اسم مشتق من الذكوة وهي الجمرة الملتهبة والمراد
بالذكوات الربوات البيض الصغيرة المحيطة بمقام أمير
المؤمنين علي بن أبي طالب{عليه السلام}
شبهها لضيائها وتوهجها عند شروق الشمس عليها لما فيها
موضع قبر علي بن أبي طالب {عليه السلام}
من الدراري المضيئة
{در النجف}فكأنها جمرات ملتهبة وهي المرتفع من الأرض،
وهي ثلاثة مرتفعات صغيرة نتوءات بارزة في أرض الغري وقد
سميت الغري باسمها، وكلمة بيض لبروزهاعن الأرض.وفي رواية
إنّها موضع خلوته أو إنّها موضع عبادته وفي رواية أخرى
في رواية المفضل عن الإمام الصادق {عليه السلام}قال:
قلت:يا سيدي فأين يكون دار المهدي ومجمع المؤمنين؟
قال:يكون ملكه بالكوفة، ومجلس حكمه جامعها
وبيت ماله ومقسم غنائم المسلمين مسجد
السهلة وموضع خلوته الذكوات البيض

جمهورية العراق
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
دائرة البحث والتطوير

Republic of Iraq
Ministry of Higher Education & Scientific Research
Research & Development Department

No.:
Date:

الرقم:
التاريخ:

ديوان الوقف الشيعي / دائرة البحوث والدراسات

م/ مجلة الذكوات البيض

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته ...

إشارة الى كتابكم المرقم ١٠٤٦ والمؤرخ ٢٠٢١/ ١٢/٢٨ والملحقاً بكتابنا المرقم ب ت ٥٧٤٤/٤ في ٢٠٢١/٩/٦ ، والمتضمن أستحداث مجلتكم التي تصدر عن الوقف المذكورة أعلاه ، وبعد الحصول على الرقم المعياري الدولي المطبوع وانشاء موقع الكتروني للمجلة تعتبر الموافقة الواردة في كتابنا أعلاه موافقة نهائية على أستحداث المجلة.

... مع وافر التقدير

أ.م.د. حسين صالح حسن
المدير العام لدائرة البحث والتطوير / وكالة
٢٠٢٢/١/١٧

نسخة منه الى:
- قسم الشؤون العلمية / شعبة التأليف والنشر والترجمة / مع الأوليات.
- الصادرة.

سهى ابراهيم
١٠ / كانون الثاني

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي – دائرة البحث والتطوير – القسم الأيمن – المجمع الثربوي – الطابق السادس

إشارة إلى كتاب وزارة التعليم العالي والبحث العلمي / دائرة البحث والتطوير
المرقم ٥٠٤٩ في ٢٠٢٢/٨/١٤ المعطوف على إعمامهم
المرقم ١٨٨٧ في ٢٠١٧/٣/٦
تُعدّ مجلة الذكوات البيض مجلة علمية رصينة ومعتمدة للترقيات العلمية.

الذكوات البيض

مجلة علمية فكرية فصلية محكمة تصدر عن
دائرة البحوث والدراسات في ديوان الوقف الشيعي

العدد (١٦) السنة الثالثة ربيع الأول١٤٤٦ هـ أيلول٢٠٢٥م
رقم الإيداع في دار الكتب والو ثائق (١١٢٥)
الرقم المعياري الدولي ISSN 2786-1763

عمار موسى طاهر الموسوي
مدير عام دائرة البحوث والدراسات

رئيس التحرير
أ.د. فائز هاتو الشرع

مدير التحرير
حسين علي محمد حسن الحسني

هيأة التحرير
أ.د. عبد الرضا بهية داود
أ.د. حسن منديل العكيلي
أ.د.نضال حنش الساعدى
أ.د. حميد جاسم عبود الغرابي
أ.م.د. فاضل محمد رضا الشرع
أ.م.د. عقيل عباس الريكان
أ.م.د. أحمد حسين حيال
أ.م .د. صفاء عبدالله برهان
م.د.موفق صبرى الساعدى
م.د.طارق عودة مرى
م.د. نوزاد صفر بخش

هيأة التحرير من خارج العراق
أ.د.نور الدين أبو لحية / الجزائر
أ.د. جمال شلبي/ الاردن
أ.د. محمد خاقانى / إيران
أ.د. مها خير بك ناصر / لبنان

العدد (١٦) السنة الثالثة ربيع الأول ١٤٤٦ هـ – أيلول ٢٠٢٥ م

الذكوات البيض

مجلة الذكوات البيض ١٤٤٣هـ-٢٠٢١م

التدقيق اللغوي
م.د. مشتاق قاسم جعفر

الترجمة الانكليزية
أ.م.د. رافد سامي مجيد

الذكوات البيض

مجلة علمية فكرية فصلية محكمة تصدر عن
دائرة البحوث والدراسات في ديوان الوقف الشيعي

العدد (١٦) السنة الثالثة ربيع الأول ١٤٤٦ هـ - أيلول ٢٠٢٥ م

العنوان الموقعي

مجلة الذكوات البيض

جمهورية العراق

بغداد /باب المعظم

مقابل وزارة الصحة

دائرة البحوث والدراسات

الاتصالات

مدير التحرير

٠٧٧٣٩١٨٣٧٦١

صندوق البريد / ٣٣٠٠١

الرقم المعياري الدولي

ISSN ١٧٦٣-٢٧٨٦

رقم الإيداع

في دار الكتب والوثائق(١١٢٥)

لسنة ٢٠٢١

البريد الالكتروني

إيميل

off reserch@sed.gov.iq

hus65in@gmail.com

دليل المؤلف .....

١–أن يتسم البحث بالأصالة والجدّة والقيمة العلمية والمعرفية الكبيرة وسلامة اللغة ودقة التوثيق.

٢– أن تحتوي الصفحة الأولى من البحث على:

أ. عنوان البحث باللغة العربية .

ب . اسم الباحث باللغة العربي، ودرجته العلمية وشهادته.

ت . بريد الباحث الإلكتروني.

ث . ملخصان: أحدهما باللغةِ العربية والآخر باللغةِ الإنكليزية.

ج . تدرج مفاتيح الكلمات باللغة العربية بعد الملخص العربي.

٣–أن يكونَ مطبوعًا على الحاسوب بنظام(office Word) ٢٠٠٧ أو ٢٠١٠) وعلى قرص ليزري مدمج (CD) على شكل ملف واحد فقط (أي لا يُجزَّأ البحث بأكثر من ملف على القرص) وتُزوَّد هيأة التحرير بثلاث نسخ ورقية وتوضع الرسوم أو الأشكال، إن وُجِدت، في مكانِها منَ البحثِ، على أن تكونَ صالحةً مِنَ الناحيةِ الفنيَّة للطباعة.

٤–أن لا يزيدَ عدد صفحات البحث على (٢٥) خمس وعشرين صفحة من الحجم (A4).

٥. يلتزم الباحث في ترتيب وتنسيق المصادر على الصغة APA

٦–أن يلتزم الباحث بدفعِ أُجُور النشر المحدَّدة البالغة (٧٥،٠٠٠) خمسة وسبعين ألف دينار عراقيّ، أو ما يعادلها بالعملات الأجنبية.

٧–أن يكونَ البحثُ خاليًا مِنَ الأخطاءِ اللغوية والنحوية والإملائيَّة.

٨–أن يلتزم الباحث بالخطوط وأحجامِها على النحو الآتي:

أ. اللغة العربية: نوع الخط (Arabic Simplified) وحجم الخط (١٤) للمتن.

ب . اللغة الإنكليزية: نوع الخط (Times New Roman) عناوين البحث (١٦). والملخصات (١٢)

أما فقرات البحث الأخرى؛ فبحجم (١٤) .

٩–أن تكونَ هوامش البحثِ بالنظام الأكتروني(تعليقات ختامية) في نهاية البحث. بحجم ١٢.

١٠–تكون مسافة الحواشي الجانبية (٢,٥٤) سم،والمسافة بين الأسطر (١) .

١١–في حال استعمال برنامج مصحف المدينة للآيات القرآنية يتحمل الباحث ظهور هذه الآيات المباركة بالشكل الصحيح من عدمه، لذا يفضّل النسخ من المصحف الالكتروني المتوافر على شبكة الانترنيت.

١٢–يبلَّغ الباحث بقرارِ صلاحيَّة النشر أو عدمها في مدَّةٍ لا تتجاوز شهرين من تاريخ وصولهِ إلى هيأةِ التحرير.

١٣–يلتزمُ الباحث بإجراءِ تعديلات المحكّمين على بحثهِ وفق التقارير المرسلة إليهِ وموافاةِ المجلة بنسخةٍ مُعدَّلةٍ في مدَّةٍ لا تتجاوزُ (١٥) خمسة عشر يومًا.

١٤–لا يحق للباحث المطالبة بمتطلبات البحث كافة بعد مرور سنة من تاريخ النشر.

١٥–لاتعاد البحوث الى أصحابها سواء قُبلت أم لم تُقبل.

١٦–تكون مصادر البحث وهوامشه في نهاية البحث، مع كتابة معلومات المصدر عندما يرد لأول مرة.

١٧–يخضع البحث للتقويم السري من ثلاثة خبراء لبيان صلاحيته للنشر.

١٨–يشترط على طلبة الدراسات العليا فضلاً عن الشروط السابقة جلب ما يثبت موافقة الأستاذ المشرف على البحث وفق النموذج المعتمد في المجلة.

١٩–يحصل الباحث على مستل واحد لبحثه، ونسخة من المجلة، وإذا رغب في الحصول على نسخة أخرى فعليه شراؤها بسعر (١٥) ألف دينار.

٢٠–تعبر الأبحاث المنشورة في المجلة عن آراء أصحابها لا عن رأي المجلة.

٢١–ترسل البحوث إلى مقر المجلة – دائرة البحوث والدراسات في ديوان الوقف الشيعي بغداد – باب المعظم)

أو البريد الإلكترونيّ:(hus65in@Gmail.com) (off reserch@sed.gov.iq) بعد دفع الأجور في مقر المجلة

٢٢–لا تلتزمُ المجلة بنشر البحوث التي تُخلُّ بشرطٍ من هذهِ الشروط .

مجلة علمية فكرية فصلية محكمة تصدر عن دائرة البحوث والدراسات في ديوان الوقف الشيعي

محتوى العدد (١٦) المجلد التاسع

ت	عنوانات البحوث	اسم الباحث	ص
١	اتجاهات النخب الإعلامية ازاء توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية العراقية «دراسة ميدانية»	أ. د. حافظ ياسين حميد الهيتي حقي إسماعيل إبراهيم	٨
٢	التحليل النقدي المقارن للخطاب في عناوين الصحف الإلكترونية	أ.م. د. حسن عبد الجبار ناجي	٢٨
٣	جهود الشيخ كمال الدين الطائي في علوم القرآن	أ.م.د. عمر ابراهيم محمد	٤٦
٤	استراتيجية الحبك في المعاهدات الدّولية الأساسيّة لحقوق الإنسان دراسةٌ تحليليّةٌ	الباحثة آلاء خضير أحمد أ.د. خالد عبود حمودي	٦٠
٥	أثر انموذج لورسباش في تحصيل تلاميذ الصف الرابع الأبتدائي وخفض قلقهم الأمتحاني بمادة الرياضيات	م. شيماء كريم حسون	٧٦
٦	الاصلاح الإداري وفق نظرية التقسيمات الإدارية لدى مديري المدارس الثانوية في محافظة واسط	م. م. فلاح عبد الحسن عبد	٩٤
٧	منهج كريمان حمزة في تفسير القرآن «عرض ودراسة»	رونق معمر عبد الله أ.م. د.سناء عليوي عبد السادة	١٠٨
٨	التوكيد بـ(إنَّ) بلاغيّاً سورة يوسف مثالاً	م.د عصام راضي حسون	١٢٠
٩	آيات الأحكام بين الصابوني والإيرواني" الصلاة والملامسة أُنموذجًا"	الباحث: مثنى عبد الصاحب أ.م. د مسلم حسين عطية	١٣٤
١٠	أثر استخدام التعلم التعاوني في تنمية بعض مهارات الاشغال اليدوية لدى طالبات الثانوية في محافظة ديالى	م. م. ذكرى كامل حسين م. حلا عبد الحسين ناصر	١٤٦
١١	التفكير الايجابي وعلاقة بالنجاح المهني لدى المرشدين التربويين	م. م. هبة معين حميد	١٦٦
١٢	قواعد الازور وأثرها في العلاقات البرتغالية – الامريكية ١٩٣٩-١٩٤٥	م. د. حسن مالح ناصر	١٨٠
١٣	الاستراتيجية التلميحية وقصديتها في شعر اديب كمال الدين «دراسة تداولية»	م.د. رحيم جبر حسون	٢٠٠
١٤	شبهاتُ التعارضِ والتناقضِ في القرآنِ الكريمِ «دراسةٌ تفسيريّةٌ»	م.د. بهاء مهدي مظلوم	٢١٤
١٥	"Developing Critical Thinking through English Literature: An Educational Perspective	Lecturer. Hussein Kadhim Zamil	٢٣٦
١٦	اصالة البراءة عند الاصوليين	الباحثة: بنين زهير محمد	٢٤٦
١٧	تقدير طلبة قسم العلوم في الكلية التربوية المفتوحة للبيئة المفضلة للمختبرات العلمية	م. م. سوزان احمد مهدي	٢٦٢
١٨	بناء قدرات الموارد البشرية وانعكاسها على سلوك العمل المبتكر: دراسة تحليلية في شركة اسيا سيل للاتصالات	م. م. نغم رسول راضي	٢٧٦
١٩	تحليل الخصائص الهيدرولوجية لتصاريف نهر دجلة في مدينة الموصل للمدة (٢٠٠٠-٢٠٢٣)	م. م. رقيه حسن عبد الأمير	٢٩٦
٢٠	التحديات القيمية لاستخدامات الإعلام الجديد «دراسة تطبيقية على شباب قضاء الناصرية»	م. م. أحمد عزيز محمد	٣٠٨
٢١	أثر الإكراه الاقتصادي على العقد	م.م. وجدان كاظم حسن	٣٣٢

