينة أجابوا بنعم تأثرت قيمهم من خلال استخدامهم وتعرضهم لوسائل الإعلام الحديثة وقدرت بنسبة 51.5 بالمئة متمثلة بتكرار 51 مفردة، في حين اتجه بقية أفراد العينة للإجابة ب "لا" لم تتأثر قيمهم من خلال التعرض والاستخدام للوسائل الإعلامية وقدرت نسبتهم ب 48.5% متمثلة بتكرار 48 مفردة من العدد الاجمالي 100 كما امتنع مبحوث واحد عن الاجابة.

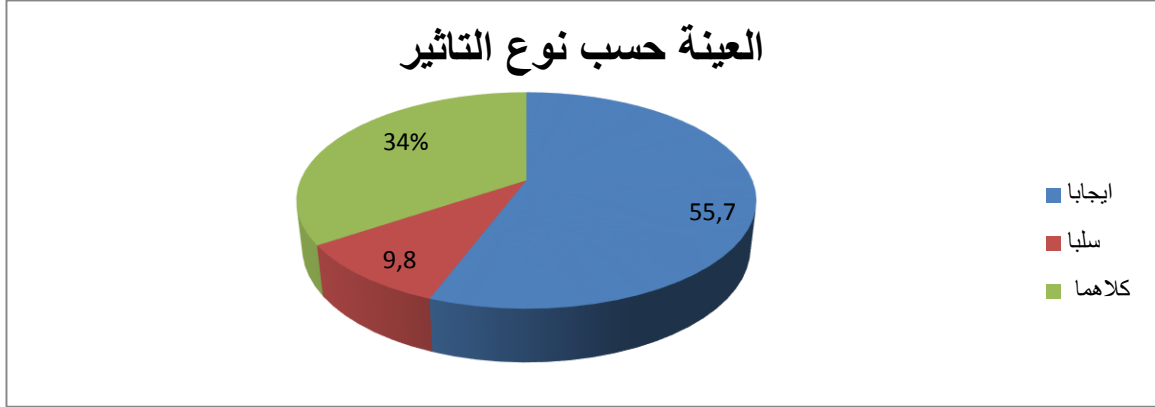
الجدول (21): كيف ذلك؟، إذا كانت اجابتك بنعم.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
اجابا	34	55.7%

الإطار التطبيقي للدراسة

سلبا	6	9.8%
كلاهما	21	34.4%

المصدر: من اعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج الدراسة.



الشكل رقم (23): يمثل توزيع افراد العينة حسب نوع التأثير.

التحليل: نلاحظ من خلال الجدول اعلاه، أن نسبة المبحوثين الذين تأثرت قيمهم من خلال التعرض والاستخدام للوسائل الإعلامية الحديثة تأثيرا ايجابيا قدرت نسبتهم ب 55.7% تمثلت في 34 مفردة. في حين نسبة المبحوثين الذين تأثرت قيمهم تأثيرا ايجابيا وسلبيا معا قدرت ب 34.4% بتكرار 21 مفردة. في حين نسبة المبحوثين الذين تأثرت قيمهم تأثيرا سلبيا قدرت ب 9.8%.

6/ عرض نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات:

الفرضية الأولى:

مضمون الفرضية الأولى يتناول " من بين مظاهر تأثير وسائل الإعلام الحديثة على الشباب التقليد الاعمي، تغيير في المعتقدات، تبني معلومات مغلوبة «، حيث تبين لنا من خلال النتائج المتحصل عليها صحة الفرضية نسبياً، وذلك بنسبة قدرت 65.6% و 34.1%.

الفرضية الثانية:

تتضمن الفرضية الثانية " تساهم وسائل الإعلام الحديثة في تشكيل قيم الشباب وتعزز الوعي الاجتماعي والسياسي"، حيث اتضح لنا من خلال النتائج التي توصلنا إليها صحة هذه الفرضية باختيار أن لوسائل الإعلام الحديثة دور في تشكيل القيم لدى الشباب وتغييرها وتعزيزها، خاصة عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي أخذت نسبة 80% من الوسائل الإعلامية الأكثر استخداماً لدى الشباب الجامعي.

