

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة عبد الحميد بن باديس -مستغانم-
كلية العلوم الإجتماعية
قسم العلوم الإنسانية
شعبة علوم الإعلام و الإتصال
تخصص صحافة مطبوعة و إلكترونية

مذكرة مقدمة لنيل درجة ماستر في علوم الإعلام والاتصال موسومة بـ :

الإعلام الجديد و تأثيره على القيم الدينية للشباب الجزائري
- دراسة مسحية بجامعة معسكر -

من إعداد الطلبة :	أمام لجنة المناقشة	الصفة
بن صالح نورالدين	د / أمال صفاح	رئيسا
بلقيوس أحمد	د / العربي بوعمامة	مشرفا
	د / نورية عبدي	مناقشا

السنة الجامعية : 2019/2018

كلمة شكر

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات

أول ما نتقدم به هو شكر المولى عز وجل على توفيقه لنا
في الوصول إلى هذه المرحلة ، وإنجازنا هذا العمل
المتواضع

إلى الأستاذ المؤطر الدكتور العربي بوعمامة على كل ما
أغدق به علينا من نصائح وتوجيهات قيمة ، كما نشكر له
رحابة صدره وسعة أفقه.

الإهداء

إلى كل من نطق بكلمة التوحيد لسانه وصدقها قلبه ، إلى كل من صلى على خير البرية

محمد عليه الصلاة والسلام

إلى أعز ما أملك في هذه الدنيا

إلى القلب الدافئ والصدر الرحيب **والدتي الغالية** حفظها الله ورعاها ورزقني برها وأكرمني برضاها

إلى الظل الظليل والسند الكبير **والدي الغالي** حفظه الله ورعاها

إلى كل العائلة الكريمة

إلى كل أصدقائي وأخص بالذكر **حاج مزوري** الذي كان لي السند في هذا العمل المتواضع

إلى الذين ساروا بنا في دروب العلم والمعرفة الأساتذة الكرام

وإلى كل من يؤمن بأن بذور نجاح التغيير هي في ذواتنا وفي أنفسنا قبل ان تكون في أشياء أخرى

إلى كل هؤلاء أهدي هذا العمل المتواضع

نورالدين

الإهداء

الحمد لله على توفيقه وعونه أما بعد:

أهدي ثمرة هذا العمل المتواضع:

إلى من أسقوني حنان لا ينتهي وأعطوني الحب الدائم وربوني على الدين والأخلاق

والعلم وبعثوا فيا الشجاعة وهيئوني بكل الوسائل والطرق لأصل إلى هذا المستوى

أبي وأمي أطال الله عمرهما.

إلى أسرتي الكريمة

إلى كل أصدقائي

إلى أساتذتي الأكارم

أهدي هذا العمل المتواضع

أحمد

خطة البحث

مقدمة

القسم الأول : الإطار المنهجي والنظري للدراسة

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة

1 - إشكالية الدراسة

2 - تساؤلات الدراسة

3 - أهداف الدراسة

4 - منهج الدراسة وأدواته

1-4 منهج الدراسة

2-4 أدوات الدراسة

5 - عينة الدراسة

6 - تحديد مفاهيم الدراسة

7 - الدراسات السابقة

الفصل الثاني : الإطار النظري للدراسة

1- الإعلام الجديد

1-1- مفهوم الإعلام الجديد

1-2- العوامل الرئيسية لظهور الإعلام الجديد

1-3- تقسيمات الإعلام الجديد

1-4- مداخل نظرية لفهم الإعلام الجديد

1-5- خصائص الإعلام الجديد

1-6- أنواع وسائل الإعلام الجديدة

1-7- علاقة الإعلام الجديد بالإعلام التقليدي

8-1- سلبيات الإعلام الجديد

2- القيم الدينية

1-2- مفهوم القيم الدينية

2-2- أهمية القيم الدينية ودواعي الإهتمام بها

3-2- وسائط نقل القيم الدينية

4-2- خصائص القيم الدينية

5-2- تصنيفات القيم الدينية

6-2- نماذج عن القيم الدينية

القسم الثاني الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثالث : التحليل الإحصائي وعرض نتائج الدراسة

1- تحليل بيانات الدراسة الميدانية

2- عرض النتائج العامة للدراسة

3- نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات

- الخاتمة

- قائمة المصادر والمراجع

- الملاحق

مقدمة

مقدمة:

يعيش المجتمع المعاصر تحولات هائلة في مجال الإعلام والاتصال أدت في السنوات الأخيرة إلى تغيرات في أساليب إنتاج وتوزيع وتلقي المعلومات ولعل أبرز مظاهر هذا التحول هو ظهور الأنترنت وانتشارها حيث تجلت أقوى تأثيرات هذه الوسيلة في اندماج وسائل الإعلام وتكنولوجيات الاتصال ، لذلك أصبحت وسائل الإعلام الجماهيرية تلعب مكانة بالغة الأهمية في حياة المجتمعات الإنسانية وذلك على كافة المستويات الثقافية والاقتصادية والسياسية والتربوية لذا فقد أصبح العصر الذي نعيشه اليوم يُعرف بأنه " عصر الاتصال والمعلومات " وذلك نظرا للأهمية التي تلعبها الوسائل الإعلامية في حياة المجتمعات المعاصرة . فتأثير وسائل الإعلام يتقاطع اليوم مع كافة النشاطات التي يمارسها إنسان المجتمعات المعاصرة بدءا من أبسط هذه النشاطات على المستوى الفردي إلى أكثرها تعقيدا على المستوى الاجتماعي .

وللأهمية الكبيرة التي تحتلها وسائل الإعلام في حياة الناس ومدى تأثيرها في توجيه سلوكهم وتحديد اتجاهاتهم فقد ازدادت الأبحاث والدراسات التي تتناول القطاع الإعلامي، وبدأت هذه الدراسات تحتل مكانا مرموقا في إطار الدراسات والبحوث الاجتماعية والتربوية، مع الإشارة هنا إلى أن العلاقة بين الجمهور الإعلامي ووسائل الإعلام تشكل محورا أساسيا من محور البحث في مجالات الدراسات الإعلامية والسوسيولوجية، حيث تمثل هذه العلاقة طابع وجدل الحياة الثقافية والروحية في المجتمعات الحديثة.

وفي إطار ذلك كله يُلاحظ اليوم أن الدراسات والبحوث الميدانية الإعلامية تولي مجتمع الشباب أهمية خاصة بوصفه مجتمعا إعلاميا يتميز بطابع الخصوصية التي تتمثل في الأبعاد التالية:

- يمثل الشباب إحدى أهم الشرائح الاجتماعية الواسعة.
- يمثل الشباب الشريحة الاجتماعية التي تمر في مرحلة التشكل والتكوين على المستوى الثقافي الروحي.