فصلية مُحَكَمة تُعنى بالبحوث والدراسات العلمية والإنسانية والفكرية
العدد (١٦) السنة الثالثة ربيع الأول ١٤٤٦ هـ أيلول ٢٠٢٥ م

التحديات القيمية لاستخدامات الإعلام الجديد
«دراسة تطبيقية على شباب قضاء الناصرية»

م. م. أحمد عزيز محمد
جامعة سومر/ كلية التربية / ذي قار / العراق

المستخلص:

هدفت دراستنا إلى الكشف عن التحديات القيمية لاستخدامات الإعلام الجديد، الذي أتاح للمستخدمين التنقل من أقصي الشرق إلى أقصي الغرب، فهو اليوم بمثابة المعلم الأول للبشرية لما يتمتع به من فيض معلوماتي وفير، فبمجرد الضغط على الزر تأتيك المعلومات من كل فج عميق. فهو أكثر إقناعا للعقل وأكثر إثارة للغرائز ونقاط ضعف المستخدم، إذ أنه فاق القدرة البشرية العادية وبدأ يهدم الكثير من الثقافات والمعتقدات والمعارف والأفكار الثابتة، ومما لاشك فيه أن عينة الدراسة البالغ قوامها (١٠٠) مفردة، المتمثلة في شباب قضاء الناصرية من المستخدمين لتطبيقات ووسائل الإعلام الجديد يشملهم ذلك الهدم والتحدي والتغيير، كجزء من منظومة العولمة الاتصالية، وقد توصلت دراستنا لمجموعة من النتائج لعل من أهمها التالي:

– إن النسبة الأعلى لمتغير العمر كانت من نصيب الفئة العمرية اللذين تتراوح أعمارهم بين (٢٥–١٨)، وغالبيتهم من الحاصلين على شهادة البكالوريوس.

– إن غالبية أفراد عينية الدراسة يتعرضون لتطبيقات الإعلام الجديد بمعدل كثيف ويعتمدون عليها بدرجة كبيرة نتيجة الاستخدام الدائم.

– تنامي النزعة الاستهلاكية والانغماس في المادة الإعلامية غير الهادفة أو المضرة التي تسبب انحراف سلوكي وفكري.

– هدم القيم الذاتية من خلال التعليقات السلبية أو التنمر الأكتروني.

– انتشار الطرق غير القانونية مثل النصب والاحتيال وغياب قيمة المصداقية والصدق.

– إن غالبية المبحوثين يعتقدون أن سبل تعزيز الوعي الإعلامي تتمثل في تناول القضايا الإعلامية القيمية المعاصرة بشكل مكثف من خلال مناقشات وحوارات جماعية عن طريق ما يعرف بغرف الدردشة والحوار وكذلك تضمين المناهج التربوية والتعليمية مادة التربية الإعلامية أو أخلاقيات الإعلام الرقمي.

– إن عينة الدراسة ترى بأن دوافع الاستخدام تتجلى في مشاهدة المحتويات الترفيهية من أجل التسلية وقتل وقت الفراغ والمشاركة في النقاشات السياسية والاجتماعية والدينية والقيمية والبحث عن أصدقاء الطفولة وخلق مناخ افتراضي رقمي للتواصل فيما بينهم.

– إن غالبية المبحوثين يرون أن الإشباعات المتحققة تمثلت في الإشباع النفسي الذي يتجلى في التخفيف من الضغوط النفسية نتيجة التعرض للمحتوى الترفيهي.

ومن خلال نتائج الدراسة توصل الباحث إلى جملة من التوصيات، تمثلت في مد جسور الروابط الاجتماعية من خلال التفاعل مع الأصدقاء لتبادل المعلومات والأفكار والرؤى التي تعزز القيم الإنسانية والترويج لها في الفضاء الرقمي، لتثمر وتنعكس على الجانب الحياتي الواقعي، والبحث عن المضامين الإعلامية الهادفة التي تنمي البعد الذوقي والثقافي الإنساني.

الكلمات المفتاحية: التحديات القيمية، الإعلام الجديد .

Abstract:

Our study aimed to uncover the value challenges of the uses of new media, which have enabled users to travel from the farthest reaches of the East to the farthest reaches of the West. Today, it serves as humanity›s primary teacher, thanks to its abundant information storehouse. With the simple press of a button, information comes to you from every deep ravine. It is more convincing to the mind and

more arousing to the user›s instincts and weaknesses. It has surpassed normal human capacity and begun to destroy many cultures, beliefs, knowledge, and established ideas. There is no doubt that the study sample, consisting of (١٠٠) individuals, represented by the youth of Nasiriya District, who use new media applications and means, is affected by this destruction, challenge, and change, as part of the system of communication globalization. Our study reached a set of results, perhaps the most important of which are the following:

–The highest proportion of the age variable was among those aged ٢٥–١٨, the majority of whom hold a bachelor›s degree.

–The majority of the study sample are exposed to new media applications extensively and rely heavily on them due to constant use.

–The growing consumerist tendency and immersion in aimless or harmful media content leads to behavioral and intellectual deviation.

–The undermining of personal values through negative comments or cyberbullying.

–The prevalence of illegal methods such as fraud and deception, and the absence of the value of credibility and honesty.

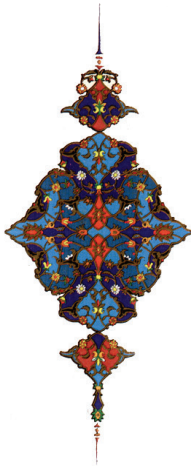
–The majority of respondents believe that ways to enhance media awareness lie in intensively addressing contemporary media value issues through group discussions and dialogues via chat rooms, as well as including media education or digital media ethics in educational curricula.

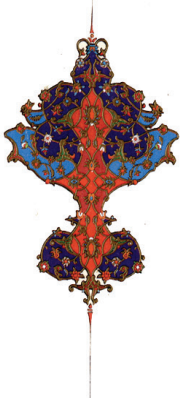
–The study sample believes that the motivations for use include watching entertainment content for entertainment and to pass the time; participating in political, social, religious, and value-based discussions; searching for childhood friends; and creating a virtual digital environment for communication.

– The majority of respondents believed that the gratification achieved was psychological satisfaction, manifested in the relief of psychological stress resulting from exposure to entertainment content.

Through the study›s results, the researcher reached a set of recommendations, including building bridges of social ties through interaction with friends to exchange information, ideas, and visions that reinforce human values and promote them in the digital space, so that they bear fruit and are reflected in real life. They also sought purposeful media content that fosters human taste and culture.

Keywords: Value Challenges, New Media.





المقدمة:

شهدت الإنسانية خلال العقود الأخيرة طفرة نوعية في مجالات الاتصال والإعلام، وكان أبرزها ظهور ما يُعرف بالإعلام الجديد، الذي يعتبر عالم رقمي وافتراضي، يتسم بفيض المعلومات وكسر القيود والحواجز، حيث يمكن المستخدمين من نشر المحتوى بسهولة وبسرعة كبيرة، من حيث الشكل والمضمون والتفاعلية إذا ما قرن بالإعلام التقليدي. فقد أصبحت تطبيقات الإعلام الجديد ولا سيما المنصات الإعلامية على شبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي والقنوات التليفزيونية الإلكترونية وخدمات البث الحي المباشر، جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية، لا سيما لدى فئة الشباب، الذين يشكلون الشريحة الأكبر والأكثر استخداماً وتفاعلاً مع هذه التطبيقات. وتُعد هذه التحولات الرقمية المعاصرة سلاح ذو حدين، من جانب ساهمت وسائل الإعلام الجديدة في تعزيز فرص التعبير الحرة، وتوسيع آفاق المعرفة، وتسهيل التفاعل المجتمعي والامتزاج الثقافي؛ ومن ناحية آخرى، أنتجت تحديات قيمية وثقافية معقدة، تمثلت في تصادم القيم المجتمعية مع أنماط الاستخدام الجديدة، وظهور سلوكيات غير منسجمة مع منظومة القيم الأصيلة، نتيجة للانفتاح غير المحدود على الثقافات الأخرى والمحتويات المتنوعة، والتي كثيراً ما تكون مختلفة عن الضوابط الأخلاقية والاجتماعية لثقافة النسق المجتمعي المحلي. وفي هذا السياق تبرز أهمية هذه الدراسة في تناولها التحديات القيمية لاستخدامات الإعلام الجديد لدى شريحة الشباب في قضاء الناصرية، باعتبارهم الفئة العمرية الأكثر تعرضاً وتأثراً بهذه الوسائل أو التطبيقات والأكثر انخراطاً في تشكيل وصياغة المستقبل السوسيو ثقافي. وكذلك يكتسب هذا الموضوع أهمية مضاعفة في ظل التغيرات الاجتماعية والثقافية التي تشهدها المجتمعات العربية عموماً والمجتمع العراقي خصوصا، والتي تجعل من دراسة العلاقة بين الإعلام الجديد والمنظومة القيمية ضرورة ملحة لفهم أعمق لمظاهر التحول القيمي، وتحديد أبعاده وآثاره وتحييدها وكيفية التعامل معها.

إشكالية الدراسة

أحدثت ثورة الانترنت طفرة نوعية وتحول كبير في أنماط التواصل الاجتماعي والثقافي والمعرفي نتيجة لإفرازات العصر الرقمي الذي تولد نتيجة تراكمات حضارية وابستمو ثقافية التي تعتبر بدورها حصاد للتطور التكنولوجي على الصعيد الشبكي الاتصالي بشكل عام، والإعلام الجديد بشكل خاص، والذي أصبح جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية. وبالرغم مما يوفره هذا الإعلام من فرص للتفاعل السريع نتيجة كسر حاجز الزمكان والانفتاح وتبادل الخبرات المعرفية إلا أن استخداماته المتعددة والكثيرة قد أفرزت تحديات قيمية تمس منظومة الأخلاق والسلوك والهوية الثقافية، خصوصاً في المجتمعات ذات الخصوصيات الاجتماعية مثل قضاء الناصرية. وتبرز المشكلة في مدى تأثير هذه الاستخدامات على القيم الاجتماعية والثقافية والسلوكية والأخلاقية للشباب، ومدى وعيهم بمضامين المحتوى الرقمي الذي يتعرضون له. حيث أصبح هذا المحتوى جزءا من الروتين اليومي للمستخدمين، لأن الإعلام الجديد يمثل ركنا أساسيا ورافدا اتصاليا فعال في إعادة صياغة وتشكيل النسيج السوسيو ثقافي والأبستمولوجي (المعرفي) للمجتمعات العربية.

أسئلة الدراسة

بعد عرضنا للمشكلة الدراسية وثيمتها الأساسية تولدت لدينا التساؤلات التالية؟

- ما طبيعة استخدامات الإعلام الجديد لدى شباب قضاء الناصرية؟
- ما أبرز التحديات القيمية للإعلام الجديد التي تواجه شباب قضاء الناصرية؟
- ما السبل لتعزيز الوعي الإعلامي بين شباب قضاء الناصرية لمواجهة التحديات القيمية؟
- ما دوافع استخدام شباب قضاء الناصرية لوسائل الإعلام الجديد؟

– ما الإشباعات المتحققة لدى شباب قضاء الناصرية نتيجة التعرض لوسائل الإعلام الجديد؟

فروض الدراسة

– إن من أبرز طبائع الاستخدام لدى شباب قضاء الناصرية تتجلى في استخدامهم الدائم لتطبيقات الإعلام الجديد وتعرضهم لها بشكل كثيف، وذلك نتيجة رصد الواقع بعين فاحصة، من خلال الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي وشهرتها في تنوع محتوياتها خصوصا على الصعيد المحلي.

– إن التحديات القيمية تتمثل في الدرجة الأولى بتهميش الهوية الثقافية نتيجة التناقض ما بين القيم المحلية السائدة والقيم الوافدة التي تعرض من خلال وسائل الإعلام الجديد وغياب قيمة الصدق أو المصداقية وانتشار الطرق غير القانونية مثل النصب والاحتيال.

– إن سبل تعزيز الوعي الإعلامي كثيرة ومتنوعة، ومن أهمها تناول القضايا الإعلامية القيمية المعاصرة بشكل مكثف من خلال مناقشات وحوارات جماعية عن طريق ما يعرف بغرف الدردشة والحوار وتضمين المناهج التربوية والتعليمية مادة التربية الإعلامية أو أخلاقيات الإعلام الرقمي.

– من أهم دوافع الاستخدام هي الحاجة إلى الترفيه والتسلية وكذلك بناء العلاقات الشخصية والمشاركة في النقاشات السياسية والاجتماعية والدينية والقيمية.

– إن الإشباعات المتحققة لدى شباب قضاء الناصرية تتجلى في المقام الأول بالاتصال مع الاخرين لتبادل المعلومات والافكار فيما بينهم بشكل شخصي وتوسيع المعرفة في حقول مختلفة مثل حقل الثقافة وتكنلوجيا الاتصال والمعلومات وغيرها.

أهداف الدراسة

تتمثل أهداف الدراسة في سبر أغوار المعطيات الاتية:

– طبيعة استخدامات الإعلام الجديد لدى شباب قضاء الناصرية.

– أبرز التحديات القيمية للإعلام الجديد التي تواجه شباب قضاء الناصرية.

–السبل التي تعزز الوعي الإعلامي بين شباب قضاء الناصرية لمواجهة التحديات القيمية.