الفرضية الثالثة:

ومفادها " من أبرز القيم الشبابية التي تتأثر بوسائل الإعلام هي القيم الاجتماعية والقيم السياسية ". حيث اتضح لنا من خلال المعطيات المتحصل عليها تحقق الفرضية وذلك بتسجيل اختيار أغلبية أفراد العينة القيم ذات البعد الاجتماعي على بقية القيم المتنوعة التي يتم تداولها بين الشباب عبر الوسائل الإعلامية الحديثة وذلك نظراً لأهميتها في النسيج الاجتماعي ومن أهم هذا الوسائل مقاطع الفيديو لما لها من بلاغة لترجمة المعاني بشكل واضح ودون جهد كبير باستخدام المؤثرات الصوتية ومزج بين الصوت والصورة وهذا ما يجعل الرسالة القيمية تصل بسهولة وتحقق تأثيراً لمشاهديها.

وبالتالي فإن الفرضية 03 هي فرضية صحيحة.

الفرضية الرابعة:

وكان مفادها " الوسائل الإعلامية الحديثة الأكثر استخداماً وتأثيراً على قيم الشباب هي التلفزيون ومواقع التواصل الاجتماعي"، ومن خلال النتائج التي توصلنا إليها ثبت لنا تحقق هذه الفرضية. توصلت نتائج الدراسة أن أغلب الشباب الجامعي يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بدرجة عالية وقدرت بنسبة 80%.

7/ عرض النتائج العامة للدراسة:

جاءت هذه الدراسة في منطلقها لمعرفة أثر وسائل الإعلام الحديثة على تشكيل قيم الشباب، حيث توصلت إلى الارتباط الوثيق لمفردات العينة حول هذه الوسائل الإعلامية باختلاف أنماطها بصفة دائمة، بمتوسط ساعات متواصل غير محدود لدى الشباب الجامعي سواء كانوا بمفردهم بالدرجة الأولى وذلك لاختلاف عادات التصفح والاستخدام أو مع غيرهم من العائلة والاصدقاء.

أما الدوافع والاشباع المحققة، فقد كانت الخدمات التي يتفاعل ويتابعها الشباب عبر الوسائل الإعلامية الحديثة متمثلة بالأغلبية في مقاطع الفيديو، والصور، والنصوص المكتوبة، خاصة المضامين الثقافية بحكم كونهم طلبة جامعيين يستخدمون هذه الوسائل من أجل التعلم والتثقيف.

تصدرت منصة الفيسبوك حسب ترتيب شبكات التواصل الاجتماعي الرائجة في الاستخدام من قبل الشباب لما تتميز به من خدمات وخصائص.

تأخذ وسائل الإعلام الحديثة دوراً محورياً في تشكيل قيم الشباب.

أغلبية الشباب الجامعي من أفراد العينة، أدرج المضامين الثقافية في المرتبة الأولى من بين المضامين التي تثير اهتمامهم عبر الوسائل الإعلامية الحديثة، والمضامين الدينية في المرتبة الثانية، والمضامين الاجتماعية في المرتبة الثالثة.

إن من بين أكثر مجالات القيم تداولاً بين الشباب عبر الوسائل الإعلامية الحديثة القيم ذات البعد الاجتماعي، وإن القيم بأبعادها النفسية، التربوية، الجمالية، الاقتصادية، السياسية، تملك درجة حضور قوية عبر هذه الوسائل.

إن درجة تناول القيم الاجتماعية الإيجابية بين الشباب والوسائل الإعلامية الحديثة تظهر بشكل متوسط، كقيمة التعاون، صلة الرحم، حسن الظن.

تساهم وسائل الإعلام الحديثة في تعزيز الوعي الاجتماعي بدرجة أولى.

تتطابق نوعاً ما القيم التي تعرضها وسائل الإعلام مع القيم السائدة في المجتمع.

من أهم مظاهر تأثير وسائل الإعلام الحديثة على الشباب التقليد الأعمى.