- تتميز هذه الشريحة بوصفها أكثر الشرائح الاجتماعية استهلاكا للمادة الإعلامية وتأثرا بها. وبظهور وانتشار وسائل الإعلام الجديدة أصبح التأثير الإعلامي على قطاع الشباب واسعا وبحاجة إلى دراسة معمقة ودائمة لرسالته ومحتواه، حيث تشهد تكنولوجيا الإعلام والاتصالات ثورة حقيقية ومذهلة مما سيزيد من تأثير وسائل الإعلام المختلفة على الناس والحياة عموما ، وهو ما يعني من جهة زيادة الفرص والإمكانات للحصول على المعرفة والعلم والترويج عن النفس، ومن جهة أخرى

زيادة التحديات التي يفرضها الإعلام الأصفر على القيم الدينية والأخلاقية والمعنوية. وتزداد خطورة التحدي الإعلامي إذا علمنا أننا كعرب ومسلمين لا زلنا مستهلكين ولسنا منتجين، مستقبلين ولسنا مرسلين، متأثرين ولسنا مؤثرين. هذا هو حال إعلامنا في الغالب، مع اختلاف الصورة في قليل من الأحيان.!

وفي ظل هذه الثورة الإعلامية بات بعض شبابنا يتأثر بصورة ملحوظة بما تصدره الميديا الجديدة من أفكار وفلسفات وسلوكيات وأخلاقيات مختلفة المضمون والرسالة والتوجه، مع الإدراك هنا أن الطريق الصحيح لمواجهة تحديات الإعلام الذي يتجنب خصوصيتنا وأصالة ثقافتنا وحقيقة حضارتنا ليس الرد العفوي والصمت العاجز بل عبر الإستفادة من الوسائل المتاحة لنا في تقوية إعلامنا بحيث يكون مؤثرا في مختلف شرائح المجتمع، وصوته مسموعا في أرجاء العالم. يعزز روايتنا، وينشر تراثنا، ويحقق طموحات شرائح مجتمعنا، وفي مقدمتها الشباب.

القسم الأول

الإطار المنهجي و النظري للدراسة

الإطار المنهجي للدراسة

1- إشكالية الدراسة:

أضحى المجتمع اليوم يعيش تغييرات تكاد تكون إنقلابية على مفاهيم وأسلوب حياة السنوات السابقة، حيث تشكل عقل جديد مختلف معرفيا ووجدانيا وسلوكيا عن الأجيال السابقة. وتمثل ثورة المعلومات هذه، بما قدمته من أدوات ووسائل تعرف اليوم بالإعلام الجديد نموذجا آخر لخضوع ثقافة المسلمين لتكنولوجيا الإتصال الحديثة، فقد أصبحت هذه التكنولوجيا القوى المؤثرة في تشكيل الثقافة المعاصرة لأجيال من الشباب المسلمين في طول العالم الإسلامي وعرضه.

فقد أصبحت وسائل الإعلام القديمة والجديدة في العالم الإسلامي تنصدر المشهد الثقافي العام وتتقدم مختلف المؤسسات التي تؤثر في التكوين الثقافي للأجيال الجديدة من الشباب وليس ذلك راجعا إلى قوة تنفرد بها وسائل الإعلام في هذا الإمتداد الجغرافي الشاسع دون غيرها، وإنما بسبب الأوضاع العامة السائدة في معظم بلدان العالم الإسلامي. ولعل تراجع دور المؤسسات الأخرى التي يفترض أن تسهم بنصيب وافر في التكوين الثقافي لهذه الأجيال مثل المؤسسات التعليمية، الدينية والثقافية والسياسية يمثل أحد المعالم الأساسية لتلك الأوضاع، وهذا الواقع حسب "عزي عبد الرحمن" أصبح يطرح إشكاليات وتحديات جديدة على المجتمع وثقافته، تكمن في كيفية تشكيل ذهنية هذه الفئة الأساسية في المجتمع في غياب إشراف وتوجيه ومتابعة من طرف المجتمع أفرادا ومؤسسات¹.

كما أن الشباب كفئة اجتماعية تكتسي أهمية خاصة لدى المؤسسات المختلفة وعلى أكثر من صعيد، فإن كانت عملية تنشئتهم سليمة وتحصيلهم التربوي والتعليمي والتكويني جيدا ووفق قيمهم وثقافتهم، يمكن أن يكونوا ثروة و رأسمالا بشريا هامين في رصيد الأمة، وإن كان هناك قصور في عملية التنشئة والتعليم والتكوين فإن ذلك ينعكس لا محالة على قيم الشباب وثقافتهم.

ومن هذا المنظور فإننا نرى بأن هناك علاقة ترابطية بين أنماط القيم ومؤسسات التنشئة

1- عبد الرحمان عزي ، الأنترنت والشباب، بعض الافتراضات القيمة، نقلا عن موقع www.media.net - تاريخ الولوج 2019/04/18 على الساعة 21:00 مساء.

ومنها وسائل الإعلام الجديدة بحكم أن هذه الأخيرة الأكثر استخداما من طرف الشباب كون هذه الفئة العمرية أكثر ارتباطا من غيرها بأية تكنولوجيا جديدة بحثا عن الإثارة والمغامرة، فحسب "عزي عبد الرحمن" إن تأثير الأنترنت على الشباب لا يتم من دون مرجعية تربط المحتويات بالقيم، فإن كان استخدام الشبكة بمختلف تطبيقاتها ذا صلة وقريب وغير متناقض مع القيم كان التأثير إيجابيا والعكس. وعليه فإن المشكل ليس في الميديا الجديدة بحد ذاتها و إنما يكمن في طبيعة المحتويات المتعرض لها وسوء استخدامه من طرف الشباب.

كما لا يخفى علينا أن الإعلام الجديد جاء بفيضان هائل من المعلومات وأصبح التدفق الحر للمعلومات أحد المعالم الأساسية للنظام الإعلامي الجديد، لكن تدفق المعلومات هذا جعل العالم الإسلامي يعاني العديد من المشكلات، فالوصول إلى قنوات المعلومات الجديدة مكلف اقتصاديا ومستوى التعليم والمناخ السياسي والثقافي أقل من أن يوفر إطارا للإستثمار هذه المعلومات إن تم الحصول عليها، فإن هذا المناخ يدعم الإتجاه السائد عربيا وعالميا من داخل صناعة الإعلام ومن خارجها نحو تسفيه المعلومات والتوجه بها نحو الترفيه وإغراق الجمهور في فيضان من المواد الترفيهية التي تأخذ أحيانا شكل المعلومات، هذه الظاهرة لها بعدها السياسي في العالم الإسلامي مثل غيره من بلدان العالم الثالث حيث يؤدي الإستخدام الترفيهي المكثف لوسائل الإعلام الجديدة إلى تخدير الإحساس بالواقع بدلا من محاولة فهمه ولوقوع فريسة للقوى الراديكالية في المجتمع تقوده حيث تريد.