– دوافع استخدام شباب قضاء الناصرية لوسائل الإعلام الجديد.

– الإشباعات المتحققة لدى شباب قضاء الناصرية نتيجة التعرض لوسائل الإعلام الجديد.

أهمية الدراسة

تتجلى أهمية الدراسة فيما يلي:

–كونها تحاول الإسهام في التأصيل والمعالجة لظاهرة اتصالية معاصرة ومدى تأثيرها وانعكاس محتواها الرقمي.

– إنها ترتبط بقضية القيم والأخلاق التي تعتبر من أهم القضايا التي تواجه البشرية اليوم بشكل عام، والمجتمعات العربية بشكل خاص الذي يعتبر المجتمع الناصري جزء منها.

–كونها محاولة لتقديم رؤية عصرية للمهتمين بهذا الموضوع من مسئولي الإعلام والباحثين ذو الهم القيمي، لضبط وتوجيه هذا النشاط الرقمي كي تتضافر الجهود للنهوض به نحو الرقي الأخلاقي والقيمي اللذين يمثلان اسا متينا يساهم في تشكيل وعي مجتمعي سوي وركنا قويا لبناء الحضارة.

حدود الدراسة

الحدود المكانية: شملت حدود هذه الدراسة شباب قضاء الناصرية/ محافظة ذي قار/ الواقعة جنوب العراق.

الحدود الزمانية: تم تطبيق دراستنا هذه، من ١/١/ ٢٠٢٥/ وانتهت في ١/٣/٢٠٢٥.

الحدود الموضوعية: اقتصرت الدراسة على تطبيقات الإعلام الجديد وتحدياتها كونها وسيلة اتصالية معاصرة لها تأثيرها على المنظومة القيمية.

الإجراءات المنهجية للدراسة

نوع البحث: يعتبر هذا البحث من ضمن البحوث الوصفية المعتمدة في البحث العلمي، كونه يقدم وصف دقيق جدا وشامل للظاهرة المدروسة، وذلك من خلال جمع وترتيب البيانات والمعلومات بشكل متسلسل ومنطقي، إذ يفرض على الباحث الوجود في المكان المتعلق بالدراسة ومشكلتها حيث يعد ذلك نهج مناسب لموضوعات البحث العلمي سواء كانت اجتماعية أو إنسانية، كيفية كانت ام كمية لأنه يصفها بموضوعية.

منهج البحث: حيث اعتمد البحث على منهج المسح الإعلامي، إذ يعتبر من أهم المناهج المستخدمة في ميادين الحقل الإعلامي، للحصول على التفاصيل المعلوماتية الدقيقة المرتبطة بالظاهرة ذاتها.

نوع العينة: أجريت هذه الدراسة على عينة غير احتمالية، إذ استقر الرأي على أن تكون عينة عمدية من الشباب الذين تتراوح أعمارهم من (٤٠-١٨ سنة) ممن يستخدمون وسائل أو تطبيقات الإعلام الجديد بالفعل.

حجم العينة: اشتملت عينة دراستنا هذه (١٠٠) مفردة لمختلف الجنسين أي مناصفة في العدد بين الذكور والإناث.

أسلوب جمع البيانات: حيث تم الاعتماد على استمارة استقصاء طبقت بالمقابلة، إذ يعتبر الاستقصاء نهج أو أسلوب يفرض على الباحث جمع المعلومات المتعلقة بالمشكلة الدراسية وتساؤلاتها بطريقة مقننة، لإدراك الإجابات النهائية، وقد تكون هذه الإجابات نقطة انطلاق لدراسات مستقبلية اخرى.

تحديد المصطلحات

القيم

- لغة: القيم جمع مفردة قيمة، وهي أسم يدل على قدر الشيء ومقداره أو ما يساويه.(١)
- اصطلاحا: يعرفها طه عبد الرحمن، بأنها مفهوم يشير إلى المعنى الخلقي أو المثال الأعلى الذي يستحق أن يتطلع إليه الإنسان، بمعنى التوجه إليه والتطبيق له.(٢)

التعريف الإجرائي للتحديات القيمية: هي بمثابة هدم وبناء للأنساق الثقافية والاجتماعية والأخلاقية، أو هي تغيير ناعم للمنظومات العرفية والمعرفية التي تعتبر خارطة حياتية لمجتمع من المجتمعات.

الإعلام الجديد

لغة: يعود لفظ الإعلام إلى الجذر (ع ل م) ويعني الإخبار والإعلان والمعرفة.(٣)

اصطلاحا: عرفه ماهر عودة الشمايلة، بأنه مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية التي تمكننا من انتاج ونشر المحتوى الإعلامي الرقمي بمختلف اشكاله، وذلك من خلال الوسائط الالكترونية المتصلة في عملية تفاعلية قائمة بين المرسل والمستقبل.(٤)

التعريف الإجرائي للإعلام الجديد: هو مجموعة من الوسائط الاتصالية التي أفرزتها الثورة المعرفية الرقمية المعاصرة، كمكمل لوسائل الاتصال التقليدية المكتوبة والمسموعة والمرئية وتتمثل بالمنصات الرقمية ومواقع التواصل والمدونات والمواقع الالكترونية وغيرها من الأدوات والتطبيقات، وتتميز بتفاعليتها العالية وكسرها للنسق الأحادي في الاتصال التقليدي وكذلك عدم تقيدها بالتزامنية الرتيبة، هذا ما يجعلها ذات تأثير كبير في إعادة تشكيل وتغيير المنظومة القيمية للمجتمعات.

الدراسات السابقة

١- دراسة هبة احمد الديب (٥). بعنوان تأثير ثقافة الإعلام الجديد على بعض القيم الاجتماعية في المجتمع الإماراتي (دراسة تطبيقية على عينة من طلاب الجامعة).

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على ما هية ثقافة الإعلام الجديد وارتباط الطلبة بمواقع التواصل الاجتماعي ومدي تأثرهم بتلك المواقع وكذلك التعرف على أنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

والتعرف على أهم القيم الاجتماعية السائدة في أوساط الطلبة في المجتمع الإماراتي.

وقد توصلت إلى عدة نتائج منها:

– بأن ٤,٢٥٪ من عينة الدراسة ا ينتمون إلى مجموعات دينية وفي الترتيب الثاني.

– المجموعات العامة بنسبة ٢٠ ٪يليه المجموعات الرياضية بنسبة ١,١٨ ٪ثم المجموعات الترفيهية بنسبة ٦,١٥ ٪ثم أشار ٧,١٠ ٪من عينة الطلبة ينتمون إلى المجموعات الثقافية.

– بينما أشارت ٧,٨٪من عينة الدراسة ينتمون الي مجموعات اجتماعية وأخير ا احتلت المجموعات السياسية الأهمية في الانتماء لدي الطلاب بنسبة ٤,١ ٪.

– معرفة القيم الاجتماعية من خلال تصفح الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي حيث أشارت نسبة ٨١٪من بين إجمالي عينة الدراسة تعرفوا على مفهوم القيم من خلال تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

– بينما أشارت ١١٪من عينة الدراسة تعرفوا عليها الي حد ما، وأخيرا أشارت ٨ ٪من عينة الدراسة م من خلال تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي لم يتعرفوا على أي من القيم الاجتماعية.

– تشير نتائج اجابات افراد العينة وفقا لمدى التعبير عن آراءهم على مواقع التواصل الاجتماعي حيث أشارت ٥٨٪من اجمالي عينة الدراسة تستطيع التعبير عن آراءها بينما أشار ٣٧٪من بين اجمالي عينة الدراسة أنها لا تستطيع التعبير عن آراءها عبر مواقع التواصل.

٢– دراسة عبد ال ادي النجار واخرون، بعنوان تعرض المراهقين للإعلام الجديد وعلاقته باتجاهاتهم نحو الإعلام التقليدي (دراسة ميدانية) (٦).

هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين تعرض المراهقين للإعلام الجديد وعلاقته باتجاهاتهم نحو الإعلام التقليدي من خلال دراسة وصفية ميدانية، تعتمد على أسلوب المسح الإعلامي والمسح المقارن، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة التالي:

– وجود علاقة عكسية دالة إحصائيا بين حجم تعرض المراهقين للإعلام الجديد وبين اتجاهاتهم نحو بعض وسائل الإعلام التقليدي.

– يوجد ارتباط طردي دال إحصائيا بين دوافع تعرض المراهقين للإعلام الجديد (نفعية– وطقوسية) ومعدل تعرضهم له.

– توجد علاقة طردية دالة إحصائيا بين تعرض المراهقين للإعلام الجديد ومدى ثقتهم في هذا الإعلام.

– توجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين اتجاهات المراهقين نحو الإعلام الجديد واتجاهاتهم نحو وسائل الإعلام التقليدي.

– عينة المراهقين الذين يتابعون الإعلام التقليدي لديهم اتجاهات إيجابية نحو هذا الإعلام بوسائله المختلفة.

٣– دراسة سعاد محمد المصري، بعنوان دور الإعلام الجديد في التغيير القيمي والأخلاقي لدى الشباب في الريف المصري.(٧)

وحاولت الدراسة الكشف عن استخدام الشباب لهذه النوعية من المواقع الاتصالية عبر الإنترنت للوصول إلى قاعدة معلوماتية يمكن البناء عليها تدعيما للجوانب الإيجابية وإطلاق صيحات التحذير من المعطيات السلبية لتلك المواقع وتأثيرها على التغير القيمي والانفلات الأخلاقي لدى الشباب الريفي. ونجد أن موقع اليوتيوب ذو ايجابيات عديدة ومنها الحصول على المعلومات، الشعور بالتسلية وغيرها، كما توجد سلبيات من شأنها أن تؤثر على التغير القيمي والانفلات الأخلاقي لدى الشباب الريفي، وقد توصلت

الدراسة على نتائج أهمها الاتي:

– وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المنخفض وذوي المستوى المرتفع في التغير القيم والأخلاقي لديهم كما يعكسها موقع اليوتيوب لصالح ذوي المستوى المنخفض عند مستوى ٠,٠٥.

– عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في التغير القيمي والأخلاقي لدى الشباب الريفي كما يعكسها موقع اليوتيوب، حيث كانت قيم غير دالة عند مستوى ٠,٠٥.

٤– دراسة خالد منصر بعنوان دور الإعلام الجديد في تعزيز قيم المواطنة.(٨)

توصلت الدراسة إلى أن الإعلام الجديد بكل مخرجاته ووسائله هو مجرد أداة، ومن ثم فإن تأثيره على المواطنة يعتمد على مدى قدرة النشطاء والفاعلين السياسيين و الاجتماعيين داخل النظام أو المجال العام الداخلي خصوصا على توظيف الإمكانيات التي تنتجها هذه الأدوات بطريقة تعظم قدرة المواطن على الحصول على حقوق المواطنة ويتوقع أنه كلما زادت نسبة إقبال الشباب والمسيسين على استخدام وسائل الإعلام الجديدة من مواقع التواصل الاجتماعي و المدونات والمواقع الالكترونية المختلفة باعتبارها أدوات سياسية، كلما تعاظمت الآثار السياسية و الاجتماعية و الثقافية للإنترنت مثل الكشف عن قضايا التعذيب، أو انتهاكات حقوق الإنسان، وتوفير قنوات للمشاركة والتعبير عن الرأي وحشد الدعم اتجاه القضايا الاجتماعية و الثقافية، مثل الشغل و التعليم والبيئة ، فضلاً عن قدرة هؤلاء الفاعلين على التنسيق بين مجهوداتهم للحصول على الحقوق من خلال القنوات المشروعة للمطالبة بها، وهناك صدى للاستجابة في الواقع مثل استجابة الدولة لمطالب عمال الغزل والنسيج في المحلة وغيرهم مثل أساتذة الجامعات والأطباء، فالقضاء والمجال العام الإلكتروني يخلق مساحة عامة كحيز اجتماعي مما يسهل إمكانية طرح خطابات وأفكار بديلة للمواطنة ويبقى تأثير هذه المساحة الهامة محدوداً بمحدودية المستخدمين أو عدم تسيسهم.

٥– دراسة محمد خليل الرفاعي، بعنوان دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الاسرة العربية (دراسة تحليلية). (٩)

– توصلت الدراسة بعد مناقشة أدوار وسائل الإعلام والاتصال المتنوعة، وما يمكن أن تحدثه من تأثيرات غير مرغوب فيها في قيم الأسرة إلى عدة توصيات لعل من أهمها

وأبرزها: ضرورة تحديد الأهداف الإعلامية المطلوبة بدقة وتقسيمها مرحلياً وزمنياً

بحيث يشعر الناس بأن هناك مشكلة مرتبطة بحياتهم وحياة أبنائهم وسلامتهم وسلامة

المجتمع وأمنه.

–اختيار أفضل وسائل الاتصال وأشكاله والمعلومات الملائمة لكل فئة من فئات الجمهور المستهدف.

– إعداد المضامين الإعلامية والمعلوماتية التي ستقدم من خلال وسائل الإعلام وإعداد المعلومات بأسلوب موضوعي ودقيق.

– وتكثيف برامج الأسرة وطرح مضامينها بأسلوب عصري، والتعامل مع هذا الأمر بوصفه مهدداً لقيمنا.

– مراجعة المواد الإعلامية التي تهدد نظامنا القيمي، والتعامل مع الأسرة بوصفها كياناً مترابطاً وليس مجرد تجميع أفراد، وضرورة الجدولة الجيدة لمضامين النشاط الإعلامي بما يحقق الاستمرارية والاتساق والشمول والتنوع والتركيز.

