



جامعة عمار - تليجي - الأغواط.
كلية العلوم الانسانية والعلوم الاسلامية والحضارة
قسم علوم الاعلام والاتصال



تخصص: الاتصال وعلاقات عامة
الموضوع بـ:

استخدامات وسائل الاعلام الرقمي وأثرها في دعم
المنظومة القيمية الجزائرية
دراسة على قيمة التكافل في الجزائر نموذجا

- إشراف الأستاذ:
- بن شتوح عبد اللطيف

إعداد الطالبين:
مرزوق بشير
بلجابري الحاج عيسى

السنة الجامعية : 2022/2021

كلمة شكر و تقدير

و من يتوكل على الله فهو حسبه

نحمد الله سبحانه و تعالى أن وفقنا لإتمام هذا العمل و أمدنا بالصبر على

صعوباته

كما نتقدم بالشكر الجزيل إلى الدكتور المشرف و المحترم

" بن شتوح عبد اللطيف "

على توجيهاته و اقتراحاته القيمة و تواضعه.

و إلى كل من ساعدني في إنجاز هذا العمل سواء من قريب أو من بعيد.

إهداء

الحمد لله الذي هدانا لهذا وما كنا لنهتدي لولا أن هدانا الله

أهدي ثمرة هذا العمل إلى من فتحت أبواب الجنة لها ... نبع حناني ونور حياتي
التي تحتضني كلما تخلت الأيام عني ، إلى أجمل هدية وهبني إياها القدر إلى
أنبل وأعظم قلب وأغلى ما أملك في الوجود ... التي مهما قلت وعملت فلن
أوفيها قدرها أُمِّي أطال الله في عمرها .

إلى بحر الحب والعطاء ومن ضحى وتعب من أجلي ونسى وجوده بوجودي إلى
من كان سندي وساعدني على نأب الدهر ... إلى من أعانني دراستي وتحمل
عناء تخرجي ولم يبخل علي بشيء ... إلى من كان لي نعم الأب والمعلم
والصديق أبي أطال الله في عمره .

إلى من شاركوني حلاوة الدنيا ومرارتها وقاسموني حب وحنان وعطف الوالدين
الكريمين إخوتي حفظهم الله .

وإلى أعز الأصدقاء وإلى كل من يعرفني .

بشير

إهداء

الحمد لله الذي هدانا لهذا وما كنا لنهتدي لولا أن هدانا الله

أهدي ثمرة هذا العمل إلى من فتحت أبواب الجنة لها ... نبع حناني ونور حياتي
التي تحتضني كلما تخلت الأيام عني ، إلى أجمل هدية وهبني إياها القدر إلى
أنبل وأعظم قلب وأغلى ما أملك في الوجود ... التي مهما قلت وعملت فلن
أوفيها قدرها أُمِّي أطال الله في عمرها .

إلى بحر الحب والعطاء ومن ضحى وتعب من أجلي ونسى وجوده بوجودي إلى
من كان سندي وساعدني على نأب الدهر ... إلى من أعانني دراستي وتحمل
عناء تخرجي ولم يبخل علي بشيء ... إلى من كان لي نعم الأب والمعلم
والصديق أبي أطال الله في عمره .

إلى من شاركوني حلاوة الدنيا ومرارتها وقاسموني حب وحنان وعطف الوالدين
الكريمين إخوتي حفظهم الله .

وإلى أعز الأصدقاء وإلى كل من يعرفني .

الحاج عيسى

الفهرس

الصفحة	قائمة المحتويات
	الشكر
	الاهداء
	مقدمة
	الفصل الأول: الاطار المنهجي للدراسة
4	1. الاشكالية
5	2-فرضيات الدراسة
5	3-أهمية الدراسة
6	4-أهداف الدراسة
6	5-أسباب اختيار الموضوع
7	6- تحديد المفاهيم الدراسة
9	7-الدراسات السابقة
12	8- النظرية الموجهة للبحث
	الفصل الثاني: الاطار المفاهيمي للإعلام الرقمي
16	ا. مدخل إلى الاعلام الرقمي
16	1.عوامل ظهور وتطور الاعلام الرقمي
17	2. تطور الاعلام الرقمي
19	II. أشكال ووسائل الاعلام الرقمي
19	1.شبكة التواصل الاجتماعي
20	2. أهم مواقع شبكات التواصل الاجتماعي
26	III. خصائص وسمات الاعلام الرقمي
26	1.3 خصائص الاعلام الرقمي
30	2.3 الفرق بين الاعلام الرقمي والإعلام التقليدي
30	3.3 بيئة الاعلام الرقمي
32	4.3 نقاط التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والاعلام الرقمي

الفصل الثالث : الاطار المفاهيمي للقيم	
39	1. مفهوم القيم
41	2. أهمية القيم
44	3. مصادر القيم
45	4. خصائص القيم
46	5. أنواع القيم وتصنيفها
51	6. قياس القيم
53	7. بعض القيم التربوية موضوع التنمية التعاون - تحمل المسؤولية
57	8- دور الاعلام الرقمي في دعم / تغير القيم لدى الشباب
الفصل الرابع: الجانب التطبيقي	
62	1. منهجية الدراسة
62	2. مجتمع الدراسة
62	3. عينة الدراسة
63	4. مصادر جمع البيانات
64	5. الأساليب الإحصائية المستخدمة في التحليل
67	6- تحليل وتفسير النتائج
67	أولاً : تحليل وتفسير الجداول
74	ثانياً: اختبار المحاور
76	ثالثاً: اختبار فرضيات الدراية
79	الخاتمة
	قائمة المراجع
	الملاحق

مقدمة

على مدى عصور طويلة مضت، كانت وسائل الإعلام التقليدية من صحف ومجلات وإذاعة و تلفزيون هي محور الوسائل الاتصالية والإعلامية المجتمعية التي يتم استخدامها للوصول إلى الجماهير وإيصال الرسائل المختلفة إليهم سواء كانت تلك الرسائل تحمل طابعا سياسيا أو اجتماعيا أو تجاريا أو غير ذلك.

وبالرغم من أهمية الدور الذي كانت تقوم به تلك الوسائل، إلا أن وسائل الاعلام الرقمي أعادت تشكيل خارطة العمل الاتصالي والإعلامي في المجتمعات المعاصرة بما تحمله من خصائص كعالمية الانتشار وسرعة الوصول والتفاعل وقلة التكلفة.

لقد بقيت وسائل الإعلام التقليدية لفترة ليست بالقليلة مهيمنة على المشهد الاتصالي في المجتمعات البشرية المعاصرة، ولقد كانت النظرة التقليدية لوسائل الإعلام بأنها وحدة مركزية للتواصل داخل المجتمع لا يمكن تجاوزها فكل من يرغب في التواصل بشكل مجتمعي (أفراد ومؤسسات) كان يجب عليه أن يصل لهذه المؤسسات لكي يستطيع العبور من خلالها للجماهير العامة، وفي ظل هذا الأسلوب واجهت الكثير من الفعاليات المجتمعية في معظم الأحيان صعوبة في الوصول لجماهيرها المستهدفة وعبر هذه البوابات نظرا لمتطلبات متعلقة بالسياسات والتكاليف المادية وأسلوب العمل في هذه المؤسسات.

جاءت وسائل الاعلام الرقمي لتحل سيطرة مركزية وسائل الإعلام التقليدية المركزية، وأصبح بإمكان المؤسسات مخاطبة الجميع مباشرة وبتكلفة معقولة إن قوة وسائل الإعلام الرقمي لا تقتصر على مجرد خاصية التفاعل التي تتحها والتي تسمح لكل من المرسل والمستقبل بتبادل أدوار العملية الاتصالية، ولكن تلك الوسائل أحدثت أيضا ثورة نوعية في المحتوى الاتصالي متعدد الوسائط والذي يشتمل على النصوص والصور وملفات الصوت ولقطات الفيديو.

وفي ظل المتغيرات السريعة والمتلاحقة الناجمة عن الثورة العلمية والمعرفية والتقدم في سائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال وما واكب ذلك من ظهور العولمة بمظاهرها المختلفة وما نجم عنها من تحديات معاصرة لها بعض التداعيات السلبية والتي تعاني منها كثير من المجتمعات مثل انتشار العنف والتطرف والاخلال بالحقوق والواجبات وضعف التمسك بالقيم الاصلية وانتشار القيم الوافدة وغيرها من المظاهر ذلك أن للقم دورا أساسيا في حياة الأفراد والجماعات والمجتمعات .

وقد اشملت دراستنا هذه على مقدمة وثلاث فصول نظرية جاء في الفصل الأول الاطار المنهجي للدراسة ، وفي الفصل الثاني تطرقنا إلى الاعلام الرقمي وسائطه ، أما في الفصل الثالث تطرقنا إلى القيم ، وفي الجانب التطبيقي تطرقنا في منهجية الدراسة ، لنصل بعدها إلى تحليل النتائج وتفسيرها ، أما في أخير إلى خاتمة عرضنا فيها نتائج متوصل إليها من دراستنا.

الفصل الأول:
الاطار المنهجي
للدراسة

1. الاشكالية:

كان التحول الأبرز خلال العقد الأخير هو ظهور الاعلام الرقمي وما يحمله من خصائص ومميزات بفضل التطور التكنولوجي ازدادت الحاجة الإنسان إلى استعمال الوسيلة التقنية في حياته وأصبحت معاشرتها واستخدامها من جزء من حياته طبعاً لما تحمله من خصائص ومميزات تعمل على تسهيل حياته اليومية أو تحقيق الكثير من الغايات والرغبات سواء كانت مادية أو معنوية وانطلاقاً من فكرة أن كل جديد هو مرغوب، فإن كل ما يحمله الاعلام الرقمي هو مطلوب ومرغوب من طرف المستخدم لما يحمله من أساليب جذابة وملهيات تحقق المتعة النفسية والعقلية، وتقدم للفرد كل ما هو ممنوع وغير مسموح به وفي الوقت الذي يريد، وبذلك تصدر الاعلام الرقمي مشهد الساحة وأصبح البديل الشرعي للإعلام التقليدي ، وبما أن هذا الاعلام الرقمي من أدبياته انه يسعى إلى خدمت الإنسان مهما كان شكله أو جنسه أو موقعه متجاوز كل الحدود والأعراف فانه بالضرورة يحمل في رسائله معلومات ومعارف وسلوكيات مصبوغة وفق منظومة قيمية وضعها الآخر، هذه الأخيرة هي عبارة عن عادات وتقاليد وطباع وتشريعات وقوانين وأعراف لمجتمعات بعينها تنقلها وسائل الاعلام الرقمية في أي شكل كان ومن ورائها أهداف موجهة للمستخدمين هذه المنظومة القيمية قد تتوافق وقد تتعارض جملة وتفصيلاً مع هذه المنظومة المنقولة عبر الاعلام الرقمي قد ينتج عنها آثار اجتماعية وسياسية وثقافية على المجتمعات المستهلكة هذه الآثار قد تصيب القيم أو سلوك الأفراد أو على حد تعبير عزري فانه برغم من تقوية الثورة الإعلامية فان ذلك لم يحدث نقلة نوعية على مستوى القيم بل دعم الصورة الخاوية التي غيرت ملامح وجه المجتمعات المستهلكة للرسائل الإعلامية ويمكن الخروج بتساؤل

📌 ما هي الآثار المترتبة على استخدام وسائل الاعلام الرقمية على منظومة القيم

الاجتماعية والسلوكيات لدى عينة من طلبة قسم الاتصال بجامعة الأغواط ؟

ويتفرع سؤلنا إلى عدة الأسئلة منها:

- ماهي وسائل الاعلام الأكثر استخدام لدى العينة؟
- ماهي الدوافع وراء اهتمامات العينة بمتابعة وسائل الاعلام الرقمي؟
- ما انعكاس الاعلام الرقمي على قيمة التكافل؟
- ما تأثيرات الاعلام الرقمي على قيمة التكافل؟

2-فرضيات الدراسة:

1-2 الفرضية الرئيسية:

- توجد الاثار المترتبة على استخدام وسائل الاعلام الرقمية على القيم الاجتماعية والسلوكيات لدى عينة من طلبة قسم الاتصال بجامعة الأغواط .

2-2 الفرضيات الجزئية:

- تطبيق فيس بوك أكثر وسائط الاعلام الرقمي شهرة واستخدما لدى العينة
- هناك دوافع وراء اهتمامات العينة بمتابعة وسائل الاعلام الرقمي.
- الاعلام الرقمي له انعكاس على منظومة القيم.
- مضامين الاعلام الرقمي تؤثر على منظومة القيم.

3-أهمية الدراسة:

تأتي أهمية البحث من خلال تسليط الضوء على وسائل وأدوات ومضامين الاعلام الرقمي واستخداماتها المتعددة وقيامها بمتابعة سلوك المجتمعات تحت تأثير هذه الوسائل وبالتالي تطرق بابا جديدا من أبواب العلوم الحديثة يتمثل في مجال الاعلام الرقمي وعلاقته بالمجتمع حيث توضح الدراسة مدى امكانية تأثير القيم الاجتماعية بالوسائل الاعلامية الحديثة.

4-أهداف الدراسة:

يمكن اجمال أهداف البحث في التالي:

- التعرف على الاعلام الرقمي ومراحل تطوره
- دراسة وأساليب الرسالة الاعلامية في الاعلام الرقمي
- دراسة تأثير الاعلام الرقمي على منظمة القيم من بينها منظومة القيم الاجتماعية
- التعرف على سلبيات وايجابيات الاعلام الرقمي.
- اقتراح حلول عملية وتقديم توصيات لكيفية الاستفادة من ايجابيات الاعلام الرقمي

5-أسباب اختيار الموضوع:

5- 1 الأسباب الذاتية:

- ميول الخاص نحو الإعلام بصفة عامة والإعلام الرقمي بصفة خاصة.
- محاولة تغيير اتجاه النقد نحو الإيجاب وذلك لرغبة مني في رفع مستوى قيمة التكافل لدى المجتمع الجزائري

5- 2 الأسباب الموضوعية:

- الدور الذي أصبح يلعبه الإعلام الرقمي في نشر منظومة القيمة
- التأثير الذي يمارسه الإعلام الرقمي على مختلف الشرائح الاجتماعية حيث أصبح وسيلة دفاع وهجوم في نفس الوقت.
- إثراء البحث العلمي.

6- تحديد المفاهيم الدراسية

6-1 الاعلام الرقمي:

هو من الإخبار، يقال: اعلم فلانا الخبر أي اخبره به. والجديد من جد، وهو للشيء بمعنى حدث بعد أن لم يكن، فهو جديد¹، وسائل الإعلام التي تعتمد على الحاسب الآلي في إنتاج وتخزين وتوزيع المعلومات، وتقدم ذلك بأسلوب ميسر وبسر منخفض، وتضيف التفاعل المباشر، وتستلزم من المتلقي انتباهاً، وتدمج وسائط الإعلام القديمة²، وهي كل أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل تفاعلي وينقسم على أربعة أقسام بحسب ما يقوم عليه، منها ما يقوم على شبكة الانترنت أو على الحاسب الآلي أو على الأجهزة النقلة أو على الوسائل الإعلام التقليدية بعد إضافة الرقمية والتفاعلية إليها³، وسائل الاعلام الرقمية ليست بثنأً أحاديًا وتلقياً إجباريًا مثل ما كانت تتميز به نظم الإعلام القديم، ولكنه تفاعل يختار فيه الناس احتياجاتهم، ويشاركون هم في الوقت ذاته ليس بالرأي فقط، وبموجب نظام الاعلام الرقمي يمكن لوسائل الإعلام أن تقدم لكل شخص ما يريد في الوقت الذي يريد، والاعلام الرقمي هو إعلام تعددي بلا حدود ومتعدد الوسائط يؤدي أدوارًا جديدة كليًا لم يكن بوسع الإعلام التقليدي تأديتها .

وتتميز وسائل الاعلام الرقمية بالرقمية، والتفاعلية، والتشعبية، والتفردية، والتخصيص، والجماهيرية، وتزواج الوسائط والتكنولوجيات، كما أن هناك مستحدثات إعلامية غير مسبقة تأخذ مكانها الآن مثل الإعلام، فالإعلام الرقمي عبارة عن شبكات المعلومات، ومواقع التواصل الاجتماعي والمدونات، والمنديات، وغرف المحادثات، ويكون بين طرفين: مرسل

¹ المجمع اللغة العربية-المعجم الوسيط-، مكتبة الشروق الدولية، 2005، ص94

² محارب سعد بن المحارب، الإعلام الجديد في السعودية، (ط1)، جداول للنشر والتوزيع، بيروت لبنان، 2011، ص28

³ صادق، عباس مصطفى، الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، (ط1)، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان

الأردن، 2008، ص33

ومستقبل، فهو إعلام شخصي فردي، إذ لم يعد حكرًا على طبقة معينة كما كان الشأن في الإعلام التقليدي، بل أضحى المواطن مسهما في صناعة الرسالة الإعلامية، فاعلا في المدونات ومواقع التواصل الاجتماعي⁴.

6-2 التأثير:

هو تغيير يحدث في السلوك الإنساني نتيجة المعلومات التي يستقبلها وتؤثر على مخزونه المعرفي، وتدفعه للقيام بتصرف مغاير للعمل الذي اعتاد عليه. والتأثير: تغير يقع إما في التفكير أو في المشاعر أو في السلوك، بسبب تلقي الرسالة الاتصالية، والتأثير الكامل للرسالة على المتلقي وعلى المرسل، لا يعرف بالملاحظة العابرة، بل بالسبر ودراسة التغيرات الفكرية والشعورية والسلوكية والمعرفية الناتجة عن انطلاق الرسالة الاتصالية وهو العلامة، وأثر الشيء: بقيته، وتأثر: أي ظهر فيه الأثر، والتأثير: إبقاء الأثر في الشيء. هو ما تحدثه الرسالة الإعلامية في نفس المتلقي، وكلما استجاب المتلقي للرسالة يحدث التأثير، والتأثير هو نتاج التفاعل الواقعي بين خصائص الرسائل الإعلامية وخصائص المتلقين لها) والأثر هو تلك العلاقة التفاعلية بين أفراد الجمهور ووسائل الإعلام، وتتميز هذه العلاقة من جانب وسائل الإعلام بمحاولة تكيف رسائلها مع خصائص الجمهور الذي تتوجه إليه بهدف استمالتهم لكي يتعرضوا لمحتوياتها، وليس بالضرورة التأثير عليهم لكي يغيروا شيئًا ما على المستوى المعرفي أو الوجداني أو السلوكي، ومن جانب أفراد الجمهور فهم يستعملون وسائل الإعلام ويتعرضون لمحتوياتها لأسباب مختلفة باختلاف سياقاتهم الاجتماعية والنفسية والاقتصادية والثقافية، وهذا وفقا للقيمة التي تحملها هذه المحتويات وما تمثله بالنسبة إليهم ومدى قدرتها على إشباع حاجاتهم المختلفة⁵.