فنحن مثل غيرنا في كل أنحاء العالم مفتونون بثورة الإتصال، نتحدث عنها بإعجاب شديد، ولا نعرف بعد كيف نصل إلى المدى النهائي للإستفادة منها، سمحنا لها بتغيير أشياء كثيرة في حياتنا، لكن هذا الإعجاب لا ينبغي أن يخفي عنا حقيقة المشكلات التي تصاحبها، فالمعرفة بها أصبحت ضرورية، فالإعلام الجديد يخفي تحت رداءه المبهر مشكلات لا تظهر إلا عندما تصبح وسائله جزءا من الواقع الإجتماعي والثقافي اليومي.

فالميديا الجديدة أصبحت اليوم تهدد هويتنا الثقافية، الوطنية والدينية بالخصوص، إذ أصبحنا نلحظ ابتعادا كبيرا عن قيمنا الدينية خاصة من طرف شبابنا الذي يعتبر الفئة الأكثر اهتماما وإقبالا على هاته التكنولوجيا، والأكثر تأثرا بها، وهذا ما جعلنا نقوم بهذه الدراسة

لتسليط الضوء على هاته الظاهرة والحصول على نتائج تمكننا من وضع آليات وتوصيات لحماية ثقافتنا وقيمنا الدينية من الخسوف.

من هنا تتبع مشكلة الدراسة في الدور السلبي الذي تؤديه المنظومة الإعلامية الجديدة في سياق أدائها لأدوارها وتفاعلها مع المجتمع، حيث تتعزز من خلاله مجموعة القيم الإجتماعية الغير متماسكة، والمتناقضة في اتجاهاتها بسبب تنوع مصادرها وتباين الأسس الفكرية والثقافية والدينية المبنية عليها، الأمر الذي يجد آثاره الواضحة في إنجذاب المتلقين نحوها خاصة المستهلكين الشباب، وتعمل على تلبية حاجات نفسية وإجتماعية لاستقيم والخصوصيات الثقافية والحضارية والدينية التي استقر عليها مجتمعنا منذ مئات السنين.

وما نشهده اليوم وأكدته الدراسات أن الشباب هو الشريحة الإجتماعية الأكثر تأثرا بمضامين وسائل الإعلام الجديدة وكذلك أسرع الفئات تبنيًا للقيم الجديدة وفي نفس الوقت الأسرع في التمرد عليها وعلى المعايير الإجتماعية والدينية، إذ أصبح يلجأ الكثير من شبابنا لمواقع الآنترنت التي تحمل نشاطا إباحيا، إذ صنف تقرير جيد لموقع ألسكا سنة 2013 الخاص بالبحث الإلكتروني الجزائر الخامسة عربيا في تصفح المواقع الإباحية بعد كل من العراق ، ليبيا ، الأردن، فلسطين¹، كما قد عرفت الآونة الأخيرة انتشارا خطيرا لهذه المواقع على الشبكة دون أي رقابة سواء من طرف السلطات أو من طرف العائلات فهذا التفكيك الإجتماعي الذي يحدثه العالم الافتراضي يطبع عزلة الفرد مع الكومبيوتر في غرفته فيخلق نوعا من الحرية لدى الفرد في زيارة المواقع الممنوعة خاصة بالنسبة لمستخدمي الآنترنت بصورة مفرطة حيث يجول لا محالة في هذه المواقع وهذا ما قد يؤثر سلبا عليهم. وفي هذا السياق جاءت دراساتنا لتكشف عن الأثر الذي تحدثه وسائل التكنولوجيا الحديثة للإعلام والإتصال وما أصبح يعرف بالميديا الجديدة على مستوى القيم الدينية لدى شبابنا الجزائري، ومن هنا نصل إلى طرح الإشكال التالي:

ما الأثر الذي يحدثه استخدام الشباب الجزائري للإعلام الجديد على قيمهم الدينية؟

1- بلقاسم حوام، الجزائر الخامسة عربيا في تصفح المواقع الإباحية، نقلا عن موقع www.echorouktv.com - تاريخ

الولوج: 2019/03/15 على الساعة: 21:00 مساء

2- تساؤلات الدراسة:

لقد تم تفكيك الإشكالية السالفة إلى التساؤلات التالية:

- كيف يستخدم الشباب الجزائري وسائل الإعلام الجديدة ؟

_ هل تحمل وسائل الإعلام الجديدة قيما دينية ؟

_ هل يساعد حسن استخدام الإعلام الجديدة الشباب الجزائري على التحلي ببعض القيم الدينية ؟

_ هل يؤدي سوء استخدام الإعلام الجديد إلى انحراف الشباب الجزائري وتمرده على قيمه الدينية ؟

3- أهداف الدراسة:

-الهدف الرئيسي من هذه الدراسة هو محاولة التعرف على الأثر الفعلي الذي تحدثه وسائل الإعلام الجديدة على القيم الدينية لدى الشباب الجزائري، باعتباره الفئة الأكثر اهتماما بالتكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال والأكثر إقبالا عليها وتأثرا بها، والتأكد من ما إذا كانت الميديا الجديدة تساهم في خسوف القيم الدينية لدى هذه الفئة العمرية.

- لفت الأنظار إلى المخاطر المتعددة الناتجة عن إساءة استخدام الإعلام الرقمي الجديد والسعي لبيان بعض تلك الأشكال وتوضيح شيء من مخاطرها.

- إنتشار وسائل الإعلام الجديدة بمختلف برامجها ومجالاتها وتطبيقاتها بشكل سريع يتطلب منا عمل دراسات تهدف لمواجهتها والحد من سلبياتها وتوظيفها توظيفا إيجابيا للمجتمع، مع إمكانية إقتراح بعض الحلول المناسبة للتصدي لسلبيات برامج الإتصال والتواصل الإجتماعي. وكذا الخروج بتوصيات تساهم في الرقي باستخدام الوسائط الإعلامية الجديدة بشكل إيجابي.

-الوصول إلى نتائج دقيقة، يمكننا من خلالها وضع جملة من الآليات والوسائل التي يجب على الشباب الجزائري أن يتخذها كغطاء لحماية قيمهم وأفكارهم من الذوبان في ثقافة الآخر من خلال ما يحمله الإعلام الجديد من ثقافات دخيلة على الثقافة المحلية من قيم جديدة ومغايرة تماما للقيم السائدة داخل السياق الإجتماعي والتي منبعها في الأصل الدين الإسلامي الحنيف.