توصلت الدراسة أيضاً، إن القيم تتأثر بالاستخدام والتعرض للوسائل الإعلامية الحديثة آثاراً مختلفة على الشباب منها السلبية والإيجابية، وتحدد هذه الآثار حسب طريقة الاستخدام والمضامين التي تحتويها هذه الوسائل.

امكانية الاعلانات والدعايات عبر الانترنت والوسائل الإعلامية الحديثة التأثير على قيم الشباب، كالتقليد دون تمحيص المحتويات والمضامين سواء كانت ايجابية او سلبية.

8/ التوصيات والاقتراحات:

تبين من خلال هذه الدراسة الموسومة بـ "أثر وسائل الإعلام الحديثة على تشكيل قيم الشباب" جملة من النتائج والتي من خلالها نقدم بعض التوصيات على النحو التالي:

التحلي بأدبيات الاستخدام لوسائل الإعلام الحديثة ومراعاة واختيار المضامين الإعلامية التي تبث فيها

حرصاً منهم على عدم مساسها بقيمهم الاجتماعية، والدينية، والاخلاقية، والوطنية.

الدعوة الى التخفيف من استخدام وسائل الإعلام الحديثة وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي، حتى لا

يدخل مستخدمها في عزلة اجتماعية وعقد نفسية.

العمل على زيادة الابحاث العلمية التي تدور حول القيم وعلاقتها بوسائل الإعلام الحديثة كونها نقطة مهمة

تؤثر على سلوكيات الافراد والجماعات وتحدث خلل في شرائح المجتمع سلبيًا.

يجب على الاسرة والمعلمين التوجيه والدعم للشباب، لفهم القيم الصحيحة وتقبلها ونقد القيم الخاطئة التي

تعرضهم الى التدني الاخلاقي وعدم المسؤولية والعنف.


وسائل الإعلام تساعد على تشكيل قيم الشباب فهي تعرضهم لمجموعة متنوعة من المعلومات والمحتويات

ومن ثم قد تؤثر على تشكيل آرائهم وقيمهم، لذا وجب النصح والارشاد بتشجيع الشباب على استخدام

الوسائل الإعلامية بشكل مسؤول وتعزيز قدراتهم النقدية لفهم وتقييم المحتوى الذي يتعرضون له.

تشجيع الشباب على المشاركة في الانشطة الدينية والاجتماعية لتعزيز قيم التعاون والتضامن وتقليل العزلة

والانطوائية من خلال مشاركتهم الفعالة.

خاتمة: 

من خلال ما سبق نستنتج انه لا يمكن انكار أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال قد أحرزت تقدماً كبيراً وجعلت من العالم قرية صغيرة ، كما أحدثت ثورة معلوماتية ضخمة وتنوعت في وسائطها واستخداماتها مما جعل ارتباطها الوثيق بمستخدميها ارتباطاً ضرورياً لا يمكن الاستغناء عنه هذا لما توفره من وسائل حديثة تقوم بنشر وتبادل الأفكار والمعارف بين أوساط الشباب ففتحت لهم باب النقاش والحوار في مواضيع عديدة تهمهم في حياتهم اليومية وترصد لهم آخر الاخبار و هذا ما جعلهم يشعرون بالحرية الكاملة في استخدام وسائل الإعلام الحديثة، فترتب عن هذا الاستخدام تشكل واكتساب الشباب مجموعة من القيم الايجابية خاصة فيما يخص الانفتاح على اكتساب القيم ذات البعد الاجتماعي والسياسي والنفسي وأن وسائل الإعلام الحديثة ذاتها تساهم في تعزيز الوعي الاجتماعي بدرجة أولى من تعاون بين الافراد وصلة الرحم وحسن الظن بالآخرين كل هذا بالرغم من تعدد الوسائط والوسائط وضخامة تكنولوجيا الإعلام والاتصال، الا أن التقليد الاعمى وتبني المعلومات المغلوطة هي الاخرى من بين التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام الحديثة على الشباب فالاستخدام الدائم لهذه الوسائط وبقاء الشباب بين أيدي هذه الوسائط لساعات طويلة بداعي التسلية هو ما جعل القيم السلبية تنتشر بين أوساط الشباب.

