

تأثيرات وسائل الإعلام الجديد على الشباب الجامعي

أ.م. صاحب أسعد ويس الشمري

كلية التربية، جامعة العراق

- **الملخص:** يهدف البحث إلى التعرف على مدى استخدام الشباب الجامعي لوسائل الإعلام الجديد، وأبرز انعكاسات وتأثيرات وسائل الإعلام الجديد من وجهة نظر الشباب الجامعي، والمدى الذي يحدث فيه التأثير، وكذلك التعرف على وجهة نظر الشباب الجامعي في علمية وأخلاقية ومصداقية ما يبث وينشر عبر وسائل الإعلام الجديد، حيث بلغت عينة الدراسة (489) طالباً وطالبة، كانت أداة البحث عبارة عن استبانة مكونة من جزئين قام الباحث بإعدادها واستخراج صدقها وثباتها، أما أبرز النتائج التي توصل إليها البحث، فتمثلت في أن غالبية الشباب الجامعي تستخدم وسائل الإعلام الجديد بصورة واسعة، وإن البعد الأخلاقي هو أكثر الأبعاد تأثراً بوسائل الإعلام الجديد يليه البعد الأسري، ثم البعد الثقافي، كما أشارت النتائج إلى أن آراء الشباب الجامعي حول المدى الذي تحدث فيه التأثيرات المختلفة لوسائل الإعلام الجديد (سواء أكانت ضمن المدى القريب أم المتوسط أم المتوسط) متقاربة نوعاً ما، وكذلك إن أغلبيتهم غير متأكدين من كون ما يبث وينشر عبر وسائل الإعلام الجديد سليم من الناحية العلمية، وأن النسبة الأكبر من الشباب الجامعي ترى أن ما يبث وينشر عبر وسائل الإعلام الجديد سليم من الناحية الأخلاقية، وأنه كلما زادت ساعات استخدامهم لوسائل الإعلام الجديد أصبحوا متأثرين بها ومؤمنين بصدقها بصورة أكبر، وفي ضوء النتائج التي تم التوصل إليها قدم الباحث مجموعة من التوصيات والمقترحات.

- **الكلمات المفتاحية:** التأثيرات، وسائل الإعلام الجديد، الشباب الجامعي.

The effects of new media on University Youth

Sahib Asaad weis Al-shimari

Asst. Prof. of Educational Psychology

Samarra University - Iraq

-**Abstract:** The research aims to look at the extent to which University Youth use the means of new media, and highlighted the implications and effects of new media from the youth point of view, and the extent to which the impact occurs, as well as to identify the youth's point of view in the scientific, ethical and credibility of what is broadcast and published through the means of new media, reaching the study sample (489) students, the search tool is a questionnaire consisting of two parts. The researcher prepared and extract sincerity and persistence, either the main findings of the research were: that the majority of young people are using new media widely, and that the ethical dimension is more affected by means of new media, followed by family dimension, then the cultural dimension. The results indicated that young people's

views about the extent to which the various effects of the means of new media occur (whether within the near-term, medium-term or close) converged somewhat, as well as most of them are not sure of the fact that what is broadcast via the new media scientifically valid, and that the largest proportion of young people see that what is broadcast across new media morally valid, and when spend more hours of use of the means of new media have become more influenced by and are genuine believers are larger, and in the light of the results reached by the researcher presented a set of recommendations and proposals.

- **key words:** Effects, the new media, University young people.

- **مقدمة وأهمية البحث:** شهدت البشرية عبر تاريخها ظهور العديد من الاختراعات التي أثرت تأثيراً جذرياً على حياة الناس، فقد شهد القرن الماضي على سبيل المثال ظهور ابتكارات تقنية بالغة التأثير مثل السيارة والتلفزيون والراديو والكمبيوتر، والتي بالرغم من التأثيرات الكبيرة التي أحدثتها، إلا أن تلك التأثيرات لا تزيد في أهميتها على تلك التي حققها الإنترنت اليوم من جهة سرعة تلك التأثيرات وعمقها وانتشارها، وغيرها من إمكاناته الكامنة التي لم يظهر منها حتى الآن سوى قمة جبل الجليد، إن أهمية الإنترنت تكمن في قدرته على تغيير مفاهيم الاتصال وتوزيع المعرفة والانتشار الواسع السريع، وقد ازدادت تلك الأهمية مع ظهور وانتشار شبكات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر وانستغرام ويوتيوب وغيرها، والتي استطاعت أن تغير بشكل كبير طريقة تواصل الناس وتفاعلهم، وطريقة تسويق المنتجات وبيعها، وطريقة تواصل الحكومات مع المواطنين، وطريقة أداء الشركات لأعمالها، كما أنها غيرت مفهوم العمل التطوعي والكيفية التي يمارس بها الناشطون السياسيون والاجتماعيون والحقوقيون أنشطتهم، وكما نشاهد هذه الأيام فإن الشبكات الاجتماعية بدأت في التأثير في العملية السياسية والديمقراطية نفسها، وبدأت في النزوع كأدوات ثورية التأثير، إن هذه الشبكات الاجتماعية لم تقم فقط كما رأينا بإشعال فتيل الثورة في مصر، ولكنها أشعلت ثورة تفكير ملهم في العالم بأكمله (كاتب، 2011، ص8).

وقد كان لظهور الإعلام الجديد (وهو مصطلح يضم كافة تقنيات الاتصال والمعلومات الرقمية، التي جعلت من الممكن إنتاج ونشر واستهلاك وتبادل المعلومات التي نريدها، في الوقت الذي نريده، وبالشكل الذي نريده، من خلال الأجهزة الالكترونية (الوسائط) المتصلة أو غير المتصلة بالإنترنت، والتفاعل مع المستخدمين الآخرين كأننا من كانوا وأبنا كانوا (كاتب، 2011، ص6)، كان لظهوره أثره الواسع والكبير على المجتمع وعلى كافة الأبعاد السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وبرز ذلك في تدخل ذلك الإعلام الجديد وتوظيفه داخل ما يُعرف بمُجتمع المعلومات حيث المعرفة والمعلومات المكون الأساسي له، كما أدى بروز الإعلام الجديد إلى بزوغ أدوات وآليات جديدة يستخدمها فاعلون جدد من المدونين ونشطاء الإنترنت في محاولة منهم لإحداث التغيير السياسي والاجتماعي والثقافي داخل مجتمعاتهم، فثارة يتم استخدام تلك الأدوات كوسائل إعلامية؛ جديدة للحصول على الحشد والتجنيد والتعبئة والتنسيق والتمويل والتواصل مع غيرهم وجمع المعلومات، وتكوين التحالفات، وثارة أخرى بالتعبير عن ارتباط ذلك بدورهم المتزايد

في الحياة العامة، وتارة بإدارة حالة من النقاش العام حول بعض قضايا المجتمع في محاوله لوضع أجندته وأولوياته (عبد الصادق، 2011، ص41).

وقد ظهرت وسائل الإعلام الجديد كمصطلح واسع النطاق في الجزء الأخير من القرن العشرين ليشمل دمج وسائل الإعلام التقليدية مثل الأفلام والصور والموسيقى والكلمة المنطوقة والمطبوعة، مع القدرة التفاعلية للكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصالات، وتطبيقات الثورة العلمية التي شهدتها مجال الاتصال والإعلام، حيث ساهمت الثورة التكنولوجية في مجال الاتصال في التغلب على الحيز الجغرافي والحدود السياسية، وأحدثت تغييراً بنوياً للكم والكيف في وسائل الإعلام (الغامدي، 2012، ص7).