⁴دوان، مصطفى إسماعيل، تأثير وسائل الإعلام الجديد في الشباب المسلم، ورقة مقدمة لمؤتمر مكة المكرمة السادس

عشر، الشباب المسلم والإعلام الجديد، مكة المكرمة، 16-17 سبتمبر 2015. ص 9.

⁵ صاوي الصاوي، علي السيد، نظرية الثقافة. الكويت: عالم المعرفة المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب. 1997، ص 9

6-3 القيم

لا يخرج المعنى الاصطلاحي للقيم عن المعنى اللغوي ، فهي تعني اصطلاحاً (ما يقوم به الشيء بمنزلة المعيار من غيره زيادة ولا نقصان)

التعريف الاجرائي:

يتفق تعريف الاجرائي مع تعريف عبد الله الفيبي الذي عرف القيم بأنها (مجموعة مبادئ وضوابط سلوكية وأخلاقية تحدد تصرفات الأفراد والجماعات ضمن مسارات معينة وهي مقاييس خلقية وجمالية تقررها الحضارة التي ينتمي إليها أفراد المجتمع وفقاً لتقاليد واحتياجاته وأهدافه في الحياة.⁶

7-الدراسات السابقة:

دراسة الأولى: دراسة سهام ابو عطية، و سكرين المشهداني، (2004)، علاقة الانترنت بالقيم والاتجاهات العلمية لدى طلبة كلية العلوم التربوية في الجامعة الهاشمية 2 ، اذ هدفت هذه الدراسة الى معرفة علاقة استخدام الانترنت والمعلومات حوله بالقيم والاتجاهات العلمية لدى طلبة الكلية، وقد تم تطبيق ثابت أدوات .للدراسة اختبار الاتجاهات العلمية ومقياس القيم واستبيان حول استخدام الانترنت والمعلومات التي تتعلق به، وقد تكونت عينة البحث من (166) طالبا وطالبة من كلية العلوم التربوية بواقع (102) من الاناث (64) من الذكور وتم اختيار العينة بطريقة العينة العشوائية المنتظمة، وقد توصلت الدراسة الى ان هناك اختلافاً بين الطلبة الذكور والاناث في ترتيب معلوماتهم حول الانترنت واستخداماته والقيم وفق متغيرات الدراسة والتخصصات المختلفة، فضا عن ان هناك علاقة ارتباط دالة بين القيم والوسيلة والاتجاهات العلمية.

⁶بومعيزة،السعيد ، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، رسالة دكتوراه ، قسم الإعلام والاتصال،

جامعة الجزائر ، 2006، ص34

الدراسة الثانية: دراسة هالة دفع الله محمد، مواقع النشر الالكتروني وأثرها على التنشئة الاجتماعية ، دراسة على مواقع الشبكة العالمية للاتصالات الانترنت ، ماجستير جامعة أم درمان، رسالة غير منشورة، 2008

هدفت هذه الدراسة إلى تقديم معرفة نظرية على استخدامات الانترنت كوسيلة للتأثير على النشر و رصد وتوظيف الاعلام للمواقع وتوضيح الخدمات التي تقدمها هذه المواقع.

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي المساحي لرصد الاستخدامات الحالية للانترنت كوسيلة للتأثير والتوجيه والاتصال وأيضا الدراسات المسحية التحليلية التي تضيف إلى عملية الرصد والتفسير من خلال اختبار العلاقات المتبادلة بين نمط ملكية المواقع وبين عدد من التغيرات التابعة التي تتعلق بالمضمون والأشكال الاتصالية المستخدمة والخدمات التي تقدمها هذه المواقع وخرجت بعدة نتائج أهمها أن هذه المواقع تساعد في تكوين الشخصية بما يوفر المعرفة في كافة المجالات تفعيل الحوار مع الثقافات الأخرى وأن لها تأثير على مستقبل الصغار ومعرفتهم بالعالم الخارجي.

الدراسة الثالثة: دراسة عبد الشهري ، (2010)، الاعلام التفاعلي وآثاره الاجتماعية على المتلقي ، رسالة ماجستير من الجامعة العالمية للعلوم الاسلامية ، لندن.

هدفت الدراسة للكشف عن التأثير الوسيلة التفاعلية والآثار الاجتماعية التي تتركها على المتلقي ، مساهمة وسائل الاعلام التفاعلية والآثار في تثقيف ونوعية المتلقي الأسلوب الذي تعالج فيه وسائل الاعلام التفاعلية القضايا التي تهم المتلقي والمشاكل والمعوقات التي تحول دون قيام وسائل الاعلام التفاعلية بدورها على أكمل وجه.

استخدمت الدراسة منهج المسح الاجتماعي حيث تمكن الباحث من اختيار العينات العمدية من أماكن مختلفة في دولة الامارات العربية المتحدة حيث يقيم وكذلك باستخدام العناوين الالكترونية لمراسلة أكبر عدد من المبحوثين الوجوديين في الدول العربية والأوروبية كما

استخدم الاحصاءات والجداول ، والتدخل النقدي من وجهة نظر الباحث في المفاصل قيد البحث بروح أكاديمية علمية بحثية.

من أهم النتائج التي توصل إليها البحث أن الوسائل التفاعلية هي الأفضل للمساهمة في رفع المستوى الثقافي، وأن هناك آثار تتركها الوسائل التفاعلية كما أن الفئات العمرية الأصغر تتأثر أكثر بالاعلام التفاعلي الالكتروني مثل الصحف المواقع الالكترونية والمننديات.

خرجت الدراسة بعدد من التوصيات والمقترحات منها توصية المهتمين بالاعلام بدراسة المزيد من الآثار الاجتماعية التي تتركها وسائل الاعلام التفاعلي على المتلقي وأهمية منح مجال أكبر للمتلقي العربي ليكون له دور أكثر ايجابية في مواجهة ما يبث في الوسائل التفاعلية، وأن التغيير المستمر والتطور الهائل الذي يشهده العالم يحدث ارباكا بين القديم والحديث ويؤدي إلى عجز المتلقي عن الموائمة بينهما وهذا ما يدعى بظاهرة (ارباك الوعي) الأمر الذي يستدعي مهام اضافية تقع على عاتق وسائل الاعلام التفاعلية بتسهيل عملية نقل الاحداث للمتلقين

علاقة البحث بالدراسات السابقة:

تتشابه الدراسة مع بعض الدراسات في تناولها الاعلام الرقمي وأثرها على منظومة القيمة وتختلف دراستنا في أنها اهتمت بالاثار الايجابية للاعلام الرقمي فمن الاجحاف أن تسلط الأضواء على السلبيات ولا نلتفت الدراسات الإيجابيات الاعلام الرقمي كالتعريف بالقيم التي هي أساس وتعزيزها والمساعدة على ترابط المجتمعات بنشر قيمة التكافل والتعاون في المجتمع وغيرها من الايجابيات.

8- النظرية الموجهة للبحث

نظرية الغرس الثقافي:

هي نظرية اجتماعية تهدف إلى دراسة تأثير التلفزيون على المجتمع، وضعها مجموعة من العلماء ولكن مؤسسها الرئيس جورج جبيرنر ويعتقد صاحب هذه النظرية أن الناس في المجتمعات الغربية في الستينيات والسبعينيات إنما هو أسري الواقع المصنوع هذا وأنهم يتصرفون ويعيشون على واقع غير الواقع الحقيقي، تفترض النظرية أن الذين يشاهدون كميات ضخمة من البرنامج التلفزيونية كثيف والمشاهدة يختلفون في ادراكهم للواقع الاجتماعي عن أولئك الذين يشاهدون كميات قليلة من البرامج ويرى واضع النظرية أن وسائل الاتصال الجماهيرية تحدث آثار قوية على ادراك الناس للعالم الخارجي خاصة أولئك الذين يتعرضون للمشاهدة وقت طويل.

ويمكن تلخيص النظرية كالتالي:

- أن وسائل الاعلام قادرة على التأثير في معرفة وادراكهم لما يحيط بهم بدرجة كبيرة.
- أن زيادة التعرض لوسائل الاعلام تؤدي إلى اكتساب المتلقي أو المشاهد مجموعو من المعاني والمعتقدات والأفكار والصور الرمزية والتي تشكل لهم واقع رمزي يختلف عن الواقع الفعلي في البيئة الاجتماعية
- وكل الذي سبق أن وسائل الاعلام تستطيع أن تغرس في أذهان المشاهدين ووعيهم أفكار معينة بحيث يحل واقع التلفزيون محل الواقع الفعلي أو الطبيعي.

استخدام نظرية الغرس الثقافي لتؤكد على:

تأثير الوسيلة الاعلامية ومحتواها على الفرد وعلى المجتمع حوله وبالتالي احداث التغيير في القيم والمعتقدات في المجتمعات فإن كان التلفزيون عند ظهوره في الستينيات قد احدث تغيرا واضحا في المجتمع الأمريكي وعلى ضوء ذلك خرجت مثل هذه النظريات في الاعلام الرقمي الآن وفي هذا العصر وبخصائصه وسماته المتنوعة والجاذبة يمكنه التغير بأسرع مما أحدثه التلفزيون من قبل لما يملكه من قدرة هائلة على التأثير والتشكيل.

الفصل الثاني:

الاطار المفاهيمي

للإعلام الرقمي

تمهيد

ظهرت وسائل الاعلام الرقمي كمصطلح واسع النطاق في الجزء الأخير من القرن العشرين ليشمل دمج وسائل الاعلام التقليدية مثل الأفلام والصور والموسيقى والكلمة المنطوقة والمطبوعة مع القدرة التفاعلية للكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصالات وتطبيقات الثورة العلمية التي شهدتها مجال الاتصال والاعلام حيث ساهمت الثورة التكنولوجية في مجال الاتصال في التغلب على الحيز الجغرافي والحدود السياسية.

لقد جاءت وسائل الاعلام الرقمي لتحل سيطرة وسائل الاعلام التقليدية المركزية (الاذعة ، الصحف، التلفزيون) وأصبح بإمكان الأفراد المؤسسات مخاطبة الجميع بتكلفة معقولة

I. مدخل إلى الاعلام الرقمي

1. عوامل ظهور وتطور الاعلام الرقمي:

1.1 عوامل ظهور الاعلام الرقمي:

بدون شك فإن ظاهرة الاعلام الرقمي عوامل تقنية واقتصادية وسياسية يمكن تلخيصها فيما يلي:

➤ **العامل التقني:** المتمثل في التقدم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر تجهيزاته وبرمجياته وتكنولوجيا الاتصالات ولاسيما ما يتعلق بالأقمار الصناعية وشبكات الألياف الصوتية فقد اندمجت هذه العناصر التكنولوجية في توليفات اتصالية عدة إلى أن أفرزت شبكة الشائكة الأنترنت التي تشكل حالياً وسيط يطوي بداخله جميع وسائط الاتصال الأخرى المطبوعة والمسموعة والمرئية وكذلك الجماهيرية والشخصية وقد انعكس أثر هذه التطورات التكنولوجية على جميع قنوات الإعلام صحافة وإذاعة وتلفزيون وانعكس كذلك وهو الأخطر على طبيعة العلاقات التي تربط بين منتج الرسالة الإعلامية وموزعها ومتلقيها فقد انكمش العالم مكاناً وزماناً وسقطت الحواجز بين البعيد والقريب وكادت تكنولوجيا الواقع الخيالي أن تسقط الحاجز بين الواقعي والوهمي وبين حاضر والغائب وبين الاتصال مع كائنات الواقع الفعلي والكائنات الرمزية التي تقطن فضاء المعلومات.¹

➤ **العامل الاقتصادي:** المتمثل في عولمة الاقتصاد وما يتطلبه من إسراع حركة السلع ورؤوس الأموال وهو ما يتطلب بدوره الإسراع في تدفق المعلومات وليس هذا المجرد كون المعلومات قاسماً مشتركاً يدعم جميع النشاطات الاقتصادية دون استثناء بل

¹ ياسين خضير البياني: الاعلام الجديد الدولي الافتراضي الجديد، ط 1، دار البداية ناشرون وموزعون، الإمارات العربية المتحدة، بغداد، 2014، ص 317

لكونها أي المعلومات سلعة اقتصادية في حدتها ذاتها تتعاضد أهميتها يوما بعد يوم وبمعنى آخر إن عولمة نظم الإعلام والاتصال وهي وسيلة القوى الاقتصادية لعولمة الأسواق وتنمية النزاعات الاستهلاكية من جانب وتوزيع سلع صناعة الثقافة من موسيقى وألعاب وبرامج تلفزيونية من جانب آخر.

➤ **العامل السياسي:** المتمثل في الاستخدام المتزايد لوسائل الإعلام من قبل القوى السياسية بهدف احكام قبضتها على سير الأمور والمحافظة على استقرار موازين القوى في عالم شديد الاضطراب زاخرا بالصراعات والتناقضات.

وقد تداخلت هذه العوامل التقنية والاقتصادية والسياسة بصورة غير مسبقة جاعلة من الاعلام الرقمي قضية شائكة جدا وساحة ساخنة للصراعات العالمية والإقليمية والمحلية.¹

2. تطور الاعلام الرقمي

ظهر مفهوم الاعلام الرقمي في نهاية القرن العشرون وبداية الحادي والعشرون وأكثر ما يثير في هذا الإنتاج الإعلامي الخطير أنه اقترب إلى حدود الاتصال ويكاد ينصهر... والمعلوم أن وسائل الإعلام كتعريف ومفهوم حدد ثلاثة أسس لا رابع لهما الصحافة المكتوبة جرائد الصحافة المسموعة، إذاعات إعلامية، اتصالية جديدة فقط الارتباط بينهما أمر ليس بالسهل.

ما عدا وسائل الاعلام التقليدية الثلاث... كلما تبقى من نشاط اجتماعي اتصالي يصب في خانة الاتصال... المؤتمرات... الندوات... المهرجانات... المحاضرات، أداة ضاغطة بيد العالم... والعالم لا يعني بالضرورة الملك أو الرئيس بل يمكن أن يكون شركة عملاقة يلهث ورائها الجميع بما فيها الحكام أنفسهم.

¹ ميرة شخاني: الاعلام الجديد في عصر المعلومات ، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد الأول، 2010، ص443

إن الشركات العملاقة مثل ميكروسوفت، جنرال الكتريك أرتي آل فرانس... وغيرها تمتلك اليوم امكانات ضخمة في مجال الاتصال خصوصا عندما استطاعت " الثورة الرقمية " كسر حدود الاتصال التقليدي القائم على الكتابة والصوت والصورة ولقد تم فتح المجال أمام ظهور الأنترنت وانتشاره كطريق رابعة في أشكال الاتصال من حيث التعبير والاستعلام والترفيه.

يلاحظ أن المجموعات الإعلامية الجديدة تمتلك اليوم ميزتين جديدتين البث اعلامية السيطرة مختلف القطاعات الإعلامية في العديد من البلدان والقارات وهذا ما يطلق عليه اليوم العولمة الليبرالية... لكن علينا أن لا ننسى أن هذه العولمة الليبرالية في ميدان الإعلام أفرغت الصحافة من السلطة الرابعة، لأنها

أساسا لا تبحث في قضايا ومشاكل الجماهير بل في التوسع والسيطرة على حساب الجماهير وهكذا تحول شيئا فشيئا الهدف المدني ليصبح هدفا اقتصاديا وسياسيا في أحيان أخرى هنا لا بد من السؤال الكبير الذي يجب طرحه ما العمل إزاء الوضع الجديد؟ وإزاء تجمع ثلاث سلطات هي السلطة السياسية وسلطة الإعلام لتلغي دور السلطات التقليدية التشريعية والقضائية... لا بد لتذهب إلى غير رجعة بالسلطة الرابعة- الصحافة وتضع المجتمعات المدنية في متاهات لا حصر لها؟ هذه الإشكالية الجديدة نراها تتجسد في إيطاليا على يد رئيس الوزراء برلسكوني الذي جمع سلطة سياسية وسلطة الإعلام وسلطة المال روبرت مردوخ وآخرون، وبعد أن بشرنا بالسلطة الخامسة كنظرية جديدة تدعم نظرية المسؤولية الاجتماعية أن يستعين بالجماهير عن طريق تشكيل قوة مدنية تفضح السلطة المفرطة

لوسائل الاعلام ومن خل خلق حصانة اعلامية...ومخاطر التضليل الاعلامي وقضايا صياغة رأي عام سريع يساعد على تمرير اللعبة.¹

II. أشكال ووسائل الاعلام الرقمي

1. شبكة التواصل الاجتماعي:

في هذه الأيام أصبحت الأنترنت جزء لا يتجزأ من حياتنا اليومية وأصبحت الشبكات الاجتماعية ضرورة ما يدور حولنا في العالم والشبكات الاجتماعية هي نوع من المجتمع الافتراضي عبارة عن مواقع تتيح لمستخدميها نشر معلوماتهم الشخصية في حسابات خاصة بهم انشاء قوائم تضم حسابات أصدقائهم وأفراد عائلاتهم معارفهم المشتركين كذلك في نفس الشبكة، وتسمح بالتواصل بين الناس في بيئة افتراضية ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتحتونها للعرض.²

1.1 مفهوم شبكة التواصل الاجتماعي:

شبكة التواصل الاجتماعي مصطلح يشير إلى تلك المواقع على شبكة الانترنت والتي ظهرت مع ما يعرف بالجيل الثاني web حيث تتيح التواصل بين مستخدميها في بيئة المجتمع الافتراضي بجمعهم وفقا لاهتماماتهم أو انتماءاتهم (جامعة، صحافة، شركة...) بحيث يتم ذلك عن طريق خدمات التواصل المباشر كالإرسال أو المشاركة في الملفات الشخصية للآخرين وتتنوع أشكالهم.³

¹كاظم شنون المقدادي: الاعلام الدولي الجديد وتصدع السلطة الرابعة، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013، ص211

²توف بنت مبارك عبد الله برك: الخصوصية في الشبكات الاجتماعية، المقالات العلمية، مركز التميز لأمن المعلومات، ص 55

³سعود صالح كاتب، الاعلام الجديد وقضايا التحديات والفرص، دن، 2011، ص9

كما أن هناك من يعرفها على أنها مواقع الكترونية تسمح للأفراد بالتعريف بأنفسهم والمشاركة في الشبكات الاجتماعية من خلالها يقومون بإنشاء علاقات اجتماعية.

وتتكون هذه الشبكات من مجموعة من الفاعلين اللذين يتواصلون مع بعضهم ضمن علاقات محددة مثل صداقات أعمال مشتركة أو تبادل معلومات وغيرها، ويتم بمحافضة علاقاتها على وجود الشبكات من خلال استمرار التفاعل فيما بينهم.¹

هي عبارة عن استخدام شبكة الانترنت وتكنولوجيا الهواتف المحمولة لتحويل عمليات الاتصال إلى حوار التفاعل ويعرفها "koche&richte" بأنها " تطبيقات والمنابر ووسائل الاعلام عبر شبكات الانترنت إلى تسهيل التفاعل والتعاون وتبادل المعلومات".