لقد سلطت دراستنا الضوء على فئة الشباب الجامعي بالتحديد للتعرف على مدى تأثرهم بوسائل الإعلام الحديثة وكذا تأثير وسائل الإعلام الحديثة على تشكيل قيم الشباب هو الاخر راجع الى مدى أهمية الشباب في بناء المجتمع والاثر الذي يتكونه للأجيال القادمة اضافة الى اندفاعهم لكل ما هو جديد وحديث وحصري وحباً منهم في التعرف والاكتشاف والغوص في استخدام وسائل تمكنهم على التعبير عن أفكارهم وذواتهم ووصف مشاعرهم وأحاسيسهم، كما يرجع الاهتمام بهذه الفئة بشكل رئيسي أن الافراط الزائد لاستخدام الشباب لهذه الوسائط والتقنيات الاتصالية الحديثة فلقد باتت هذه الاخيرة جزءاً لا يتجزأ من بيئة الشباب .

1/ القواميس والمعاجم:

1. ابراهيم انيس، المعجم الوسيط، ج2، دار المعارف، القاهرة، 1973.
2. ابن منظور، لسان العرب، المجلد الثاني، ط6، دار صادر، لبنان، 2008.
3. أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية انجليزي فرنسي عربي، لبنان، مكتبة لبنان، 1982.
4. أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان.
5. العلامة ابن منظور، لسان العرب، ط1، دار احياء التراث العربي، بيروت، 1988.
6. محمد جمال الفار، المعجم الاعلامي، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2006.
7. محمد منير حجاب، المعجم الاعلامي، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004.
8. مي عبد الله، عبد الكريم شلي، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، المشروع العربي لتوحيد المصطلحات، لبنان، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، 2014.

2/ الكتب باللغة العربية:

9. ابراهيم اسماعيل، الإعلام المعاصر وسائله، مهاراته، تأثيراته، أخلاقياته، قطر، وزارة الثقافة والفنون والتراث، ادارة البحوث والدراسات الثقافية، 1435هـ 2014م.
10. ابراهيم رمضان الديب، اسس ومهارات بناء القيم التربوية وتطبيقاتها في العملية التربوية، مؤسسة ام القرى، القاهرة، 2008.
11. أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية للنشر والتوزيع، ط2، 2009م.
12. آرثر أسا بيرغر، وسائل الإعلام والمجتمع وجهة نظر نقدية، ترجمة صالح خليل ابو إصبع، الكويت، سلسلة عالم المعرفة، 2012م.
13. حسين مكاوي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط2، 2001م.
14. حلمي الميلحي، علم النفس الشخصية، بيروت، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، 2011م.
15. راني غويتا، هيو بروكس، ترجمة عاصم سيد عبد الفتاح، وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المجتمع، المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2017م.
16. د. رضا عكاشة، تأثيرات الإعلام نظريات ونماذج الاتصال في مجال المنصات الرقمية، كلية الإعلام و تكنولوجيا الاتصال، الطبعة الرابعة، جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، 2020.

17. رضوان بلخيري، مدخل الى وسائل الإعلام والاتصال نشأتها وتطورها، الجزائر العاصمة، جسور للنشر والتوزيع، 2014م.
18. زكي أحمد عزمي، عاطف عدلي العبد، الاسلوب الاحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، مصر، دار العربي، 1993م.
19. د. سامي ذبيان، الإعلام الجديد في النظرية والتطبيق، مدخل نظري وعملي الى علم الاعلام، بيروت، ط2، دار المسيرة للطباعة والنشر، 1987م.
20. سامية محمد جابر، الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث النظرية والتطبيق، القاهرة، دار المعارف الجامعية للنشر والتوزيع، 1998م.
21. سميح أبو مغلي، عبد الحافظ سلامة، التنشئة الاجتماعية للطفل، عمان، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، 2013.
22. سمير حسين، بحوث الاعلام، القاهرة، عالم الكتب، ط3، 1999م، ص206.
23. شقرة علي خليل، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، الاردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014م.
24. صادق عباس مصطفى، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، الاردن، دار الشرق للنشر و التوزيع.
25. صبري خالد عثمان، القيم التربوية في شعر الاطفال، مصر، العلم والايمان للنشر وال توزيع 2008.
26. طاهر عبد الكريم سلوم، محمد جهاد جمل، التربية الاخلاقية القيم ومناهجها وطرق تدريسها، الامارات العربية المتحدة، 2009م.
27. عامر قنديلجي وإيمان السامرائي، البحث العلمي -الكمي والنوعي، عمان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2009.
28. عبد الحسيب محمد تيمور، علم الدين محمود، الكمبيوترات وتكنولوجيا الاتصال، القاهرة، دار الشرق.
29. عبد الرحمان عزبي، دراسات في نظرية الاتصال نحو فكر اعلامي متميز، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، سلسلة كتب المستقبل العربي، 2003.
30. عبد الرزاق محمد الدليمي، مدخل الى وسائل الإعلام الجديدة، دار الإعلام الجديدة، دار المسيرة للنشر والتوزيع.
31. عبد الله عقله مجلي الخزاغلة، الصراع بين القيم الاجتماعية والقيم التنظيمية في الادارة التربوية، الاردن، دار الحامة للنشر والتوزيع، 2009م.