ويرتبط الإعلام الجديد في جزء كبير منه بإنتاج المستخدم للمحتوى والاستفادة من مميزات وخصائص ذلك الإعلام الجديد وسهولة استخدامه وانتشاره وإتاحة الفرصة أمام كل فرد للتأثير من خلاله مع التطور المائل في مجال البرمجيات والتطبيقات على الإنترنت مما عمل على السهولة الفنية للمستخدم في المشاركة في تقديم المعلومات وإنشاء المحتوى فتم التطور من إنشاء المواقع المختلفة إلى البريد الإلكتروني، ثم إلى غرف الدردشة والمنتديات ثم المدونات والتي أصبحت عُنصرًا جاذبًا للعديد من دول العالم بسبب شكلها وتصميمها ومجانيها وملائمتها للتشاكز بالنص والصوت والصورة بما أثر في بروز ظاهرة جديدة من المدونين يُمكنهم التأثير في الرأي العام حول العالم وفي إطار نوع من الإحساس بالذات وبالآخرين ومُتطلبات الفرد والجماعة (عبد الصادق، 2011، ص17).

لقد كان لوسائل الإعلام الجديد دور كبير في تغيير الطبيعة القديمة أو التقليدية للإعلام، حيث يشير (العبد والعبد 2007) إلى أنها لم تلغ وسائل الاتصال القديمة لكنها تطورها وتغيرها بشكل واسع، من خلال:

- 1- إن الاتصال الجماهيري لم يعد عملية أحادية الاتجاه تسير فيه المعلومات من المرسل إلى المستقبل، بل أصبحت عملية تفاعلية.
- 2- إن الجمهور لم يعد متلقيًا سلبيًا بل أصبح له دور إيجابي وسيطرة أكبر على عملية الاتصال من خلال تحديده للتوقيت والمحتوى والنوعية والأسلوب.
- 3- لم تعد الرسالة موجهة إلى مجموعات ضخمة من الجماهير الموزعة على مناطق كثيرة، بل أصبحت توجه إلى جماهير منتقاة.
- 4- لم تعد عملية الاتصال تهدف إلى تحقيق وظائف الأخبار وربط المجتمع والحفاظ على تراث الأمة فقط، بل أصبحت تهدف إلى أشياء أخرى من أهمها تقديم الخدمة المباشرة للجمهور كالخدمة التسويقية والمعلومات والتصويت والتعليم وعقد اللقاءات.
- 5- لم تعد العملية الاتصالية تخضع للسيطرة الكاملة للقائم بالاتصال.
- 6- إن الحدود التي تميز أو تفرق بين الوسائل المستخدمة لم تعد فاصلة كما كانت في السابق بل تداخلت وامتزجت، فقد تلاشت الحدود الفاصلة بين المرئي والمسموع، والمرئي والمكتوب (العبد والعبد، 2007، ص53 - 54).

7- ظهور ما يعرف بالتخطي المعلوماتي للحدود القومية، وظهور إشكاليات الذاتية الثقافية، وكيفية المحافظة عليها في مواجهة الهيمنة الثقافية (عبد الرحمن، د-ت، ص53).

لقد جاءت هذه الإنجازات المبهرة نتيجة لشيوع استخدام الوسائل المستحدثة على نطاق جماهيري، ذلك أن استخدام كل تكنولوجيا من تكنولوجيات الاتصال يمر عبر مراحل متصاعدة تخدم التكنولوجيا فيها بدايةً قطاعاً صغيراً من المعنيين الذين يقومون بأعمال محدودة المجال، وتصل في آخرها إلى التعامل الجماهيري الواسع النطاق، مما يؤهلها للتأثير في الحياة بل وتغييرها حقيقة على نحو يتفاوت في مدى جذريته (فتحي، 2003، ص11).

وبالرغم من تباين الرؤى والاتجاهات حول ماهية الإعلام الجديد وطبيعة السياقات التاريخية التي ظهر فيها، إلا أن هناك إجماعاً على أن هذا الأخير أضفى بحق مرحلة انتقلت فيها أدوات الاتصال وتطبيقاته المختلفة إلى يد الجمهور، ولم تعد حكراً على المؤسسات الإعلامية، خاصة بعد التزاوج بين تكنولوجيا الاتصال الحديثة والوسائط المتعددة والكمبيوتر، وهو ما تمخض عنه أشكال جديدة للاتصال والتواصل، وبناء المضامين والرسائل الإعلامية وتدققها بشكل حر بين جمهور المستخدمين، فلم تعد وظيفة الهواتف النقالة تقتصر على التخاطب والتواصل عن بعد فحسب، بل صار لها وظائف وأدوار جديدة أكثر ديناميكية، حيث أصبحت تستخدم في إرسال دعوات المظاهرات السياسية والحقوقية، أو لنشر المعلومات بطرق سريعة وأقل تكلفة، كذلك الأمر بالنسبة لشبكة الانترنت وتطبيقاتها المتعددة، على غرار الصحافة الإلكترونية والمواقع المتعددة المضامين والمحتويات، التي استطاعت تجاوز ضغوط الرقابة والقيود والعراقيل القانونية لتعطي بذلك هامش أكبر من الحرية في التعبير وإبداء الرأي لجمهورها من المستخدمين، وليست المدونات ومواقع التواصل الاجتماعي سوى نماذج واضحة لتغير وتطور أشكال الاتصال في ظل الإعلام (فتيحة، 2012، ص2-3).

وهناك علاقة ترابطية بين أنماط القيم على اختلاف أنواعها ومؤسسات التنشئة الاجتماعية، ومنها وسائل الإعلام، إذ كلما كانت هذه المؤسسات قادرة أو محيأة وتسير في الاتجاه المرسوم لها من أجل نقل القيم الأصيلة من جيل إلى آخر، وتنمية قيم تتماشى ومتطلبات العصر، كانت الأجيال الصاعدة منسجمة بهذه القيم، أما إذا كانت تلك المؤسسات غير قادرة أو غير فاعلة، أو منسحبة وتاركة للمجال أمام مصادر تنشئة أخرى كوسائل الإعلام الخارجية غريبة وشرقية، وأمام كل السلوكيات السلبية التي تظهر في الفضاءات غير الخاضعة للضبط الاجتماعي، أو التي تفلت من مراقبة القانون لسبب أو آخر، فإن ذلك يؤدي لأن تنكسب هذه الأجيال أنماطاً سلوكية تتناقض والقيم السائدة (بو معيزة، 2006، ص4).

وتشير (طالة 2014) إلى أن التأثيرات السلبية تكون في جزء منها فيما يأتي:

- 1- إنها تؤدي إلى تساهل الفرد فيما يتعلق بالعبادات والمعاملات والعمل الصالح عامة.
- 2- إنها تحدث الإحساس بالعزلة، فاستخدامها قد يكون تعبيراً عن حاجة للتواصل أو الانتماء إلى الآخرين، غير أن هذا الارتباط غير حقيقي بل رمزي.
- 3- إنها تؤثر سلباً على مهارات التواصل الشخصي مما يضعف النسيج الاجتماعي.
- 4- إنها تجعل الفرد يخصص وقتاً محدوداً للعائلة وتكوين الأصدقاء مما يؤدي إلى تضيق المحيط الذي يعيش فيه الفرد.

5- إنها تؤثر على منظومة العادات والقيم الخاصة بالمجتمع، وتؤثر على المنظومة الأخلاقية للمجتمع.
6- إنها تضعف الحساسية تجاه بعض الموضوعات كالنعف والجريمة والانحلال الأخلاقي وغيرها (طالة، 2014، ص 132 - 136).

7- تشكيل الإطار المرجعي للفرد بشكل مغاير للإطار المرجعي للأسرة والجماعة، مما ينعكس على السلوكيات الممارسة في المجتمع سواء من قبل الصغار أو حتى من قبل الكبار الذين يناط بهم تنشئة الأطفال، إذ أن المعلومات المتدفقة التي تبثها شبكات الإعلام الدولية، والتي غالباً ما تسيطر عليها القيم الغربية، لا تتناسب مع تقاليدنا وقيمنا الشرقية الأصيلة (عمارة، 2000، ص 96).