التعليق على الدراسات السابقة

وبعد عرضنا للدراسات السابقة اتضح ما يلي:

١- إنها تناولت تأثير وسائل الإعلام الجديد بشكل جزئي وعلى شكل فئات، مثل قيم المواطنة والقيم الاجتماعية والمراهقين، بينما تناولت دراستنا مفهوم القيم بشكل شامل.
٢- تتفق دراستنا مع الدراسات السابقة بوجود تأثير لوسائل الإعلام بشقيها التقليدية منها والجديدة المتمثلة خصوصا بالإعلام الجديد وانواعه على القيم المجتمعية سواء كان هذه التأثير يتميز بالسلب أو الايجاب.
٣- قلة الدراسات التي تناولت العلاقة بين الإعلام الجديد والتحديات القيمية بشكل شامل، القيم بوصفها أسس متينة تبنى عليها المجتمعات ثقافتها وتثبت حضارتها وهو ما تبحث فيه دراستنا الحالية.
٤- اعتمدت الدراسات السابقة على الفرضيات الإحصائية، بينما اكتفت دراستنا بالفروض الوصفية، كونها اعتمدت المنهج الوصفي الذي يعنى بتشخيص المظاهر وتحليلها.
٥- التماهي والتفاعل مع الأراء الفكرية لطروحات الباحثين في الدراسات السابقة لصياغة أفكار جديدة.

المبحث الثاني:
(الإطار النظري للدراسة)

نظرية الاستخدامات والاشباعات:

برزت هذه النظرية للمرة الأولى بطريقة كاملة في كتاب استخدام وسائل الاتصال الجماهيري تأليف كاتز وبلوملر ١٩٧٤، وكانت الفكرة الأساسية فيه تتمحور حول تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب، ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر، ومن وجهة نظر الباحثان، فإن مدخل الاستخدامات والإشباعات يعنى بما يلي: الأصول الاجتماعية والسيكولوجية، الاحتياجات التي يتولد عنها، توقعات من وسائل الإعلام أو أي مصادر أخرى تؤدى إلى أنماط مختلفة من التعرض لوسائل الإعلام، إذ ينتج عنها إشباعات للاحتياجات ونتائج أخرى في الغالب غير مقصودة. (١٠)

تعريف نظرية الاستخدامات والاشباعات

وهي نظرية تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، إذ ترى أن الجماهير فعالة في انتقاء افرادها لرسائل ومضمون مفضل من وسائل الاعلام، حيث جاءت كرد فعل لمفهوم قوة الاعلام الطاغية.(١١)

فروض نظرية الاستخدامات والاشباعات

يمكن ايجاز فروض هذه النظرية في النقاط التالية:

- إن جمهور وسائل الاعلام هو جمهور نشط له دوافع وحاجات وأهداف تقتضي بأن يتوجه إلى استخدام وسيلة إعلامية معينة أو مصادر أخرى.
- إن الجمهور انتقائي في استخدامه لوسائل الإعلام وفقا لحاجاته المتوقعة منها.
- يمكن لوسائل الإعلام أن تؤثر في الفرد وفي البنية الاجتماعية والسياسية والثقافية والاقتصادية للمجتمع، وهذا التأثير يختلف من مجتمع لآخر بحسب اختلاف الخلفيات والمرجعيات السائدة.
- لكل وسيلة اتصالية خصائص تتميز بها، حيث يعتبر هذا عاملا تنافسيا لجلب انتباه المستخدم و حثه على استخدام وسيلة على حساب أخرى.(١٢)

أهداف نظرية الاستخدامات والاشباعات

تتجلى أبرز أهداف هذه النظرية فيما يلي (١٣):

- محاولة التعرف على استخدام الأفراد لوسائل الاتصال الإعلامية على اعتبار أن الجمهور نشيط ويستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
- الكشف عن العلاقات المتبادلة بين دوافع الاستخدام وأنماط التعرض، والإشباعات المتحققة.
- تحديد دوافع تعرض الأفراد لوسائل الاتصال، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.

– التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.
– معرفة دور العوامل الوسيطة وتأثيرها في الاستخدامات والإشباعات.

ويرى الباحث أن الهدف الأشمل لنظرية الاستخدامات والاشباعات يتجلى في تحليل ودراسة سلوك الفرد أو المستخدم بعد تعرضه لوسائل الإعلام، نتيجة دوافع الاستخدام والاشباعات المتحققة، إذ تعتبر العلاقة بين الوسيلة والمستخدم قائمة على الاختيار لا الفرض نتيجة الهيمنة الإعلامية، بعكس ادعاء نظريات التأثير الإعلامية الأخرى.

القيم والتحديات القيمية: مفهوم القيم وتعريفها

منذ ولادة الفكر الإنساني شكل موضوع القيم اهتمام الكثير من الفلاسفة والمفكرين، ولعل من أهم العوامل التي حتمت ضرورة دراسة القيم دراسة علمية هي الثورة التكنو علمية، وغيرها من عوامل التغيير الثقافي والمعرفي، وهذا بدوره دعا إلى إعادة تشكيل الكثير من المعارف والمفاهيم عن الحياة، نتيجته كانت عدم استقرار في القيم المكتسبة والموروثة، وعدم مقدرة عدد كبير من أفراد المجتمع وبخاصة الشباب على التمييز الواضح والحد الفاصل بين ما هو صواب وخطأ.(١٤)

وصحيح أن الفلاسفة قد ناقشوا منذ القدم موضوعات مثل الخير والحق والفضيلة والعدالة والجمال والصدق، إلا أن تصور القيم لم يتضح إلا في الفلسفة المعاصرة حيث صار يشغل منزلة الصدارة بين موضوعات الفلسفة من حيث الأهمية، وكما يقول الفيلسوف الأميركي ايربان وهو من أوائل الباحثين في نظرية القيم المعاصرة، نادراً ما كان هنالك في تاريخ الفكر وقت شغلت فيه القيم مكان الصدارة بهذا الشكل مثل العصر الحالي، إذ يرى أن التغير الأساسي في القيم الفعلية للجنس البشري أو ما يطلق عليه الأخلاق القلقة أو غير المستقرة الخاصة بنا قد خلق ما يمكن أن يوصف بالتغير التدريجي لمركز الجاذبية الفلسفي من مشكلة المعرفة إلى مشكلة القيم.(١٥)

وقد لاحظ المفكر المغربي محمد عابد الجابري من خلال المعاجم العربية أن كلمة القيم تعود إلى جانب اجتماعي من قبيل الثمن، فالقيمة لها دلالة اجتماعية، وانتقالها من المعنى التجاري والاجتماعي إلى المعنى الاخلاقي تم من خلال الترجمة من اللغات الأجنبية الحديثة، التي تم فيها الارتقاء بمعنى القيم من معناها الاقتصادي إلى المعنى الأخلاقي، فأصبحت ترادف الفضائل، وحتى في اللغات الأجنبية فإننا نجد المنزلة الأخلاقية المعيارية لمفهوم القيم حديثة أيضا، ففي جذرها الأصلي في اللغة الفرنسية والانكليزية تعني الشجاعة في فنون القتال، ثم تطورت إلى معنى ما يساوي الشيء، ثم إلى معنى الثمن والتقدير الذي يحظى به الشيء، ولم تأخذ المعنى الأخلاقي في اللغة الفرنسية إلا في منتصف القرن التاسع عشر وهو معنى المثل العليا التي تعتبر معايير لأحكام القيمة الموجهة للنشاط الأخلاقي.(١٦)

فأتخذ مفهوم القيم معاني وتعريفات مختلفة على مدى تاريخ الفكر الإنساني، ولقد أثار هذا الموضوع انتباه الكثير من المفكرين، سواء كانوا فلاسفة أو علماء اجتماع أو رجالات دين لذلك حظيت القيم بأهمية بالغة في تاريخ الفكر الديني والفلسفي الطويل، ومن هذه التعريفات نجد دليل (أكسفورد) يعرف القيم: بأنها خاصية متفردة يشترط اكتشافها نوعا خالصا من الوعي أو عملية التفكير العميق.(١٧)

وكما عرفها (جميل صليبا نقلا عن الذهبي خدوجة) هي البحث عن الموجود من حيث هو مرغوب لذاته، إذ تنظر في قيم الأشياء وتحللها وتبين أنواعها وأصولها، فان فسرت القيم بنسبتها إلى الصور الغائية المرتسمة على صفحات الذهن كان تفسيرها مثاليا، وإذا فسرت بأسباب طبيعية أو سوسيو نفسية كان تفسيرا وجوديا، وخير تفسير للقيم إرجاعها إلى أصلين إحداهما مثالي والآخر وجودي واقعي.(١٨)

وكذلك تعرف بأنها أحكام مكتسبة من الأعراف الاجتماعية يتشربها الفرد ويحكم بها وتحدد مجالات

تفكيره وتحدد سلوكه وتؤثر في نهج حياته، إذ تمثل معايير الخير والشر وتبين الصواب والخطأ في الأفعال والمعتقدات، ويمكن اعتبار القيم تنظيمات معقدة لأحكام عقلائية معممة نحو الأشخاص أو الأشياء أو المعاني، أو هي مجموعة من المبادئ والمعايير التي يضعها مجتمع ما في ضوء ما تراكم عليها من خبرات تتكون نتيجة عمليات انتقاء جماعية يصطلح أفراد المجتمع عليها، منظمة للعلاقات بينهم.(١٩)

وعرفها ملكاوي بأنها مصطلح يشير إلى عدد من أنواع المعتقدات، معتقدات وصفية، صحيح وزائف، ومعتقدات تصنيفية، حسن وقبيح، ومعتقدات أحكام، امرة وناهية.(٢٠)

ويتَّصِل معنى القيم بالمعتقد كون إنَّ القيم تحتوي على ثلاثة عناصر تتمثل بالتالي:(٢١)

– العنصر المعرفي، من حيث الوعي بما هو جدير بالرغبة.

– العنصر الوجداني، من حيث شعور الفرد الإيجابي أو السلبي.

– العنصر السلوكي، من حيث كون القيم معياراً للسلوك أو الفعل.

ولكنَّ القيم تختلف عن المعتقد عندما يقتصر معناها على ما هو جيد مرغوب فيه، أو رديء غير مُفضَّل، في حين أنَّ الأساس في المعتقد هو التمييز بين ما يُعَدُّ حقاً أو باطلاً.

خصائص القيم

– القيم ذاتية وشخصية: إذ ترتبط القيم بالفرد ارتباطا وثيقاً، أي إنها تتأثر بذاتية الفرد واهتماماته وميوله ورغباته وتأملاته الطبيعية فضلا عن معتقداته.

– القيم نسبية: والمقصود بنسبية القيم بأنها تختلف باختلاف الزمكان تبعاً للمؤثرات الخاصة بها، فالقيم ثابتة عند معتقديها، لكنها نسبية بين الأشخاص والثقافات والأجيال، فما يراه جيل بأنها قيمة إيجابية قد يراه جيل آخر بأنها سلبية، وهذا نتيجة ما يسمى بفعل التدافع الثقافي والإزاحة الجيلية.

– القيم تجريدية: فالقيم لها معاني مجردة، إذ أنها تتسم بالموضوعية والاستقلالية بحد ذاتها، بينما تتضح معانيها في الواقع عن ترجمتها إلى سلوك واقعي مشاهد، فالتسامح مثلاً له قيمة معنوية ذهنية مجردة غير محسوسة، لكنه يتخذ قيمته المثلى عند ممارسته في الواقع الحياتي المعاش.

– القيم متدرجة: يقصد بتدرج القيم بأنها تنتظم في سلم قيمي تفاعلي متغير، تنظم فيه القيم بشكل هرمي تترتب عند الفرد حسب أولويتها وأهميتها لديه، فتهيمن بعض القيم على بعضها الآخر، فيتشكل لديه صرحا قيمياً داخلياً متدرجاً للقيم.(٢٢)

التحديات القيمية والضمير علاقة مسؤولة

ومن التحديات التي يفرضها الإعلام الجديد ذات أوجه وأبعاد متعددة منها: غزو الخصوصية من خلال البعد القانوني بحجة الممارسات الرقابية للحكومات، التي تقيد حرية الأفراد وحقهم في التعبير عن آرائهم، اما الوجه الثاني، فيتمثل في الغزو الثقافي والمضامين الهابطة من حيث الاختلال وعدم التوازن في التدفق الإعلامي العالمي وتأثيره على الأفراد والمجتمعات وفيما يخص البعد الثالث، فمرتبط بالممارسة، مثل التحكم بالاتصال وانعدام الأمن المعلوماتي، وتراجع الكتاب المطبوع والصحافة الورقية وتكاثر الفضائيات وتزاحمها وكذلك المواقع الالكترونية، اما البعد الرابع، فكذلك يرتبط بالتحديات السلوكية كالإدمان على الانترنيت والاعلانات الممولة والتطبيقات الرقمية الترفيهية والألعاب مما يسبب العزلة والانطواء على الذات.(٢٣)

هذا ما يخص بعض التحديات للإعلام الجديد، وفيما يخص الضمير والعلاقة المسؤولة تجاه هذه التحديات، فتتمثل بشعور المرء أن في قرارة نفسه قوة تحذره فعل الشر إذا أغرى به، وتحاول أن تمنعه من فعله، فإذا أصر على عمله أحس بعدم الاستقرار أثناء العمل لعصيانه تلك القوة، حتى إذا أتم العمل أخذت هذه القوة تؤنبه، ويشعر بأن هذه القوة تأمره بفعل الواجب، فإذا بدأ في عمله شجعته على الاستمرار، ثم إذا

انتهى منه شعر بارتياح واطمئنان، وبرفعة نفسه وعظمتها هذه القوة الآمرة الناهية تسمى الضمير، وهي تسبق العمل وتقارنه وتلحقه، فتسبقه بالإرشاد والتوجيه إلى عمل الواجب، والنهي عن الأفعال الدنيئة، وتدفعه بالتشجيع على الخير والتثبيط عن الشر، وتلحقه بالارتياح والسرور عند الطاعة، والشعور بالألم والضجر عند التمرد والعصيان.(٢٤) والقيم أثمار بذرها الضمير، وتربتها التربية، وسقياها العلم، ولا تكون القيم قيما ما لم تكن ملكة مطردة على اساس فطري تفتضيه أولاً وظيفة الإنسان نحو نفسه، وثانياً وظيفته نحو عائلته، وثالثاً وظيفته نحو محيطه الاجتماعي، ورابعاً وظيفته نحو الإنسانية.(٢٥) فالقيم تعتبر معيار عام أو خاص فردي أو جماعي يعتمده الأفراد والجماعات في الحكم على السلوك الجماعي في القبول والرفض، وهي مقاييس اجتماعية وخلقية وذوقية تقررها البيئة التي ينتمي إليها أفراد ذلك المجتمع وفقا لتقاليده واحتياجاته وأهدافه في الحياة.(٢٦) نرى من خلال ما تقدم ذكره ونوجز بأن الضمير بوصلة للسلوك الإنساني السوي فضلا عن كونه الركن الأساسي للقيم وتطبيقها، إذ تشكل هذه الثنائية ذات العلاقة التخادمية في أحيان والمعقدة في أحيان أخرى، اطار عام تحدد فيه الخيارات الفردية بما ينسجم مع ذلك الاطار.