32. عزت شرارة بيضون وآخرون، الشباب العربي ورؤى المستقبل، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية للنشر والتوزيع، 2006م.
33. العلي رضوان مفلح، مدخل الى وسائل الإعلام الإلكتروني والفضائي، عمان، دار الحامد للنشر والتوزيع، 2016م.
34. علي عبد الفتاح كنعان، نظريات الاعلام، دار اليازوري للنشر والتوزيع، ب ط، 2014م.
35. عمار بوحوش، محمد محمود الذبيبات، مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية للنشر والتوزيع، ط5، 2005م.
36. عوض ابراهيم عوض، مدخل الاعلام، دار المؤتمن للنشر والطباعة والتأليف، 2011م.
37. غالب كاضم جواد الدعيمي، الإعلام الجديد اعتمادية متصاعدة ووسائل متجددة، عمان، دار أمجد للنشر والتوزيع، 2016م.
38. كنعان علي عبد الفتاح، الإعلام والمجتمع، عمان، دار اليازوري للنشر والتوزيع، 2014م.
39. ماجد زكي الجلال، تعلم القيم وتعليمها، تصور نظري وتطبيقي لطرائق واستراتيجيات تدريس القيم، ط4، كلية التربية، جامعة اليرموك، دار المسيرة للنشر والتوزيع.
40. ماجد فاضل الزيود، الإعلام وثقافة التفكيك، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2012م.
41. مأمون مطر، تأثير التحول الرقمي على المحطات الاذاعية والتلفزيونية الفلسطينية، رام الله، سلسلة بحوث وسياسات الاعلام، مركز تطوير الاعلام، جامعة بيرزيت، 2015م.
42. محمد الغريب عبد الكريم، البحث العلمي والتصميم والمنهج والاجراءات، مكتبة نهضة الشرق، ط3، ص 165.
43. محمد بن عبد الرحمان الحضيف، كيف تؤثر وسائل الإعلام دراسة في النظريات والاساليب، السعودية، مكتبة العبيكان، ط2، 1919هـ 1998م.
44. محمد عبد العالي النعيمي، عبد الجبار توفيق البياتي وآخرون، طرق ومناهج البحث العلمي، عمان، مؤسسة الوارق للنشر والتوزيع، 2014م.
45. محمد عبيدات، محمد أبو نصار، وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، عمان، دار وائل للنشر، 1999م.
46. محمد علي محمد، الشباب العربي والتغيير الاجتماعي، لبنان، دار النهضة العربية، 1985م.
47. محمد نصر مهنا، الإعلام وتكنولوجيا الاتصال في عالم متغير، الاسكندرية، مركز الإسكندرية للكتاب للنشر والتوزيع، ط2، 2007م.
48. مركز المحتسب للاستشارات، دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب (تويتر نموذجاً)، الرياض،