وقد تعددت الدراسات التي تناولت موضوع الإعلام الجديد والشبكات الاجتماعية وتأثيراتها المختلفة ومنها دراسة (ساري 2006) التي هدفت إلى معرفة تأثيرات الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية في المجتمع القطري، بلغت عينة الدراسة (471) فرداً من دولة قطر، وزعت عليهم استبانة قام الباحث بإعدادها واستخراج صدقها وثباتها، وقد توصلت الدراسة إلى أن أفراد العينة من كلا الجنسين يستخدمون الإنترنت في حياتهم اليومية بنسب متفاوتة، لكن تأثير الإنترنت في الإناث كان أكثر من تأثيره في الذكور، كما تبين أيضاً أن لمتغيري التعليم وعدد ساعات الاستخدام أثراً في هذا التأثير، وأشارت النتائج أيضاً إلى أن الاتصال عبر الإنترنت ترك تأثيراً في اتصال أفراد العينة الشخصي المباشر مع أسرهم، وتأثيراً في اتصالهم بأصدقائهم ومعارفهم، كما تبين أن هناك قدرة للاتصال عبر الإنترنت في تكوين علاقات عاطفية قوية جعلت بعضهم لا يمانع فكرة الزواج عبر الإنترنت، وتوصلت الدراسة أيضاً إلى وجود تأثير للإنترنت في نسق التفاعل الاجتماعي بين أفراد العينة وبين أقرانهم تمثل في تراجع عدد زياراتهم لأقاربهم، وتراجع في نشاطاتهم الاجتماعية، ومن النتائج الأخرى التي توصلت إليها الدراسة قدرة الإنترنت على توسيع شبكة العلاقات الاجتماعية لأفراد العينة، وعلى شعورهم بالاعتزاز عن مجتمعهم المحلي (ساري، 2006، ص 295 - 351).

وكذلك دراسة (نجم والرواس 2011) التي هدفت إلى توصيف العلاقة بين وسائل الإعلام الجديدة والمعرفة السياسية لدى طلبة جامعة السلطان قابوس والتعرف على اتجاهاتهم نحو المواقع الإلكترونية، بلغت عينة الدراسة (370) طالباً وطالبة، وكانت أداة الدراسة عبارة عن استبيان قام الباحثان بإعداده واستخراج صدقه وثباته، أما أبرز النتائج فكانت: تصدرت القضايا السياسية الداخلية مجال اهتمام طلاب جامعة السلطان قابوس، وتلاها مباشرة القضايا السياسية العالمية، ثم القضايا الإقليمية، وإن أسباب تفضيل المواقع الإلكترونية لدى طلاب جامعة السلطان قابوس تكمن في العوامل التالية بالترتيب: الجراة في معالجة الموضوعات الصحفية، وابتعادها عن التوجه الحكومي (نجم والرواس، 2011، ص 46 - 86).

أما دراسة (الديبسات والطاهات 2012) فقد هدفت إلى معرفة معدلات استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي الرقمية، والكشف عن العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الرأي العام لدى الطلبة، ومستوى منافسة شبكات التواصل الاجتماعي لوسائل الإعلام التقليدية باعتبارها مصادر للأخبار والمعلومات، كانت أداة الدراسة عبارة عن استبانة لمسح آراء الطلبة قام الباحثان بإعدادها، لغت عينة الدراسة (291) طالباً وطالبة، أما أهم نتائجها فكانت: انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الطلبة، وأن تلك الشبكات أصبحت مصدراً من

مصادر حصولهم على الأخبار والمعلومات التي من شأنها التأثير في تشكيل الرأي العام، ومنافسة لوسائل الإعلام التقليدية والصحافة الإلكترونية في ذلك، وكان بعض معلوماتها إيجابياً مثل تعزيز الروح الوطنية والولاء والانتماء، والبعض الآخر سلبياً مثل محاولة ربط الأحداث الجارية بالوضع الداخلي، والتشكيك في مصداقية ما تنبئه وسائل الإعلام الوطنية الرسمية وشبه الرسمية، والتحريض على التظاهر أو الإضراب، واستخدام العامل الديني لإثارة سلوك أفراد المجتمع (الديبسات والطاهات، 2012، ص 66-81).

- مشكلة البحث: كان من نتائج التطور العلمي والتكنولوجي الهائل، أن تطورت كافة نواحي الحياة، وتغيرت كافة أشكالها، وعلى الرغم من أن التغيرات في نواح عديدة كانت لها مردودات وآثار إيجابية، إلا أن بعضها كان له من الآثار والانعكاسات السلبية الشيء الكثير، وما يعيننا هنا هو مشكلة ثورة الاتصالات التي كان من سلبياتها (وبعدها واحدة من مؤسسات التنشئة الاجتماعية ذات التأثير الكبير) تشكيل الإطار المرجعي للفرد بشكل مغاير للإطار المرجعي للأسرة والجماعة، مما ينعكس على السلوكيات الممارسة في المجتمع سواء من قبل الصغار أو حتى من قبل الكبار الذين يناط بهم تنشئة الأطفال، إذ أن المعلومات المتدفقة التي تنبها شبكات الإعلام الدولية، والتي غالباً ما تسيطر عليها القيم الغربية، لا تتناسب مع تقاليدنا وقيمنا الشرقية الأصيلة (عمارة، 2000، ص 96).

ومما تجدر الإشارة إليه أن السلطات في أغلب البلدان بدأت تتخوف من الإعلام الجديد بعد أن تزايد عدد المشتركين في مواقع الشبكات الاجتماعية التي تحولت لدى البعض إلى منبر للذين لا منبر لهم، وفي ظرف اكتسى فيه العالم الافتراضي طابعاً مثالياً جعل الكثيرين يعتقدون أن هذا العالم لا يخضع للقوانين، لأن الدول لا تقن نشاط الانترنت، بل (كما تنص القوانين) تضبط نشاط الأشخاص في شبكة الانترنت، وتحدد المبادئ القانونية والآليات التي يمكن أن تشخص هوية من يستخدمون الانترنت لأغراض غير قانونية وغير سليمة (لعياضي، 2015، ص 166).

ويرى (المهدي 2007) أن الاعتقاد السائد حول برامج الترفيه والتسلية كونها محايدة، ولا تتعدى كونها وسائل لملء الوقت وراحة النفس، وليس لها علاقة بالأفكار أو القيم أو التوجهات، اعتقاد خاطئ، لأن الدور الأخطر لوسائل الترفيه والتسلية الإعلامية يكمن في الترويج للزعة الاستهلاكية، وتعزيز قيمة المتعة والمصلحة الشخصية، وحب المكسب، والسعي للنجاح الفردي، وكل هذه الأشياء تسوق كوسائل إشباع بديلة للحاجات الإنسانية الأرقى كالآمان، والتقدير الاجتماعي، والحرية والكرامة، وتحقيق الذات، وقد نجحت الفضائيات ومواقع الانترنت في جذب اهتمام الجماهير والهائها عن معانها ومشاكلها وامتصاص غضبها وتأجيل ثورتها، وهذا يفسر حالة اللامبالاة الشعبية تجاه أحداث جسام كانت تحرك هذه الجماهير بعنف في الماضي، وكأن هذه الجماهير في حالة تخدير ترفيهي وإعلامي يشبه إلى حد كبير حالة متعاطي المخدرات الذين يعيشون واقعاً وهمياً ينعمون به ولا يرغبون في تغييره رغم ما يحيط بهم من كوارث، فالطلاب الجامعيون والعمال، يسرعون في العودة لمنزلهم للاستمتاع بالتجوال بين القنوات الفضائية ومواقع الانترنت والعباب الكمبيوتر، لما تتيحه من لذة تطفئ كثيراً على عائد المطالبة بالحقوق أو التغيير (المهدي، 2007، ص 111-112).

كما أن ثقافة الشباب (وهم أكثر فئة مستهدفة في وسائل الإعلام الجديد) في عصرنا الحالي ليست مقنعة وجادة وقادرة على الحوار والمناظرة ومتابعة المستجدات، وقاصرة عن أداء دورها، لأن هذه الأجيال تمر بأزمة في الثقافة والفكر والثقة، مع هبوط في المستوى الفكري والثقافي والعلمي (القضاة، 2009، ص 449-472).