مفهوم الإعلام الجديد وتعريفاته

بقيت صفة الجدة لصيقة بالإعلام لفترة طويلة جدا كإحدى القيم المعيارية الإخبارية التي لا يخلو منها الخبر، ومن أهم المعايير الفنية المطلوبة في ميدان العمل الإعلامي، غير أنها لا تعني سوى تلك الجوانب المهنية واللمسات الفنية، بعيدا عن التنبؤ المستقبلي لنماذج العملية الإعلامية وطرق انتقال الرسالة فيها، إذ كان ينظر في الغالب للعلاقة بين عناصر العلمية الاتصالية المتمثلة في المرسل والمستقبل كإحدى البديهيات الثابتة، رغم ما أظهرته العديد من الدراسات والأبحاث حول إيجابية المتلقي وعدم اكتفائه باستقبال الرسائل التي تصله، إذ تبين بأن لديه المقدرة أيضا في أن يؤثر هو الآخر في الوسيلة أو المرسل، وأن يتبادلان عملية التأثير والتأثر في وقت واحد أو ما يعرف بعملية رجع الصدى أو التغذية الراجعة.(٢٧)

وقدم خبراء الإعلام والمختصون في هذا الحقل تعريفات متعددة لمفهوم الإعلام الجديد، فبعضهم يعده تطوراً طبيعياً ينسجم مع ما آلت إليه الثورة التكنلوجية، وآخرون يرونه نموذجا لبرامج التلفزيون والراديو التفاعلية التي ظهرت وانتشرت في حقبة الخمسينيات والستينيات مثل برامج أوبرا وصباح الخير أميركا وغيرها من البرامج، في حين يعده آخرون تعبيراً عن استخدام منصة الإنترنت الناتج عن اندماج وسائط عدة متمثلة بالنص والصورة والصوت (الفيديو)، وفيما يلي نستعرض بعض من هذه التعريفات.(٢٨)

– يشير مفهوم الإعلام الجديد إلى مجموعة من الأساليب والأنشطة التكنولوجية الحديثة التي تمكننا من إنتاج ونشر واستهلاك المحتوى الإعلامي بمختلف أشكاله وأنماطه من خلال الأجهزة الإلكترونية الرقمية، كما تتيح وسائل الإعلام الجديد إمكانيات هائلة للتواصل والاتصال الاجتماعي كما هو الحال في خدمات الهاتف المحمول والشبكات الاجتماعية على الإنترنت مثل فيس بوك وتويتر وغيرها، وعلى الرغم من أن الإنترنت ليست المثال الوحيد على وسائل الإعلام الجديد إلا أنها كانت وما زالت السبب الرئيسي لوصف هذا النمط بالإعلام بالجديد.(٢٩)

يعرف بأنه إعلام تعددي بلا حدود، متعدد الوسائط، ليؤدي ادواراً جديدة مختلفة كليا لم يكن بوسع الاعلام التقليدي تأديتها، فهو عبارة عن مجتمع افتراضي متفاعل يتبادل فيه الأعضاء خدماتهم ويحصلون على احتياجاتهم الأساسية ويمارسون أعمالهم اليومية.(٣٠)

– وهو عبارة عن عملية تفاعلية إلكترونية تهدف إلى كسر الحدود الجغرافية وضمان الاستفادة من توسيع عدد المشاركين في هذه العملية، مستندا في ذلك على عدة برمجيات وأساليب متطورة لمواكبة التكنولوجيا الحديثة.(٣١)

– ويعرف كذلك بأنه نسق من المصاهرة أو المزاوجة بين وسائل الاتصال الحديثة وأدوات الإعلام التقليدي، أو هو كما عرفه مصطفى صادق بدمج تكنولوجيا الاتصال الجديدة والتقليدية مع الكمبيوتر، وعرفه إياد الدليمي أيضا بأنه تلك الوسائل الحديثة للاتصال متمثلة بمواقع التواصل الاجتماعي، التي يمكن أن تكون مكملة للإعلام التقليدي، لينتج إعلاماً يُزاوج بين المهنية والتقانة وصرامة الأنساق التي نشأت عليها السلطة الرابعة وبين الطفرة النوعية للتقنية الحديثة التي تتيح للإعلام التقليدي الفرصة ليكون أكثر قرباً من الحدث ومن الناس أيضا.(٣٢)

– سمات وخصائص الإعلام الجديد

وبعد عرضنا لمفهوم الإعلام الجديد واختلاف تعريفاته وتشابهها، نجد أنه يتسم بخصائص متعددة وهي كالاتي (٣٣):

– التفاعلية والمشاركة والانتشار.
– اللاتزامنية والحركة والمرونة.
– العالمية وكسر حدود الزمكان.
– اندماج الوسائط وسهولة التخزين والحفظ.
– التركيز والانتباه نتيجة التفاعل.

الظواهر التي زامنت الإعلام الجديد

لعل من أبرز الظواهر التي ظهرت مع الإعلام الجديد هي (٣٤):

– ظهور إعلاميين غير مختصين في المجال الإعلامي من خلال الوسائط الإعلامية المتعددة ولكنهم أتقنوا محتويات وآليات العمل، نتيجة التطبيقات التي أصبح يعتمد عليها في ميدان العمل الإعلامي.
– كثرة المنصات الإعلامية الحوارية الجديدة وتعددها، التي ساهمت بالتسهيل للأفراد ومؤسسات الإعلام والمجتمع من توصيل رسائلهم والتفاعل مع المعلومات والتعبير عنها.
– غيرت النسق التقليدي لاحتكار الأخبار، إذ كسرت قاعدة تحكّم المؤسسات الإعلامية والصحفية في كل ما يُنشر ويُبث للجمهور.

وسائل الإعلام الجديد

تعددت وسائل الإعلام الجديد بتعدد تعريفاته ويمكن ايجازها وفق الاتي (٣٥):

– المنصات الإعلامية على شبكة الانترنت.
– الصحافة الإلكترونية وخدمات النشر الصحفي.
– القنوات التليفزيونية الإلكترونية وخدمات البث الحي المباشر.
– خدمات الأرشفة الإلكترونية.
– خدمات النشر الإعلاني الإلكتروني على الانترنت.
– المدونات.
– مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك، ومنصة X، والانستغرام.
– خدمات الهاتف الجوال وتشمل البث الحي للأخبار العاجلة.

واستنادا على ما تقدم فأن وسائل الإعلام الجديد تمثل رافد عصري نتيجة ولادة تكنو علمية، إذ من شأنها صناعة قيم جديدة طارئة على المجتمعات، حيث تعتبر معول هدم وبناء على الصعيد السياسي والاجتماعي والاقتصادي والثقافي والقيمي، فالقيم برغم تجردها إلا أنها تتأثر بشكل كبير بفعل التواصل الثقافي والانفتاح على العالم، وهذا تيار حضاري جارف لكل العقبات وشامل للسلب والايجاب، لا جدوى منه سوى فهمه

والتعامل معه بمنطق العصر وتسخيره لخدمة القيم الفاضلة التي من شأنها المحافظة على السلم المجتمعي.

المبحث الثالث:

(الإطار التطبيقي للدراسة)

المعلومات الديموغرافية :

– الجنس

الجدول رقم (١): يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس.

٢	انثى	٥٠	%٥٠
٣	المجموع	١٠٠	%١٠٠

وفقا لبيانات الجدول رقم (١) أعلاه، للعينة المبحوثة، تبين أن النسب متساوية بين الذكور والإناث (٥٠% للذكور)، و(للإناث٥٠%)، إذ تعتبر هذه النتيجة منطقية، كون الاختيار كان متعمدا في المناصفة، وذلك لضرورة اجتماعية تمثلت بحرية الاستخدام الشخصي

وفقا لبيانات الجدول رقم (١) أعلاه، للعينة المبحوثة، تبين أن النسب متساوية بين الذكور والإناث (٥٠٪ للذكور)، و(للإناث٥٠٪)، إذ تعتبر هذه النتيجة منطقية، كون الاختيار كان متعمدا في المناصفة، وذلك لضرورة اجتماعية تمثلت بحرية الاستخدام الشخصي لمختلف الجنسين نتيجة المتغيرات الثقافية الحديثة التي تعتبر وسائل الإعلام الجديد إحدى روافدها.

– العمر

الجدول رقم (٢): يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير العمر

بناء على بيانات الجدول رقم (٢) أعلاه، يتضح لنا أن النسبة المئوية الأعلى لمتغير العمر هي (٤٧%) للفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم ما بين (١٨ – ٢٥)، تليها النسبة المئوية (٢٨%) للفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم ما بين (٢٥– ٣٥)، وأخيرا تليها النسبة المئوية (٢٥%)، للفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم بين (٣٥-٤٠) ونستشف من هذه البيانات أن الأعمار التي تتراوح ما بين (١٨_٢٥) هي الأكثر استخداما لوسائل الإعلام الجديد، لبناء العلاقات الاجتماعية (الصداقات)، وشغفا بحب الاطلاع والاستكشاف المتنوع سواء كان ثقافيا او ترفيهيا أو لبناء هوية رقمية في عالم الميديا.

بناء على بيانات الجدول رقم (٢) أعلاه، يتضح لنا أن النسبة المئوية الأعلى لمتغير العمر هي (٤٧٪) للفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم ما بين (١٨ – ٢٥)، تليها النسبة المئوية (٢٨٪) للفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم ما بين (٢٥– ٣٥)، وأخيرا تليها النسبة المئوية (٢٥٪)، للفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم بين (٣٥–٤٠) ونستشف من هذه البيانات أن الأعمار التي تتراوح ما بين (١٨_٢٥) هي الأكثر استخداما لوسائل الإعلام الجديد، لبناء العلاقات الاجتماعية (الصداقات)، وشغفا بحب الاطلاع والاستكشاف المتنوع سواء كان ثقافيا او ترفيهيا أو لبناء هوية رقمية في عالم الميديا.

– المؤهل العلمي

الجدول رقم (٣): يوضح عدد أفراد العينة حسب التحصيل الدراسي

ت	التحصيل الدراسي	لتكرار	النسبة المئوية
١	الابتدائية	١٤	%١٤
٢	المتوسطة	١٧	%١٧
٣	الإعدادية	٢٣	%٢٣
٤	البكالوريوس	٢٤	%٢٤
٥	دراسات عليا	٢٢	%٢٢
٦	المجموع	١٠٠	%١٠٠

استنادا لبيانات الجدول رقم (٣) أعلاه، يتضح أن النسبة المئوية الأعلى هي (٢٤٪) بتكرار (٢٤) للبكالوريوس، تليها النسبة المئوية (٢٣٪)، بتكرار (٢٣) للإعدادية، وتليها النسبة المئوية (٢٢٪) بتكرار (٢٢) للدراسات العليا، تليها النسبة المئوية (١٧٪) بتكرار (١٧) للمتوسطة، وأخيرا النسبة المئوية (١٤٪) بتكرار (١٤) للتحصيل الابتدائي.

محور طبيعة استخدامات الإعلام الجديد لدى شباب قضاء الناصرية

الجدول رقم (٤): يوضح معدل تعرض المبحوثين لتطبيقات الإعلام الجديد

٢	متوسط	١٩	%١٩
٣	ضعيف	١٣	%١٣
٤	المجموع	١٠٠	%١٠٠

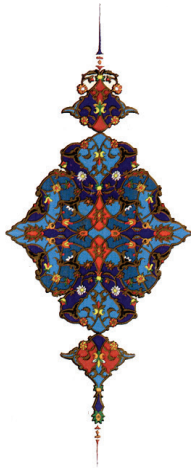
وفقا لبيانات الجدول رقم (٤)، يتبين أن النسبة المئوية الأعلى للعينة المبحوثة هي (٦٨%)، بتكرار (٦٨)، للذين يتعرضون بكثافة لوسائل الاعلام الجديد، تليها النسبة المئوية (١٩%)،

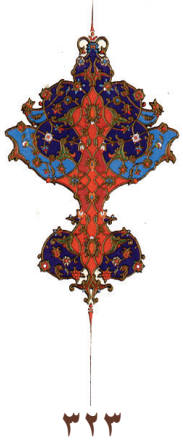
وفقا لبيانات الجدول رقم (٤)، يتبين أن النسبة المئوية الأعلى للعينة المبحوثة هي (٦٨٪)، بتكرار (٦٨)، للذين يتعرضون بكثافة لوسائل الإعلام الجديد، تليها النسبة المئوية (١٩٪)، بتكرار (١٩)، لحجم التعرض المتوسط، وأخيرا النسبة المئوية (١٣٪)، بتكرار (١٣) لمن يتعرضون بمعدل ضعيف من أفراد عينة الدراسة.