- دار المحتسب للنشر والتوزيع، 1438هـ.
49. مروى عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني الاسس وافاق المستقبل، عمان، دار الاعصار العلمي، 2015م.
50. مصطفى حميد الطائي، خير ميلاد أبو بكر، مناهج البحث العلمي وتطبيقاته في الإعلام والعلوم السياسية، الاسكندرية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2007م.
51. منال هلال مزاهرة، بحوث الاعلام، الاسس والمبادئ، عمان، دار كنوز المعرفة، 2010م.
52. موسى جواد، الإعلام الجديد، تطوره. الاداء والوسيلة والوظيفة، بغداد، مكتبة الإعلام والمجتمع، 2011م، ص75.
53. ناظم خالد الشمري، الإعلام الاقتصادي، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011م.
54. نصيرة بوعلي واخرون، قراءات في نظرية الحتمية القيمة في الاعلام، مكتبة اقرا، الجزائر.
55. نضال فلاح الضلاعين واخرون، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، عمان، الاردن، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2016م.
56. نورهان منير حسن فهمي، القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية، الاسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، د ط، 1999م.
57. نيك كولدرى، شبكات التواصل الاجتماعي والممارسات الاعلامية، القاهرة، دار الفجر للنشر و التوزيع.
58. هدى عمر عبد الرحيم، نرمين عادل عبد الرحمان، الدراسات الإعلامية الإعلام وأثره على الجمهور، ا لقاهرة، المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2017م.
- 3/ المراجع بالأجنبية:

59. BERNARD LAMIZET. AHMED SLIMANE, DICTIONNAIRE ENCYCLOPEDIQUE DE SCIENCES DE L'INFORMATION ET LA COMMUNICATION, ELLIPSES, PARIS, 1997.

60. Blessed F. Ngonso, Peter E. Egielewa, "When Values Change Values: Assessing how Social Media Changes Nigerian Youth Communication Patterns and Values", New Media and Mass Communication, Edo University, Iyamho, Vol.68, 2018.

61. Saddiqi, Q., & Silab, S. Negative Impacts of Mass Media on Social and Psychological life of Human Beings, Sprin Journal of Arts, Humanities and Social Sciences, 2023.

62.Zotova, M. V., Akhtyan, A. G., Fanina, Y. N., Lvova, S. V., & Rychikhin Moscow City Pedagogical University, Moscow, Russia, E. N, "Issues of modern family institution affected by media environment", Apuntes Universitarios, Moscow City Pedagogical University, Moscow, Russia, Russian State Social University, Moscow, Russia, vol 11,2021.

4/ المجالات:

63. أبو عائشة علي صالح، دور وسائل الإعلام الجديد وأثرها على العملية التعليمية، مجلة القرطاس للعلوم الانسانية والاجتماعية، م1، ع1، 2022م.
64. ايت حمودة حكيمة، تنمية القيم السلوكية لدى التلاميذ ودورها في تحقيق مواقفهم الاجتماعية، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، ع60، ورقة، 2011م.
65. بلحوت محمد، دور الإعلام الجديد في تصحيح الصورة الذهنية، مقارنة نظرية، تونس، مجلة أكاديمية للدراسات السياسية، ع، م6، 2021.
66. سعاد فرج شبيك، أهمية دور الشباب ومشاركتهم في تنمية المجتمع واعادة اعمارهم، الجامعي، مجلة علمية محكمة، 31، بنغاري، 2020م.
67. صلاح الدين احمد المؤلف، دور وسائل الإعلام الحديثة في توجيه الخطاب الديني، مجلة القرطاس، كلية التربية، جامعة صبراته، م1، ع22، مارس 2023م.
68. فلاح محمد ندا العموش، واقع دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي بالمشاركة السياسية لدى طلبة الجامعات الاردنية استنادا الى النظريات السياسية المعاصرة من وجهة نظر الطلبة أنفسهم، المجلة العلمية لكلية التربية، جامعة أسيوط، مصر، م37، ع8، 2021م.
69. فوزي محمد الهادي شحاته، مشكلات الشباب... أزمة هوية ثقافية، مجلة كلية الخدمات الاجتماعية والدراسات والبحوث الاجتماعية، ع3، جامعة الفيوم، مصر، أبريل 2016م.
70. محمد در، أهم مناهج وعينات وأدوات البحث العلمي، مجلة الحكمة للدراسات التربوية والنفسية مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، م9، ع9، جوان 2017م.
71. نواصرية حميدة، أثر الإعلام الجديد على قيم الشباب، مجلة افاق للعلوم، جامعة زيان عاشور الجلفة، مارس 2019.
72. هاجر حلمي حبيش، تعرض المراهقين للإعلام الجديد وعلاقته باتجاهاتهم نحو الإعلام التقليدي (دراسة ميدانية)، المجلة العلمية لكلية التربية النوعية، ع5، يناير 2016م.
73. هبة عاطف السيد محمد عوض، تحليل سوسيولوجي لمظاهر تغير قيم الشباب الجامعي، مجلة كلية