ومن منطلق أن خصوصية هذه الموضوع تتطلب عدم الاكتفاء بالإطار النظري، بل إجراء الدراسات الميدانية التي تتعرف على المشكلة وتشخصها بصورة علمية موضوعية، لأجل محاولة وضع الحلول المناسبة لها، تتجلى مشكلة البحث الحالي في التعرف على التأثيرات والانعكاسات المختلفة لوسائل الإعلام الجديد على الشباب الجامعي العراقي.

- **أهداف البحث:** يهدف البحث الحالي إلى الإجابة على التساؤلات التالية:

- 1- ما مدى استخدام الشباب الجامعي لوسائل الإعلام الجديد؟
- 2- ما أبرز انعكاسات وتأثيرات وسائل الإعلام الجديد من وجهة نظر الشباب الجامعي؟
- 3- ما وجهة نظر الشباب الجامعي في المدى الذي يحدث فيه التأثير؟
- 4- ما وجهة نظر الشباب الجامعي في البعد الذي يكون أكثر تائراً من غيره؟
- 5- ما وجهة نظر الشباب الجامعي في علمية ما يبث وينشر عبر وسائل الإعلام الجديد؟
- 6- ما وجهة نظر الشباب الجامعي في أخلاقية ما يبث وينشر عبر وسائل الإعلام الجديد؟
- 7- ما وجهة نظر الشباب الجامعي في مصداقية ما يبث وينشر عبر وسائل الإعلام الجديد؟

- **مصطلحات البحث:**

- 1- **الإعلام:** هو النقل الحر والموضوعي للأخبار والمعلومات والوقائع بصورة صحيحة بإحدى وسائل الإعلام مستهدفاً العقل، ولا يهدف لأي غرض سوى الإعلام (جلس ومهدي، 2010، ص 135-180).
- 2- **الإعلام الجديد:** يعرّفه (صادق 2008) بأنه: الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع وتبادل المعلومات عبر الانترنت (صادق، 2008، ص31)، ويعرّفه (كاتب 2011) بأنه: مصطلح يضم كافة تقنيات الاتصال والمعلومات الرقمية، التي جعلت من الممكن إنتاج ونشر واستهلاك وتبادل المعلومات التي نريدها، في الوقت الذي نريده، وبالشكل الذي نريده، من خلال الأجهزة الالكترونية (الوسائط) المتصلة أو غير المتصلة بالإنترنت، والتفاعل مع المستخدمين الآخرين كائناً من كانوا وأينما كانوا (كاتب، 2011، ص6)، ويرى (الغامدي 2012) إن المقصود بوسائل الإعلام الجديدة ببساطة هي وسائل الإعلام الرقمية والتفاعلية والشبكية المطبوعة والمسموعة والمرئية وذلك لتفريقها عن وسائل الإعلام التقليدية (الغامدي، 2012، ص7).

- **منهج البحث وإجراءاته:** استخدم البحث الحالي منهج البحث الوصفي للملائمة مع طبيعة البحث.

- **مجتمع البحث وعينته:** تكون مجتمع البحث الحالي من طلبة كلية التربية - جامعة سامراء/ الدراسة الصباحية للعام الدراسي 2014/2015 الدراسة الصباحية والبالغ عددهم (1886) طالباً وطالبة، أما عينة البحث فقد تألفت من (489) طالباً وطالبة، تم اختيارهم بصورة عشوائية من مجتمع البحث وهي تشكل ما نسبته (25.92%) منه.

- أداة البحث: من أجل تحقيق أهداف البحث قام الباحث وبعد الاطلاع على الأدبيات، وتقديم استبانة مفتوحة للطلبة تضمنت سؤالاً حول أبرز تأثيرات وانعكاسات وسائل الإعلام الجديد عليهم، وبعد جمع الإجابات قام الباحث بصياغة استبانة مكونة من جزأين: تتضمن الجزء الأول أسئلة عامة حول موضوع البحث، وكان الثاني عبارة عن استبانة مكونة من (24) فقرة لمعرفة رأي الطلبة حول أبرز تأثيرات وسائل الإعلام الجديد عليهم في الأبعاد الثقافية والمعرفية والأسرية والأخلاقية والسلوكية والاجتماعية، وبعد ذلك قام الباحث بعرض الاستبانة على مجموعة من الخبراء والمتخصصين لغرض التأكد من سلامتها وملائمتها لموضوع البحث، فأشاروا بصلاحيه الاستبانة للتطبيق.

- الخصائص السيكومترية للأداة: ومن أجل التحقق من صدق الاستبانة قام الباحث باستخدام الصدق الظاهري، وقد تحقق ذلك من خلال عرض الأداة على مجموعة من الخبراء وكما تم ذكره في إجراءات إعداد الأداة، أما ثبات الأداة فقد تم الحصول عليه باستخدام طريقة إعادة الاختبار، حيث قام الباحث بتطبيق الأداة على عينة من مجتمع البحث بلغ عددهم (33) طالباً وطالبة، وبعد ثلاثة أسابيع قام الباحث بإعادة تطبيق الأداة على نفس العينة، باستخدام معامل ارتباط بيرسون تم استخراج معامل الثبات الذي بلغ (0.72).

- الوسائل الإحصائية:

- 1- مربع كاي للتعرف على آراء المحكمين.
 - 2- معامل ارتباط بيرسون لاستخراج معامل الثبات.
 - 3- التكرارات والمتوسطات والنسب المئوية لتحليل استجابات العينة على أداة البحث.
- عرض النتائج ومناقشتها:

أولاً: فيما يتعلق بالهدف الأول والخاص بـ (ما مدى استخدام الشباب الجامعي لوسائل الإعلام الجديد؟) باستخدام التكرارات والنسب المئوية توصل البحث إلى النتائج المبينة في جدول (1)

جدول (1) التكرارات والنسب المئوية لاستخدام الشباب الجامعي لوسائل الإعلام الجديد

نادر		قليل		متوسط		كثير		كثير جداً	
ك	نسبة مئوية	ك	نسبة مئوية	ك	نسبة مئوية	ك	نسبة مئوية	ك	نسبة مئوية
58	11.86	32	6.54	241	49.28	117	23.92	41	8.38

يتضح من الجدول أعلاه أن غالبية الشباب الجامعي تستخدم وسائل الإعلام الجديد بصورة واسعة، إذ كانت نسبة من أجابوا بأنهم يستخدمون وسائل الإعلام الجديد بصورة متوسطة وكثيرة جداً (81.59%) وهي نسبة عالية جداً، وفي هذه النتيجة ما يشير إلى أن انتشار وسائل الإعلام الجديد كبير جداً.

وفي الوقت الذي نسجل فيه هذه النتيجة يجب علينا التنويه للطلبة أنه على الرغم من فوائد التقنيات الحديثة إذا ما تم استخدامها بصورة إيجابية إلا أننا لا بد أن نذكر الأثر الكبير لهذا الاستخدام على التحصيل الدراسي، ففي بحث سابق للباحث حلّ (انتشار الهاتف المحمول ووسائل اللهو الأخرى) في المرتبة الأولى سبباً من أسباب تدني

مستوى التحصيل الدراسي من وجهة نظر المدرسين والمدرسات، فيما جاءت بالمرتبة الرابعة من وجهة نظر الطلبة أنفسهم، وفي هذا ما يشير إلى الأثر الكبير لضعف إدارة الوقت والاستخدام الأمثل له، على الجانب التحصيلي خاصة، وعلى كافة الجوانب الحياتية الأخرى للطلاب والشباب.

ثانياً: فيما يتعلق بالهدف الثاني والخاص بـ (ما أبرز الانعكاسات والتأثيرات لوسائل الإعلام الجديد من وجهة نظر الشباب الجامعي؟) باستخدام التكرارات والمتوسطات توصل البحث إلى النتائج المبينة في جدول (2).