أما التواصل الاجتماعي كعملية يعرف بأنه :مشاركة اتصالية عبر الانترنت حيث يتد تداول الصور والفيديوهات والأخبار والمقالات والمدونات الصوتية للجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة .²

2. أهم مواقع شبكات التواصل الاجتماعي:

الفاسبوك:

يعد من أشهر المواقع الاجتماعية على الانترنت أسسه طالب في جامعة هارفرد عام 2004 ، والآن تخط عدد مستخدميها ل 75 مليون مستخدم.³

بدأ الفيسبوك كفكرة بسيطة للطالب " مارك زوكربيرج " وكانت فكرته تقتضي بإنشاء موقع انترنت بسيط يجمع من خله طلبة هارفرد في شكل شبكة تعارف بغية تعزيز التواصل بين

¹ مريم نريماننومار : استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في الفئات الاجتماعية، دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر، مذكرة مكلمة لنيل شهادة الماجستير، باتنة، 2012، ص49

² محمد فراح عبد السميع، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تسويق مصر كمقصد سياحي ولي، جامعة الفيوم ، مصر، 2012، ص10

³ حسني عرض ، أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب، د ط، ص10

الطلبة والابقاء على الروابط بينهم بعد التخرج وفي 4 فيفري 2004 جسد فكرته، ومع انطلاق الموقع حقق نجاحا كبيرا، وفي غضون اسبوعين بدأ نصف طلبة بوسطن بالانضمام إلى شبكة الفيسبوك، ويتيح الموقع لمستخدميه إنشاء

صفحاتهم الشخصية بحيث يمكن لهم كتابة يومياتهم ونشر صورتهم ويعتمد الفيسبوك على برمجيات مفتوحة المصدر حيث يمكن للمستخدمين والمطورين ابتكار وتطبيقاتهم الخاصة على المواقع وإتاحتها للمستخدمين العاديين وذلك بدء بأبسط الاختيارات الترفيهية وصولا إلى أعقد التطبيقات التي تتيح الربط بين الموقع وبقية المواقع الخدماتية الأخرى كاليوتيوب والتويتر...الخ.¹

الـيوتيوب:

هو أحد المواقع الاجتماعية الشهيرة والذي استطاع بفترة زمنية قصيرة الحصول على مكانة متقدمة ضمن مواقع التواصل الاجتماعي، وهو موقع لمقاطع فيديو متفرع من (قوقل) يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو.²

مؤسسي موقع اليوتيوب (خريجي جامعات) هم ثلاثة موظفين سابقا في موقع pay pal وتعرفوا على بعضهم هناك ودار حديث بينهم عن احتمال انجاز مشاريع مستقبلية هذا الحديث تحول الى شيء عملي عندما قام م وقع بث Ebay بشراء مواقع pay pal 3.1 مليون دولار وعلى اثر ذلك تلقى

¹بخوش إيمان، مرزوقي حسام الدين، الويب 0.2 ، الشبكات الاعلامية والاعلام الجديد، رسالة في ليسانس في الاعلام والاتصال، جامعة باجي مختار، عنابة، 2009، ص144

² مريم نزيماننومار، المرجع السابق، ص56

الزملاء الثلاثة مكافاة مالية ساعدتهم على انطلاق فكرة مواقع اليوتيوب نشأت عندما كانوا في حفلة أحد الأصدقاء وهناك التقطوا مقاطع فيديو وأرادوا أن ينشروا بين زملائهم وفكروا بطريقة مناسبة ومن هنا بدأت تتبلور الفكرة وموقع لرفع أهم الفيديو وكانت بدايتهم داخل الكراج لتصليح السيارات، تم تسجيله يوم 2005/02/15، وتم اعداد مواقع خل أشهر محدود.¹

يعمل اليوتيوب وفق المنظومة التالية:

- ✓ يستطيع المستخدمون تحميل وتبادل مقاطع الفيديو وتسميتها في جميع أنحاء العالم وتصفح ملايين المقاطع الأصلية.
 - ✓ العثور على جماعات فيديو والالتحاق بها، وتسهيل الاتصال مع من لديهم الاهتمامات لنفسها والاشتراك في خدمة تبادل مقاطع الفيديو المقصورة على الأعضاء وحفظ المقاطع المفضلة ووضع قوائم تشغيل المقاطع.
 - ✓ دمج مقاطع الفيديو الخاصة "يوتيوب" مع مواقع الشبكة التي تستخدم تقنيات حديثة وأيضا جعل مقاطع الفيديوهات عامة أو خاصة.
 - ✓ يحتوي الموقع على المواقع: الأحداث والحاصلة على أعلى تقييم والتي تخطى بأكبر قدر ممكن من النقاش والأكثر تفضيلا والأكثر اتصالا بمواقع أخرى.
 - ✓ تصنيف أيضا مقاطع الفيديو إلى أبواب مختلفة من الكوميديا والفن والرسوم المتحركة إلى العلوم والتكنولوجيا.²
-  التويتر:

هو موقع شبكات اجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغر والتي تسمح لمستخدميه بارسال تحديثات tweets عن حالتهم بحد أقصى 140 حرف للرسالة الواحدة، ظهر الموقع في أوائل عام 2006 م وبدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة على

¹ محمد بدوي، الطيور على أشكالها تقع، متاح على www.adawi.com ، 2011، ص40

² سعد محارب، مرجع سابق، ص118

ساحة في عام 2007م من حيث تقديم التدوينات المصغرة، وفي أبريل 2007 قامت شركة obvious بفضل الخدمة عن شركة وتكوين شركة جديدة باسم twitter ويمكن للمستخدمين الاشتراك في التويتر بشكل مباشر عن طريق الصفحة الرئيسية للموقع وبذلك يكون لديها ملف شخصي باسم الحساب حيث تظهر آخر التحديثات بترتيب زمني تدور التحديثات حول سؤال ماذا تفعل الآن؟ التي لا تتجاوز 140 حرف يشبه هذا الموقع نسبيا تطبيق خدمة المعلومات المصنفة ومنها الاخبارية عبر الرسائل النصية القصيرة، ويأتي هذا الشبه من أربعة وجوه:

✓ الأول: هو قصير المساحة المتاحة لكتابة النص بالمقارنة مع أغلب وسائل الاتصال.

✓ الثاني: سهولة اجراء الارتباط والغائه بالخدمة أو الحساب.

✓ الثالث: سيطرة المتلقي على اختيار ما يتلقاه من معلومات.

✓ الرابع: سهولة تمرير الرسالة من جنب المستقبل إلى مستخدمين آخرين للتطبيق ذاته.

المدونات الالكترونية:

المدونات موقع Web شخصي يسهر عليه مدون او أكثر لعبروا بحرية وبانتظام في شكل مواد اخبارية أو حميمية تحاكي دفتر الذكريات اليومية، وتصدر وفق ترتيب زمني تنازلي من الأحداث إلى الأقدام، وتثري بالغالب بالوصلات الالكترونية، والصورة والصوت، وتثير موضوعاتها وتعليقات الذين يترددون عليها.¹

ويشير مصطلح المدونين إلى الأشخاص الذين يكتبون المدونات وينفذون برامج التدوين، وشير إلى عالم المدونات بالمجتمع الذين يربط كل من المدونين والمدونات المتاحة على الأنترنت في أجزاء العالم كله ولأن أدوات التدوين بسيطة ومتاحة

¹ محمد منصور: تأثير شبكات التواصل على جمهور المتلقين، رسالة ماجستير في الاعلام والاتصال الأكاديمية لعربية في الدانمارك ، 2012، ص94

ومجانية فإن المستخدمين يستطيعون الاتصال بسهولة مع الآخرين في شبكاتهم الاجتماعية ومجتمعاتهم الجغرافية، حيث تمثل المدونات أنظمة اجتماعية منظمة ذاتيا تساعد الأفراد على التفاعل من خلال المشاركة والتعليم عبر تبادل الأفكار والمعلومات.¹

بدأت المدونات على شكل يوميات منذ عام 1996 حيث يقوم الأشخاص بالكتابة عن حياتهم واهتماماتهم الشخصية وفي عام 1999 وما بعده انتشرت المدونات واشتهرت بصورة واسعة وتطورت آليات التدوين بعد ذلك انتشر التدوين على شبكة الأنترنت بسرعة كبيرة؛

فمثلا موقع (manga) الذي أنشأ عام 1996 وصل عديد النذ وينات فيه إلى مائة تدوينة في عام 1997 إلا أنها وصلت إلى عشرون تدوينة في عام 2005 وفي سنة 2001 أصبحت المدونات ظاهرة وازدادت أهمية بمجتمع التدوين وفي عام 2002 أصبحت المدونات وسيلة معتمدة لنشر الأخبار ومصر للأخبار المعلومات.²

📰 الصحافة الإلكترونية:

يعرف سعيد الغريب النجار الصحافة الإلكترونية علي أنها تلك لم يتم نشرها واصدارها عبر شبكة الانترنت العالمية أو غيرها من شبكات المعلومات ،سواء كانت نسخة او اصدارة الكترونية لصحيفة مطبوعة ورقية او صحيفة الإلكترونية ليست لها اصدارة مطبوعة ورقية، سواء كانت صحيفة عامة أو متخصصة أسواء كانت تسجيلا دقيقا للنسخة الورقية أو كانت ملخصات لمنشوريتها طالما أنها تصدر بشكل منظم يركز هذا التعريف علي تقسيم الصحافة الإلكترونية إلى قسمين " النسخة الإلكترونية للصحيفة الورقية، الصحيفة الإلكترونية المخضنة.

¹ محمد منصور، المرجع السابق، ص95

² نصر الدين العياضي: في البحث عن العلاقات بين المدونات الإلكترونية والصحافة، مجلة الثقافات البحرية، العدد 24،

2011، ص149

ويصف الباحث عماد بشير في تعريفه لصحافة الإلكترونيّة على أنّها تطبيق عليها مواصفات الصحيفة اليوميّة، المطبوعة لجة وتيرة الصدور ولجهة تتوع المواضيع بين السياسة والثقافة الاجتماع والرياضة ولجهة تتوع شكل مادة الصحيفة المطبوعة هو توفر المادة الصحيفة علي شكل نص الكتروني يمكن البحث فيه وتحريره من جديد من بعد استرجاعه وبالتالي خزنه كمادة صحيفة جديدة ومن المزايا الاخرى سرعة الوصول إلى مادة الصحافة بأكثر من طريقة.¹

كانت بداية الصحافة الإلكترونيّة مجرد مواقع تحتوي علي مقالات وموضوعات وافكار واطروحات ورؤي بسيطة ،تحديدا انطلقت من منتديات الحوار التي يتميز بسهولة تحميل برامجها وبساطة تركيزها ،بدا ظهور الصحف الإلكترونيّة علي الانترنت في ايار 1992 حيث صدرت شيكاغو اون لاين كأول صحيفة الإلكترونيّة علي شبكة امريكية اون لاين في اواسط عام 1994 ، بدأت جريدة واشنطن بوسطن الامريكية تدشين الصحافة الإلكترونيّة وقامت من خلالها ببث العديد من موضوعاتها من خلال شبكات الانترنت مقابل بدل شهري لا يتجاوز عشرة دولارات. ويتضمن نشرة تحديد الصحيفة ،يعاد صياغتها في كل مرة تتغير فيها الاحداث المتعاقبة ،مع مراجع وثائقية وبإعلانات مبوبة واعلانات للخدمة المتبادلة، اطلق علي اسم المشروع "الخبر الرقمي" قبل أن ينتهي عقد التسعينات ،كانت عشرات الصحف في العالم وخصوصا الكبرى منها ،وقد اسست لنفسها مواقع علي شبكة الانترنت وقد من النادر الان ان توجد صحيفة ورقية دون ان تكون لها نسخة الالكترونية.²

¹ موسى جواد الموسوي: الاعلام الجديد تطور الأداء الوسيلة والوظيفة، الطبعة الالكترونية الأولى، سلسلة مكتبة الاعلام والمجتمع، بغداد ، 2011، ص30

² زكي حسين الوردي :صحافة المدونات الإلكترونيّة علي الانترنت الباحث الإعلامي ،العدد 3،بغداد ، 2007، ص153

III. خصائص وسمات الاعلام الرقمي

على الرغم من أن وسائل الاعلام الرقمي ، التي أفرزتها التكنولوجيا الاتصالية ، تكاد تتشابه في عدد من السمات والخصائص مع الوسائل التقليدية ، إلا أن هناك سمات مميزة للوسائل الإعلامية الراهنة بأشكالها المختلفة ، مما يلقي بظلاله ويفرض تأثيراته على الوسائل الجديدة ، ويؤدي إلى تأثيرات معينة على الاتصال الإنساني ، باستخراج القواسم المشتركة بين المفاهيم المختلفة للإعلام الجديد نجد أنه يتميز بالعديد من الخصائص منها ما يلي :

1.3 خصائص الاعلام الرقمي:

1 - التحول من النظام التماثلي إلى النظام الرقمي:

في النظام الرقمي يتم نقل المعلومات على شكل أرقام منفصلة هي صفر وواحد وعند وصول المعلومة إلي المستقبل يقوم بدوره بترجمتها إلي صوت أو صورة أو غير ذلك . يقوم النظام التماثلي من ناحية أخرى بنقل المعلومة على شكل موجة متسلسلة ونظرا إلى كون الإشارات الرقمية إما صفرا أو واحدا دون أي قيم بينهما فإن النظام الرقمي يكون أشد نقاء وخاليا من التشويش ، وفي واقع الأمر فإن الصوت أو الصورة الناتجة عن هذا النظام إما أن تكون نقية تماما ، أو أنها لا توجد أصلا ، وذلك بعكس النظام التماثلي الذي يمكن أن يحتوي على قيم جزئية تتراوح بين صفر وواحد ومن ثم فإن إمكانية التشويش تكون أكبر. ميزة أخرى للنظام الرقمي هو تطابقه وإمكانية دمج مع أنواع أخرى من التكنولوجيا مثل الكمبيوتر وهو ما يصعب القيام به في النظام التماثلي، تكمن أهمية ذلك في أن معظم وسائل الإعلام أصبحت تعتمد بشكل متزايد على الكمبيوتر.¹

2- التفاعلية (Inter activity):

التفاعل هو قدرة وسيلة الاتصال الجديدة على الاستجابة لحديث المستخدم تماما كما يحدث في عملية المحادثة بين شخصين هذه الخاصية أضافت بعدا جديداً هاما لأنماط وسائل

¹ شيخاني ، الاعلام الالكتروني بين التفاعلية الرقمية ، مصر، رحمة برس للطباعة ونشر والتوزيع، 2010 ، ص 444

الإعلام الجماهيري الحالية والتي تتكون في العادة من منتجات ذات اتجاه واحد يتم إرسالها من مصدر مركزي مثل الصحيفة أو قناة التلفزيون أو الراديو إلى المستهلك مع إمكانية اختيار مصادر المعلومات والتسلية التي يريدها متى أرادها وبالشكل الذي يريده . في السابق كانت قدرة المستخدمين على التفاعل تقتصر على دائرة رجع الصدي للمحتوي المنشور على المواقع الإلكترونية عبر إضافة التعليقات وتدوين الملاحظات على سجلات الزوار مثلا . ثم انتقلت بعد ذلك العلاقة إلى التحرر نسبيا مع وجود المنتديات ومجموعات الأخبار والقوائم البريدية ، غير أنها لم تنتج للجمهور حرية الممارسة الإعلامية المطلقة والتي لم تتوفر لهم إلا بعد ظهور المدونات وما تبعها بعد ذلك من ظهور لشبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الفيديو التشاركية كاليوتيوب والموسوعات الحرة مثل ويكيبيديا ، وهذه المواقع تمثل عناصر الانتقال إلى مرحلة ما بعد التفاعلية . وتطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير في أدوار الآخرين وباستطاعتهم تبادلها ، ويطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو التفاعلية .

3- تفتيت الاتصال : وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي . وتعني أيضا درجة تحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكها .¹

4- اللاتزامنية (تجاوز وحدة الزمان): وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم ، ولا تتطلب من المشاركين كلهم أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه . كما انه من الطبيعي أن يرتبط اللا تزامن بأشكال الاتصال التي لا يعتبر التزامن بين عمليتي الإرسال والاستقبال شرطا ضروريا لها مثل البريد الإلكتروني أو التعرض لمواقع المواد الإعلامية مثل الصحف وبرامج التلفزيون والمواقع التعليمية والترفيهية المختلفة أما الاتصال الذي يتم من خلال الحوار أو الحديث أو الدردشة أو الاتصال الآني بالمجموعات

¹ شيخاني، المرجع السابق، ص445

والمؤتمرات فإن التزامن يعتبر شرطاً ضرورياً للاتصال وأن كان يتطلب وحدة المكان بين أطراف عملية الاتصال .

5- قابلية التحريك أو الحركية: هناك وسائل اتصالية كثيرة يمكن لمستخدمها الاستفادة منها في الاتصال في أي مكان إلى آخر أثناء حركته مثل ومثال هذا أجهزة التلفاز ذات الشاشة الصغيرة التي يمكن استخدامها في السيارة مثلاً أو الطائرة ، التليفون المحمول ، تليفون السيارة ، التليفون المدمج في ساعة اليد ، وهناك آلة تصوير المستندات وزنها عدة أوقيات ، وجهاز فيديو صغير ، وجهاز فاكسميل ، وحاسب آلي نقال مزود بحاسبة كما أنه تتجه وسائل الاتصال الجديدة إلى صغر الحجم مع إمكانية الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان إلى آخر في أثناء تحرك مستخدمها .

6- قابلية التحويل : وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط إلى آخر ، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة وبالعكس .

7 - قابلية التوصيل: تعني إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية بأنواع كثيرة من أجهزة أخرى وبغض النظر عن الشركة الصانعة لها أو البلد الذي تم فيه الصنع ، ومثال على ذلك توصيل DVD جهاز التلفاز بجهاز الفيديو ¹.

8 - الشبوع والانتشار : ويعني به الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع . وكل وسيلة تظهر تبدو في البداية على أنها ترف ثم تتحول إلى ضرورة ، نلمح ذلك في جهاز الفيديو وبعده التلفاز عالي الوضوح والتلفاز الرقمي والتلفاز ذو الشاشة البلازمية والسينما المنزلية . وكلما زاد عدد الأجهزة المستخدمة زادت قيمة النظام للأطراف المعنية كلها ، وفي رأي (الفن توفلر) أن من المصلحة القوية للأثرياء هنا أن يجدوا طرائق لتوسيع النظام الجديد ليشمل - لا ليقصي - من هم أقل ثراء حيث يدعمون بطريقة غير مباشرة الخدمة المقدمة لغير القادرين على تكاليفها .