4- منهج الدراسة وأدواته:

4-1- منهج الدراسة:

إن المنهج هو مجموعة من القواعد التي يتم وضعها بقصد الوصول إلى الحقيقة في العلم وهو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة من أجل اكتشاف الحقيقة ولما كان المنهج طريقة بحث فإنه يتبع دوما خصائص الموضوع المدروس، وكذا الأهداف المرجوة من الدراسة¹، وانطلاقا من هذه الفكرة فإن الدراسة الحالية تتدرج ضمن الدراسات الوصفية فهي تسعى إلى التعرف على مدى استخدام الشباب الجامعي لتكنولوجيا الإتصال والإعلام ومدى إنعكاس وأثر ذلك على قيمهم الدينية وكيفية توظيفها فيما يخدمهم من الناحية الإيجابية وفيما يشكل عليهم خطر من الناحية الأخلاقية و القيمة داخل النظام الإجتماعي الذي تحكمه معايير وعادات وتقاليد و أخلاق و أعراف وقيم دينية. وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج المسحي الوصفي بهدف، أولا : مسح الأدبيات الخاصة بكل مفهوم من مفاهيم الدراسة كالتغير والشباب والقيم...، وهذا يمثل إحدى الخطوات الرئيسية التي تقتضيها مثل هذه الدراسة. وثانيا معرفة الوضع الحالي بظروفه واتجاهاته فيما يتعلق باستخدام الشباب للآنترنترنت، وبالتحديد على سبيل المثال، ماهي المواقع الإلكترونية التي يزورونها أكثر؟ وماهي أوقاتهم المفضلة لتصفح الآنترنترنت ؟ وكم ساعة يقضونها في الآنترنترنت ولأية أغراض يستخدمونها ؟ كما استخدمنا المنهج المسحي التحليلي الذي يحاول أن يصف ويشرح لماذا توجد اتجاهات محددة في وضع ما².

وهذا من أجل الإجابة على تساؤلات الدراسة من خلال تحليل العلاقة بين المتغيرات ، وعليه نحاول في هذه الدراسة فحص العلاقة بين المتغير المستقل المتمثل في الميديا الجديدة (الآنترنترنت) والمتغير التابع المتمثل في القيم الدينية ، وكذلك تحليل العلاقة بين هذين المتغيرين .

1- صلاح الدين شروخ، منهجية العلوم الإجتماعية ، دار العلوم،(عناية الجزائر)، 2003 ، ص92 .

2- روجر ويمو وجوزيف دومينيك، مناهج البحث العلمي، ترجمة وتقديم صالح خليل أبو اصبع، صبرا للطباعة والنشر، دمشق ، 1988 ، ص 164.

4-2- أدوات الدراسة:

إن نجاح أي بحث علمي يرتبط بمدى فعالية الأدوات التي استخدمت في جمع البيانات فقد يستخدم الباحث أكثر من طريقة لجمع المعلومات حول مشكلة الدراسة، و للإجابة عن تساؤلاتها، ولفحص فرضياتها ويجب على الباحث أن يقرر الطريقة المناسبة لبحثه ودراسته، وأن يكون ملماً بالأدوات والأساليب المختلفة لجمع المعلومات لأغراض البحث العلمي¹. وانطلاقاً من طبيعة موضوعنا تطلب منا الإعتماد على أداة البحث العلمي والمتمثلة في الإستمارة (الاستبيان) كأداة أساسية، نظراً لما تتميز به عن الأدوات الأخرى، إذ تعتبر من أكثر الأدوات إستخداماً في العلوم الإجتماعية ، لما توفره من سهولة جمع المعلومات والبيانات الميدانية على الظاهرة موضوع الدراسة، وتستخدم بكفاءة أكثر في البحوث الوصفية لتقرير ما توجد عليه الظاهرة في الواقع².

ويعرف أحمد بن مرسلّي الإستبيان بأنه " تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية، في تعبيرها عن الموضوع المبحوث، لتقدم إلى المبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن للاستمارة، وتمت الصياغة النهائية بعد أن استوفى بحثنا المراحل التالية: - بعد ضبط الإشكالية وتحديد تساؤلاتها ومجال الدراسة، وتغطية الشق النظري بجمعه لبيانات بيبلوغرافيا، عندها تمكنا من تصميم استمارة أولية.

-قمنا بعد ذلك بعرضها على الأستاذ المشرف لإبداء رأيه فيها وإعطاء ملاحظاته.
- بعد هذه المرحلة وانطلاقاً مما جمعناه من استفسارات حول اللبس والغموض والتوجيهات، قمنا بتعديل الإستمارة بحذف بعض الأسئلة واستبدالها وتحويل وتعديل بعضها الآخر وإضافة أسئلة أخرى بما يتماشى وأهداف البحث. وبعد هذه الخطوات تمكنا من بناء استمارة البحث في شكلها النهائي حيث تضمنت اثني وعشرون سؤالاً مقسمين في ثلاث محاور، حيث جاء المحور الأول الخاص بالبيانات الشخصية في ثلاث أسئلة، وتضمن المحور

1- رضوان سلامن، الإعلام والبيئة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، الجزائر، 2006، ص 13.
2- عبد الله محمد عبد الرحمان ومحمد بدوي، مناهج وطرق البحث الإجتماعي، دار المعرفة الجامعية القاهرة (مصر) 2002 ص 371.

الثاني المتعلق باستخدام الأنترنت سبعة أسئلة حاولنا من خلالها معرفة مدى استخدام المبحوثين للأنترنت، لیتضمن المحور الثالث والأخير الخاص بتأثير الأنترنت على القيم الدينية للشباب اثني عشر سؤالاً ، حيث جاء السؤالين الأخيرين للإجابة على كل قيمة من القيم العشرة وفق درجات مقياس Likert الذي يراه Munton أنه سهل وسريع الإستعمال ويوفر الوقت أولاً يؤثر على دقة القياس¹. وذلك من " الموافقة جدا " إلى " عدم الموافقة جدا" ، ومن المفيد أن نوضح كيف أعدنا هذه القائمة من القيم، فعلى ضوء مراجعتنا للأدبيات في ميدان قياس القيم وكذا في ظل غياب مقياس يحصر القيم الدينية الخاصة بهذا المنظور إلا أننا اعتمدنا على تقسيم عبد الرحمن عزي للقيم الدينية الذي قسمها إلى قيم إيمانية، عقلية، سلوكية-ترابطية وغير ترابطية_وقمنا كذلك بإتباع المقاييس التالية لإختيار هذه القيم:

- ✓ كل القيم يجب أن يكون لها تأصيل شرعي من أحد مصادر التشريع.
- ✓ إعطاء الأولوية لمقاييس القيم العالمية.
- ✓ جمع مختلف المراجع والكتابات العربية حول القيم الدينية، واختيار القيم أكثر اشتراكا في نظر الباحثين.