جدول (2) ترتيب انعكاسات وتأثيرات وسائل الإعلام الجديد وفقاً لوجهة نظر الشباب الجامعي

ت	الفقرات	المتوسط	المرتبة
1	لوسائل الإعلام الجديد أثر في تراجع الأخلاق	2.85	الأولى
2	تتيح وسائل الإعلام الجديد الفرصة للتعبير عن الانحلال الأخلاقي	2.81	الثانية
3	تسهم وسائل الإعلام الجديد في زيادة الفجوة بين أفراد الأسرة	2.77	الثالثة
4	أضعفت وسائل الإعلام الجديد التفاعل الاجتماعي بين أفراد المجتمع	2.74	الرابعة
5	سببت وسائل الإعلام الجديد تفكك الأسرة	2.72	الخامسة
6	الرسائل الأخلاقية في وسائل الإعلام الجديد قليلة الأهمية		
7	تؤدي وسائل الإعلام الجديد إلى زيادة الكذب والنفاق والخداع	2.65	السادسة
8	تزرع وسائل الإعلام الجديد اليأس في داخلي	2.60	السابعة
9	أدت وسائل الإعلام الجديد إلى ضعف العلاقات الأسرية	2.59	الثامنة
10	تعزز وسائل الإعلام الجديد الفوارق الثقافية بين الأفراد والمجتمعات	2.55	التاسعة
11	ساهمت وسائل الإعلام الجديد في تنمية قدراتي العقلية	2.40	العاشر
12	الإعلام الجديد ساهم في ابتعادي عن ثقافتي المحلية	2.36	الحادية عشر
13	تساعد وسائل الإعلام الجديد في بناء شخصيتي الاجتماعية		
14	أحاول في سلوكي تقليد النماذج التي أراها في وسائل الإعلام الجديد	2.31	الثانية عشر
15	ينتابني الإحباط عند متابعتي لوسائل الإعلام الجديد	2.24	الثالثة عشر
16	جعلت وسائل الإعلام الجديد وقت اجتماع الأسرة مع بعضها أقل	2.17	الرابعة عشر
17	زادت وسائل الإعلام الجديد من تفهمي لثقافة المجتمعات الأخرى	2.16	الخامسة عشر
18	أسعى لتكون ملابسي متواكبة مع الموضة	2.14	السادسة عشر

• أسباب تدني مستوى التحصيل الدراسي لدى طلبة المدارس الثانوية من وجهة نظر المدرسين والمدرسات والطلبة، بحث منشور في مجلة سر من رأى مجلة علمية محكمة تصدر عن كلية التربية، جامعة سامراء، مج (8) العدد (28) ص 1 - 38.

19	كلما استخدمت وسائل الإعلام الجديد كلما زادت معلوماتي	2.09	السابعة عشر
20	أرى في وسائل الإعلام الجديد مصدراً كبيراً للمعلومات	2.04	الثامنة عشر
21	أعتقد أن السلوك السليم هو السلوك الذي أشاهده في وسائل الإعلام الجديد	2.008	التاسعة عشر
22	تسهم وسائل الإعلام الجديد في تنمية ميولي واهتماماتي العلمية	1.92	العشرون
23	زاد تفاؤلي منذ بدأت باستخدام وسائل الإعلام الجديد	1.90	الحادية والعشرون
24	ترفع وسائل الإعلام الجديد مستوى العلاقات الاجتماعية بين أفراد المجتمع	1.87	الثانية والعشرون

أما فيما يتعلق بالانعكاسات الأقوى، فقد كانت كما مبين في جدول (3).

جدول (3) ترتيب الأبعاد من حيث انعكاسات وسائل الإعلام الجديد عليها وفقاً لاستجابات العينة

ت	البعد	المتوسط	المرتبة
1	البعد الأخلاقي	2.75	الأولى
2	البعد الأسري	2.56	الثانية
3	البعد الثقافي	2.35	الثالثة
4	البعد الاجتماعي	2.34	الرابعة
5	البعد النفسي	2.24	الخامسة
6	البعد السلوكي	2.15	السادسة
7	البعد المعرفي	2.13	السابعة

ويتضح من الجدولين (2) و (3) أن أبرز التأثيرات وأشدّها قوة كانت ضمن البعد الأخلاقي، مما يشير إلى أهمية هذا الجانب، إذ جاءت فقرة (لوسائل الإعلام الجديد أثر في تراجع الأخلاق) بالمرتبة الأولى وبمتوسط بلغ (2.85)، وفي حصول هذه الفقرة على المرتبة الأولى إشارة واضحة إلى أن الشباب الجامعي يعلمون بصورة جيدة أن لهذه الوسائل تأثير سلبي فيما يتعلق بالجانب الأخلاقي للمجتمعات المختلفة من خلال ما يبث وما يتداول فيها، لأنهم يرون؛ وكما تشير الفقرة التي جاءت بالمرتبة الثانية أنها تتيح المجال للتعبير عن الانحلال الأخلاقي، وهذا التعبير الذي قد تضعه بعض المجتمعات ضمن مجال (الحرية) وبسبب الانتشار الواسع سيؤدي إلى تأثر الآخرين بالتقليد أو حتى الموافقة وعدم الاعتراض عليه عند وقوعه.

وفي المرتبة الثانية حلت فقرة (تتيح وسائل الإعلام الجديد الفرصة للتعبير عن الانحلال الأخلاقي) وبمتوسط بلغ (2.81)، فمن المعروف إن من مميزات الإعلام الجديد أن الجمهور يصبح في بعض الأحيان المرسل المصدر، ومن خلال قدرة الفرد على التواصل بصورة كبيرة وواسعة واختيار المادة التي يشاركها الآخرين، فقد تتضمن الأمور المتداولة

أمور تتنافى مع الأخلاق والآداب العامة لمجتمع بعينه أو مجتمعات مختلفة، لذا لا بدّ من التأكيد على ضرورة وجود قنوات رقابة على ما يبثّ ويتداول، أو ما يتعارض مع الأخلاق، أو حتى على الأقل توعية الشباب بالمخاطر المختلفة لوسائل الإعلام الجديد في هذا الجانب، ذلك إن الإعلام ليس مجرد تقنية، بل هو رسالة نابضة بالحياة وبقيمتها النبيلة، رسالة لا بدّ أن تكون ملتزمة بالتقاليد والأخلاق، وأن تكون على قدر كبير من المسؤولية في التعاطي مع قضايا المجتمع وقطاعاته المختلفة (سلاطينة وآخرون، 2012، ص57).

أما بالمرتبة الثالثة فقد جاءت فقرة (تسهم وسائل الإعلام الجديد في زيادة الفجوة بين أفراد الأسرة) ضمن البعد الأسري وبمتوسط بلغ (2.77) إذ مما لا شك فيه أن انشغال أفراد الأسرة وقضاء أغلب أوقات الفراغ أمام شاشات الحاسوب أو باستخدام الهاتف المحمول سيؤدي إلى زيادة المسافات بين الأفراد داخل الأسرة، إذ تشير (الحشمي، 2009) إلى أن الوالدين يتضايقان من طول الساعات التي يقضيها الأبناء في استخدام الانترنت، وأن الانترنت سبب كثير من المشاكل الأسرية (الحشمي، 2009، ص 18 – 19).

أما في المرتبة الرابعة فقد حلت فقرة (أضعفت وسائل الإعلام الجديد التفاعل الاجتماعي بين أفراد المجتمع) وبمتوسط بلغ (2.66)، ولا يخفى على أي فرد أنه على الرغم من أن وسائل الإعلام الجديد تخلق وتبني علاقات اجتماعية كبيرة وواسعة في بعض الأحيان، وتمتد إلى أماكن بعيدة، وثقافات مختلفة في أحيان أخرى، إلا أن هذه العلاقات تتم في واقع افتراضي غير واقعي، بل قد لا يكون فيه أي شيء حقيقي على الإطلاق، وهذا الشك الذي يظل يساور المستخدمين يجعلهم غير جادين في علاقاتهم، وغير ملتزمين بالصدق أو الوفاء أو الالتزام، وباكتشاف حقيقة علاقة معينة عاطفية كانت أم مادية أم اجتماعية أم علاقة صداقة، وما يرافقها من خيبة أمل، وتكرار خيبات الأمل أكثر من مرة، يجعل الأفراد لا يلتزمون اجتماعياً فيها، لضعف ثقمتهم فيها، ومن خلال التعميم، يصبح الفرد ضعيفاً في تفاعله مع الآخرين.