¹ شيخاني، المرجع السابق، ص446

9 - الكونية: البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية حتى تستطيع المعلومات أن تتبع المسارات المعقدة.¹

كما انه يطلق على شبكة الإنترنت شبكة الشبكات ، تلنقي فيها مئات الآلاف من الشبكات الدولية والإقليمية التي تتزايد كل عام بنسبة كبيرة يصعب الآن بناء التوقعات حول أعدادها وتطورها ، ومعها يتزايد عدد مستخدمي الإنترنت في كل دولة من دول العالم بطريقة غير مسبقة ، نتيجة توفر إمكانيات الاتصال ورخص تكلفتها ، مما أدي بالتالي لتجاوز الحدود الجغرافية ، وسقوط الحواجز الثقافية بين أطراف عملية الاتصال .

10- الاستغراق في عملية الاتصال: من الخصائص المميزة للاتصال الرقمي انخفاض تكلفة الاتصال والاستخدام نظرا لتوفر البنية الأساسية للاتصال ، والأجهزة الرقمية وانتشارها ، كذلك تطور برامج المعلومات ونظم الاتصال بتكلفة زهيدة مما شجع المستخدمين لأجهزة الحاسب والهواتف الذكية على الاستغراق في برامج وتطبيقات الإنترنت لأوقات طويلة بهدف التعلم في إطار فردي ، كما ساعد تطور برامج النصوص الفائقة على طول فترة التجول بين المعلومات والأفكار التي تتضمنها لأغراض اكتساب المعلومات أو التسلية . أهم الظواهر التي صاحبت الاعلام الرقمي : (31 / 8 / 2016 www.aluka.net) / س 9 و 43 د

1. كسر احتكار المؤسسات الإعلامية الكبرى.

2. ظهور طبقة جديدة من الإعلاميين ، وأحيانا من غير المتخصصين في الإعلام قد يتفوقون على أهل الاختصاص الأصليين .

3. ظهور منابر جديدة للحوار .

4. ظهور إعلام الجمهور للجمهور.

5. ظهور مضامين ثقافية وإعلامية جديدة.

6. مشاركة المجتمع في تسليط الضوء على قضايا إعلامياً.

¹ شيخاني، المرجع السابق، ص447

7. نشوء ظاهرة المجتمع الافتراضي والشبكات الاجتماعية.

8. تفتت الجماهير وانتقال الإعلام من حالة الجماهير العريضة لوسائل الإعلام التقليدية إلى مرحلة الإعلام الفئوي والإعلام المتخصص .

2.3 الفرق بين الاعلام الرقمي والإعلام التقليدي :

يمكن إيجاز أهم الاختلافات بين الاعلام الرقمي والإعلام التقليدي فيما يلي:¹ :

1. **المساحة الجغرافية** : يمكن للموقع الإعلامي أن يصل عن طريق الإنترنت إلى مختلف أنحاء العالم على عكس عدد كبير جدا من وسائل الإعلام التقليدية التي تكون مقيدة بحدود جغرافية محدودة .

2. **عامل التكلفة** : يتميز الاعلام الرقمي بقلة تكاليفه كثيرا " مقارنة بالإعلام التقليدي القديم.

3. **عنصر التفاعلية** .

4. **الحرية**

3.3 بيئة الاعلام الرقمي :

ظلت بيئة العمل الإعلامي لسنوات طويلة تتبع منهج يقوم على النموذج الخطي الذي ينتقل خلاله المحتوى الإعلامي من نقطة إلى نقطة في مسار محدد حتي يصل إلي الجمهور في صورة خبر أو تقرير أو رسالة عبر الأثير تلتقطها الأذن أو عبر التلفزيون أو عبر الصحف الورقية .

- **في المرحلة الأولى** : ساحة الأحداث ومصادر المعلومات وفيها لا يوجد فقط الصحفيين المحترفين التابعين للصحف أو القنوات الفضائية الإخبارية ، بل أصبحت الساحة تضم

¹ زكي حسين الوردي، المرجع السابق، ص160

صحفيون هواة ومستقلين وغير محترفين ذوي انتماءات مختلفة وأهداف مغايرة تماما جاهزين تماما للدفع بالأخبار في التو واللحظة .

- **المرحلة الثانية :** جهة الاتصال ، وفيها يزداد التنوع وتظهر العديد من التفرعات والقنوات الإلكترونية المتعددة ونماذج عمل مختلفة ، ومنهجية ليس لها قواعد أو أسس فمثلا وجد صحفيون وغير صحفيين ، أيضا يوجد مؤسسات وهيئات غير صحفية تقوم بدور جهة الاتصال وتتنافس الصحيفة ، منها أفراد مستقلين أو منظمات وجهات دولية أو أحزاب أو هواة أو مدونين . وكذلك اختلف الأمر أيضاً من ناحية الوظائف الداخلية وطبيعة التعامل مع المعلومات الواردة فعلى الصحيفة القيام بتحرير المعلومة أو الخبر بطريقة تناسب كل مادة على حدة ، لأن عليها أن تدير موقعا إلكترونيا ونسخة ورقية في ذات الوقت وتبث عبر الهاتف المحمول خدمة إعلام أيضا ، وبات على الوسيلة الإعلامية سواء الإذاعة أو التلفزيون التعامل مع المعلومة بعملية تحرير أيضا مراجعة الأرشيف الإلكتروني لديها وتحديث قواعد البيانات والبحث عن مصادر ومراجع إضافية للمادة المقدمة ، والبحث عن المواقع ذات العلاقة بالقصة الإخبارية المقدمة ، مما يتطلب من وسائل الإعلام أن تتوفر لديها نوعا من التفاعل والتداخل الإيجابي بين الصحفيين من جهة وفريق عمل تقني متكامل بالإضافة إلي أخصائي تصميم صفحات ويب وإدارة الموقع ، وقواعد البيانات وتأمينها وتحديثها وتركيب البرمجيات الخاصة بالتحديث الدوري للمحتوي ، لذلك أصبح الدور الإعلامي لوسائل الإعلام في غاية التعقيد مما يتطلب وجود تنسيق كامل بين الفئات والتخصصات الإعلامية لخلق التكامل والانسجام في العمل الإعلامي.¹

- **المرحلة الثالثة :** وسيلة الاتصال ، وهنا نحن بصدد نسخة ورقية مطبوعة لكن عن موقع الوسيلة الإعلامية على الإنترنت أو قناة معلومات صحفية تبيعها المحتوى بمقابل مادي وفي كل الأحوال نحن أمام وسائل متنوعة تمثل الوسيلة الإعلامية المطبوعة عمودها الفقري فيما تعمل الوسائل الأخرى كأجزاء داعمة لقدرتها على المنافسة وتتنوع مصادر الدخل .

¹ زكي حسين الوردي ، المرجع السابق، ص161

- **المرحلة الرابعة :** الجمهور المتلقي ، وهنا من المنطقي بالطبع أن تصل بنا المراحل الثلاث السابقة إلى جمهور مختلف كلية عن جمهور النموذج الخطي ، فالخدمات والمنتجات المتنوعة تهیی الفرصة لجمهور مزود بقدر من البدائل والأدوات التي تنقله من جمهور يتلقى بسلبية لجمهور يتفاعل بإيجابية ، ليس فقط مع ما يقدم له ولكن أيضا مع مقدم الخبر أو من صنعة ، فموقع الوسيلة الإعلامية على الإنترنت أصبح البديل السريع الذي يتيح للجمهور الوصول فورا وبعضها الآخر يتيح للجمهور الاستماع إلى ما يجري في ساحة الأحداث لحظيا .

أيضا تحول جمهور وسائل الاعلام الرقمي من جمهور يقرأ الوسيلة الإعلامية فقط إلى جمهور يسمع ويرى ويتفاعل بل مشاركا من خلال ما يبيده من تعليقات وآراء ويمارس عليها أيضا نوع من السيطرة فيرفض بعض المعلومات ويتقبل البعض الآخر وأحيانا صائغا للأخبار .

وفي بيئة الاعلام الرقمي يملك المواطن كل ما تملكه المؤسسات الإعلامية في العالم ، من أدوات عبر شبكة الانترنت يستطيع طبع النسخ ، وستطيع أن يوزعها على مستوى العالم لو أراد ويملك قسم تصوير وفيديو وتسجيل صوتي سواء بأجهزة تقنية عالية أو من خلال الهاتف المحمول الذكي¹.

4.3 نقاط التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والاعلام الرقمي :

يري فريق من المختصين والخبراء إن الاعلام الرقمي بوضعه الحالي يتصف بعدة صفات تميزه عن الإعلام التقليدي منها انه إعلام مفتوح يعتمد على التكنولوجيا الحديثة بما يخفض من تكاليفه ويوسع من دائرة مستخدميه ، وتخطي حدود الدول ، ويسر تعدد الثقافات والتوجهات بين أطراف العملية الاتصالية ، كما أنه يتميز بتنوع وشمول المحتوى وحرية تداول المعلومات ، وتوسيع دائرة التنافس الإعلامي . ويعتمد الاعلام الرقمي على الخدمات التفاعلية مما يدخل الجمهور كشريك أساسي في صنع المحتوى الإعلامي ، وزاد من دور

¹ زكي حسين الوردي، المرجع السابق، ص166

القطاع الخاص في مجال العمل الإعلامي ويواجه الإعلام الإلكتروني بعض الإشكاليات في انتشاره منها على سبيل المثال لا الحصر:¹

✓ صعوبة الوثوق والتحقق من المحتوى من صحة ومصداقية البيانات والمعلومات التي تحويها بعض المواقع في ظل الحاجة إلى تعزيز التواصل للقدرات الثقافية والتعليمية للمتلقي .

✓ ضعف الضوابط الضرورية لضمان عدم المساس بالقيم الدينية والمعتقدات والموروثات الثقافية للمجتمعات .

✓ ضعف السيطرة على نشر العنف والتطرف والجنس والإرهاب .

✓ عدم التوازن بين حجم ونوعية الرسائل الإعلامية الموجهة وبين استعداد المتلقي لها في ما يتعلق بالرأي والرأي الآخر .

✓ تفتت دائرة التلقي ، والتركيز على مخاطبة الأفراد والجماعات الصغيرة وفق الميول والاحتياجات الفردية .

✓ انتهاك النشر والملكية الفكرية وحرية الإبداع .

✓ ارتكاب الجرائم الإلكترونية وانتشارها بصورة واسعة باستخدام التقنية الحديثة .

✓ صعوبة الحفاظ على أمن الوثائق والمعلومات في ظل تطور وسائل التقنية في اختراق المواقع والخصوصية للمحتوي في الإعلام الإلكتروني .

ويعتبر انتشار الجرائم الإلكترونية ونشر الأفكار السلبية والإرهاب من أهم عيوب الإعلام الإلكتروني ، وقد واجهت المنظمات والهيئات الأكاديمية وتناولته في عدة بحوث ومؤتمرات وناقشت مفهوم الحرية الإعلامية وأمن المعلومات وسبل تدعيم الثقة بين الأجهزة الأمنية والإعلامية العربية .

¹ زكي حسين الوردي، المرجع السابق، ص167

يري أحمد عاشور أنه ربما يكون مخطئي اليوم كل من يظن بإمكانية التفريق التام بين الإعلام التقليدي كصحافة المكتوبة والإذاعة والتلفزيون من جهة ، والإعلام الرقمي المتمثل في وسائل التواصل الاجتماعية ، أو ما تسمى بوسائل الإعلام التفاعلية وأبرز عاشور عدد من النقاط التي يتداخل ويختلف فيها كل من الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي :¹

1. الإعلام الرقمي هو إعلام حر ، خال من القيود والرقابة ، على عكس الإعلام التقليدي ، حيث بإمكان الجميع نشر أفكارهم ، والتعبير عن آرائهم بحرية مطلقة .

2. أصبح الإعلام التقليدي في وقتنا الحالي ، يعتمد بدرجة أكبر على الإعلام الرقمي لصعوبة الوصول إلى أماكن الحدث ، ونقاط التوتر حول العالم ، حيث أنه أكثر أماناً لرجال الإعلام ، وخير مثال ثورات الربيع العربي .

3. ظهر نوع جديد من الإعلاميين ، يمكن " تسميتهم بالإعلاميين الجدد ، وهم مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعية الذين أثبتوا استحقاقهم لهذا المنصب ، عن طريق تغطيتهم لمجريات الأحداث حول العالم وبؤر التوتر ، رغم ما يشوب هذه التغطية من نقائص ، يمكن أن تتحسن في القريب العاجل مع العمل المتواصل .

4. يشهد الإعلام الرقمي نشاطاً اقتصادياً غير مسبوق ، وطفرة نوعية مع ازدياد الطلب والحاجة إلى مواده الإخبارية .

5. يشهد سوق الإعلام اليوم سباقاً محموماً بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي ، المنافس رقم واحد للإعلام التقليدي ، من خلال السبق الإخباري ، حيث تشير الإحصائيات إلى تفوق هذا الأخير .

6. يوفر الإعلام التقليدي أرضية خصبة للإعلام الجديد ، عن طريق التسويق ، فلولا الدعم والتشجيع الذي حظي به الإعلام الرقمي من طرف الإعلام التقليدي ، لما ظهر هذا الأخير إلى العلن .

¹ زكي حسين الوردي، المرجع السابق، ص168

7. ساهمت الطفرة النوعية في أعداد مستخدمي الإنترنت ، أو المتصفحين اليوميين ، في توفير أرضية صلبة للإعلام الجديد .

8. يبقى الاعلام الرقمي بحاجة إلى التطوير والتحديث ، من خلال تحسين المضمون ، والبحث عن طرق أفضل للتسويق . ويبقى التكامل بين النوعين ، الخيار الأمثل للنجاح في عالم ينقسم إلى افتراضي وواقعي ¹.

¹زكي حسين الوردي، المرجع السابق، ص170

خلاصة الفصل:

الإعلام الرقمي إعلام تعددي وبلاحدو، ويقوم بأدوار لم يكن بوسع الإعلام التقليدي أن يؤديها كما عرفه الخبراء والباحثون بعدد من التعريفات اتفقت على أن الإعلام الرقمي ينشأ في كنف بيئة رقمية ، ويمتاز بالعديد من الخصائص التي تميزه كالتفاعلية والسرعة واللاتزامنية والكونية والحرية والمشاركة ، وبانتشار أجهزة الكمبيوتر والهواتف الذكية بات الكل مشاركا في انتاج المضامين عبر وسائط الإعلام الرقمي والتي من أشهرها مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة التي أتاحت لكل حرية النشر والمشاركة مما أظهر ما يسمى بالمواطن الصحفي

الفصل الثالث:

الاطار المفاهيمي

للقيم

تمهيد

القيم جزء أصيل في حياة الإنسان، لأنه يكون الملامح الرئيسية لتصوراته في الحياة، وحركته فيها، حتى إن القيم تكاد تكون القاعدة التي تقوم عليها هذه التصورات وتلك الحركة.

كما تعتبر القيم أحد المحددات الهامة للسلوك الاجتماعي للفرد، كما أنها نتاج لاهتماماته ونشاطه هو وجماعته التي ينتمي إليها، والقيم في حياة الإنسان جزء لا يستهان به في الإطار المرجعي للسلوك في الحياة العامة بمختلف مجالاتها، وتحمل القيم التربوية أهميتها من أنها هي التي تقف وراء كل ما يتخذ في التربية من أعمال سواء كانت هذه الأعمال تتصل بفلسفة التربية، أو بالإجراءات التي تتخذ لتحقيق أهداف التربية، أو بألوان النشاط المختلفة التي تمارس أو بطريقة التدريس المتبعة أو غيرها، فكل ما يتحدد في إطاره عملية التربية هو في الواقع (ترجمة) حية لهذه القيم التربوية غير المعلنة وهي وليدة القيم العامة السائدة في المجتمع، سواء المتفق عليه منها أو ما كانت محل طموحه وهي كلها غير مكتوبة ولا مشروحة ولا مفلسة، وبالرغم من هذا فإنها هي التي تحدد مسار الحياة على أرض الواقع، في السياسة والاجتماع والاقتصاد .. وفي التربية.

1. مفهوم القيم:

خضع موضوع القيم لكثير من الدراسات، وتطوّرت له جميع الفلسفات كلّ وفق اتجاهه الفلسفي، وأهتمّ به أصحاب علم الاجتماع وعلم النفس وعلم الاقتصاد وعلم التربية فأصبح نقطة تلاقي مختلف العلوم، فكان من الصعب أن نجد تعريفا واحدا للقيم يجمع عليه الباحثون والسبب في ذلك أنّ كل باحث ينظر إلى تعريفه من خلال تخصصه وثقافته فاختلّفت المفاهيم باختلاف التخصصات، فعرفها علماء النفس باعتبارها رغبات والدوافع والحاجات والعواطف والسلوك ويعرفها علماء الاجتماع باعتبارها الاهتمامات والمعتقدات والحدود، أما علماء التربية فنظروا إليها على أنها سلوك ومعايير ومقاييس إلّا أنّ هؤلاء جاءوا متأثرين بالنظرية التربوية الغربية¹ ، ومعلوم أنّ هذه النظرية هي منفصلة عن الدين ومنه فهذا المفهوم للقيم لا يتناسب مع النظرية الإسلامية التربوية² لأنها مبنية على الشريعة الإسلامية وينظر إليها على أنها ثوابت وليست أحكاما نسبية تتغير من جيل إلى جيل ومن زمن إلى زمن، "فنحن المسلمون قد أنعم الله علينا بالقرآن الكريم والحديث الشريف نستنبط منهما قيما، ونرجع إليه عند اختلاف آرائنا وهذا يقلل من اختلاف حول موضوع القيم لأن المصدر واحد وهو القرآن الكريم".

¹ مجمع اللغة العربية، **المعجم الوجيز**، الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية، 1993، ص 521.

² أحمد بن محمد على المقري الفيومي، **المصباح المنير**، تحقيق عبد العظيم الشناوي، دار المعارف، 1977، ص 120-121.

1.1 المعنى اللغوي للقيم:

ولنتناول مفهوم القيم لابد من التعرف عليه من خلال ما يلي:

القيم ومفرداتها قيمة، وهي وإن كان مبناها في اللغة واحداً، إلا أن معانيها قد تتعد، فهي من قام قَوْماً¹، وقياماً، وقَوَّمه: انتصب واقفاً، وقَوَّم المعوج: عدله وأزال عوجه وقَوَّم الشيء: قدر قيمته، واستقام الشيء: اعتدل واستوي، ورمح قَوَّام: مستقيم، وقوام الإنسان: قامته وحسن طولها، والقوام قوام كل شيء: عماده ونظامه، وقوام الأمر ما يقوم به، وقيمة الشيء: قدره، وقيمة المتاع: ثمنه، والقيم من يقوم بالأمر ويسوسه، والأمة القيمة: المستقيمة المعتدلة كما في القرآن (وذلك دين القيمة)"

كما تأتي القيمة بمعنى ما يعتمد عليه الأمر ويقوم به، وتعنى العدل والاعتدال، والقيمة الثمن الذي (يقاوم) به المتاع أي يقوم مقامه، والجمع (القيَم) ، و شيء (قيمي) نسبة إلى القيمة، وقام المتاع جعل له ثمن معلوما.