✓ إعطاء الأولوية للقيم المختارة ملائمة مع السياق الجزائري.

✓ اختيار القيم التي تكون بارزة أكثر في مرحلة الشباب.

وعليه حددنا قائمة تتكون من خمسة قيم دينية ترابطية وخمسة قيم غير ترابطية وكلها مستعارة من دراسات مختلفة نفترض أنها الأكثر تلاؤماً مع طبيعة المبحوثين وخصائصهم وهي على النحو التالي - قيمة تقدير العلم والعلماء، من قائمة أحمد بدر كريم 1986² .

- قيمة الإلتزام الديني، من قائمة 1985 law Braithwaite&

1- أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الإعلام والإتصال، دار المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007 ، ص 203 .

2- Micheal Munton, et al (1979): " **Developing Practical Procedures for the Measurement of personal values in cross cultural Marketing** " , journal of marketing Research , vol 16 pp 48.

2- بدر أحمد كريم، دورالمذباغ في تغيير العادات والقيم في المجتمع السعودي، مع دراسة ميدانية قرية خليص، وزارة الإعلام السعودية، ط 2، الرياض، 1987 ، ص 45.

- قيمة مصاحبة رفقاء السوء، قيمة إهمال الدراسة والكسل الفكري، قيمة الإيحاء بالإثارة.

والجنس، من قائمة القيم الغير ترابطية ليحي تقي الدين ومناصري سمير 2011¹.

5- عينة الدراسة:

تقرض العينة نفسها كأسلوب لجمع البيانات عندما يكون الباحث غير قادر على إجراء دراسته على جميع مفردات مجتمع البحث، حيث يلجأ عندها إلى اختيار عينة تجرى عليها الدراسة، على شرط أن تكون العينة ممثلة للمجتمع الأصلي، كما لا بد أن تتوفر لدى جميع مفردات المجتمع الأصلي فرصا متساوية للإختيار ضمن مفردات العينة.

ويعرف محمد عبد الحميد العينة على أنها "عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل الباحث معها منهجيا، ويسجل من خلال هذا التعامل مع البيانات الأولية المطلوبة، ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلا لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع".² حيث يتمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة في مستعملي وسائل الميديا الجديدة من الشباب، وذلك في ولاية معسكر، وقد تم اختيار هذه المنطقة نظرا لأسباب تخدم البحث والباحثين، بالإضافة إلى كون ولاية معسكر تتوفر في كل أنحاءها الربط بشبكة الأنترنت وعليه فإن ظاهرة استعمال تطبيقات الإعلام الجديد من مواقع التواصل الإجتماعي وغيرها تبرز فيها بشكل كبير وفي كل الأوقات بما فيها الفترة المسائية.

إلا أن اختيار العينة في الدراسات الميدانية العلمية بالجزائر يطرح إشكالا معقدا يقف كحاجز أساسي أمام الباحثين الذين يصبون إلى القيام بدراسات علمية بأتم المعنى، ويتمثل هذا الحاجز في عدم توفر قاعدة بيانات موثوق فيها على مستوى الهيئات المختلفة التي يمكن أن يعتمد عليها الباحثون في دراستهم.

1- يحي تقي الدين، مناصري سمير، تأثير البرامج الترفيهية لقناة نسمة الفضائية على القيم الدينية لدى الشباب، الجزائر رسالة جامعية في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة المسيلة، 2010-2011 ص36.

2- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، ط 2، القاهرة - مصر، 2004، ص133.

ونظرا لعدم معرفتنا لأفراد مجتمع البحث وسماته، والتي تتميز بتباينها من فرد لآخر، ونظرا لإقتصار عينتنا على الشباب المستخدمين لوسائل الإعلام الجديد، فقد تم إختيار العينة القصدية (العمدية) وهي "العينة التي يقوم فيها الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكيمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات"¹.

وبالتالي فإن العينة القصدية هي التي تتناسب هذا النوع من الدراسات، خاصة وأن أفراد مجتمع البحث عددهم كبير، وغير معروفين بالنسبة للباحثين. وعليه اخترنا عينة قصدية تمثلت في طلبة ماستر 1 علم الإجتماع المسجلين بجامعة مصطفى اسطنبولي لسنة 2018-2019، حيث بلغ أفراد العينة 100 فردا وتم اختيارهم بإتباع بعض الإجراءات المعمول بها في مثل هذا النوع من العينات وهي كما يلي:

أولا، على مستوى التخصصات راعينا عدد الطلبة المسجلين في كل تخصص من تخصصات علم الإجتماع وراعينا كذلك نسبة طلبة كل تخصص مقارنة بعدد الطلبة الكلي وهذا ما سيبينه الجدول التالي:

جدول يوضح اختيار أفراد العينة حسب التخصص:

عدد الطلبة الكلي	عدد مفردات العينة المختارة	العدد التخصص
67	20	علم الإجتماع اتصال وعلاقات عامة
75	30	علم الإجتماع التنظيم
79	41	علم الإجتماع العنف وعلم العقاب
30	09	علم الإجتماع التربوي
251	100	المجموع

1- أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005 ص 204 .

ثانياً ، إتمدنا على العينة الحصصية فيما يتعلق بالجنس بمعنى 50 % ذكور و 50 % إناث، حيث راعينا إحصائيات الذكور و الإناث في كل تخصص من تخصصات الماستر 1 علم الإجتماع السالفة الذكر، فكان اختيار مفردات العينة في كل تخصص حسب الجنس على نحو ما سيبينه الجدول التالي:

جدول يوضح اختيار أفراد العينة حسب الجنس

المجموع	إناث	ذكور	الجنس
			التخصص
20	12	08	علم الاجتماع اتصال وعلاقات عامة
30	22	08	علم الاجتماع التنظيم
41	08	33	علم الاجتماع العنف وعلم العقاب
09	08	01	علم الاجتماع التربوي
100	50	50	المجموع
% 100	% 50	% 50	

تظهر نتائج الجدول أن 50 فرداً وبنسبة 50% من المبحوثين هم من الإناث وبالعدد وبنسبة ذاتها كان عدد الذكور أي 50 فرداً وبنسبة 50% مع العلم أن الملاحظ في أغلب الأحيان هو طغيان العنصر النسوي بصفة أكبر، إلا أن هذا التساوي في نسبة كلا الجنسين يرجع إلى اختيارنا الحصصية القصدية لعينة الدراسة.