أما فيما يخص الفقرات غير المتحققة والتي لم تحصل على متوسط (2) فأعلى وهي:

- 1- (تسهم وسائل الإعلام الجديد في تنمية ميولي واهتماماتي العلمية) والتي جاءت بالمرتبة العشرين وبمتوسط بلغ (1.92) فعدم تحققها يشير إلى أن العينة تستخدم وسائل الإعلام الجديد في مجالات وميادين قد لا تقترب من الناحية العلمية بشيء، أو أنهم لا يعلمون كيفية استخدام هذه الوسائل في الجوانب العلمية مما أدى إلى هذه النتيجة.
 - 2- (زاد تفاؤلي منذ بدأت باستخدام وسائل الإعلام الجديد) وجاءت بالمرتبة الحادية والعشرين بمتوسط بلغ (1.90) وفي عدم تحققها إشارة إلى عدم قدرة هذه الوسائل على رفع الروح المعنوية للشباب وتجاوز حالة اليأس التي قد تكون سائدة بينهم بسبب الظروف المختلفة التي يمرون بها، وخاصة في بلد يمر بظروف استثنائية كالعراق.
 - 3- (ترفع وسائل الإعلام الجديد مستوى العلاقات الاجتماعية بين أفراد المجتمع) والتي جاءت بالمرتبة الثانية والعشرين وبمتوسط بلغ (1.87)، وفي عدم تحقق هذه الفقرة وحلولها بالمرتبة الأخيرة دلالة صريحة على أن وسائل الإعلام الجديد لم تستطع أن ترتقي بالعلاقات بين الأفراد والجماعات المختلفة داخل المجتمع الواحد.
- ثالثاً:** فيما يتعلق بالهدف الثالث (ما وجهة نظر الشباب الجامعي في المدى الذي يحدث فيه التأثير؟) باستخدام التكرارات والنسب المئوية توصل البحث إلى النتائج المبينة في جدول (4).

جدول (4) التكرارات والنسب المئوية للمدى الذي يحدث فيه التأثير

الفئات	المدى القريب		المدى المتوسط		المدى البعيد	
	ك	النسبة المئوية	ك	النسبة المئوية	ك	النسبة المئوية
نادرا	26	%44.82	17	%29.31	15	%25.86
قليل	7	%21.87	14	%43.75	11	%34.37
متوسط	101	%41.90	98	%40.66	42	%17.42
كثير	15	%12.82	19	%16.23	83	%70.94
كثير جداً	5	%12.19	13	%31.70	23	%56.09
المجموع	154	%31.49	161	%32.92	174	%35.58

ويتضح من الجدول (4) أن آراء العينة حول المدى الذي تحدث فيه التأثيرات المختلفة لوسائل الإعلام الجديد متقاربة نوعاً ما، وإن كانت النسبة التي ترى أن التأثير يكون في المدى البعيد أكبر، ولكن لا يفوتنا أن نذكر أن غالبية فئة الشباب الجامعي الذين يستخدمون وسائل الإعلام الجديد بصورة كثيرة وكثيرة جداً يرون أن التأثيرات تكون في المدى البعيد وليس القريب أو المتوسط، مما يدل أيضاً على أن الاستخدام الأكثر يؤدي إلى نقصان في الاعتقاد بسلبية وتأثير وسائل الإعلام الجديد.

رابعاً: فيما يتعلق بالهدف الرابع والخاص بـ (ما هي وجهة نظر الشباب الجامعي في البعد الذي يكون أكثر تأثراً من غيره؟) باستخدام التكرارات والنسب المئوية توصل البحث إلى النتائج المبينة في جدول (5).

جدول (5) التكرارات والنسب المئوية للبعد الذي يحدث فيه التأثير الأكبر

	ثقافي		معرفي		أسري		مجتمعي		أخلاقي		سلوكي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نادر	9	15.51	1	1.7	10	17.42	19	32.75	1	1.7	18	31.03
قليل	2	6.25	1	3.12	1	3.12	10	31.25	17	53.12	1	3.12
متوسط	31	12.86	29	12.03	28	11.61	80	33.19	71	29.46	2	0.82
كثير	19	16.23	10	8.54	28	23.93	19	16.23	20	17.09	21	17.94
كثير جداً	1	2.43	8	19.51	19	46.34	1	2.43	10	24.39	2	4.87
المجموع	62	12.67	49	10.02	86	17.58	129	26.38	119	24.33	44	8.99

يتضح من الجدول (5) أن الشباب الجامعي يرون أن البعد الأكثر تأثراً بوسائل الإعلام الجديد هو البعد المجتمعي ونسبة بلغت (%26.38)، يليه البعد الأخلاقي بنسبة بلغت (%24.33)، ثم البعد الأسري بنسبة بلغت

(17.58%)، ومن ثم البعد الثقافي بنسبة بلغت (12.67%)، والبعد المعرفي بنسبة بلغت (10.02%)، وأخيراً البعد السلوكي بنسبة بلغت (8.99%).

خامساً: فيما يتعلق بالهدف الخامس والخاص بـ (ما وجهة نظر الشباب الجامعي في علمية ما يبث وينشر عبر وسائل الإعلام الجديد؟) باستخدام التكرارات والنسب المئوية توصل البحث إلى النتائج المبينة في جدول (6).

جدول (6) التكرارات والنسب المئوية لعلمية ما يبث وينشر عبر وسائل الإعلام الجديد

	سليم 100%		سليم غالباً		بين بين		مشكوك فيه		غير سليم	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نادر	1	1.7	9	15.51	38	65.51	2	3.44	8	13.79
قليل	صفر	0%	21	65.62	9	28.12	1	3.12	1	3.12
متوسط	11	4.56	40	16.59	102	42.32	81	33.6	7	2.9
كثير	صفر	0%	51	43.58	56	47.86	8	6.83	2	1.7
كثير جداً	33	80.84	3	7.31	1	2.43	2	4.87	2	4.87
المجموع	45	9.2	124	25.35	206	42.12	94	19.22	20	4.08

ويتضح من الجدول (6) أن أغلبية العينة غير متأكدة من كون ما يبث وينشر عبر وسائل الإعلام الجديد سليم من الناحية العلمية، إذ بلغت نسبة من يرى أنها بين بين (42.12%) وإذا أضفنا لهم نسبة من يرون أنها مشكوك فيها، ومن يرى أنها غير سليمة من الناحية العلمية فستصبح النسبة (65.44%)، وقد يشير ذلك في واحد من جوانبه إلى أن العينة لا تستخدم هذه الوسائل في الحصول على المعلومات الأكاديمية فيما يتعلق باختصاصاتهم أو دراستهم، لأنهم لو كانوا يستخدمون وسائل الإعلام الجديد في تنمية الجوانب العلمية لربما كان اعتقادهم بعلميتها أعلى نسبة، وما يؤكد ذلك ما نشر إليه بعض الإحصائيات الحديثة المتعلقة بدوافع استخدام الفرد العربي للإنترنت من أن دافع الترفيه والتسلية كان في المرتبة الأولى (عبد الرزاق والساموك، 2011، ص 27).

سادساً: فيما يتعلق بالهدف السادس والخاص بـ (ما وجهة نظر الشباب الجامعي في أخلاقية ما يبث وينشر عبر وسائل الإعلام الجديد؟) باستخدام التكرارات والنسب المئوية توصل البحث إلى النتائج المبينة في جدول (7).