2.1 القيم اصطلاحاً:

القيم هي المفاهيم التي أخذت قسطاً وإجماعاً وافراً من قبل التربويين والفلاسفة وعلماء النفس، وذلك لفاعليتها في بناء الأخلاق ودقتها لبناء الروح لدى الفرد بما يتوافق والرؤية الدينية للناشئة .

ففي المجال الاقتصادي تعرف القيمة بأنها قيمة التبادل أي السعر المقرر للسلعة ويميزون بين القيمة والسلعة على أساس القيمة حقيقة والسعر اعتباري وذلك راجع للتراضي بين المتبادلين للسلطة ولهذا تكون القيمة أحياناً أكثر أو أقل من السعر و تعرف أيضاً بأنها مجموعة من القوانين والأهداف والمثل العليا التي توجه الإنسان

¹ محمد بن المكرم بن أبي الحسن بن أحمد الأنصاري، لسان العرب، تحقيق عبد الله على الكبير وآخرون، مجلد 5 ، المعارف ، القاهرة ، 1981 ، ص 3782-3786.

2. أهمية القيم:

تمثل القيم التربوية الإسلامية أحد الدعائم الإسلامية في تكوين شخصية المسلم في المجتمع، ورغم تعدد الفلسفات والتصورات للقضية القيمية إلا أن موقفها من أهمية القيم وضرورتها للسلوك الإنساني واحد لا يتغير، إذ يتفق الجميع على أثرها البالغ في تشكيل سلوك الإنسان، وبناء شخصيته وتعريف بذاته وعليه يتم عرض أهم القضايا التي توضح أهمية القيم للفرد والمجتمع.

2-1 أهمية القيم على مستوى الأفراد:

وإذا كان المحور الأساسي للقيم التربوية هو الإنسان وتنميته، وبخاصة في مراحل حياته الأولى: فإنها تحضى بأهمية ذات صلة وثيقة بالفرد نفسه، من خلال قيامها بالآتي¹:

- إن أول شيء تثمره القيم التربوية الإسلامية في البناء الشخصي للإنسان المسلم هو "تقوية صلته بالله عز وجل إلى الدرجة التي تجعله يراقبه في السر والعلن، في كل حركاته وسكناته.
- تعيين الفرد على التوافق الاجتماعي والتكيف مع من حوله" وتدفعه للعمل بما يرضي الجماعة ويتفق مع مبادئها ومعتقداتها.
- أنها تحقق للفرد الإحساس بالأمان فهو يستعين بها على مواجهة ضعف نفسه والتحديات التي تواجهه في حياته"

¹الصاوي الصاوي أحمد، القيم الدينية وثقافة العولمة، (121) قضايا إسلامية، وزارة الأوقاف، المجلس الأعلى للشئون الإسلامية، القاهرة، 2005 ، ص 35 .

- تستخدم القيم بمثابة "معايير وموازنين، يقاس بها العمل ويقيم، كما أنها تساعد على التنبؤ بسلوك صاحبها، فمتى عرفت ما لدى شخص من قيم استطعت أن تتبأ بما سيكون عليه سلوكه في المواقف المختلف.¹
- القيم تحدد مسارات الفرد وسلوكياته في الحياة، فلكي نكسب الفرد السلوكيات الحسنة ونبعده عن السلوكيات السيئة فإنه ينبغي أن تعزز لديه منظومة القيم الإنسانية الفاعلة والصحيحة المبنية على القناعة والقدرة والإرادة.
- انها تهيئ للأفراد اختيارات معينة عن طريق الأوامر والنواهي والالتزامات التكليفية، فهي تحدّد السلوك الصادر عن الإنسان.

2-2-1 أهمية القيم على مستوى الأسرة:

✓ احترام قيم الحوار العقلاني والمصالح الشرعية للآخرين وعادات الجماعات المختلفة: مما يرقى الإحساس بالمشاركة العادلة واستقلالية الفكر من خلال عملية التواصل بين قيم العائلة والتربية من أجل المواطنة، والاهتمام بالمعرفة والفهم المرتبطين بها، لأنهما يطوران مدخلا إيجابيا نحو التربية كمدخل للحياة والمشاركة.

✓ تحقيق السعادة النفسية من خلال القيم الإسلامية: من خلال دعوة الإسلام لرب الأسرة للقيام بمسؤوليته نحو أهل بيته من زوجة وأولاد بتعليمهم الصلاة والصبر معهم على ذلك، لما في ذلك من إقامة الصلة الروحية بين العبد وربه، وما يترتب عليها من بعد عن الرذائل، وشعور بالسعادة والرضا

¹ تغريد عبد الله عمران، القيم والأخلاق للصف الخامس الابتدائي، الفصل الدارسي الثاني 2004/2005، مركز تطوير المناهج والمواد التعليمية، وزارة التربية والتعليم، القاهرة، 2004 ، ص 4

والارتياح والهدوء النفسي، والتمتع بالصحة النفسية والعقلية، وهذا التغير الذي يطرأ على النفس إنما هو أساس تغيير الحياة في المجتمع بكل مجالاته¹.

2-2-2 أهمية القيم على مستوى المجتمع

بما أن الإنسان مدني بطبيعته ولا يمكنه العيش بمعزل عن الآخرين فلا بد أن تكون هناك قيم مجتمعية يتعارف المجتمع عليها تحكم سلوكهم وتنظم طريقة حياتهم في إطار تلك المعايير القيمة، ومن هنا تبرز أهمية القيم في المجتمع حيث انها :

- ✓ حرص الإسلام على بناء مجتمع إسلامي تسوده القيم الفاضلة " فكلما كان الطابع الغالب على المجتمع طابع هؤلاء الأفراد الأقوياء النفوس ممثلين بالعزم والقدرة على الثبات، كلما كانت شبكته.
- ✓ القيم ترقى بالمجتمعات إلى مستوى عال من الوعي والإدراك العميق لبناء حضارة تقوم على أسس متينة من القيم الفاضلة².
- ✓ القيم تحفظ المجتمع من السلوكيات الاجتماعية والأخلاقية الفاسدة وهذا ما نشهده اليوم حيث "تحول المجتمع البشري اليوم إلى قرية صغيرة، حيث لا حواجز تحول دون امتزاج الثقافات وتداخلها بكل عناصرها الإيجابية والسلبية، وتعدّد وسائل الاتصال والتكنولوجيا ونقلها للخبيث والطيب والمفيد والضار، الأمر الذي قد يؤدي إلى تسرب قيم سلبية هدامة.

¹ رونالد ج. ويلور، جوزيف و. ليكاتا: "القيم والتقييم في ممارسة الإدارة التربوية"، تعريب عبد الودود مكروم وإبراهيم الزهيري وعبد الناصر العسائي، مجلة التربية، العدد الثامن، يناير 2003، الجمعية المصرية للتربية المقارنة، القاهرة، 2003، ص 75.

² Geraldine Coliman: Issues in Education, View From the Other Side of the Room, Op. Cit., p. 166.

وهنا تبرز أهمية البناء القيمي السليم للأفراد حيث يتمكنون من التمييز بين الخير والشر ، والنافع والضار وفق معايير الثقافة التي بها يؤمنون.

3. مصادر القيم:

مصادر القيم في التربية الإسلامية من مصادر الدين الإسلامي الحنيف، حيث تعتمد التربية الإسلامية على تلك المصادر للحصول على القيم التي يحتاج إليها المجتمع المسلم.

والاتجاه النسبي -كما في البرجماتية مثلا -ينظر إلى القيم على أنها ليست أولية أو مطلقة متعالية، أو مفروضة على الإنسان من جهة عليا كما في المثالية أو الديانات السماوية، وأن مصدر القيم هو تفاعل الفرد النشط مع البيئة والمجتمع والعلاقات المحيطة به، أي الخبرة، فالقيم مثلها مثل بقية معارف الإنسان وممارسته وعاداته واتجاهاته التي يكتسبها عن طريق الخبرة¹.

وبالرغم من ذلك فإن " هناك اتصالا ملحوظا وقويا بين الدين والقيم، فالدين له تأثيره في نسق القيمة، سواء على مستوى ادراك القيمة أو الفعل الناتج .هذا التأثير فعال وقوي لدرجة أنه يبرر الرأي القائل بأن الدين هو مصدر القيم حيث يظهر ذلك بوضوح في الاتجاه الإسلامي.

ففي الاتجاه الإسلامي الحواجز بين الفرد والمجتمع غير موجودة، فالفرد يحس بأنه مسئول مسئولية مباشرة عن المجتمع، والمجتمع أيضا يحس بأن مده الأساسية وأركانه الطبيعية هم هؤلاء الأفراد، وكذلك الأمر في مجموع الأمة، ذلك لأن الفرد المسلم انتمي إلى هذا المجتمع بإرادته، وانتسب إليه روحا وفكرا ومشاعر قبل أن

¹ أسماء عبد العال الجابري ومحمد مصطفى الديب، سبولوجية التعاون والتنافس والفردية، ط 1، عالم .
الكتب، القاهرة، 1998 ، ص32

ينتمي إليه جسداً أو عضواً عاملاً ، وبالتالي فالرابطة الأولى في المجتمع الإسلامي هي رابطة العقيدة المشتركة، وما ينبثق عنها من تصورات ونظم وقوانين اجتماعية واقتصادية وسياسية، وتلك الرابطة هي التي تذيب الفواصل بينه وبين المجتمع، وتشعره بولائه لهذا المجتمع وبمسئولية حقيقية تجاهه وما يتعرض له من تحديات.

4. خصائص القيم:

وهناك عدة خصائص للقيم التربوية، تجعل منها محط اهتمام عملية التربية، مما يميز القيم التربوية الإسلامية عن غيرها من القيم معرفة خصائصها، والتي بمعرفتها يزداد المرء ثقة وقناعة، ومن أهم هذه الخصائص ما يلي¹:

4-1 القيم أكثر عمومية وتجريداً وشمولاً من الاتجاهات:

القيم تحدد بمثل مجردة تتجاوز الحالات الجزئية، كما في موقف الفرد من علم الفيزياء يحدده اتجاهه نحو موضوعات مرتبطة بهذا العلم بالذات، أما موقفه من العلم وأثره في تطوير الحياة، فيحدده القيمة العلمية التي يتبناها هذا الفرد²، وكذلك مجموعة القيم مثل الولاء والإخلاص واحترام الحوار، والمثابرة في العمل.. إلخ من القيم فمعظمها أخلاقية، ويمكن صياغتها بشكل يجعلها ليست أخلاقية مثل الأمن، والراحة والذكاء، والكفاءة، والدقة. فهذه القيم أفكار مجردة ليست مادية، وتستخدم لتحديد الصفات المميزة للأشياء، وهي تختص بالدافعية التي تقف وراء السلوك.

فليست كل القيم ظاهرة أو واضحة وعمومية أو حتى شعورية" فعلماء الاجتماع، وكذلك الأنثروبولوجيون بينوا أن نسق القيمة في ثقافة معينة قد يكون أو غير متعرف

¹ Geraldine Coliman: **Issues in Education, View From the Other Side of the Room**, Bergin & Garvey, London, 2001, p.165.

² نبيل عبد الفتاح حافظ، مقدمة في علم النفس الاجتماعي، مرجع سابق، ص 218-219.

عليه أو غير مُتصور من الذين يمتثلون له .والحق أنه من الصعب تحديد نسق القيمة في أي مجتمع للأسباب الآتية ¹:

✓ القيم بطبيعتها غير ظاهرة هناك نوعا من المقاومة اللاشعورية نحو التعرف عليها.

✓ لم تتطور بعد أي أدوات ثابتة لقياس القيم التربوية أو الكشف عنها.

4-2 القيم أكثر ثباتا من الاتجاهات وأقل قابلية للتغيير منها:

وقد يعود ذلك إلى مستوى عقيدة الفرد بقيمة أعلى من مستوى عقيدته باتجاهاته، وإلى كون القيم أكثر أهمية في حياة الفرد والمجتمع وهذا يمثل ناحية الصلابة التي تساند القيم .كما يحقق استقرار لها، وإن كان استقرار نسبيا، أي أن كل القيم ليست ثابتة بنفس القدر، مع الوضع في الاعتبار أن أكثر القيم ثباتا القيمة الدينية لارتباطها بالمعتقد الديني ².

5.أنواع القيم وتصنيفها:

ونظر لأن القيم لا تتفصل عن كل مجالات الحياة المختلفة، لذلك فإن العديد من التقسيمات والتصنيفات للقيم قد نشأت متأثرة بتلك المجالات، وبالاتجاه الفك ري والمنظور الفلسفي الذي يتناول القيمة -كما تقدم سابقا -وبالتالي فإنها تتنوع وتصنف إلى عدة تصنيفات.

¹ محمد حمزة أمير خان: "الأحكام الأخلاقية والقيم، دراسة مقارنة بين السعوديين وغير السعوديين في مدينة جدة- الجزء الغربي من المملكة العربية السعودية"، مرجع سابق، ص 260.

² رشاد على عبد العزيز موسى، علم النفس الديني، مؤسسة مختار لنشر وتوزيع الكتاب، القاهرة، 1996 ، ص

فقد تتنوع وتصنف على (أساس المحتوى) إلى القيم النظرية، والقيم الاقتصادية، والقيم الجمالية، والقيمة الاجتماعية، والقيمة السياسية، والقيمة الدينية وعلى (أساس المقصد) إلى قيم وسائلية، وقيم غائية وعلى (أساس الشدة) إلى قيم ملزمة، وقيم تفضيلية، وقيم مثالية وعلى (أساس العمومية) إلى قيم عامة، وقيم خاصة، وعلى (أساس الوضوح) إلى قيم ظاهرة، وقيم ضمنية، وعلى (أساس الدوام) إلى قيم دائمة وقيم عابرة. وهذه الأنواع من القيم موجودة لدى كل فرد، إلا إنها تختلف في ترتيبها من فرد لآخر، ومن جماعة لأخرى، قوة وضعفا، وتتنظم في ترتيب حسب قوة كل منها عند الفرد، كما أنها نسبية مكانا وزمانا¹.

ومثل هذا التقسيم تقسم مفتعل، لا يتفق مع طبيعة القيم وإن كان بقصد التبسيط، لأن القيمة الواحدة، يمكن أن تدخل تحت أكثر من قسم أو صنف، من التقسيمات والتصنيفات، كقيمة حب الآخرين مثلا، فهي قيمة دينية من زاوية أمر الإسلام بها، وهي أيضا قيمة اجتماعية، كما يمكن أن تكون قيمة اقتصادية من زاوية ما يمكن أن يحققه من قضاء حاجات وتبادل مصالح ومنافع ذات مردود اقتصادي، ومن هنا كان استبعاد أن تكون هذه القيم منفصلة عن بعضها، بل إنها مترابطة مع بعضها البعض من أجل تحديد أهداف الفرد والمجتمع، كما أن هذا التقسيم لا يتفق مع طبيعة الشخصية، والتي تظهر من خلالها هذه القيم سواء كانت شخصية فردية أو قومية، فالشخصية تركيبة قيمية بالدرجة الأولى، وهذه الشخصية تتمحور نفسيا حول قيمة من القيم، تتفرع عنها سائر القيم².

والتعريف الفلسفي للقيمة يصنفها من خلال كونها "ما يقوم به مقوم، ومن وجهة نظر موضوعية هي ما يكون به طلب الشيء واستحقاقه للتقدير، فإذا كانت لذات الشيء

¹ حامد عبد السلام زهران، علم النفس الاجتماعي، مرجع سابق، ص 125-126.

² عبد الغني عبود وحسن عبد العال، التربية الإسلامية وتحديات العصر، مرجع سابق، ص 83.

فهي قيمته المطلقة، وإذا كانت لما فيه من منافع فهي قيمته الإضافية. وقيمة الفعل الأخلاقية هي ما فيه من خير وبقدر اقترابه من صورة الخير في الذهن بقدر زيادة هذه القيمة، وأهم تقسيم للقيمة هو الذي يفرق بين القيم الشخصية والقيم الشئئية، فالقيمة الاقتصادية هي ما للشئ من قدرة على إشباع الحاجات، والقيمة الاعتبارية هي مقدار الثقة التي للشئ (مثل قيمة الأوراق المالية)¹، والقيمة الذاتية للشئ هي مقدار ما بُذل فيه من عمل اجتماعي، والقيم الحسية كالمستساغ وغير المستساغ، والقيم الدينية كالمقدس والمدنس، والقيم الحياتية كالنبيل والمبتذل والقيم الروحية كالجميل والقبيح، وللمعرفة قيمة في حد ذاتها. " فتصنيفها هنا مرتبط بنوعية العمل الذي يؤديه القيمة والمجال الحياتي الذي تستخدم فيه القيمة.

وقد تصنف القيم التربوية إلى نوعين : (قيم الاندماج الاجتماعي)، و(قيم التحرر الفردي) والفارق بينهما هو مقدار بروز الطابع الإنساني، والمقدس لكل منهما) فقيم الاندماج الاجتماعي (تعنى التجمع الأكثر اتساعا الذي يرى أن الإنسانية يعلو مفهومها الحدود الترابية والأيدولوجية والثقافية بينما) قيم التحرر الفردي (فتعنى تحرير الفرد من كل ما يقيد، أي تجعل منه شخصا راشدا مستقلا بذاته، مسئولا، وكون الإنسانية مقدسة بالنسبة للإنسان فذلك يعنى تجاوز التناقض بين الاندماج والتحرر، التقليد والعقل، الرمز والموضوعية، وبإزالة هذا التناقض هو واجب التربية، فالتربية عندما تتجاهل الرموز، فإنها تبتتر نفسها، لأن الإنسان لا يمكن أن يتخلى عن الرمز، ومن هنا وجب على التربية أن تعلم الرمز ومعنى الكلمة والعمل على التعريف بها، وحفظها، والعمل على فهم ثا رثها وتعدد معانيها². وهناك من يؤكد على نوع من القيم التي يشترك الناس في العديد منها ويسمونها بالقيم الجوهرية أو

¹ عبد المنعم الحفني، المعجم الشامل لمصطلحات الفلسفة، مكتبة مدبولي، القاهرة، 2000، ص 671.

² أليفري ربول: فلسفة التربية، مرجع سابق، ص 8

الأساسية طبقا لما أكده ملتون روكش وهي الاستقلال -الشجاعة -الوعي الاجتماعي-النظافة -التعاون -الابتهاج الحرية -التحرر -احترام النفس -السعادة -المساواة -الحب الناضج-الحكمة-السرور -الأمانة-الصدقة الحقيقية -العقل المدرك -المسؤولية ومن ثم فإن نوعا آخر من القيم والمرتبطة بمستجدات العصر قد فرضت نفسها، وهي (قيم المعلومات)، وقد أصبح على القيم التربوية ضرورة التعامل معها من خلال العملية التربوية، بأشكالها المختلفة. وقيم المعلومات هذه هي تلك القيم المرتبطة بالعلم والإعلام، والتعليم والثقافة والمجتمع الأهلي عموما، في كل من البلاد المتقدمة والنامية. وهذه القيم تتناول العديد من القضايا ذات الصلة الوثيقة بالقيم التربوية ومنها¹:

-دقة البيانات ومحتوى المعلومات ومسئوليات مطوري البرامج تجاه مستخدميها .