الجدول رقم (٥): يوضح مدى استخدام المبحوثين لتطبيقات الإعلام الجديد

ت	مدى الاستخدام	التكرار	النسبة المئوية
١	دائما	٧٩	%٧٩
٢	أحيانا	١٢	%١٢
٣	نادرا	٩	%٩
٤	المجموع	١٠٠	%١٠٠

استنادا لبيانات الجدول رقم (٥)، يتضح من خلال الجدول أعلاه أن النسبة المئوية الأعلى هي (٧٩٪)، بتكرار (٧٩)، لمن كان مدى استخدامهم بشكل دائم من المبحوثين، تليها النسبة المئوية (١٢٪)، بتكرار (١٢)، للذين يستخدمون وسائل الإعلام الجديد في بعض الأحيان، وأخيرا النسبة المئوية (٩٪)، بتكرار (٩)، لمن كان استخدامهم بشكل نادر من أفراد عينة الدراسة، يرى الباحث أن السبب الذي يقف خلف هذه النسب وهذا التفاوت الكبير، كون وسائل أو تطبيقات الإعلام الجديد تعتبر مصدر الهام واستحواذ العصر الرقمي لما فيها من تعدد في مضامينها الإعلامية الجاذبة.





الجدول رقم (٦): يوضح أهم تطبيقات الإعلام الجديد المعتمدة لدى عينة الدراسة

ت	درجة اعتماد تطبيقات الإعلام الجديد	كبيرة		متوسطة		لا اعتمد	
		ك	%	ك	%	ك	%
١	المنصات الإعلامية على شبكة الانترنت.	٧٢	%٧٢	١٧	%١٧	١١	%١١
٢	الصحافة الإلكترونية وخدمات النشر الصحفي.	٥٥	%٥٥	٢٩	%٢٩	١٦	%١٦
٣	القنوات التليفزيونية الإلكترونية وخدمات البث الحي المباشر.	٦٨	%٦٨	٢٤	%٢٤	٨	%٨
٤	مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك، ومنصة x، والانستغرام.	٨١	%٨١	١٠	%١٠	٩	%٩
٥	خدمات الهاتف الجوال وتشمل البث الحي للأخبار العاجلة.	٦٤	%٦٤	١٩	%١٩	١٧	%١٧
٦	خدمات النشر الإعلامي الإلكتروني على الانترنت.	٤٣	%٤٣	٣١	%٣١	٢٦	%٢٦
٧	المدونات.						
٨	خدمات الأرشفة الإلكترونية.						
	ن	١٠٠					

بناء على بيانات الجدول رقم (٦)، يتضح من خلال الجدول أعلاه، أن النسبة المئوية الأعلى لأهم تطبيقات الإعلام الجديد المعتمدة من وجهة نظرالمبحوثين، هي (٨١٪)، بتكرار (٨١)، تليها النسبة المئوية (٧٢٪)، بتكرار (٧٢)، تليها النسبة المئوية (٦٨٪)، بتكرار (٦٨)، وتليها أيضا النسبة المئوية (٦٤٪)، بتكرار (٦٤)، تليها النسبة المئوية (٥٥٪) بتكرار (٥٥)، وفي نهاية درجة الاعتماد لأفراد عينة الدراسة تأتي النسبة المئوية (٤٣٪)، بتكرار(٤٣)، ونستشف من ذلك كون مواقع التواصل الاجتماعي هي الأكثر شعبية في العالم من حيث السهولة والاستخدام والمجانية وكذلك لما فيها من محتويات رقمية تحاكي كافة شراح المجتمع، وخصوصا الشباب اللذين يدمنون استخدامها.

محور التحديات القيمية للإعلام الجديد التي تواجه شباب قضاء الناصرية

الجدول رقم (٧) التحديات القيمية للإعلام الجديد التي تواجه شباب قضاء الناصرية

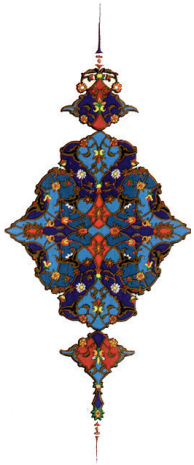
برايك أي من الفقرات أدناه تتمثل بها التحديات القيمية للإعلام الجديد التي تواجه شباب قضاء الناصرية

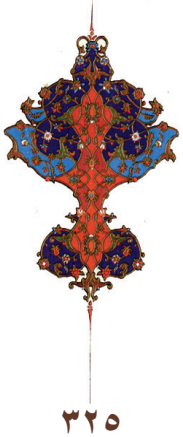
برايك أي من الفقرات أدناه تتمثل بها التحديات القيمية للإعلام الجديد التي تواجه شباب قضاء الناصرية							
ت	الفقرة	موافق		غير موافق		محايد	
		ك	%	ك	%	ك	%
١	انتهاك الخصوصية بواسطة التجسس والتكشف وعدم الوعي بمخاطر مشاركة المعلومات الشخصية نتيجة غياب الضمير المسؤول	٤٨	%٤٨	٢٣	%٢٣	٢٩	%٢٩
٢	تهميش الهوية الثقافية نتيجة	٣٩	%٣٩	٢٧	%٢٧	٣٤	%٣٤

	التناقض ما بين القيم المحلية السائدة والقيم الوافدة التي تعرض من خلال وسائل الإعلام الجديد						
٣	استخدام وسائل الإعلام الجديد لأغراض التشهير والابتزاز	٣١	%٣١	٢٥	%٢٥	٤٤	%٤٤
٤	غياب قيمة الصدق أو المصداقية وانتشار الطرق غير القانونية مثل النصب والاحتيال	٥١	%٥١	٢٦	%٢٦	٢٣	%٢٣
٥	ضبابية المحتوى الإعلامي وغموضه نتيجة المعلومات المضللة وانتشار الأخبار المزيفة	٤٤	%٤٤	١١	%١١	٤٥	%٤٥
٦	تدني المنظومة الاخلاقية التي تتسم بالثبات والتقليدية نتيجة تأثيرات المحتوى الإعلامي الغربي الموجه	٤٢	%٤٢	٢٣	%٢٣	٣٥	%٣٥
٧	تنامي النزعة الاستهلاكية والانغماس في المادة الإعلامية غير الهادفة أو المضرة التي تسبب انحراف سلوكي وفكري	٥٩	%٥٩	٢٤	%٢٤	١٧	%١٧
٨	العزلة والانطواء على الذات وفقدان الروابط الاجتماعية الاصيلة نتيجة الانشغال في العالم الافتراضي	٤٥	%٤٥	٢٢	%٢٢	٣٣	%٣٣
٩	التشبه بنسق معين للتماثل مع صورة معينة من خلال وسائل الإعلام الجديد أو ما يعرف بالاغتراب الذاتي	٣٣	%٣٣	٣٢	%٣٢	٣٥	%٣٥
١٠	هدم القيم الذاتية من خلال التعليقات السلبية أو التنمر الالكتروني	٦١	%٦١	١٦	%١٦	٢٣	%٢٣
	ن			١٠٠			

وفقا لبيانات الجدول رقم (٧)، يتبين من خلال الجدول أعلاه، أن التحديات القيمية الخمس الأعلى من وجهة نظر عينة الدراسة، تمثلت بالنسبة المئوية (٦١٪)، وبتكرار (٦١)، لفقرة هدم القيم الذاتية من خلال التعليقات السلبية أو التنمر الالكتروني، تلتها النسبة المئوية (٥٩٪)، وبتكرار (٥٩)، لفقرة تنامي النزعة الاستهلاكية والانغماس في المادة الإعلامية غير الهادفة أو المضرة التي تسبب انحراف سلوكي وفكري، تليها في الدرجة الثالثة النسبة المئوية (٥١٪)، بتكرار(٥١)، لفقرة انتشار الطرق غير القانونية مثل النصب والاحتيال وغياب قيمة المصداقية أو الصدق، وتليها النسبة المئوية (٤٨٪)، وبتكرار(٤٨)، لفقرة انتهاك الخصوصية بواسطة التجسس والتكشف وعدم الوعي بمخاطر مشاركة المعلومات الشخصية نتيجة غياب الضمير المسؤول، وأخيرا تلتها في الدرجة الخامسة، النسبة المئوية (٤٥٪)، وبتكرار(٤٥)، لفقرة العزلة والانطواء على الذات وفقدان الروابط الاجتماعية الاصيلة نتيجة الانشغال في العالم الافتراضي. يرى الباحث أن انتشار هذه الأمراض اللفظية والسلوكية هو غياب تجريم هذه الآفات قانونيا من خلال قرارت تشريعية سليمة ونافذة لحماية المستخدمين، وكذلك حرية التعبير غير المسؤولة أو المنضبطة التي تجوب العالم الافتراضي لكل مستخدم يستطيع استخدام وسائل الإعلام الجديد بمختلف أنواعها.

محور سبل تعزيز الوعي الإعلامي بين شباب قضاء الناصرية لمواجهة التحديات القيمية





الجدول رقم (٨) محور سبل تعزيز الوعي الإعلامي بين شباب قضاء الناصرية لمواجهة التحديات القيمية من وجهة نظرك أي الفقرات أدناه تمثل السبل لتعزيز الوعي الإعلامي بين شباب قضاء الناصرية لمواجهة التحديات القيمية

ت	الفقرة	موافق		غير موافق		محايد	
		ك	%	ك	%	ك	%
١	التركيز على المحتوى الإعلامي الهادف وتداوله بشكل واسع	٥٤	%٥٤	٢١	%٢١	٢٥	%٢٥
٢	تضمين المناهج التربوية والتعليمية مادة التربية الإعلامية أو أخلاقيات الإعلام الرقمي	٥٧	%٥٧	١٩	%١٩	٢٤	%٢٤
٣	عقد ندوات وإقامة محاضرات تتضمن مناقشة تكنولوجيا الإعلام الرقمي وتأثيراتها على القيم المحلية الراسخة	٤٢	%٤٢	٣٩	%٣٩	١٩	%١٩
٤	العمل على تعزيز ثقافة الحوار حول القيم وانعكاسات المحتوى الإعلامي عليها	٥٥	%٥٥	١٣	%١٣	٣٢	%٣٢
٥	استهداف كافة شرائح المجتمع من خلال المبادرات المجتمعية	٥٢	%٥٢	٢٣	%٢٣	٢٥	%٢٥
٦	الترويج لكيفية الاستخدام الامن والفعال من خلال حملات تثقيفية وتوظيفها بواسطة وسائل الإعلام الجديد	٣٢	%٣٢	٢٤	%٢٤	٤٤	%٤٤
٧	تناول القضايا الإعلامية القيمية المعاصرة بشكل مكثف من خلال مناقشات وحوارات جماعية عن طريق ما يعرف بغرف الدردشة والحوار	٦٣	%٦٣	١٧	%١٧	٢٠	%٢٠
٨	تجسير العلاقة بين منظمات المجتمع المدني والمنظمات الحكومية لتطوير برامج توعوية بعيدة الأمد	٣٩	%٣٩	٢٩	%٢٩	٣٢	%٣٢

استنادا لبيانات الجدول رقم (٨)، يتضح من خلال الجدول أعلاه، أن النسب المئوية الخمس الأعلى من وجهة نظر المبحوثين، يرون أن السبل لتعزيز الوعي الإعلامي تكمن في النسب التالية، النسبة المئوية (٦٣٪)، بتكرار(٦٣)، لفقرة تناول القضايا الإعلامية القيمية المعاصرة بشكل مكثف من خلال مناقشات وحوارات جماعية عن طريق ما يعرف بغرف الدردشة والحوار، تليها النسبة المئوية (٥٧٪)، بتكرار(٥٧)، لفقرة تضمين المناهج التربوية والتعليمية مادة التربية الإعلامية أو أخلاقيات الإعلام الرقمي، تليها النسبة المئوية (٥٥٪) بتكرار(٥٥) لفقرة العمل على تعزيز ثقافة الحوار حول القيم وانعكاسات المحتوى الإعلامي عليها، وكذلك تليها النسبة المئوية(٥٤٪)، بتكرار(٥٤)، لفقرة التركيز على المحتوى الإعلامي الهادف وتداوله بشكل واسع، وأخيرا النسبة المئوية (٥٢٪) وبتكرار(٥٢)، لفقرة استهداف كافة شرائح المجتمع من خلال المبادرات المجتمعية. يرى الباحث أن هذا السلم التراتبي للسبل الخمس الأعلى من وجهة نظر افراد عينة الدراسة، يدل على تنامي درجات الوعي وازدياد الثقافة الالكترونية من حيث الاستخدام والتطبيق، وهذا يدل على النضج القيمي والوعي الإعلامي الرقمي إزاء تداعيات السلوكيات السلبية وتفاديها لخلق نسيج مجتمعي امن في الفضاء الرقمي.