- الآداب، جامعة المنصورة، ع1، 2017م.
- 5/ الرسائل الجامعية والاطروحات:
74. أمنة بعيو، صونية زعباط، أمال بوطاجين، المعالجة الإعلامية لقضايا الشباب في القناة الخامسة للقران الكريم، مذكرة ماستر أكاديمي، السمعى البصرى، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2022/2021.
75. بوعطيط سفيان، القيم الشخصية في ظل التغيير الاجتماعي وعلاقتها بالتوافق المهني، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، قسم علم النفس، جامعة قسنطينة، 2012.
76. جمال باشوش، الاسرة وقيم المواطنة لدى الشباب الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، علم الاجتماع العائلي والعمل الاجتماعي، قسم علم الاجتماع والديموغرافيا، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة الجزائر02، أبو القاسم سعد الله، الجزائر، 2022/2021.
77. ريجانة بلواطي، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل القيم الاجتماعية لدى الشباب الجزائري (دراسة ميدانية لعين من الشباب الجامعي)، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، وسائل الإعلام والمجتمع، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة الحاج لخضر باتنة1، الجزائر، 2019/2018.
78. السعيد بومعيزة، أثر وسائل الإعلام على السلوكيات والقيم لدى الشباب (دراسة استطلاعية بمنطقة البليدة)، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006/2005.
79. عايد كمال، تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتأثيراتها على قيم المجتمع الجزائري - الشباب الجامعي تلمسان نموذجاً - قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الدكتوراه تخصص اتصال والعلاقات العامة، جامعة ابي بكر بلقايد تلمسان.
80. لواتي ربيعة، الاتصال الاجتماعي في الوسائط الجديدة" الفيسبوك" وأثره في تعزيز القيم الاجتماعية لدى الشباب الجزائري (دراسة وصفية تحليلية)، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، اتصال سياسي اجتماعي، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2021/2020.
81. هناء عاشور، الشباب الجزائري والقيم الثقافية في الاغاني الغربية المصورة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة الحاج لخضر باتنة1، الجزائر، 2021/2020.
82. وهيبية بشريف، تأثير الانترنت على سلوكيات وقيم الشباب في ضوء نظرية الحتمية القيمية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، وسائل الإعلام والمجتمع، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة باتنة1، الجزائر، 2019/2018.

6/ المحاضرات:

83. حميد حملاوي، محاضرة بعنوان هرم ما سلو للاحتياجات الانسانية، مقياس اتنوغرافيا الجمهور و المستخدمين، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة 08 ماي 1945 قالملة، الجزائر.

84. محي الدين مختار، محاضرات في علم النفس الاجتماعي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.

7/ المصادر الالكترونية:

85. موقع جامعة قالملة <https://www.univ.guelma.ar/dz>

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 08 ماي 1945 قالمة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات



تخصص: اتصال جماهيري والوسائط الجديدة

استمارة استبيان

أثر وسائل الإعلام الحديثة على تشكيل قيم الشباب جامعة قالمة نموذجاً

بعد التحية والتقدير:

أقدم بين أيديكم استمارة استبيان حول الموضوع المذكور أعلاه في إطار إنجاز مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة. لذا نرجو منكم ان تفضلوا بالإجابة على أسئلة هذا الاستبيان بكل صدق وموضوعية. مع العلم أن البيانات المتحصل عليها لن تستخدم الا لأغراض البحث العلمي وشكراً.