6- تحديد مفاهيم الدراسة:

1.6. الإعلام:

أ_لغة:

من الفعل أعلم وعلم بالشيء أي شعره، ويقال أستعلم لي خبر فلان وعلمنيه وعلم الأمر

وتعلمه أي أتقنه ويقال علمت الشيء بمعنى عرفته وخبرته¹ .

ب_ اصطلاحاً : يعرف الإعلام من الناحية الاصطلاحية على أنه: نشر الحقائق والأخبار والأفكار والآراء بين الجماهير بوسائل الإعلام المختلفة، كالصحافة والإذاعة والسينما والمحاضرات والندوات والمؤتمرات والمعارض وغيرها بغية التوعية والإقناع وكسب التأييد² .

ج_ التعريف الإجرائي:

الإعلام هو عملية نقل المعلومات بطريقة هادفة.

6-2 الإعلام الجديد:

يعرف قاموس التكنولوجيا الرفيعة High-Tech Dictionary الإعلام الجديد بشكل مختصر و يصفه بأنه: اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة³ . كما يشير المفهوم أيضا إلى: الطرق الجديدة في الإتصال في البيئة الرقمية، بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الأنترنت ، وتبادل المعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع أصواتهم وأصوات مجتمعاتهم إلى العالم أجمع .

– أسماء الإعلام الجديد:

لقد تعددت أسماء الإعلام الجديد، ولم تقف كذلك على اسم موحد، ومن هذه الأسماء:

1- الإعلام الرقمي: لوصف بعض تطبيقاته التي تقوم على التكنولوجيا الرقمية مثل التلفزيون الرقمي الراديو الرقمي وغيرها، واللاشارة إلى أي نظام ووسيلة إعلامية تندمج مع الكمبيوتر.

2- الإعلام التفاعلي: طالما توفرت حالة من العطاء والإستجابة بين المستخدمين لشبكة الأنترنت والتلفزيون والراديو التفاعليين وغيرهم من النظم الإعلامية التفاعلية.

3- الإعلام الشبكي: على خطوط الإتصال بالتركيز على تطبيقاته في الأنترنت وغيرها من الشبكات

1- ابن - منظور، لسان العرب، ط 4، المجلد الأول، دار طادر، بيروت - لبنان ، 2005 ، ص 21 .

2- أحمد - زكي بدوي ، معجم مصطلحات الإعلام، ط 2 ، دار الكتاب اللبناني، بيروت لبنان، 1994 ، ص 84 .

3- عباس - مصطفى صادق، الإعلام الجديد(المفاهيم_الوسائل_التطبيقات)، ط 1، دار الشروق(عمان الأردن)، سنة 2008 ص 31 .

- 4- **الوسائط السيبرونية** : من تعبير الفضاء السيبروني الذي أطلقه كاتب روايات الخيال العلمي " ويليام جيسون "في روايته التي أصدرها عام 1894 .
- 5- **إعلام المعلومات** : للدلالة على التزاوج بين الكمبيوتر والاتصال وعلى ظهور نظام إعلامي جديد يستفيد من تطور تكنولوجيا المعلوماتية ويندمج فيها.
- 6- **إعلام الوسائط المتعددة** : حالة الاندماج التي تحدث داخله بين النص والصورة والفيديو¹ .

أقسام الإعلام الجديد:

يمكن تقسيم الإعلام الجديد إلى الأقسام الأربعة التالية:

- 1- الإعلام الجديد القائم على شبكة الأنترنت وتطبيقاتها.
 - 2- الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب والصحف.
 - 3- نوع من منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون التي أضيفت إليها مميزات جديدة مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب.
 - 4- الإعلام الجديد القائم على منصة الكمبيوتر ويتم تداول هذا النوع إما شبكي أو بوسائل الحفظ المختلفة مثل الاسطوانات الضوئية وما إليها وتشمل العروض البصرية وألعاب الفيديو والكتب الإلكترونية وغيرها.²
- التعريف الإجرائي:** هو الإعلام الذي نشأ في ظل البيئة الرقمية، ويتميز بالتفاعلية والتنوع في الأشكال والتكنولوجيا.

1- صادق عباس مصطفى، الإعلام الجديد، دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة، نقلا عن موقع

www.jadeedmedia.com تاريخ الولوج: 2019/03/27 على الساعة 18:15 .

2- أمين رضا عبد الواحد، استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الأنترنت ، أبحاث المؤتمر الدولي الإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة 7-8 أبريل البحرين 2009 ص22.

6-3- القيم:

أ_التعريف اللغوي للقيم: نجد أن المعاجم العربية تفتقد معنى القيم بالمعنى الحديث الذي يدل على معنى معياري تقيم به التصرفات الإنسانية. ففي لسان العرب نجد تحت مادة قوم معنى القيام الذي هو نقيض الجلوس..، قام يقوم وقياماً، قال ابن الأعرابي أن القامة جمع قائم، ومعنى القيام العزم ومنه قوله تعالى "إذ قاموا فقالوا ربنا رب السموات والأرض" (سورة الكهف آية 80) وقد يأتي القيام بمعنى المحافظة والإصلاح، ومنه قوله تعالى "الرجال قوامون على النساء" وقوله تعالى "إلا ما دمت عليه قائماً" أي ملازماً محافظاً. ويأتي القيام بمعنى الوقوف والثبات، وقام عندهم الحق أي ثبت ولم يبرح، وفي قوله تعالى "إن الذين قالوا ربنا الله ثم استقاموا"، وقوام الرجل قامته وحسن طوله، والقومية مثله، والقومية القوام والقامة. أما معجم الصحاح فإنه يضع تحت لفظ قوم: الرجال دون النساء، قال زهير: وما أدري وسوف أخال أدر يا قوم ألحصن أم نساء، وأما المقام والمقام فقد يكون كل واحد منهما بمعنى الإقامة، وقد يكون بمعنى موضع القيام، وقوله تعالى "لا مقام لكم" أي لا موضع لكم، ومن ثم فالقوام هو العدل وحسن الطول وحسن الاستقامة. أما القاموس المحيط للفيروز ابادي فإنه يعيد تكرار المعاني ذاتها للفظة قوم. ويذكر أن القيمة، بالكسر، واحدة القيم، وما له قيمة إذا لم يدم على شيء، وقومت السلعة واستقمته ثمنته¹.

فالقيم إذن وفق معاجم اللغة جمع لكلمة قيمة وهي ثمن الشيء بالتقويم، وهي تحمل معاني متعددة منها القدر أي الثمن والاستقامة، وقد ورد مصطلح الاستقامة والمستقيم في القرآن بمعنى الهداية والطريق المستقيم².