-المعلومة بين مالكيها وسواهم، وإمكانية استخدامها كوسيلة للاستبعاد والتهميش الاجتماعي.

-مسئولية الخبراء عن أمانة تقديم المعلومات والمشورة.

-صياغة المطالب الأخلاقية للإنترنت سواء على مستوى قواعد الحوار، أو مضمون الرسائل المتبادلة، وأساليب البحث عن المعلومات من خلاله. ومنها على سبيل المثال :عدم استغلال الحوار عن بعد بغرض التمويه والتتكر، وتأجيج نيران الكراهية فيما يرتبط بالأديان وقواعد السلوك المتحضر، ونزاهة آلات البحث والتصفح عن الانحياز في شجرة موضوعات البحث.

¹ Peter H.Martorella: Elementary Social Studies, Developing Reflective, Competent and Concerned Citizens, Little, Brown and Company, Toronto, 1985. p. 201

❖ تصنيف القيم من المنظور الإسلامي:

و القيم التربوية- وفقا لهذا المنظور -تصنف على أنها ذات مستويين) :**الأول (القيم المحورية أو القيم الأم أو القيم الفوقية** :وهي تلك القيم الحاكمة أو الملزمة والمرتبطة بالعقيدة والشريعة ارتباطا مباشرا ، وهي تعتبر المعايير الأساسية التي توجه سلوك الإنسان في المجتمع، حسب الوسع والطاقة، والمرجع لكل أحكامه . ويمثل هذا المستوى" القيمة الإسلامية الأم التي تتفرع منها سائر القيم في الإسلام، هي قيمة العبودية لله، أو الربانية، التي لا تعنى تحليقا في آفاق من الروحية، التي تحرر روح الإنسان من جسده أو تأخذ هذا الإنسان من مجتمعه، ومن آفاق من الروحية، التي تحرر روح الإنسان من جسده أو تأخذ هذا الإنسان من مجتمعه، ومن عالمه المادي الذي يعيش فيه، لأن ذلك على نقيض الفطرة، التي فطر الله الناس عليها، وإنما تعنى المسابقة لهذه الفطرة، أن يتحقق وجود الإنسان، بجسم وروح معا"، وتتضمن قيم هذا المستوى) :أ (القيم العقدية :والمرتبطة بالإيمان بالله وملائكته وكتبه ورسله والإيمان بالغيب، بفرائض الدين المختلفة من صلاة وصيام وزكاة وحج، وجميع ما أمر به الله وما نهى عنه¹.

ومصدر هذين القسمين هو الوحي السماوي، ولا مجال فيهما لاجتهاد عالم أو مجتهد بزيادة أو نقص .وهي قيم ملزمة لكل مؤمن بها، حاكمة لسلوكه، وتنسم بأنها ثابتة، ومطلقة، وغير خاضعة للتغيير .أما) **المستوى الثاني** : (فيتضمن قيم العبادة اليومية أو القيم الاصطلاحية، في جميع مجالات النشاط والعمل، والعلاقات الاجتماعية المختلفة، والتي تحدد أنماط السلوك المرغوب فيه في جميع المواقف، ويسترشد بها الأفراد في مناشطهم وأدوارهم و مراكزهم المختلفة، وهذه القيم هي التي تحدد شكل الحياة في مجتمع معين أو جماعة معينة، لأنها تشمل جميع المجالات القيمية

¹عبد الغني عبود وحسن عبد العال ، مرجع سابق، ص69.

المختلفة الاقتصادية، والسياسية، والاجتماعية والتربوية والعلمية.. إلخ. وقيم هذا المستوى ترتبط ارتباطاً مباشراً بقيم المستوى السابق (الفوقية)، وتخضع لمعاييرها الأساسية ومصدرها الرئيسي، فالإسلام نزل على بشر لينظم حياتهم، على الأرض، ومن هنا كانت الحياة الدنيا هي موضوع الدين، ومن أريد فصلها جعل الدين بغير موضوع. وبهذا المعيار تستمد قيم المستوى الثاني قوتها وأهميتها، فهي سلوك ملتزم وتصرفات مسئولة، وأقوال محسوبة، في إطار من الإيمان الصادق والعقيدة الصحيحة¹.

6. قياس القيم :

ولأن القيم التربوية تعتبر من الأهداف الوجدانية، فإن قياسها ليس بنفس السهولة المتاحة التي للأهداف المعرفية، ولعل ذلك هو ما جعلنا نلاحظ كثرة أن المناهج وأساليب التعليم المدرسية، أكثر تأكيداً على الأهداف العقلية- المعرفية من الأهداف العاطفية- الانفعالية، وقد يعود ذلك إلى سرعة اكتساب الأهداف المعرفية وسهولة قياسها، وتوافر الأدوات اللازمة لتقويمها، بالمقارنة مع ما تتطلبه الأهداف العاطفية في هذا المجال، وتوافر الأدوات اللازمة لتقويمها، وقد يعود ذلك إلى إجماع الناس على الأهداف المعرفية أكثر من إجماعهم على الأهداف العاطفية بسبب تنوع اتجاهاتهم وقيمهم وعقائدهم².

وعلى اعتبار أن القيمة يمكن قياسها من خلال مؤشر الاتجاهات والسلوك، وبالتالي فإن القيمة تحدد إجرائياً إما من خلال دراسة السلوك وما ينطوي عليه من إقدام

¹ إبراهيم أحمد الشمسي، "تأثير وسائل الإعلام على قيم الأبناء في عصر العولمة"، مجلة الرسالة، عدد 8، 2003، القاهرة، 2003، ص 98.

² Peter H. Martorella: Elementary Social Studies, Developing Reflective, Competent, and Concerned Citizens, Op., Cit., p.201.

وإحجام عن أنشطة معينة .أو من خلال ما يعبر عنه الفرد من تفضيل لجوانب معينة من الحياة صراحة من خلال الألفاظ والعبارات ، أو ضمناً كما يظهر في سلوك الفرد .ولعل هذا هو ما أعطى للقيم التربوية تعريفاً مؤسساً على ذلك وعلى خصائصها المتقدمة سابقاً وهو أن " القيم هي مجموعة من الأحكام المعيارية المتصلة بمضامين واقعية، يتشربها الفرد من خلال انفعاله تفاعله مع المواقف والخبرات المختلفة ، ويشترط أن تتألف هذه الأحكام قبولا من جماعة اجتماعية معينة حتى تتجسد في سياقات الفرد السلوكية أو اللفظية أو اتجاهاته واهتماماته ولذلك كان من أهم الطرق لقياس القيم التربوية بشكل إجرائي ما يلي ¹ :

6-1المشاهدة أو الملاحظة المنظمة:

لأنها تطلعنا على مظهر السلوك دون إمكانية تزييفه، وهي مناسبة للتلاميذ في هذا السن من المرحلة خاصة عندما لا يمكنهم الوصف اللفظي للسلوك المراد الاستفهام عنه.

6-2 المقابلة الشخصية:

وتعتمد على مجموعة من الأسئلة يوجهها طرف إلى طرف آخر (التلميذ)، في موقف مواجهة حسب خطة محددة للحصول على المعلومات عن سلوك هذا الطرف .وهي تستخدم كثيراً في مجال قياس القيم التربوية بالمقارنة بطريقة الملاحظة².

6-3 أسلوب تحليل المضمون:

ويستخدم لوصف المحتوى الظاهر للاتصال وصفا موضوعيا ومنظما وكميا، وذلك

¹كوثر حسين كوجك، " تعليم وتعلم القيم والأخلاق يبدأ من رياض الأطفال"، مجلة التربية الأخلاقية، يناير . 2005 ، المشروع القومي للتربية الأخلاقية، القاهرة، 2005 ، ص 16.

²ضياء الدين زهران ، المرجع السابق، ص 24

بتحليل مضمون الرسالة سواء كانت مسموعة أو مقروءة أو مرئية للتلميذ، ومن أوائل مستخدميه.

6-4 الاستخبارات:

وهي الأكثر استخداما في قياس القيم التربوية ومنه استخبارات ألبرت وفيرنون ولندزي، والذي ترجمه للعربية عطية هنا ليلام البيئة المحلية، والذي يقيس القيم التربوية والاجتماعية وهو من فئتين الأولى (مجموعة من أسئلة الاختيار من متعدد عبارة عن اختيار إجابة من إجابتين للسؤال)، والثانية (مجموعة أسئلة تتضمن اختيار إجابة من أربعة اختيارات للسؤال وبموجب نتائج القياس للقيم من خلال المقاييس المتقدمة أمكن وفقا لدراسة ألبرت فرنون ليندزي استنتاج الأدوار المختلفة في الحياة لكلا الجنسين الذكور والإناث في المجتمع.

وأن الرجال قد أظهروا اهتماما كبيرا بالقيم المرتبط بالجانب العلمي، والمبيعات الاقتصادية، والمسائل الرياضية، والميكانيكا، والوظائف العليا المؤثرة، والتعبير القوى عن القضايا الاقتصادية والقيم السياسية. أما النساء فقد أظهروا ميلا إلا القيم المرتبط بالأدب، والخدمات الاجتماعية والوظائف الكتابية، والتعبير عن القيم الجمالية والاجتماعية والدينية.

7. بعض القيم التربوية موضوع التنمية التعاون - تحمل المسؤولية.

وإذا كان من الصعب وضع تحديد شامل للقيم التربوية في ثقافة التلميذ، إلا أن هناك عددا من القيم التربوية يمكن اعتبارها أساسا يبنى عليه أي تخطيط وأنشطة، تستهدف إعداد التلميذ وزيادة معرفته وتنمية قدراته ومهاراته وإشباع حاجاته بطرق ووسائل مناسبة بما يتلاءم مع الفرد وبيئته وظروف مجتمعه المادية والثقافية والاجتماعية، والقيم الروحية والدينية والأخلاقية السائدة فيه، ومنها: احترام الفرد

وآدميته وحريته، الوفاء والاحترام للوالدين، حماية المجتمع والمشاركة في تنميته، الدعوة إلى الخير والنهي عن المنكر ومقاومته، سيادة القيم الدينية بين الناس مثل التواد والتراحم والتعاون والتكافل، ورعاية الفقير والمسكين، وأن يكون أساس التعامل قائما على الصدق والأمانة والوفاء بالوعد والعهد، والعدل بين الناس، ثم قيمة احترام ثقافة المجتمع وقيمه وعاداته وتقاليده النابعة من الاعتزاز بتراته الثقافي وحضارته التاريخية¹.

وكلها ذات صلة بقيم البحث المختارة، والمراد تنميتها في تلاميذ ، التعاون، و تحمل المسؤولية .

7-1 قيمة التعاون:

والتعاون Coopération يقصد به" في المش روع الاقتصادي هو تضامن عدد من الأفراد ذوي الحاجات المتماثلة والمشاكل الواحدة، ويقوم تعاونهم معا على فكرة تكوين مؤسسة أو تنظيم أو جمعية بهدف تحسين الظروف التي يعملون فيها وحمايتهم من الاستغلال بصوره المختلفة . "وهو أمر لازم لنا في كل أعمالنا، لدفع عجلة الحياة، فلولاها لأصيبت الحياة بالشلل، ولذلك دعا إليه الإسلام صراحة في قوله تعالى)وتعاونوا على البر والتقوى ولا تعاونوا على الإثم والعدوان وحتى ننفي عنا الأنانية، وتظهر روح الفريق مما يدفع إلى التقدم على المستوى الفردي والاجتماعي، ويتعدى ذلك إلى التعاون بين الأفراد والشعوب.²

كما يرتبط التعاون بعدة معان أخرى قريبة منه في المعنى مثل(الانتماء) Affiliation

¹ عبد الودود مكروم، الأحكام القيمية الإسلامية، لدى الشباب الجامعي، رؤية تربوية، ط ١، مكتبة إحياء .

التراث الإسلامي، القاهرة، 1994 ، ص 145

²نبيل عبد الفتاح حافظ وآخرون ، مقدمة في علم النفس الاجتماعي، مكتبة زهران الشرق، القاهرة1998 ،

والذي يعنى انجذاب شخص إلى آخر ويستمتع بالتعاون معه وتبادل المنفعة بسرور وود، والمشاركة Sharing ويقصد بها اشتراك الفرد مع الآخرين في عمل يساعد الجماعة في إشباع حاجتها وحل مشكلتها، والمعاوضة Succulence بمعنى ميل الفرد لأن يجعل الآخرين يساعدونه عند الوقوع في مشكلة ما وسعيه للحصول على تأييدهم عند تعرضه للإيذاء، والتعاطف Sympathy ويقصد به اهتمام الفرد بمشاركته الآخرين في ألم أو حزن، والعطاء Dongting ويقصد به تقديم التبرع أو المساهمة للآخرين ويكون في أغلب الأحيان للإحسان، والإيثار Altruisme ويقصد به رغبة الفرد في إفادة الآخرين دون الاهتمام بإفادة نفسه.

أم التعاون Cooperation فيقصد به رغبة الفرد في أن يكون مع الآخرين ويكون عادة لفائدة عامة مما يعنى ارتباط التعاون بمفاهيم أخرى وثيقة الصلة به، وبمعنى آخر فإن قيمة التعاون ذات قيم فرعية مكونة لها¹.

ومن القيم التربوية المرتبطة بقيمة التعاون قيمة الإيجابية، فهي تحمل معنى المبادأة عند المشاركة من التلميذ في أنشطة الجماعة بإرادته ورغبته تحقيقاً لذاته وإشباعاً لحاجاته، بحيث يكون سلوكه نابعا من اهتمامه الحقيقي لصالح أعضاء جماعته، فيكون مصدر قوة للمجتمع بدلا من أن يكون عبئا عليه في هذا ال وقت المبكر من العمر وفي أولى م ا رحله التعليمية .ومن ثم كان من القيم التربوية المرتبطة بقيمة التعاون قيمة التضحية، فهي لازم من لوازم التربية ومن ثم "فمن المنطقي ألا توجد تربية بغير تضحيات، وهكذا ففعل التعلم يعنى أن نتخلى عن اللعب من أجل العمل وعن السرور الآنني من أجل مسرة دائمة وعن وهم المعرفة المنحدرة من أجل المعرفة

¹نبيل عبد الفتاح حافظ وآخرون ، مرجع سابق ، ص 252

النقدية وعن إرضاء حبنا لذاتنا من أجل احترام الآخرين، فالتضحية من القيم التربوية التي ينبغي أن تتم في التلاميذ في المدرسة، وفي مراحلهم التعليمية¹.

وقد أظهرت بعض الدراسات أن القدرة الاجتماعية تتحسن في الفصول الدراسية العادية بينما بعض الدراسات التجريبية على تلاميذ المدرسة الابتدائية بينت أن: أن عمل التلاميذ في المجموعات على المشكلات الإدراكية يكونون أكثر تأهيلا من التلاميذ العاملين كأفراد .

2-7 قيمة المسؤولية: Responsibility

المسؤولية ظاهرة اجتماعية قانونية في أصلها تحدث في العلاقة مع الغير، وتتضمن تبعة أمر آخر بهذا الغير وعناصرها كما يحددها العلماء والخطأ والضرر والعلاقة السببية بينهما، والمسئول بصفة عامة هو من يضع نفسه في موضع من يسأل عن أمر ما صدر عنه .

والمسؤولية أمر أخلاقي أيضا عندما يشعر الإنسان بالتزامه الأخلاقي عن نتائج أعماله طيبة كانت أو غير طيبة . وخاصة عدم التنصل من النتائج إذا كانت غير طيبة حتى وإن كانت غير مقصودة.

¹ نبيل عبد الفتاح حافظ وآخرون، مرجع سابق ، ص 253

8- دور الاعلام الرقمي في دعم / تغير القيم لدى الشباب

يحتل مفهوم القيم أهمية كبيرة في العلوم الإنسانية والاجتماعية باعتبارها أحد العوامل الأساسية التي تكون سلوك الفرد، حيث تقوم القيم بمجموعة من الوظائف الأخلاقية والاجتماعية فهي تحقق التضامن الاجتماعي الذي يعد ظاهرة أخلاقية وبشكل عام أثر الإعلام بما يملكه من قوة تأثير كبيرة وخاصة بعد ظهور الفضائيات وما يسمى بالسموات المفتوحة على قيم الشباب، وقد ساهم الإعلام في نشر أنماطاً وقيماً أخذ بعضها طابعاً عالمياً وجاوز حدود حضارته التي أفرزته من خلال انتشار ثقافة الصورة، وقد أثر الإعلام على تشكيل وعي الشباب بتأكيد القيم النفعية والفردية، وانتشار ثقافة الاستهلاك نتيجة الانفتاح والهجرة، وتمجيد كل ما هو أجنبي.¹

وحسب ويلبر شرام فإن وسائل الإعلام تقوم بالتنشئة من خلال تعليم أفراد المجتمع الجدد القيم والمعتقدات والمهارات التي يقررها المجتمع، كما تقوم بدعم القيم الشائعة وتحقيق التواصل الاجتماعي وذلك من خلال التعبير عن الثقافات السائدة والكشف عن الثقافات الفرعية.

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

¹ نبيل عبد الفتاح حافظ وآخرون، مرجع سابق، ص 260

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

وإذا كانت حدود دور الاعلام التقليدى بالقيم رصدها العديد من الباحثين على إنها أثرت سلباً على شيوع العديد من القيم السلبية كما تم ذكره آنفاً، إلا أن باحثوا الإعلام الرقمي فى علاقته بمنظومة القيم المجتمعية يرون أن هذه الحدود فاقت ليس فقط مجرد تعزيز بعض القيم السلبية بالمجتمع وانما امتد دوره فى هذا الصدد لنشر بعض القيم الايجابية.¹

¹ نبيل عبد الفتاح حافظ وآخرون، مرجع سابق ، ص 261

خلاصة الفصل :

إن القيمة لا تنمو وتقوى إلا في بيئة صحية واعية ومدركة لأهمية تلك القيم، فالأسرة والمدرسة وأجهزة الإعلام، ودور العبادة، وجماعة الأقران، كلها أيضا لابد أن تتعاون وتكون هناك أرضية مشتركة من الأهداف التربوية التي يقصدون تحقيقها في الانسان التلميذ بحيث يقوم كل وسيط منها بدوره، ودون تخل أو تعارض عن بقية الوسائط الأخرى فيحدث بينها ذلك الترابط العضوي الذي يؤثر بشكل إيجابي وفي تنمية القيم التربوية في الطالب في تلك المرحلة المهمة من حياته .