تحت إشراف : الأستاذ الدكتور حميد حملاوي

إعداد الطلبة:

آية مناصرية

شكري عوابدي

السنة الجامعية: 2023-2024م / 1443-1444هـ

المحور الأول: البيانات الشخصية.

- 1- الجنس : ذكر أنثى
- 2- التخصص العلمي : قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات قسم علم اجتماع
- قسم علم النفس
- 3- قسم الفلسفة قسم التاريخ قسم الآثار
- 4- المستوى الجامعي : ليسانس ماستر دكتوراه

المحور الثاني: عادات وأنماط ودوافع استخدام الشباب للوسائل الإعلامية الحديثة.

- 1- ماهي الوسائل الإعلامية الحديثة الأكثر استخداما من قبلك؟
- الراديو الرقمي التلفزيون الرقمي شبكات التواصل الاجتماعي المدونات أخرى
- تذكر :
- 2- كيف تستخدم وسائل الإعلام الحديثة؟

- دائما أحيانا نادرا
- 3- ماهي انواع شبكات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها؟ الفيسبوك منصة الانستغرام
- اليوتيوب تيك توك تلغرام الفاير الواتساب
- أخرى تذكر

- 4- ما هو متوسط ساعات استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي يوميا؟
- ساعة ساعتين ثلاث ساعات أربع ساعات استخدام متواصل

- 5- ماهي المضامين التي تثير اهتمامك أكثر عبر وسائل الإعلام الحديثة؟
- الرياضية العلمية الإخبارية الدينية منوعات موسيقية ثقافية
- صحية اجتماعية سياسية

- 6- حين استخدامك لوسائل الإعلام هل تكون؟

بمفردك مع العائلة مع الاصدقاء

7- ماهي الخدمات التي تتابعها وتتفاعل معها عبر الوسائل الإعلامية؟

الصور مقاطع الفيديو النصوص المكتوبة التغريدات والهاشتاغ التسجيلات الصوتية (بودكاست)

8- ما هو الهدف والاشباع المحققة من استخدامك لوسائل الإعلام الحديثة؟

الاطلاع على الأخبار الاطلاع على ثقافات وعادات أخرى التعليم والتثقيف التسلية

المحور الثالث: القيم عبر الوسائل الإعلامية الحديثة:

1- ماهي مجالات القيم الأكثر تداولاً بين الشباب عبر الوسائل الإعلامية الحديثة؟

القيم ذات البعد النفسي القيم ذات البعد الاجتماعي القيم ذات البعد الاقتصادي القيم ذات البعد التربوي القيم ذات البعد السياسي القيم ذات البعد الجمالي

2- ماهي درجة حضور هذه القيم عبر الوسائل الإعلامية؟

قوي متوسط ضعيف

3- ماهي درجة تناول القيم الاجتماعية الإيجابية بين الشباب والوسائل الإعلامية:

التعاون بين الأفراد قوي متوسط نادراً
 صلة الرحم بين الأفراد و الأقارب قوي متوسط نادراً
 حسن الظن بالآخرين قوي متوسط نادراً

المحور الرابع: تأثير وسائل الإعلام الحديثة على تشكيل قيم الشباب

1- هل تساهم وسائل الإعلام الحديثة في: تشكيل قيم الشباب تعزيز الوعي الاجتماعي

تعزيز الوعي السياسي

2- هل يمكن للإعلانات والدعايات عبر الإنترنت والوسائل الإعلامية الحديثة ان تؤثر على قيم الشباب؟

نعم تؤثر لا تؤثر

كيف ذلك؟

3- من بين مظاهر تأثير وسائل الإعلام على الشباب:

التقليد الأعمى تبني معلومات مغلوطة

4- هل تتطابق القيم التي تعرضها وسائل الإعلام مع القيم السائدة في المجتمع؟

تتطابق تماماً نوعاً ما لا تتطابق

5- هل تأثرت قيمك باستخدامك وتعرضك للوسائل الإعلامية الحديثة؟ نعم لا

كيف ذلك؟ إذا كانت نعم تأثرت

كلاهما

سلبا

ايجابا