محور دوافع استخدام شباب قضاء الناصرية لوسائل الإعلام الجديد

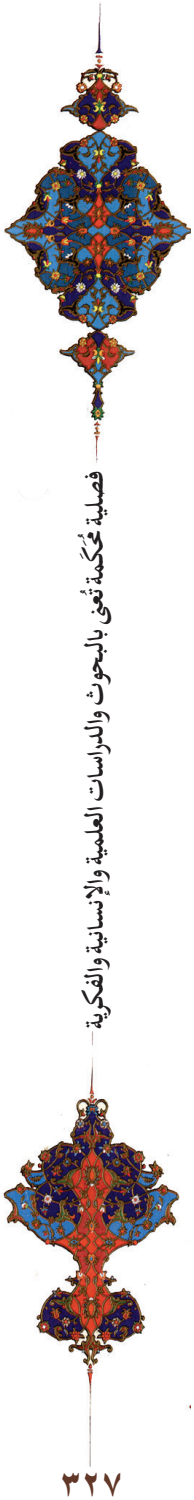
الجدول رقم (٩) دوافع استخدام شباب قضاء الناصرية لوسائل الإعلام الجديد

برايك أي الفقرات أدناه تمثل دوافع استخدام شباب قضاء الناصرية لتطبيقات الإعلام الجديد

ت	الفقرة	موافق		غير موافق		محايد	
		ك	%	ك	%	ك	%
١	متابعة الأحداث السياسية والرغبة في الحصول على المعلومات المحلية والعالمية	٤٨	٤٨%	٢٣	٢٣%	٢٩	٢٩ %
٢	توسيع شبكة الأصدقاء وزيادة المعارف لتسهيل الشؤون الحياتية	٥٢	٥٢%	١٩	١٩%	٣١	٣١ %
٣	مشاركة المحتوى الابداعي للتعبير عن الأراء والافكار الثقافية ذات الطابع القيمي	٥٥	٥٥%	٢٢	٢٢%	٢٣	٢٣ %
٤	مشاهدة المحتويات الترفيهية من أجل التسلية وقتل الفراغ	٦٤	٦٤%	١١	١١%	٢٤	٢٤ %
٥	البحث عن محتوى ثقافي وتعليمي لتطوير الجانب الذاتي	٤٣	٤٣%	٢٧	٢٧%	٣٠	٣٠ %
٦	المشاركة في النقاشات السياسية والاجتماعية والدينية والقيمية	٥٧	٥٧%	٨	٨%	٣٥	٣٥ %
٧	التعرف على ثقافات وقيم الشعوب الأخرى	٣٤	٣٤%	٢٨	٢٨%	٣٨	٣٨ %
٨	البحث عن أصدقاء الطفولة وخلق مناخ اجتماعي للتواصل فيما بينهم	٥٦	٥٦%	١٦	١٦%	٢٨	٢٨ %
٩	تحقيق إشباع معرفي من خلال طرح الأفكار الجديدة	٤٨	٤٨%	٢٠	٢٠%	٣٢	٣٢ %
١٠	تكوين هوية رقمية لتحقيق الشهرة من خلال صناعة المحتوى	٤٩	٤٩%	٢٤	٢٤%	٢٧	٢٧ %
	ن	١٠٠					

بناء على المعطيات البيانية للجدول رقم (٩)، يتضح من خلال الجدول أعلاه، أن النسب المئوية الخمس الأعلى التي يراها أفراد عينة الدراسة متمثلة في دوافع الاستخدام هي كالاتي: النسبة المئوية(٦٤٪)، بتكرار(٦٤)، لفقرة مشاهدة المحتويات الترفيهية من أجل التسلية وقتل الفراغ، تليها النسبة المئوية (٥٧٪)، بتكرار(٥٧)، لفقرة المشاركة في النقاشات السياسية والاجتماعية والدينية والقيمية، وكذلك تليها النسبة المئوية (٥٦٪)، بتكرار(٥٦)، لفقرة البحث عن أصدقاء الطفولة وخلق مناخ اجتماعي للتواصل فيما بينهم، تليها النسبة المئوية (٥٥٪)، بتكرار(٥٥)، لفقرة مشاركة المحتوى الابداعي للتعبير عن الأراء والافكار الثقافية ذات الطابع القيمي، وأخيرا النسبة المئوية (٥٢٪)، بتكرار(٥٢)، لفقرة توسيع شبكة الأصدقاء وزيادة المعارف لتسهيل الشؤون الحياتية. يرى الباحث أن هذه النتائج شبه طبيعية لبلدان العالم الثالث، وذلك بسبب ازدياد نسبة البطالة نتيجة قلة فرص العمل وكذلك الانشغال في السرديات السياسية والاجتماعية وغيرها، وهذا بدوره ينم عن ظاهرة خطيرة وهي اعتبار العالم الافتراضي هو الفيصل والحكم في تسيير الشؤون الحياتية بعيدا عن المعطيات الواقعية.

محور الإشباعات المتحققة لدى شباب قضاء الناصرية نتيجة التعرض لوسائل الإعلام الجديد



الجدول رقم (١٠) الإشباعات المتحققة ا لدى شباب قضاء الناصرية نتيجة التعرض لوسائل الإعلام الجديدمن وجهة نظرك ما الإشباعات المتحققة ا لدى شباب قضاء الناصرية نتيجة التعرض لتطبيقات الإعلام الجديد

ت	الفقرة	موافق		غير موافق		محايد	
		ك	%	ك	%	ك	%
١	إشباع معلوماتي الذي يتمثل في الحصول على المعلومات الاجتماعية والسياسية	٥٣	%٥٣	١٧	%١٧	٣٠	%٣٠
	والاقتصادية والدينية						
٢	إشباع اجتماعي والذي يتمثل في مد جسور الروابط الاجتماعية من خلال التفاعل مع الأصدقاء	٦٦	%٦٦	١٣	%١٣	٢١	%٢١
٣	إشباع نفسي الذي يتمثل في التخفيف من الضغوط النفسية نتيجة التعرض للمحتوى الترفيهي	٦٠	%٦٠	١٦	%١٦	٢٤	%٢٤
٤	الإشباع التعليمي ويتمثل بتوسيع المعرفة في حقول مختلفة مثل حقل الثقافة وتكنلوجيا الاتصال والمعلومات وغيرها	٤١	%٤١	٢٨	%٢٨	٣١	%٣١
٥	الإشباع الثقافي ويتمثل في الحوارات الثقافية ذات الطابع الادبي والقيمي والمعرفي	٤٨	%٤٨	٢٣	%٢٣	٢٩	%٢٩
٦	الإشباع الترفيهي ويتمثل بقضاء الأوقات الممتعة نتيجة التعرض للمحتويات ذات البعد الكوميدي	٥٩	%٥٩	١٩	%١٩	٢٢	%٢٢
٧	الإشباع التعبيري ويتمثل في استخدام المواقع والمنصات للتعبير عن الأراء والمشاعر بلا قيود	٥٤	%٥٤	٢١	%٢١	٢٥	%٢٥
٨	إشباعات تتعلق بكل ما هو جديد من موسيقى وفنون وترفيه	٤٩	%٤٩	١٨	%١٨	٣٣	%٣٣
٩	الحفاظ على الاتصال مع	٦٠	%٦٠	١٨	%١٨	٢٢	%٢٢

استنادا على بيانات الجدول رقم (١٠)، يتبين من خلال الجدول أعلاه، أن النسبة المئوية (٦٦٪)، بتكرار(٦٦)، جاءت في المرتبة الأولى، لفقرة إشباع اجتماعي والذي يتمثل في مد جسور الروابط الاجتماعية من خلال التفاعل مع الأصدقاء جاءت في المرتبة الأولى، تليها النسب المئوية (٦٠٪)،

وبتكرار(٦٠)، لفقرة الحفاظ على الاتصال مع الاخرين لتبادل المعلومات والافكار فيما بينهم بشكل شخصي، وأيضا النسبة المئوية (٦٠٪)، وبتكرار(٦٠)، لفقرة إشباع نفسي الذي يتمثل في التخفيف من الضغوط النفسية نتيجة التعرض للمحتوى الترفيهي، وكذلك تليها النسبة المئوية (٥٩٪)، بتكرار(٥٩)، لفقرة الإشباع الترفيهي ويتمثل بقضاء الأوقات الممتعة نتيجة التعرض للمحتويات ذات البعد الكوميدي، وأخيرا النسبة المئوية (٥٥٪)،بتكرار(٥٥)، لفقرة تحقيق هوية رقمية من خلال تواجد المستخدم في البيئة الرقمية الافتراضية. يرى الباحث أن الأسباب الباعثة لمثل هذه النتائج، كثيرة منها هي سهولة التواصل الذي توفره تطبيقات الإعلام الجديد بين الجنس الواحد او مختلف الجنسين، وكذلك الهروب من رتابة الواقع اليومي سواء كان عائلي أو اجتماعي او مؤسساتي، وكذلك البحث عن موضوعات وتداولها بحرية أكبر بعيدا عن المعوقات العرفية والمجتمعية.

نتائج الدراسة

أولا: – النتائج الخاصة في المعلومات الديموغرافية

– بينت الدراسة أن النسب متساوية بين الذكور والإناث.

– كشفت الدراسة أن النسبة الأعلى لمتغير العمر كانت من نصيب الفئة العمرية اللذين تتراوح أعمارهم بين (٢٥–١٨).

– أوضحت الدراسة بحسب متغير التحصيل الدراسي أن النسبة الأعلى للحاصلين على شهادة البكالوريوس.

ثانيا: – النتائج المتعلقة في محور طبيعة استخدامات الإعلام الجديد لدى شباب قضاء الناصرية، المتمثلة في السؤال الأول

– كشفت الدراسة أن غالبية أفراد عينية الدراسة يتعرضون لتطبيقات الإعلام الجديد بمعدل كثيف.

– بينت الدراسة أن النسبة الأعلى من العينة المبحوثة كانت تستخدم وسائل الإعلام الجديد بشكل دائم.

– أوضحت الدراسة أن غالبية المبحوثين يعتمدون مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة كبيرة.

ثالثا: النتائج المرتبطة في محور التحديات القيمية للإعلام الجديد التي تواجه شباب قضاء الناصرية، المتمثلة في السؤال الثاني

بينت الدراسة أن معظم أفراد العينة يرون أن التحديات القيمية تتمثل في التالي:

– هدم القيم الذاتية من خلال التعليقات السلبية أو التنمر الالكتروني.

– تنامي النزعة الاستهلاكية والانغماس في المادة الإعلامية غير الهادفة أو المضرة التي تسبب انحراف سلوكي وفكري.

– انتشار الطرق غير القانونية مثل النصب والاحتيال وغياب قيمة المصداقية أو الصدق.

– انتهاك الخصوصية بواسطة التجسس والتكشف وعدم الوعي بمخاطر مشاركة المعلومات الشخصية نتيجة غياب الضمير المسؤول.

– العزلة والانطواء على الذات وفقدان الروابط الاجتماعية الاصيلة نتيجة الانشغال في العالم الافتراضي.

رابعا: النتائج الخاصة في محور السبل لتعزيز الوعي الإعلامي بين شباب قضاء الناصرية لمواجهة التحديات القيمية، المتمثلة في السؤال الثالث

كشفت الدراسة أن غالبية المبحوثين يعتقدون في سبل التعزيز المتمثلة في الاتي:

– تناول القضايا الإعلامية القيمية المعاصرة بشكل مكثف من خلال مناقشات وحوارات جماعية عن طريق ما يعرف بغرف الدردشة والحوار.

– تضمين المناهج التربوية والتعليمية مادة التربية الإعلامية أو أخلاقيات الإعلام الرقمي.
– العمل على تعزيز ثقافة الحوار حول القيم وتضمينها في المحتوى الإعلامي.
– التركيز على المحتوى الإعلامي الهادف وتداوله بشكل واسع.
– استهداف كافة شرائح المجتمع من خلال المبادرات المجتمعية.

خامسا: النتائج المتعلقة في محور دوافع استخدام شباب قضاء الناصرية لوسائل الإعلام الجديد، المتمثلة في السؤال الرابع

أوضحت الدراسة أن المبحوثين يرون دوافع الاستخدام تتجلى في التالي:

– مشاهدة المحتويات الترفيهية من أجل التسلية وقتل وقت الفراغ.
– المشاركة في النقاشات السياسية والاجتماعية والدينية والقيمية.
– البحث عن أصدقاء الطفولة وخلق مناخ اجتماعي للتواصل فيما بينهم.
– مشاركة المحتوى الابداعي للتعبير عن الأراء والافكار الثقافية ذات الطابع القيمي.
– توسيع شبكة الأصدقاء وزيادة المعارف لتسهيل الشؤون الحياتية.

سادسا: النتائج الخاصة في محور الإشباعات المتحققة لدى شباب قضاء الناصرية نتيجة التعرض لوسائل الإعلام الجديد، المتمثلة في السؤال الخامس.

كشفت الدراسة أن غالبية المبحوثين يرون أن الإشباعات المتحققة تمثلت في الاتي:

– إشباع اجتماعي والذي يتمثل في مد جسور الروابط الاجتماعية من خلال التفاعل مع الأصدقاء.
– الحفاظ على الاتصال مع الاخرين لتبادل المعلومات والافكار فيما بينهم بشكل شخصي.
– إشباع نفسي الذي يتمثل في التخفيف من الضغوط النفسية نتيجة التعرض للمحتوى الترفيهي.
– الإشباع الترفيهي ويتمثل بقضاء الأوقات الممتعة نتيجة التعرض للمحتويات ذات البعد الكوميدي.
– تحقيق هوية رقمية من خلال تواجد المستخدم في البيئة الرقمية الافتراضية.

اختبار صحة الفرضيات

الفرضية الأولى:

بناء على ما اتضح من تحليل جداول البيانات، تم التأكد من مطابقة وصحة الفرضية مع ردود أفراد عينة الدراسة، إذ نصت الفرضية التي توقعها الباحث سلفا على أن من أبرز طبائع الاستخدام لدى شباب قضاء الناصرية تتجلى في استخدامهم الدائم لتطبيقات الإعلام الجديد وتعرضهم لها بشكل كثيف، وذلك نتيجة رصد الواقع بعين فاحصة، من خلال الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي وشهرتها في تنوع محتوياتها خصوصا على الصعيد المحلي.