الفصل الرابع:

الجانب التطبيقي

تمهيد

يشتمل هذا الفصل على منهجية الدراسة، وأهم الاجراءات التي استخدمها الباحث من أجل تنفيذ هذه الدراسة، والتي تمثلت في تحديد مجتمع الدراسة، والطرق التي استخدمت في جمع البيانات التي احتاجت إليها الدراسة، وأهم الأساليب الإحصائية التي تمت خلال تحليل البيانات، وكيفية الوصول إلى نتائج الدراسة.

1. منهجية الدراسة:

اتبعت هذه الدراسة المنهج الوصفي المسحي الذي يقوم بدراسة ظاهرة معينة وجمع أوصاف ومعلومات دقيقة عنها وهذا المنهج يعتمد على دراسة الواقع ويهتم بوصفها ويوضح صائها ويعبر عنها تعبيراً كيفياً أو تعبيراً كمياً، وقام الباحث بتقديم وصفاً نظرياً استخدامات وسائل الاعلام الرقمي وأثرها في دعم المنظومة القيمية الجزائرية، وتم اختيار منظومة قيمة التكافل في الجزائر كنموذج من واقع الفكر النظري الذي تناول هذا الموضوع، ومن وجهة أخرى، قام الباحث بإجراء دراسة مسحية لآراء طلبة قسم الاتصال وعلاقات عامة حول دور استخدامات وسائل الاعلام الرقمي وأثرها في دعم المنظومة القيمية الجزائرية، بحيث تم جمع البيانات اللازمة للدراسة وتصنيفها وتحليلها إحصائياً ومناقشة النتائج ومقارنتها مع نتائج الدراسات السابقة.

2. مجتمع الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من جميع كلية علوم والاتصال خلال العام الدراسي 2021/2022 والبالغ عددهم 1000 طالب وطالبة وفقاً لإحصائيات قسم القبول والتسجيل في الجامعة.

3. عينة الدراسة:

تم اختيار عينة الدراسة بالطريقة العشوائية وتم تقدير حجم العينة باستخدام معادلة ستيفن ثامبسون ونسبة دقة تمثيل للمجتمع 95% فكان حجم العينة (100) طالبا وطالبة، وتم زيادة حجم العينة الى 122 مراعاة لإمكانية تسرب جزء من العينة أو عدم جدية المفحوص في تعبئة الاستبانة؛ إذ أن الباحث قام بتوزيع 122 استبانة على أفراد مجتمع الدراسة، استرجعت منها 116 استبانة، وبعد مراجعة الاستبانات تبين أن هناك استبانات غير صالحة للتحليل الإحصائي، وبهذا فأن عينة الدراسة قد تكونت من 116 استبانة غير

صالحة للتحليل الاحصائي، وبهذا فأن عينة الدراسة قد تكونت من 100 طالبا وطالبة، أي ما نسبته 28% من مجتمع الدراسة، والجدول رقم (2) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً للمتغيرات الشخصية، ويوضح الجدول رقم (1) الاستبانات الموزعة والمستوردة.

الجدول رقم (01): يبين الاستبانات الموزعة والمستوردة

استبانات الموزعة			استبانات المستوردة		استبانات الصالحة للتحليل		
عدد	النسبة المئوية من المجتمع	عدد	النسبة من الموزعة	عدد	النسبة من الموزعة	النسبة من المستوردة	
122	30%	116	29%	100	94%	96%	

4. مصادر جمع البيانات:

اعتمد الباحث على مصدرين رئيسيين لجمع المعلومات والبيانات اللازمة للدراسة؛ والتي تمثلت في :

المصادر الثانوية: تمثلت هذه المصادر في مجموعة من الكتب والدوريات ذات العلاقة بموضوع البحث، إضافة إلى المعلومات المتوفرة حول الموضوع والموجودة على المواقع المعتمدة على الإنترنت.

المصادر الأساسية: ولأغراض الحصول على البيانات اللازمة للوصول إلى النتائج المطلوبة من الدراسة فقد تم تطوير استبانة ذات علاقة بموضوع الدراسة، وذلك بالاعتماد على الإطار النظري لهذه الدراسة، والدراسات السابقة التي تم عرضها سابقاً، حيث تكونت هذه الاستبانة من ثلاث أجزاء اشتمل الجزء الأول منها على المعلومات الشخصية المتعلقة بأفراد مجتمع الدراسة، والتي تمثلت في: الجنس، السنة الدراسية.

وتكون الجزء الثاني من الاستبانة من مجموعة فقرات تهدف للتعرف على استخدامات وسائل الاعلام الرقمي وأثرها في دعم المنظومة القيمية الجزائرية من وجهة نظر طلبة قسم الاتصال في جامعة الأغواط، وذلك من خلال المجالات الفرعية الآتية:

- **المجال الأول:** وسائل الاعلام الأكثر استخدام لدى العينة ، يتكون من (6) فقرات.
- **المجال الثاني:** الدوافع وراء اهتمامات العينة بمتابعة وسائل الاعلام الجديد ، يتكون من (5) فقرات.
- **المجال الثالث:** انعكاس الاعلام الجديد على قيمة التكافل ، يتكون من (5) فقرات.
- **المجال الرابع:** تأثيرات الاعلام الجديد على قيمة التكافل ، يتكون من (5) فقرات.

وقد تم توزيع التقييم فيها إلى خمسة مستويات أساسية مندرجة كالتي فيما يخص أسئلة الوحدات:

- أوافق بشدة وتعادل 5 درجات
- أوافق تعادل 4 درجات
- لا أوافق تعادل درجتان
- لا أوافق بشدة تعادل درجة واحدة

5. الأساليب الإحصائية المستخدمة في التحليل:

ولغرض تحليل البيانات التي تم جمعها في هذه الدراسة، وذلك من أجل الإجابة عن أسئلة الدراسة، واختبار فرضياتها فقد تم استخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية التي تشمل عليها الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS والتي تتمثل في:

يقصد بالثبات (استقرار المقياس وعدم تناقضه مع نفسه أي أن المقياس يعطي نفس النتائج باحتمال مساوي لقيمة المعامل إذ أعيد تطبيقه في نفس الظروف.

ويستخدم لقياس الثبات معامل كرونباخ والذي يأخذ قيما تتراوح بين الصفر والواحد صحيح فإذا لم يكن هناك ثبات في البيانات فإن قيمة المعامل تكون مساوية للصفر وعلى العكس إذا هناك ثبات تام في البيانات فإن قيمة المعامل تساوي الواحد صحيح أي أن زيادة معامل ألفا كرونباخ تعني زيادة مصداقية البيانات من عكس نتائج العينة على مجتمع الدراسة، والصدق هو الجزر التربيعي لمعامل الثبات.

وجاءت نتيجة الصدق والثبات لفرضيات الدراسة كالتالي:

قيمة الصدق الثبات	درجة عالية من الصدق الثبات	
الفرضية الأولى	62%	79%
الفرضية الثانية	53%	73%
الفرضية الثالثة	81%	90%
الفرضية الرابعة	70%	84%

كما نجد أن قيمة معامل الثبات الكلية للاستبيان هي 88% وقيمة معامل الصدق هي 94% أي أن الاستبيان يتمتع بدرجة عالية من الثبات والصدق
-الوسط الفرضي= مجموع الأوزان / عدد الأوزان

الوسط الفعلي: مجموع اجابات المبحوثين عن عبارة المحور / عدد المبحوثين
فإن زادت قيمة الوسط الفعلي عن قيمة الوسط الفرضي دل ذلك على الاتجاه الايجابي
لاجابات المفحوصين والعكس

تم استخدام مربع كاي لمعرفة الفروق بين اجابات المبحوثين .
فإن زادت قيمة الوسط الفعلي عن قيمة الوسط الفرضي دل ذلك على الاتجاه الايجابي
لاجابات المفحوصين والعكس

تم استخدام اختبار مربع كاي لمعرفة الفروق بين اجابات المبحوثين .

6- تحليل وتفسير النتائج:

أولاً : تحليل وتفسير الجداول

1-الجنس:

جدول رقم (02): يوضح توزيع العينة حسب الجنس

العبارة	العدد	النسبة %
ذكر	49	49
أنثى	51	51
المجموع	100	100

الجدول أعلاه نجد أن 49% من أفراد عينة الدراسة هم ذكور و 51% اناث أن النسبة استخدام الاناث تفوق نسبة الذكور وذلك يوضح اهتمام الاناث بمتابعة وسائل الاعلام الرقمي

2- المستوى التعليمي:

الجدول رقم (03): يوضح المستوى التعليمي

العبارة	العدد	النسبة %
سنة ثالثة ليسانس	46	45
سنة أولى ماستر	51	54
المجموع	100	100

الجدول أعلاه نجد أن 46% من أفراد عينة الدراسة مستواهم سنة ثالثة ليسانس و 54% سنة أولى ماستر، يؤكد أن السنة الثانية ماستر أكثر الذين يتابعون وسائل الاعلام الرقمي وهذا مؤشر إلى درجة الوعي لمستخدمي وسائل الاعلام الرقمي .

المحور الأول: وسائل الاعلام الأكثر استخدام لدى العينة

الجدول رقم (04) : يوضح نتائج المحور الأول

العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المجموع	الوسط الحسابي	الوسط المعياري
فيسبوك	75	21	3	1	0	100	4.70	1.577
تويتر	12	17	43	19	9	100	3.92	1.061
يوتيوب	58	32	5	3	2	100	4.41	1.877
المدونات	9	18	46	20	7	100	3.02	1.015
الانستغرام	9	24	39	19	9	100	3.05	1.077
واتس آب	33	43	9	13	2	100	3.04	1.100
المحور ككل	العدد	196	155	145	75	600	3.69	1.187
	النسبة	32.7	25.8	24.2	12.5	100		

بالنظر إلى الجدول أعلاه فإن العينة وبصورة عامة ترى أن هنالك استخداما كثيرا لوسائل الاعلام الرقمي بوسط حسابي عام (3.69) وهو يعادل نسبة 70% مما يعني أن هنالك دلالة احصائية موجبة لصالح متابعة وسائل الاعلام الرقمي وذلك مقارنة بالوسيط الحسابي الفرضي الناتج من حاصل جمع قوة الاجابة حسب مقياس ليكرت الخماسي .

وبناء على الوسط الحسابي والنسبة المئوية لكل وحدة من وحدات الفئة مقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي (3) فإن تأثير اجابات العينة حسب الوحدات المختلفة كانت فيسبوك كان الأعلى في استخدام العينة لوسائل الاعلام الرقمي وذلك بوسط حسابي (4.70) يليه يوتيوب بوسط حسابي (4.41) ثم واتس آب بوسط حسابي (3.90) ثم انستغرام بوسط حسابي (3.5) ثم تويتر بوسط حسابي وأخيرا المدونات بوسط حسابي (3.2)

الانحراب المعياري يقرأ مقارنة مع الواحد الصحيح فاذا كانت الاجابة (اكبر) من الواحد الصحيح فهذا يعني تشتت آراء العينة نحو الاجابة وعليه تكون الاسباب التي دعت مختلفة

بين أفراد العينة أما إذا كانت الإجابة (أقل) من الواحد الصحيح فهذا يعني تركز اجابات حول الموضوع وعليه تكون العينة متفقة في المسببات التي دعتها للإجابة المحددة. بالنظر إلى الجداول أعلاه فإن العينة كانت آراؤها مشتتة في استخدام موقع تويتر ، انستغرام ، يوتيوب، والمدونات إذ جاءت الإجابة في الانحراف العياري أكبر من الواحد الصحيح وهذا منسجم مع طبيعة الموضوع بينما اتفقت آراء العينة في الإجابة على وحدتي واتس آب. فيس بوك، اذ كانت الإجابة وفق الانحراف المعياري لها أقل من الواحد الصحيح

اذ يبدو جلّيا الانتشار الكبير والاستخدام المفرط لتطبيق واتس آب وموقع فيس بوك في الآونة الأخيرة على نطاق واسع كثرة استخدامه من قبل مل الفئات مما يسرع انتشار الأخبار والمعلومات والشائعات المتداولة عبر تلك المواقع فالفيس بوك كا له دور كبير في المساعدة في انجاح ربيع العربي ، عبره كان يتم تداول المعلومات والاعداد والترتيب للاعتصامات وعبرهم تمت معالجة بعض الظواهر السالبة في المجتمع كذلك توعية والتثقيف منا أنه من خلال الدراسة ساعد في علاج كثير من الحالات من خلال عرضها على الواتس آب والفيس بوك ، كما أن يتوافق ويعزز تقرير الهيئة القومية للاتصالات والذي أشار أكثر استخدامات الجزائريين هي فيسبوك

المحور الثاني: الدوافع وراء اهتمامات العينة بمتابعة وسائل الاعلام الرقمي

الجدول رقم (05): يوضح نتائج المحور الثاني

العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المجموع	الوسط الحسابي	الوسط المعياري
اكتساب المعلومات	81	17	2	0	0	100	4.79	1.456
تبادل الصور	12	28	28	24	8	100	3.12	1.148
التفاعل مع ما ينشر على الموقع	42	42	9	4	3	100	4.16	1.961
عملية النشر والمشاركة	41	47	7	5	0	100	4.24	1.793
التعرف على أصدقاء جدد	23	45	22	8	2	100	3.79	1.957
المحور ككل	199	179	68	41	13	500	4.02	1.048
النسبة	39.8	35.8	13.6	8.2	2.6	100		

بالنظر إلى الجدول أعلاه فإن العينة وبصورة عامة ترى أن هنالك اهتماما كبيرا بوسائل الاعلام الرقمي بوسط حسابي عام (4.2) وهو يعادل نسبة (80.2%) مما يعني أن هنالك دلالة احصائية موجبة لصالح متابعة وسائل الاعلام الرقمي وذلك مقارنة بالوسط الحسابي الفرضي بناء على الوسط الحسابي والنسبة المئوية لكل وحدة من وحدات الفئة مقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي (3) فإن تأثير اجابات العينة حسب الوحدات المختلفة كالتالي وحدة اكتساب المعلومات كانت الأعلى في اهتمام العينة بوسائل الاعلام الرقمي وذلك بوسط حسابي (4.79) تليها في التأثير حسب اهتمام العينة وحدة (عملية النشر والمشاركة) بوسط حسابي (4.24) ثم وحدة التفاعل مع ما ينشر على الموقع) بوسط حسابي (4.16)

الانحراف المعياري

بالنظر إلى الجدول أعلاه فإن العينة كانت آراؤها مشتتة في موضوع تأثير تبادل الصور إذ جاءت الاجابة في الانحراف المعياري أكبر من الواحد الصحيح وهذا منسجم مع طبيعة الموضوع بينما اتفقت آراء العينة في بقية الوحدات اذا كانت الاجابات وفق الانحراف المعياري لها جميعا أقل من الواحد الصحيح، بالنظر إلى كل الوحدات الأخرى نجدها وحدات علمية من الضرورة أن تتفق الآراء عليها.

ومن ذلك يمكننا القول أن العينة على دراية كافية بالإجابات وأن إجاباتها كانت متسقة علميا مع المطلوبات مما يؤكد درجة الثبات والصدق في الاستمارة كما يوضح الايجابية في تعامل العينة مع وسائل الاعلام الرقمي فكان تبادل المعلومات جاء النسبة الأعلى وهذا يشير إلى أن العينة تستفيد من هذه المواقع في التعلم وزيادة المعارف كما تأتي عملية النشر والمشاركة في الترتيب الثاني من حيث الاستخدام لدى العينة، وهذا يدل على تفاعل العينة واهتمامها بالنشر والمشاركة عبر المواقع، ويأتي في الترتيب الثالث التفاعل مع ما ينشر عبر المواقع وهذا يوضح مدى سرعة وصول مضامين الاعلام الرقمي وكذلك يبين أهمية الاعلام الرقمي .

المحور الثالث: انعكاس الاعلام الرقمي على قيمة التكافل

الجدول رقم 06: يوضح نتائج المحور الثالث

العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المجموع	الوسط الحسابي	الوسط المعياري
المجموعات الانسانية والخيرية دفعتني لمساعدة الآخرين	52	37	8	2	1	100	4.37	1.800
أساهم دائما في علاج الحالات التي تعرضها المبادرات عبر وسائل الاعلام الرقمي	24	48	20	7	1	100	3.87	1.895
أشعر بالمسؤولية في إيصال معلومات عن المحتاجين عبر وسائل الاعلام الرقمي	46	38	13	3	0	100	4.27	1.802
تفاعلات مع الحالات التي تعرضها المبادرة عبر وسائل الاعلام الرقمي	39	47	10	4	0	100	4.21	1.782
الاعلام الرقمي له تأثير ايجابي على قيمة التكافل	57	35	6	1	1	100	4.21	1.782
المحور ككل	218	205	57	17	3	500	4.24	1.828
	النسبة %	43.6	41	3.4	0.6	100		

بالنظر إلى الجدول أعلاه فإن العينة وبصورة عامة ترى أن الاعلام الرقمي له انعكاس واضح على قيمة التكافل بوسط حسابي عام (4.24) وهو يعادل نسبة (80.24%) مما يعني أن هنالك دلالة احصائية موجبة لصالح انعكاس الاعلام الرقمي على قيمة التكافل وذلك مقارنة بالوسط الحسابي الفرضي الناتج من حاصل جمع قوة الاجابة حسب مقياس ليكرت الحماسي على الوسط الحسابي والنسبة المئوية لكل وحدة من وحدات الفئة مقارنة مع

الوسط الحسابي الفرضي (3) فإن اجابات العينة حسب الوحدات المختلفة كانت كالتالي الأعلى أن الاعلام الرقمي له تأثير ايجابي على قيمة التكافل بوسط حسابي (4.46) يليه المجموعات الانسانية والخيرية دفعتي لمساعدة الآخرين بوسط حسابي (4.21) ثم اساهم دائما في علاج الحالات التي تعرضها المبادرات عبر وسائل الاعلام الرقمي بوسط حسابي (3.87)

الانحراف المعياري:

بالنظر إلى الجدول أعلاه فإن العينة اتفقت آراءها في كل الوحدات اذ كانت الاجابات وفق الانحراف المعياري لها جميعا أقل من الواحد الصحيح. ومن ذلك يمكننا القول أن العينة على دراية كافية بالاجابات وأن اجاباتها كانت متسقة علميا مع المطلوبات مما يؤكد درجة الثبات والصدق في الاستمارة ويوضح ذلك طبيعة المجتمع الجزائري الذي يتميز بالتكافل والمروءة والكرم الفياض وأن اغائة الملهوف ونجدة الضعيف هي سمة المجتمع، لذلك كان التفاعل كبير مع الحالات التي تم عرضها عبر وسائل الاعلام الرقمي للمساعدة.