ب_التعريف الاصطلاحي:

القيم حسب تعريف المفكر الجزائري عبد الرحمن عزي في نظريته الحتمية القيمية: بأنها القيمة ما يرتفع بالفرد إلى المنزلة المعنوية، ويكون مصدر القيم في الأساس-الدين-

1- أروى بنت عبد الله بن محمد الفقيه، بحث في القيم، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 2008، ص 6.

2- أروى بنت عبد الله بن محمد الفقيه، مرجع سبق ذكره، ص 7.

و تعرفها كذلك الباحثة فوزية دياب بأنها " الحكم الذي يصدره الإنسان على شيء ما مهتدياً بمجموعة المبادئ والمعايير التي وضعها المجتمع الذي يعيش فيه، و الذي يحدد المرغوب فيه والمرغوب عنه من السلوك "1.

ج_التعريف الإجرائي:

القيم هي عبارة عن نظام معقد يتضمن أحكاماً تقويمية إيجابية وسلبية تبدأ من القبول إلى الرفض ذات طابع فكري، وتعكس القيم أهدافنا واهتماماتنا وتوجهاتنا وحاجاتنا والنظام الإجتماعي والثقافة التي نشأ فيها من نواحي دينية وفكرية وعلمية.

والقيم كذلك هي عبارة عن أحكام عقلية انفعالية توجهنا نحو رغباتنا واتجاهاتنا، يكتسبها ويتعلمها ويتشربها الفرد من المجتمع وتصبح هي محرك لسلوكه. وتصنف القيم إلى أنواع عديدة ومنها النظرية والسياسية والإقتصادية والجمالية والقيم الدينية وهذه الأخيرة هي النوع الذي يدخل ضمن موضوع دراستنا.

6-3-1-القيم الدينية:

أ_التعريف الاصطلاحي:

القيم الدينية هي أحكام تعبر عن اهتمام الفرد وميله إلى معرفة ما وراء العالم الظاهري فهو يرغب في معرفة أصله ومصيره ويرى أن هناك قوة تسيطر على العالم الذي يعيش فيه ويحاول أن يصل نفسه بهذه القوة ويتميز الأشخاص الذين تسود عندهم هذه القيمة في طلب الرزق والسعي وراء الحياة الدنيا على اعتبار أن ذلك عمل ديني.. فالعمل بكل أنواعه المباحة يعتبر قيمة دينية يسعى الفرد للقيام به لرضا ربه ولرضا نفسه لحياة كريمة سعيدة².

ب_التعريف الإجرائي:

هي القيم التي مصدرها المعتقد الديني، وتعكسها مبادئ ومعايير تنظم حياة الفرد والناس في المجتمعات العربية والإسلامية وفق الطريق المستقيم الذي نصَّ عليه القرآن الكريم والسنة، حيث يتم تعلمها من خلال مؤسسات التنشئة الإجتماعية المختلفة، والقيم الدينية الإيجابية

1- فوزية دياب، القيم والعادات الإجتماعية مع بحث ميداني لبعض العادات الإجتماعية، دار النهضة العربية، بيروت، سنة 1980، ص52.

2- مانع المانع، القيم بين الإسلام والغرب، دراسة تأصيلية مقارنة، دار الفضيلة للطباعة والنشر، ط1، ص 32.

أولا يمكن أن تكون سلبية، وهي استعداد فكري ديني ووجداني وسلوكي عند الفرد والجماعات اتجاه الأشياء والموضوعات والأشخاص.

6-4- الشباب:

أ_ لغة:

تعني كلمة الشباب لغة كما وردت في القواميس العربية ومنها لسان العرب لابن منظور الفتوة والفتاء، بمعنى: الحيوية والقوة والديناميكية، والمعنى ذاته ورد في قواميس اللغات الحية، ومنها الانجليزية، فكلمة youth تعني: أول الشيء، بمعنى أنه طازج وحيوي، لذلك قيل قديما: "الشمس لا تسطع في المساء كما تسطع في الصباح".¹

ب_ التعريف الإصطلاحي:

تختلف وجهه النظر العلمية للعلماء في التوصل إلى تعريف محدد للشباب نظرا لإختلاف وجهات النظر الإيدولوجية بين الباحثين عليه لا يوجد تعريف محدد للشباب، وهناك صعوبة في إيجاد تحديد واضح لهذا المفهوم، وعدم الإتفاق على تعريف موحد شامل، يعود لأسباب كثيرة أهمها اختلاف الأهداف المنشودة من وضع التعريف وتباين المفاهيم، والأفكار العامة التي يقوم عليها التحليل السيكولوجي والإجتماعي الذي يخدم تلك الأهداف. لذلك فإن مفهوم الشباب يتسع للعديد من الإتجاهات التالية:

-**الإتجاه البيولوجي:** وهذا الإتجاه يقوم أساسا على الحتمية البيولوجية باعتبارها مرحلة عمرية وطور من أطوار نمو الإنسان، الذي فيه يكتمل نضجه العضوي، وكذلك نضجه العقلي والنفسي والذي يبدأ من سن 15 سنة إلى 25 سنة، وهناك من يحددها من 13-30.²

-**الإتجاه السيكولوجي:** يرى هذا الإتجاه أن الشباب حالة عمرية تخضع لنمو بيولوجي من جهة والثقافة والمجتمع من جهة أخرى، بدء من سن البلوغ وانتهاء بدخول الفرد إلى عالم الراشدين الكبار، حيث تكون قد اكتملت عمليات التطبيع الإجتماعي. وهذا التعريف يحاول الدمج بين الإشتراطات العمرية والثقافة المكتسبة من المجتمع.

1- عبد الله بوجلال، وآخرون، القنوات الفضائية وتأثيرها على القيم الإجتماعية والثقافية والسلوكية لدى الشباب الجزائري، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة، سنة 1999، ص 150.

2- عبد الله بوجلال، وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 151.

-الإتجاه الإجتماعي: ينظر هذا الإتجاه للشباب باعتباره حقيقة إجتماعية وليس ظاهرة بيولوجية فقط، بمعنى أن هناك مجموعة من السمات والخصائص إذا توافرت في فئة من السكان كانت هذه الفئة شبابا.

هذا وقد رأى أحمد فؤاد الشرييني أن فترة الشباب هي " تلك الفترة من النمو والتطور الإنساني التي تتسم بسمة خاصة تبرزها وتعطيها صورتها المميزة"، وتتقسم هذه الفترة في نظره إلى أربع مراحل هي:

1- مرحلة المراهقة وهي التي تمتد من 12- 15 سنة .

2- مرحلة اليافع وهي التي تمتد من 15-18 سنة.

3- مرحلة الشباب المبكر وهي تمتد من 18-21 سنة.

4- مرحلة الشباب البالغ وهي تمتد من 21-25 سنة.