جدول (7) التكرارات والنسب المئوية لأخلاقية ما يبث وينشر عبر وسائل الإعلام الجديد

	سليم 100%		سليم غالباً		بين بين		مشكوك فيه		غير سليم	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نادر	1	1.7	43	74.13	1	1.7	2	3.4	11	18.96
قليل	صفر	0	17	53.12	صفر	0	3	9.3	12	37.5
متوسط	9	3.73	42	17.42	114	47.3	38	15.76	38	15.76
كثير	صفر	0	61	52.13	48	41.02	8	6.83	صفر	0

4.87	2	26.82	11	4.87	2	63.41	26	0	صفر	كثير جداً
12.88	63	12.67	62	33.74	165	38.65	189	2.04	10	المجموع

ويتضح من الجدول (7) أن النسبة الأكبر من الشباب الجامعي ترى أن ما يث وينشر عبر وسائل الإعلام الجديد سليم من الناحية الأخلاقية، إذ كانت نسبة من يرون ذلك من عينة البحث (38.65%)، وقد يكون السبب في ذلك عدم استخدام الشباب الجامعي لهذه الوسائل في قضايا تتنافى مع الأخلاق، أو ربما يكون السبب في ذلك الاعتماد على الأمور والقضايا التي قد لا تكون تتمتع بأخلاقية جيدة، ولكن لكثرة التعرض لها، ولانتشارها الواسع، تفقد سلبيتها وتصبح مادة محايدة من وجهة نظرهم، ولا ننسى أن نشير هنا ومن منطلق الأمانة العلمية إلى أن هذه النتيجة تختلف مع ما توصل إليه البحث الحالي وضمن الهدف الثاني من كون البعد الأخلاقي هو البعد الأكثر تأثراً بوسائل الإعلام الجديد من خلال فقرات هذا البعد التي أشارت إلى أن: (لوسائل الإعلام الجديد أثر في تراجع الأخلاق) والتي جاءت بالمرتبة الأولى، وكذلك فقرة (تتيح وسائل الإعلام الجديد الفرصة للتعبير عن الانحلال الأخلاقي) التي جاءت بالمرتبة الثانية.

سابعاً: فيما يتعلق بالهدف السابع والخاص بـ (ما وجهة نظر الشباب الجامعي في مصداقية ما يث وينشر عبر وسائل الإعلام الجديد) باستخدام التكرارات والنسب المئوية توصل البحث إلى النتائج المبينة في جدول (8).

جدول (8) التكرارات والنسب المئوية لمصداقية ما يث وينشر عبر وسائل الإعلام الجديد

غير سليم	مشكوك فيه		بين بين		سليم غالباً		سليم 100%			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
15.51	9	1.72	1	1.72	1	32.75	19	48.27	28	نادر
3.12	1	0%	صفر	31.25	10	31.25	10	34.37	11	قليل
3.31	8	1.24	3	39.83	96	23.65	57	31.95	77	متوسط
3.41	4	1.70	2	40.17	47	30.76	36	23.93	28	كثير
24.39	10	2.43	1	21.95	9	48.78	20	2.43	1	كثير جداً
6.54	32	1.43	7	33.33	163	29.03	142	29.65	145	المجموع

ويتضح من الجدول (8) أمر مهم لا يمكن تجاهله، إذ يشير إلى أن كثرة تعرض الشباب الجامعي لوسائل الإعلام الجديد يؤدي إلى ارتفاع تصديقهم لما يث وينشر عبرها، إذ رأى ما نسبته (58.69%) من أفراد العينة إن ما يث وينشر عبر وسائل الإعلام الجديد هو سليم 100% أو سليم غالباً، وإذا أضفنا لهم من يرون أن ما يث وينشر هو بين السليم والمشكوك فيه لتجاوزت النسبة (90%)، مما يعني أنه كلما زادت ساعات استخدامهم لوسائل الإعلام الجديد أصبحوا متأثرين بها ومؤمنين بصحتها، وهذا خلاف ما تعترف به الدراسات والأدبيات، إذ يشير (إدواردز وكرومويل 2007) إن وسائل الإعلام تعمل على جعلنا نعتقد أنها تنقل إلينا المعلومات بطريقة محايدة وطبيعية، وأنها

تعرض نفسها كما لو كانت نوافذ حقيقة على العالم، لكن علينا أن نضع في الاعتبار حقيقتين بارزتين: الأولى: إن علما المعاصر تسيطر عليه مؤسسات عملاقة متعددة الجنسيات، والثانية: إن نظام الإعلام مكون أيضاً من مؤسسات عملاقة، وهي ملك للمؤسسات المتعددة الجنسيات نفسها التي عليها أن تغطي أخبارها وتعالج معلوماتها (إدواردز وكرومويل، 2007، ص 21).

- الاستنتاجات والتوصيات: توصل البحث إلى الاستنتاجات التالية:

- 1- يستخدم الشباب الجامعي وسائل الإعلام الجديد بصورة كبيرة جداً.
- 2- كانت التأثيرات الأخلاقية هي التأثيرات الأبرز لوسائل الإعلام الجديد ومنها (لوسائل الإعلام الجديد أثر في تراجع الأخلاق) و (تتيح وسائل الإعلام الجديد الفرصة للتعبير عن الانحلال الأخلاقي)، تليها التأثيرات الأسرية ومنها (تسهم وسائل الإعلام الجديد في زيادة الفجوة بين أفراد الأسرة) و (سببت وسائل الإعلام الجديد تفكك الأسرة).
- 3- إن غالبية فئة الشباب الجامعي الذين يستخدمون وسائل الإعلام الجديد بصورة كثيرة وكثيرة جداً يرون إن التأثيرات تكون في المدى البعيد وليس القريب أو المتوسط.
- 4- يرى الشباب الجامعي أن أكثر الأبعاد تأثراً البعد المجتمعي، يليه البعد الأخلاقي ثم البعد الأسري.
- 5- إن أغلبية الشباب الجامعي غير متأكدة من كون ما ييثر وينشر عبر وسائل الإعلام الجديد سليم من الناحية العلمية، كما أن النسبة الأكبر منهم ترى أن ما ييثر وينشر عبر وسائل الإعلام الجديد سليم من الناحية الأخلاقية، وكلما زادت ساعات استخدامهم لوسائل الإعلام الجديد كلما أصبحوا متأثرين بها ومؤمنين بصدق ما تنبئه وتنشره.

في ضوء النتائج التي تم التوصل إليها يوصي الباحث بـ:

- 1- إقامة ندوات علمية لتوضيح سلبيات وسائل الإعلام الجديد وكيفية تجاوزها.
- 2- العمل على استخدام وسائل الإعلام الجديد في تحسين الجانب العلمي للطلبة.
- 3- إقامة ندوات تعريفية للشباب بصورة عامة فيما يتعلق بإدارة الوقت واستثمار أوقات الفراغ.

- قائمة المراجع:

- 1- ابن منظور، جمال الدين أبي الفضل محمد بن مكرم، (د- ت): لسان العرب، المجلد الأول، بيروت: دار الكتب العلمية.
- 2- إدواردز، دافيد، ودافيد كرومويل، (2007): حراس السلطة: أسطورة (الميديا) وسائل الإعلام الليبرالية، ترجمة آمال كيلاني، القاهرة: مكتبة الشروق الدولية.
- 3- بو معزة، السعيد، (2006): أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب -دراسة استطلاعية بمنطقة البليلة، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر.
- 4- حلس، موسى عبد الرحيم، وناصر علي مهدي، (2010): دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني (دراسة ميدانية على عينة من طلاب كلية الآداب جامعة الأزهر) بحث منشور في مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية، المجلد (12) العدد (2).