الفرضية الثانية: –

استنادا إلى بيانات الجداول بعد تحليلها، تم التأكد من عدم مطابقة وصحة الفرضية مع ردود المبحوثين، حيث نصت الفرضية التي صاغها الباحث قبلا على أن التحديات القيمية تتمثل في الدرجة الأولى بتهميش الهوية الثقافية نتيجة التناقض ما بين القيم المحلية السائدة والقيم الوافدة التي تعرض من خلال وسائل الإعلام الجديد، غياب قيمة الصدق أو المصداقية وانتشار الطرق غير القانونية مثل النصب والاحتيال.

الفرضية الثالثة:

وفق ما جاء من ردود أفراد عينة الدراسة، وبعد تحليل المعطيات البيانية للجداول تم التأكد من صحة الفرضية ومطابقتها مع ردود المبحوثين، والتي نصت على أن سبل تعزيز الوعي الإعلامي كثيرة ومتنوعة، ومن أهمها تناول القضايا الإعلامية القيمية المعاصرة بشكل مكثف من خلال مناقشات وحوارات جماعية

عن طريق ما يعرف بغرف الدردشة والحوار وتضمين المناهج التربوية والتعليمية مادة التربية الإعلامية أو أخلاقيات الإعلام الرقمي.

الفرضية الرابعة:

بناء على ما تبين من الجداول البيانية بعد تحليلها، وبالمقارنة مع ردود أفراد عينة الدراسة، ثبتت صحة الفرضية المصاغة من قبل الباحث، والتي نصت على أن من أهم دوافع الاستخدام هي الحاجة إلى الترفيه والتسلية وكذلك بناء العلاقات الشخصية والمشاركة في النقاشات السياسية والاجتماعية والدينية والقيمية.

الفرضية الخامسة:

استنادا لما اتضح من نتائج الجداول البيانية، تم التأكد من عدم مطابقة وصحة ادعاء الفرضية التي صاغها الباحث قبلا مع ردود أفراد عينة الدراسة، إذ نصت الفرضية على أن الإشباعات المتحققة لدى شباب قضاء الناصرية تتجلى في المقام الأول بالاتصال مع الاخرين لتبادل المعلومات والافكار فيما بينهم بشكل شخصي وتوسيع المعرفة في حقول مختلفة مثل حقل الثقافة وتكنلوجيا الاتصال والمعلومات وغيرها.

التوصيات

– استثمار معدل التعرض والاستخدام الدائم لتطبيقات الإعلام الجديد بما هو نافع من العلم والمعرفة المجانية التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي على وجه الخصوص.

– السعي إلى تعزيز القيم النبيلة التي من شأنها الحفاظ على كرامة الإنسان.

– الابتعاد عن السلوكيات الهمجية مثل انتهاك خصوصية الاخرين وطرق النصب والاحتيال من خلال ايقاظ صوت الله في الإنسان الا وهو الضمير.

– البحث عن المضامين الإعلامية الهادفة التي تنمي البعد الإنساني والثقافي والذوقي.

– تناول القضايا الإعلامية القيمية المعاصرة بشكل مكثف من خلال مناقشات وحوارات جماعية عن طريق ما يعرف بغرف الدردشة والحوار.

– تضمين المناهج التربوية والتعليمية مادة التربية الإعلامية أو أخلاقيات الإعلام الرقمي.

– المشاركة في النقاشات السياسية والاجتماعية والدينية والقيمية.

– مشاركة المحتوى الابداعي للتعبير عن الأراء والافكار الثقافية ذات الطابع القيمي.

– مد جسور الروابط الاجتماعية من خلال التفاعل مع الأصدقاء لتبادل المعلومات والأفكار والرؤى التي تعزز القيم الإنسانية والترويج لها في الفضاء الرقمي لتثمر وتنعكس على الجانب الحياتي الواقعي.

المراجع

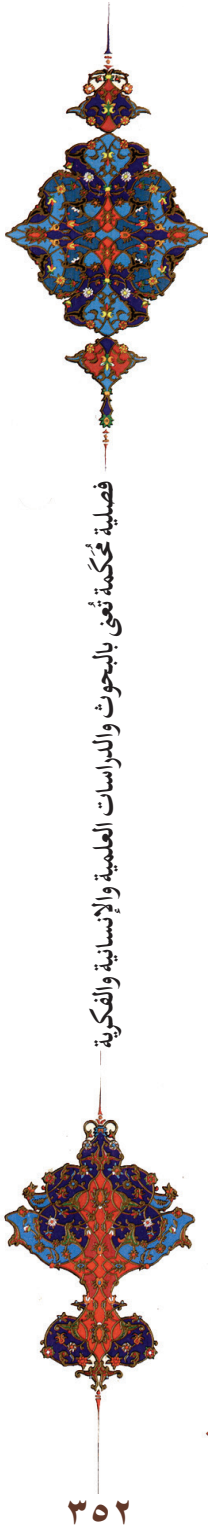
١–إبراهيم أنس، واخرون، المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية، القاهرة، ط٣، ج٢، ١٩٨٥.
٢– طه عبد الرحمن، تعددية القيم: ما مداها؟ وما جدودها؟ مراكش، الناشر: كلية الآداب والعلوم الإنسانية، ط١، ٢٠٠١.
٣– الأزهري، محمد بن أحمد، تهذيب اللغة، دار احياء التراث العربي، بيروت، ج٢، ٢٠٠١.
٤ – الشمايلة، ماهر عودة، واخرون، الإعلام الرقمي الجديد، عمان، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، ط١، ٢٠١٥م –١٤٣٦.
٥– هبة احمد الديب، تأثير ثقافة الإعلام الجديد على بعض القيم الاجتماعية في المجتمع الإماراتي (دراسة تطبيقية على عينة من طلاب الجامعة) بحث منشور، مجلة العلوم التعليمية والاجتماعية، المجل د٦، ال عدد١، ٢٠١٩.
٦– عبد الهادي النجار، واخرون، تعرض المراهقين للإعلام الجديد وعلاقاته باتجاهاتهم نحو الإعلام التقليدي، جامعة المنصورة، كلية الآداب، المجلة العلمية لكلية التربية النوعية، العدد الخامس، الجزء الأول، ٢٠١٦.
٧– سعاد محمد المصري، دور الإعلام الجديد في التغيير القيمي والأخلاقي لدى الشباب في الريف المصري، بحث منشور، قسم الإعلام، كلية التربية النوعية، جامعة كفر الشيخ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، المجل د٢٠٢٠، ال عدد٧٣، ٢٠٢٠.

٨- خالد منصر، دور الإعلام الجديد في تعزيز قيم المواطنة، بحث منشور، جامعة خنشلة، الجزائر، مجلة الفنون والإعلام، العدد الأول، ٢٠١٥.
٩- محمد خليل الرفاعي، دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الاسرة العربية، بحث منشور، قسم الإعلام، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة دمشق، مجلة جامعة دمشق المجلد ٧، العدد الأول+ الثاني، ٢٠١١.
١٠-إسماعيل، محمود حسين، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ط١، شارع الملك فيصل- الهرم، ٢٠٠٣.
١١- نهلة السيد حساني سليمان، واخرون، دور الإعلام في مواجهة المشكلات الاقتصادية والاجتماعية بمحافظة شمال سيناء، جامعة عين شمس، معهد الدراسات والبحوث البيئية، مجلة العلوم البيئية: المجلد الثالث والأربعون، الجزء الثالث، ٢٠١٨.
١٢-رايس علي ابتسام، نظرية الاستخدامات والاشباعات وتطبيقاتها على الإعلام الجديد، الجزائر، جامعة وهران، مجلة دراسات، ٢٠١٦.
١٣-كمال الحاج، نظريات الإعلام والاتصال، من منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، ٢٠٢٠.
١٤- القرعان، محمد كامل سليمان، الصحافة اليومية الأردنية ومسؤوليتها في نشر القيم الوطنية في المجتمع، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، ٢٠١٠.
١٥- عطية، أحمد عبد الحليم، القيم في الواقعية الجديدة، القاهرة، دار الثقافة العربية، ٢٠٠٨.
١٦- محمد بو مخلوف، الشباب بين صراع القيم وأزمة الثقة، جامعة الجزائر، قسم علم الاجتماع، مجلة أفكار وأفاق، المجلد ٣، ال عدد٠٤، ٢٠١٣.
١٧- داني أحلام، عبروس مليكة، أزمة القيم في الفلسفة المعاصرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة بن خلدون تيارت، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، ٢٠١٥-٢٠١٦.
١٨ - الذهبي خدوجة، بوبكري أسماء، أزمة القيم في الفكر الغربي المعاصر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة قاصدي مرباح_ ورقلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، ٢٠١٤-٢٠١٥.
١٩- لطيفة طبال، أسماء رتيمي، الدلالة السوسيولوجية للقيم، ورقة بحثية منشورة بدون سنة، جامعة البليدة، قسم العلوم الاجتماعية.
٢٠-فتحي حسن ملكاوي، القيم الجامعية: فلسفتها ومرجعياتها وتجلياتها، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، فرجينيا، ط١، ٢٠٢٣.
٢١- المصدر نفسه، ص٩٣.
٢٢- السلمي، أحلام عتيق المغلي، مفهوم القيم وأهميتها في العملية التربوية وتطبيقاتها السلوكية من منظور إسلامي، جامعة جدة، كلية التربية، قسم أصول التربية الإسلامية، مجلة العلوم التربوية والنفسية، العدد الثاني، المجلد الثالث، ٢٠١٩.
٢٣- أبو أصبع، صالح خليل، التحول إلى مجتمع المعلومات: دراسات في تكنلوجيا المعلومات والإعلام الجديد، دائرة المكتبة الوطنية للنشر، ط١، ٢٠١٧.
٢٤- باروخ سبينوزا، علم الأخلاق، إعداد: محمد الشربيني، فروس للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠١٦.
٢٥ - عبد الرحمن الكواكبي، طبائع الاستبداد ومصارع الاستعباد، دار النمير للنشر والتوزيع، دمشق، ١٩٧٣.
٢٦- نجلاء الجمال، دور الإعلام الجديد في تغيير المنظومة القيمية لدى الشباب، جامعة عبد الحميد بن باديس- مستغانم، الجزائر، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد ٠٥، ال عدد٠٣، ٢٠١٨.
٢٧- فوزي شريطي، التدوين الإلكتروني والإعلام الجديد، دار إسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط١، ٢٠١٥.
٢٨ - الدعمي، غالب كاظم جياد، الإعلام الجديد اعتمادية متصاعدة ووسائل متجددة، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، ط١، ٢٠١٧.
٢٩- ياس خضر البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، دار البداية ناشرون وموزعون، الامارات العربية المتحدة، ط١، ٢٠١٤.
٣٠- عبد الهادي النجار، واخرون، مصدر سابق، ص١٦٤.
٣١- مسعودة فلوس، نصيرة بويعلي، دور الإعلام الجديد في عملية التوعية لذوي الاحتياجات الخاصة، جامعة محمد خضير بسكرة الجزائر، المجلة العلمية للتربية الخاصة، المجلد ٠٣، العدد:٠٢، ٢٠٢١.
٣٢- أحمد خالد شكري، وليد حسين عبد الله، أسرنا ومجتمعاتنا والإعلام الجديد بين معاول الهدم وافاق البناء، جامعة قطر، كلية الشريعة الإسلامية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجل د٥، العدد:٢، ٢٠٢١.
٣٣- الشمايلة، ماهر عودة، واخرون، مصدر سابق، ص٢١.
٣٤-https://mawdoo٣.com/%D٨%_٨١%٨A%D٩%D٩%B١%D٨%B٩%AA%D٨%_٨٥%D٩%A٧%D٨%٨٤%D٩%B٩%D٨%A٥%D٨%٨٤%D٩%A٧%D٨%٨٤%D٩%A٧%D٨%AF%٨A%D٨%AF%D٩%AC%D٨.
٣٥- الشمايلة، ماهر عودة، واخرون، مصدر سابق، ص٢٤.

فصلية مُحكَمة تُعنى بالبحوث والدراسات العلمية والإنسانية والفكرية
العدد (١٦) السنة الثالثة ربيع الأول ١٤٤٦ هـ أيلول ٢٠٢٥ م

Al-Thakawat Al-Biedh Maga-

Website address
White Males Magazine
Republic of Iraq
Baghdad / Bab Al-Muadham
Opposite the Ministry of Health
Department of Research and Studies
Communications
managing editor
07739183761
P.O. Box: 33001
International standard number
ISSN 2786-1763
Deposit number
In the House of Books and Documents
(1125)
For the year 2021
e-mail
Email
off reserch@sed.gov.iq
hus65in@gmail.com



فصلية مُحكَمة تُعنى بالبحوث والدراسات العلمية والإنسانية والفكرية
العدد (١٦) السنة الثالثة ربيع الأول ١٤٤٦ هـ أيلول ٢٠٢٥ م

الذكوات البيض

general supervisor

Ammar Musa Taher Al Musawi

Director General of Research and Studies Department

editor

Mr. Dr. fayiz hatu alsharae

managing editor

Hussein Ali Mohammed Al-Hasani

Editorial staff

Mr. Dr. Abd al-Ridha Bahiya Dawood

Mr. Dr. Hassan Mandil Al-Aqili

Prof. Dr. Nidal Hanash Al-Saedy

a.m.d. Aqil Abbas Al-Rikan

a.m.d. Ahmed Hussain Hai

a.m.d. Safaa Abdullah Burhan

Mother. Dr.. Hamid Jassim Aboud Al-Gharabi

Dr. Muwaffaq Sabry Al-Saedy

M.D. Fadel Mohammed Reda Al-Shara

Dr. Tarek Odeh Mary

M.D. Nawzad Safarbakhsh

Prof. Noureddine Abu Lehya / Algeria

Mr. Dr. Jamal Shalaby/ Jordan

Mr. Dr. Mohammad Khaqani / Iran

Mr. Dr. Maha Khair Bey Nasser / Lebanon