المحور الرابع : تأثيرات الاعلام الرقمي على قيمة الكافل

الجدول رقم (07): يوضح نتائج المحور الرابع

العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المجموع	الوسط الحسابي	الوسط المعياري	
عبر التأثيرات الاقتصادية	31	52	10	7	0	100	4.07	1.832	
عبر التأثيرات النفسية	27	52	15	5	1	100	3.99	1.847	
عبر التأثيرات السلوكية	33	46	16	5	0	100	4.07	1.832	
عبر التأثيرات المعرفية	36	49	9	4	2	100	4.13	1.884	
عبر التأثيرات الاجتماعية	46	45	7	1	1	100	4.34	1.742	
المحور ككل	العدد	173	244	57	22	4	500	4.12	1.83
	النسبة %	34.6	48.8	11.4	4.4	0.8	100		

بالنظر إلى الجدول أعلاه فإن العينة وبصورة عامة ترى أن الاعلام الرقمي له تأثير واضح على قيمة التكافل بوسط حسابي عام (4.12) وهو يعادل نسبة (80.12%) مما يعني أن هنالك دلالة احصائية موجبة لصالح تأثير الاعلام الرقمي على قيمة التكافل وذلك مقارنة بالوسط الحسابي الفرضي الناتج من حاصل جمع قوة الاجابة حسب مقياس ليكرت الخماسي بناء على الوسط الحسابي والنسبة المئوية لكل وحدة من وحدات الفئة مقارنة مع الوسط الحسابي الفرضي (3) فإن اجابات العينة حسب الوحدات المختلفة كانت كالتالي الأعلى أن الاعلام الرقمي له تأثير ايجابي على قيمة التكافل عبر التأثيرات الاجتماعية بوسط حسابي (4.34) يليه عبر التأثيرات المعرفية بوسط حسابي (4.12) ثم تطابقت نتيجة اجابات العينة في وحدتي التأثيرات الاقتصادية والتأثيرات السلوكية بوسط حسابي (4.7) ثن التأثيرات النفسية بوسط حسابي (3.99)

الانحراف المعياري

بالنظر إلى الجدول أعلاه فإن العينة اتفقت آراءها في كل الوحدات الاجابات وفق الانحراف المعياري لها جميعا أقل من الواحد الصحيح كانت التأثيرات الاجتماعية الأعلى تأثيرا مما يدل أهمية النواحي الاجتماعية لدى العينة وكل هذا يبين أن المجتمع الجزائري مجتمع تكافلي.

ومن ذلك يمكننا القول أن العينة دراية كافية بالاجابات وأن اجاباتها كانت متسقة علميا مع المطلوبات مما يؤكد درجة الثبات والصدق في الاستمارة.

ثانيا: اختبار المحاور

المحور الأول: وسائل الاعلام الأكثر استخدام لدى العينة

الجدول رقم (08): يوضح الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم اختيار مربع كاي

لعبارات المحور الأول

رقم	العبرة	قيمة مربع كاي	درجة الحرية	القيمة الاحتمالية	الاستنتاج
01	فيسبوك	143.040	4	0.00	دالة
02	تويتر	36.200	4	0.00	دالة
03	يوتيوب	121.300	4	0.00	دالة
04	المدونات	48.500	4	0.00	دالة
05	الانستغرام	31.000	4	0.00	دالة
06	واتس آب	59.600	4	0.00	دالة

من الجدول أعلاه نجد أن القيم الاحتمالية لاختيار مربع كاي أقل من 0.05 وهي دالة احصائيا أي توجد فروق ذات دلالة احصائية بين اجابات المبحوثين، بالنظر لقيمة الوسط الحسابي نجدها أكبر من الوسط الفرضي (3) وعليه أخذت آراء المبحوثين القبول على عبارة المحور الأول

المحور الثاني: الدوافع وراء اهتمامك بمتابعة وسائل الاعلام الرقمي

الجدول رقم (09): يوضح الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم اختيار مربع كاي

لعبارات المحور الثاني (الدوافع وراء اهتمامك بمتابعة وسائل الاعلام الرقمي)

رقم	العبرة	قيمة مربع كاي	درجة الحرية	القيمة الاحتمالية	الاستنتاج
01	اكتساب المعلومات	105.620	2	0.00	دالة
02	تبادل الصور	17.600	4	0.00	دالة
03	التفاعل مع ما ينشر على الواقع	81.700	4	0.00	دالة
04	عملية النشر والمشاركة	58.560	3	0.00	دالة
05	التعرف على اصدقاء جدد	55.300	4	0.00	دالة

من الجدول أعلاه أن القيم الاحتمالية لاختيار مربع كاي أقل من 0.05 وهي دالة احصائية أي توجد فروق ذات دلالة احصائية بين اجابات المبحوثين ، وبالنظر لقيمة الوسط الحسابي نجدها أكبر من الوسط الفرضي (3) وعليه أخذت آراء المبحوثين القبول على عبارة المحور الثاني.

المحور الثالث: انعكاس الاعلام الرقمي على قيمة التكافل

الجدول رقم(10): يوضح الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم اختيار مربع كاي

لعبارات المحور الثالث (انعكاس الاعلام الرقمي على قيمة التكافل)

رقم	العبارة	قيمة مربع كاي	درجة الحرية	القيمة الاحتمالية	الاستنتاج
01	المجموعات الانسانية والخيرية دفعتني لمساعدة الآخرين	107.100	4	0.00	دالة
02	أساهم دائما في علاج الحالات التي تعرضها المبادرات عبر وسائل الاعلام الرقمي	66.500	4	0.00	دالة
03	أشعر بالمسؤولية في ايصال معلومات عن المحتاجين عبر وسائل الاعلام الرقمي	49.520	3	0.00	دالة
04	تفاعلات مع الحالات التي تعرضها المبادرة عبر وسائل الاعلام الرقمي	53.840	3	0.00	دالة
05	الاعلام الرقمي له تأثير ايجابي على قيمة التكافل	125.600	4	0.00	دالة

من الجدول أعلاه أن القيم الاحتمالية لاختيار مربع كاي أقل من 0.05 وهي دالة احصائية أي توجد فروق ذات دلالة احصائية بين اجابات المبحوثين وبالنظر لقيمة الوسط الحسابي نجدها أكبر من الوسط الفرض(3)، عليه أخذت آراء المبحوثين القبول على عبارة المحور الثالث.

المحور الرابع: تأثيرات الاعلام الرقمي على قيمة التكافل
الجدول رقم (11) " يوضح الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم اختبار مربع كاي لعبارات المحور الرابع (تأثيرات الاعلام الرقمي على قيمة التكافل)

رقم	العبرة	قيمة مربع كاي	درجة الحرية	القيمة الاحتمالية	الاستنتاج
01	عبر التأثيرات الاقتصادية	52.560	3	0.00	دالة
02	عبر التأثيرات النفسية	84.200	4	0.00	دالة
03	عبر التأثيرات السلوكية	39.440	3	0.00	دالة
04	عبر التأثيرات المعرفية	89.900	4	0.00	دالة
05	عبر التأثيرات الاجتماعية	109.600	4	0.00	دالة

من الجدول أعلاه نجد أن القيم الاحتمالية مربع كاي أقل من 0.05 وهي دالة احصائيا أي توجد ذات دلالة احصائية بين اجابات المبحوثين وبالنظر لقيمة الوسط الحسابي نجدها أكبر من الوسط الفرضي (3) عليه أخذت آراء المبحوثين القبول على عبارة المحور الرابع.

ثالثا: اختبار فرضيات الدراية

الجدول رقم (12) : يوضح نتائج اختبار الفرضيات

رقم	العبرة	قيمة مربع كاي	درجة الحرية	القيمة الاحتمالية	الاستنتاج
01	وسائل الاعلام الأكثر استخدام لدى العينة	149.433	4	0.00	دالة
02	الدوافع وراء اهتمامات العينة بمتابعة وسائل الاعلام الرقمي	281.160	4	0.00	دالة
03	انعكاس الاعلام الرقمي على قيمة التكافل	340.960	4	0.00	دالة
04	تأثيرات الاعلام الرقمي على قيمة التكافل	432.140	4	0.00	دالة

من الجدول أعلاه نجد أن القيمة الاحتمالية لاختبار مربع كاي للمحور الأول أقل من 0.05 وهي دالة احصائيا أي توجد فروق ذات دلالة احصائية بين اجابات المبحوثين اتجاه المحور الأول.

بالنظر لقيمة الوسط الحسابي نجدها أكبر من الوسط الفرضي (3) وعله أخذت آراء المبحوثين الموافقة على المحور الأول

من الجدول أعلاه نجد أن القيمة الاحتمالية لاختبار مربع كاي للمحور الثاني أقل من 0.05 وهي دالة احصائيا أي توجد فروق ذات دلالة احصائية بين اجابات المبحوثين اتجاه المحور الثاني، وبالنظر لقيمة الوسط الحسابي نجدها أكبر من الوسط الفرضي (3) عليه أخذت آراء المبحوثين الموافقة على المحور الثاني.

من الجدول أعلاه نجد أن القيمة الاحتمالية لاختبار مربع كاي للمحور الثالث أقل من 0.05 وهي دالة احصائيا أي توجد فروق ذات دلالة احصائية بين اجابات المبحوثين اتجاه المحور الثالث ، وبالنظر لقيمة الوسط الحسابي نجدها أكبر من الوسط الفرضي (3) عليه أخذت آراء المبحوثين الموافقة على المحور الثالث.

من الجدول أعلاه نجد أن القيمة الاحتمالية لاختبار مربع كاي للمحور الرابعة أقل من 0.05 وهي دالة احصائيا أي توجد فروق ذات دلالة احصائيا بين اجابات المبحوثين اتجاه المحور الرابع، وبالنظر لقيمة الوسط الحسابي نجدها أكبر من الوسط الفرضي (3) عليه أخذت آراء المبحوثين الموافقة على المحور الرابع.

الخاتمة

الخاتمة:

إن الإعلام الرقمي بكل مخرجاته ووسائله هو مجرد أداة، ومن ثم تأثيره على المنظومة القيمية الجزائرية يعتمد على مدى قدرة النشطاء والفاعلين السياسيين والاجتماعيين داخل العالم الداخلي خصوصا على توظيف الإمكانيات التي تتيحها هذه الأدوات بطريقة تعظم قدرة المواطن على الحصول على حقوقه، ويتوقع أنه كلما زادت نسبة إقبال الشباب على استخدام وسائل الاعلام الرقمي من مواقع الشبكات الاجتماعية والمدونات والمواقع الالكترونية المختلفة باعتبارها أدوات سياسية كلما تعاظمت الآثار الاجتماعية والسياسية والثقافية للإنترنت.

توصيات الدراسة:

- 1- اجراء المزيد من البحوث حول النسق القيمي للشباب، وعلاقته بوسائل الإعلام الرقمي ، ورصد التأثيرات المحتملة لاعتمادهم علي تلك الوسائل الالكترونية، سعياً لإحداث المزيد من التواصل مع تلك الفئة المهمة في أى مجتمع.
- 2-توصي الدراسة بتكثيف الدراسات النظرية والعملية والميدانية لرصد ظاهرة إدمان الانترنت ومعرفة مدى انتشارها في المجتمع وآثارها على الشباب بشكل خاص في أدايمهم العلمي وحياتهم الأسرية
- 3-دعم التوعية الأسرية والإعلامية بالمخاطر الاجتماعية والأخلاقية الناجمة عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ومشاركة الأسرة للأبناء في بيان أهمية استخدام الانترنت وتحديد إيجابياته وسلبياته.
- 4-المهم تكاتف عدد من الجهات لدعم المنظومة القيمية لدى الشباب منها: وسائل الإعلام التقليدية والرقمية بجانب مؤسسات التنشئة الاجتماعية والتي منها دور الاسرة والمدرسة والجامعة والجامع أو الكنيسة، وغيرهم من مؤسسات التنشئة الاجتماعية

قائمة المراجع

قائمة المراجع

أولاً: الكتب

1. أحمد بن محمد على المقرئ الفيومي، المصباح المنير، تحقيق عبد العظيم الشناوي، دار المعارف، 1977
2. أسماء عبد العال الجابري ومحمد مصطفى الديب، سيكولوجية التعاون والتنافس والفردية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1998
3. حسني عرض ، أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب، دط
4. رشاد على عبد العزيز موسى، علم النفس الديني، مؤسسة مختار لنشر وتوزيع الكتاب، القاهرة، 1996
5. سعود صالح كاتب، الاعلام الجديد وقضايا التحديات والفرص، دن، 2011
6. شيخاني، الاعلام الالكتروني بين التفاعلية الرقمية ، مصر، رحمة برس للطباعة ونشر والتوزيع، 2010
7. عبد المنعم الحفني، المعجم الشامل لمصطلحات الفلسفة، مكتبة مدبولي، القاهرة، 2000
8. عبد الودود مكروم، الأحكام القيمية الإسلامية، لدى الشباب الجامعي، رؤية تربوية، ط ١، مكتبة إحياء التراث الإسلامي، القاهرة، 1994
9. كاظم شنون المقدادي :الاعلام الدولي الجديد وتصدع السلطة الرابعة، ط1 ، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013
10. محمد بن المكرم بن أبي الحسن بن أحمد الأنصاري، لسان العرب، تحقيق عبد الله على الكبير وآخرون، مجلد 5 ، المعارف ، القاهرة ، 1981
11. محمد فراح عبد السميع، دور مواقع التواصل لاجتماعي في تسويق مصر كمقصد سياحي ولي، جامعة الفيوم ، مصر، 2012
12. موسى جواد الموسوي: الاعلام الجديد تطور الأداء الوسيلة والوظيفة، الطبعة الالكترونية الأولى، سلسلة مكتبة الاعلام والمجتمع، بغداد ، 2011،
13. نبيل عبد الفتاح حافظ وآخرون، مقدمة في علم النفس الاجتماعي، مكتبة زهران الشرق، القاهرة 1998
14. نوف بنت مبارك عبد الله باريك :الخصوصية في الشبكات الاجتماعية، المقالات العلمية، مركز التمييز لأمن المعلومات
15. ياسين خضير البياني: الاعلام الجديد الدولي الافتراضي الجديد، ط 1، دار البداية ناشرون وموزعون، الإمارات العربية المتحدة، بغداد، 2014

ثانياً: المذكرات

16. بخوش إيمان، مرزوقي حسام الدين، الويب 0.2 ، الشبكات الاعلامية والاعلام الجديد، رسالة في ليسانس في الاعلام والاتصال، جامعة باجي مختار، عنابة، 2009
17. محمد منصور :تأثير شبكات التواصل على جمهور المتلقين، رسالة ماجستير في الاعلام والاتصال الأكاديمية لعربية في الدانمارك ، 2012،
18. مريم نريماننومار : استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في الفئات الاجتماعية، دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر، مذكرة مكلمة لنيل شهادة الماجستير، باتنة، 2012

ثالثاً: المجالات

19. إبراهيم أحمد الشمسي، "تأثير وسائل الإعلام على قيم الأبناء في عصر العولمة"، مجلة الرسالة، عدد 8، 2003، القاهرة ، 2003،
20. رونالد ج. ويلولر، جوزيف و. ليكاتا: "القيم والتقييم في ممارسة الإدارة التربوية"، تعريب عبد الودود مكروم وإبراهيم الزهيري وعبد الناصر العساسي، مجلة التربية، العدد الثامن، يناير 2003 ، الجمعية المصرية للتربية المقارنة، القاهرة، 2003
21. زكي حسين الوردي :صحافة المدونات الإلكترونية علي الانترنت الباحث الإعلامي ،العدد 3،بغداد 2007
22. كوثر حسين كوجك، " تعليم وتعلم القيم والأخلاق يبدأ من رياض الأطفال"، مجلة التربية الأخلاقية، يناير 2005 ، المشروع القومي للتربية الأخلاقية، القاهرة، 2005
23. ميرة شيخاني :الاعلام الجديد في عصر المعلومات ، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد الأول 2010،
24. نصر الدين العياضي: في البحث عن العلاقات بين المدونات الالكترونية والصحافة، مجلة الثقافات البحرية، العدد 24، 2011

رابعاً : الكتب الأجنبية

25. Geraldine Coliman: Issues in Education, View From the Other Side of the Room, Op. Cit.
26. Geraldine Coliman: Issues in Education, View From the Other Side of the
27. Peter H.Martorella: Elementary Social Studies, Developing Reflective,Competent and Concerned Citizens, Little, Brown and Company, Toronto,1985.

خامساً : الأنترنت

28. www.adawi.com.

.

الملاحق



جامعة عمار - تليجي - الأغواط.
كلية العلوم الانسانية والاسلامى
قسم الاتصال وعلاقات عامة



تخصص: الاتصال وعلاقات عامة
الموضوع بـ:

استمارة استبيان

في اطار انجاز مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في الاتصال
وعلاقات عامة تخصص: الاتصال وعلاقات عامة تحت عنوان :
" استخدامات وسائل الاعلام الرقمي وأثرها في دعم المنظومة القيمية الجزائرية
دراسة على قيمة التكافل في الجزائر " .

نأمل منكم التكرم بالإجابة على أسئلة الاستبيان بدقة ، فمشاركتكم ضرورية ورأيكم
عامل أساسي من عوامل نجاحنا . ونحيطكم علما أن جميع إجاباتكم لن تستخدم إلا
أغراض البحث العلمي فقط و تفضلوا منا بقبول فائق التقدير والاحترام

:-

السنة الجامعية 2021/2022

القسم الأول: البيانات الشخصية

نرجو منكم التكرم بالإجابة المناسبة على التساؤلات التالية وذلك بوضع إشارة (x) في المربع المناسب لاختيارك.

1-الجنس: ☐ ذكر ☐ أنثى

2- مستوى الدراسي: ☐ ثلاثة ليسانس ☐ أولى ماستر

المحور الأول: وسائل الاعلام الأكثر استخدام لدى العينة

العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
فيسبوك					
تويتر					
يوتيوب					
المدونات					
الانستغرام					
واتس آب					

المحور الثاني: الدوافع وراء اهتمامات العينة بمتابعة وسائل الاعلام الرقمي

العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
اكتساب المعلومات					
تبادل الصور					
التفاعل مع ما ينشر على الموقع					
عملية النشر والمشاركة					
التعرف على أصدقاء جدد					

المحور الثالث: انعكاس الاعلام الرقمي على قيمة التكافل

العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
المجموعات الانسانية والخيرية دفعتني لمساعدة الآخرين					
أساهم دائما في علاج الحالات التي تعرضها المبادرات عبر وسائل الاعلام الرقمي					
أشعر بالمسؤولية في إيصال معلومات عن المحتاجين عبر وسائل الاعلام الرقمي					
تفاعلات مع الحالات التي تعرضها المبادرة عبر وسائل الاعلام الرقمي					
الاعلام الرقمي له تأثير ايجابي على قيمة التكافل					

المحور الرابع : تأثيرات الاعلام الرقمية على قيمة الكافل

العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
عبر التأثيرات الاقتصادية					
عبر التأثيرات النفسية					
عبر التأثيرات السلوكية					
عبر التأثيرات المعرفية					
عبر التأثيرات الاجتماعية					