- 5- الحشمي، سارة صالح عيادة، (2009): الآثار السلبية لاستخدام الفتاة في مرحلة المراهقة للإنترنت، بحث منشور في مجلة علوم إنسانية، مجلة دورية محكمة تعنى بالعلوم الإنسانية السنة السابعة، العدد (45) كانون الثاني 2010م، WWW.ULUM.NL.
- 6- الزبيدي، محمد مرتضى بن محمد، (د-ت): تاج العروس من جواهر القاموس، المجلد الثاني، بيروت: دار الكتب العلمية.
- 7- ساري، حلمي خضر، (2006): تأثير الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية دراسة ميدانية في المجتمع القطري، بحث منشور في مجلة جامعة دمشق – المجلد - 24 العدد الأول + الثاني 2008.
- 8- سلاطية، بلقاسم، وآخرون، (2012): علم الاجتماع الإعلامي الطبعة الأولى، القاهرة: دار الفجر الجديد.
- 9- سيرز، دافيد، أو، وآخرون، (2010): المرجع في علم النفس السياسي، ج2، ترجمة ربيع وآخرون، القاهرة: المركز القومي للترجمة.
- 10- الشريبي، لطفي، (د-ت): معجم مصطلحات الطب النفسي، الكويت: مؤسسة الكويت للتقدم العلمي.
- 11- صادق، عباس مصطفى، (2008): الإعلام الجديد المفاهيم الوسائل التطبيقات، الطبعة الأولى، عمان: دار الشروق.
- 12- الديسي، عبد الكريم علي، الطاهات زهير ياسين، (2012): دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، بحث منشور في مجلة دراسات، العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد (40) العدد (1) 2013.
- 13- طالة، لمياء، (2014): الإعلام الفضائي والتغريب الثقافي، الطبعة الأولى، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 14- عبد الرحمن، عواطف، (ب ت): الإعلام العربي وقضايا العولمة، كتب عربية.
- 15- عبد الرزاق انتصار إبراهيم، الساموك صفد حسام، (2011): الإعلام الجديد... تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، بغداد: لدار الجامعية للطباعة والنشر والتوزي.
- 16- عبد الصادق، عادل، (2011): الفضاء الإلكتروني والرأي العام: تغيير المجتمع والأدوات والتأثير، بحث منشور ضمن سلسلة قضايا إستراتيجية التي تصدر عن المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني – مارس 2011م.
- 17- العبد عاطف عدلي، العبد نهى عاطف، (2007): الإعلام التثوي والتغيير الاجتماعي الأسس النظرية والناذج التطبيقية، ط5، دار الفكر العربي.
- 18- عمارة بثينة حسنين، (2000): العولمة وتحديات العصر، الطبعة الأولى، القاهرة: دار الأمين.
- 19- الغامدي قينان عبد الله، (2012): التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني، ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة (الإعلام والأمن الإلكتروني)، جامعة الأمير نايف للعلوم الأمنية، السعودية.
- 20- فتحي محمد، (2003): الانترنت شبكة العجائب، الطبعة الأولى، القاهرة: دار اللطائف.

21. فتيحة كيجل، (2012): الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي - موقع الفيسبوك أمودجاً- رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الحاج لخضر - باتنة، الجزائر.
22. القضاة، محمد أحمد، (2009): الثقافة كمتغير في الاتصال التفاعلي عبر وسائل الإعلام الجديد، من وقائع المؤتمر الدولي لجامعة البحرين (الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة.. لعالم جديد) 7 - 9 أبريل 2009.
23. كاتب، سعود صالح، (2011): الإعلام الجديد وقضايا المجتمع: التحديات والفرص، من وقائع المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي المنعقد للمدة من 13 - 15 /12/ 2011.
24. لعياضي، نصر الدين، (2015): الاتصال والإعلام والثقافة: عتبات التأويل، الشارقة: دار الثقافة والإعلام.
25. محمود، خالد وليد (2011): شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي، بيروت: دار مدارك للنشر.
26. المهدي محمد، (2007): علم النفس السياسي: رؤية مصرية عربية، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.
27. نجم طه عبد الهادي، الرواس أنور بن محمد، (2011): العلاقة بين تعرض الشباب العماني لوسائل الإعلام الجديدة ومستوى المعرفة السياسية "دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الإنترنت"، بحث منشور في مجلة دفاتر القانون، العدد الرابع 2011.

- الملاحق

ملحق (1) أداة البحث

عزيري الشاب..... عزيري الشابة

يروم الباحث إجراء البحث الموسوم (تأثيرات وسائل الإعلام الجديد على الشباب الجامعي)، وبما أنه تم اختياركم ضمن عينة البحث، لذا يرجو منكم الإجابة على الأسئلة والفقرات المذكورة أدناه بكل صراحة، وعدم ترك أي بند دون إجابة، من خلال وضع علامة (√) في المكان الذي ترونه ملائماً لإجاباتكم، علماً أنه لا داعي لذكر الاسم.

أولاً: أسئلة عامة الجنس

1- ما هو مدى استخدامك لوسائل الإعلام الجديد واطلاعتك عليها:

نادر قليل متوسط كثير كثير جداً 2- هل ترى أن التأثير الأكبر يكون ضمن المدى القريب أم المتوسط أم البعيد 3- هل ترى أن التأثير الأكبر ضمن المجال الثقافي أم المعرفي أم الأسري أم المجتمعي أم الأخلاقي أم السلوكي

4- هل ترى أن كل ما يبث وينشر ويتداول عبر وسائل الإعلام الجديد هو:

من الناحية العلمية:

سليم 100% سليم غالباً بينَ بينَ مشكوك فيه غير سليم

من الناحية الأخلاقية:

سليم 100% سليم غالباً بينَ بينَ مشكوك فيه غير سليم

من ناحية المصادقية:

سليم 100% سليم غالباً بينَ بينَ مشكوك فيه غير سليم

ثانياً: استبيان التأثيرات

ت	الفقرة	موافق	لا رأي لي	غير موافق
1	الإعلام الجديد ساهم في تعزيز انتمائي لثقافتي المحلية			
2	زادت وسائل الإعلام الجديد من تفهيمي لثقافة المجتمعات الأخرى			
3	تعزز وسائل الإعلام الجديد الفوارق الثقافية بين الأفراد والمجتمعات			
4	كلما استخدمت وسائل الإعلام الجديد كلما زادت معلوماتي			
5	أرى في وسائل الإعلام الجديد مصدراً كبيراً للمعلومات			
6	ساهمت وسائل الإعلام الجديد في تنمية قدراتي العقلية			
7	تسهم وسائل الإعلام الجديد في تنمية ميولي واهتماماتي العلمية			
8	لوسائل الإعلام الجديد أثر في تراجع الأخلاق			

9	تتيح وسائل الإعلام الجديد الفرصة للتعبير عن الانحلال الأخلاقي
10	لا أرى أي رسالة أخلاقية في وسائل الإعلام الجديد
11	تؤدي وسائل الإعلام الجديد إلى زيادة الكذب والنفاق والخداع
12	تعزز وسائل الإعلام الجديد التفاعل الاجتماعي بين أفراد المجتمع
13	ترفع وسائل الإعلام الجديد من مستوى العلاقات الاجتماعية بين أفراد المجتمع
14	تساعد وسائل الإعلام الجديد في بناء شخصيتي الاجتماعية
15	أحاول في سلوكي تقليد النماذج التي أراها في وسائل الإعلام الجديد
16	أسعى لتكون ملائمة مع الموضة
17	أعتقد أن السلوك السليم هو السلوك الذي أشاهده في وسائل الإعلام الجديد
18	تزرع وسائل الإعلام الجديد اليأس في داخلي
19	ينتابني الإحباط عند متابعتي لوسائل الإعلام الجديد
20	زاد تفاؤلي منذ بدأت باستخدام وسائل الإعلام الجديد
21	تسهم وسائل الإعلام الجديد في زيادة الفجوة بين أفراد الأسرة
22	أدت وسائل الإعلام الجديد إلى ضعف العلاقات الأسرية
23	جعلت وسائل الإعلام الجديد وقت اجتماع الأسرة مع بعضها أقل
24	سببت وسائل الإعلام الجديد تفكك الأسرة