وهذا وقد تطرق بعض العلماء إلى تصنيف الشباب على أساس المهنة والعمل ويمكننا توضيحه كالتالي:

1- فئة الطلاب: وتشمل هذه الفئة طلاب الثانوية، والمعاهد المتوسطة، والعليا، وطلاب الجامعات، وهذه الفئة واسعة بحكم موقعها وامتلاكها الثقافة والتعليم.

2- فئة العمال: وهذه الفئة تعتبر من الفئات الواسعة في المجتمع، ويمكنها أن تلعب دورا في حال تنظيم فعلها وتأطيره من خلال النقابات والمؤسسات المهنية.

3- فئة الموظفين وهي فئة غير متجانسة من حيث الإهتمامات ومستوى المعيشة ومستوى التعليم.

4- فئة العاطلين عن العمل غالبيتهم من خريجي الجامعات والعمال، وهذه الفئة تصنف بأنها الأسوأ من حيث الواقع المعيشي، الأرسقراطي النفسي و خياراتها، واهتماماتها بسبب وضعها الإقصادي غير المستقر.¹

كما عرفت فئة الشباب " بأنها فترة العمر التي تتميز بالقابلية للنمو يمر فيها الإنسان بمراحل جوانب النضج الجسمي، كما يختلف عن المفهوم السيكولوجي من حيث الإقتصار على

1- عبد الله بوجلال، وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 152.

جوانب النضج النفسي.

ومن هذا المنطلق يرى علماء الاجتماع أن الشباب "مرحلة عمرية تبدأ حينما يحاول المجتمع إعداد الشخص وتأهيله لكي يحتل مكانة إجتماعية ويؤدي دورا وأدوارا في بنائه وتنتهي حينما يتمكن الشخص من أن يتبوأ مكانته ويؤدي دوره في السياق الإجتماعي".

ج_ التعريف الإجرائي: نقصد بالشباب تلك المرحلة العمرية التي تبدأ من مرحلة البلوغ إلى مرحلة الرشد و تتميز بالحيوية والنشاط.

6-5- التغيير: أ_ التعريف اللغوي:

"التغيير" في اللغة العربية اسمٌ مشتقٌ من الفعل "غيّر" وغيّر الشيء أي بدله وجعله على غير ما كان عليه، وغير عليه،¹ الأمر: حوله، وتغيير الشيء عن حاله: تحول، وغيره: حوله وبدله، وفي التنزيل العزيز قول الباري عز وجل "ذلك بأن الله لم يك مغيرا نعمة أنعمها على قوم حتى يغيروا ما بأنفسهم وأن الله سميع عليم"، قال "ثعلب": "حتى يبدلوا ما أمرهم الله²، ولا تقل تغيير الذات، وإنما قل التغيير في الذات، لأن هناك بونا شاسعا بين المعنيين، لأن تغيير الشيء يعني استبداله بشيء آخر وتغيير ماهيته وكيونته إلى شيء آخر تماما، أما التغيير في الشيء يعني بقاء الشيء على ما هو عليه مع إجرائي تعديلات وتغييرات محددة فيه.

ب_ التعريف الإصطلاحي:

عرف رينشارد روبر التغيير بأنه: ظاهرة التحول في التوازن بين الأنظمة المعقدة من ثقافية واجتماعية واقتصادية وتكنولوجية التي تكون أساسيات المجتمع.

كما يعني "التغيير" بصفة عامة تحول الشيء من حال إلى حال بشكل مفاجئ وقاطع، وتترتب نتائجه على مدى ما سوف يحالفه من ظروف محيطه به.

الاعتيادية للشباب، وقد تكون هذه التغييرات سريعة وبطيئة حسب خصائص الفرد إلا أنها

1- إبراهيم مصطفى وأحمد عبد القادر وأحمد حسن الزيات ومحمد علي النجار، المعجم الوسيط، تركيا: المكتبة الإسلامية للطباعة والنشر والتوزيع، بدون سنة نشر، ص668.

2- ابن منظور، أبو الفضل جمال الدين بن مكرم، لسان العرب، لبنان، دار صادر، المجلد الخامس، بدون سنة نشر، ص 25 .

تؤثر في نهاية المطاف على مرتبته ووظيفته ودوره في المجتمع.

6-6-التأثير:

أ_ لغة : الأثر هو بقية الشيء، والجمع " آثار وأثر " وخرجت في إثره وفي أثره أي بعده وأثرته وتأثرته: تتبعت أثره. والأثر بالتحريك: ما بقي من رسم الشيء، والتأثير في اللغة العربية هو Influence في اللغة الإنجليزية والفرنسية يعني: "إبقاء الأثر في الشيء " وأثر في الشيء : ترك فيه أثراً، والآثار: الأعلام.

ب_ اصطلاحاً:

التأثير " Influence " مشتق من الكلمة اللاتينية الوسيطة " Influentia " التي تشير إلى القوة السرية التي تنسب إلى الكواكب في تعديلها لقدر الناس، ثم استخدمت الكلمة للإشارة إلى قدرة أي كان في تغيير أفكار الآخر وأفعاله، غالباً من دون علم منهم¹. ويعرف المعجم الإعلامي التأثير بأنه: إحداث تأثيرات وتغيرات في السلوك والتفكير، وتتمثل في التغييرات الحاصلة نتيجة للتعرض للوسائل المختلفة².

وقد اهتمت العلوم الاجتماعية بدراسة التأثير كأحد الأطروحات المؤسسة، خاصة في مجال علم النفس والإجتماع وانتشار الأفكار والموضة ودراسة الدعاية السياسية والإعلان. وقد اعتبر التأثير كتيار عجيب يجتاز المجتمع بأكمله ويصل إلى العقول من دون أن تدرك ذلك.

في مجال علوم الإعلام والاتصال مرت دراسة التأثير بعدة مراحل، عرفت اختلافاً في الأطروحات المقدمة حول سطوة وسائل الإعلام. وكانت البدايات الأولى مع دراسة الدعاية النازية وتأثيرها في الجماهير الألمانية، حيث شكلت هذه الظاهرة موضوع استدعى الدراسة في تلك الفترة. وقد أطلق على يد (هارولد لاسفل) في الثلاثينيات تيار بحثي يعنى بدراسة تأثير الدعاية من خلال وسائل الإتصال، وساد اعتقاد بالسلطة المطلقة لهذه الوسائل حيث كان ينظر للأفراد كذوات سلبية تتأثر مباشرة بمحتوى الوسائل، الإتصالية، وهو الاعتقاد الذي

1- جان فرانسوا دونيه، معجم العلوم الإنسانية، ترجمة جورج كتورة، ط 1، أبو ظبي، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، 2009 ص 179.

2- محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، ط 1، عمان_الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2006، ص 52.

بدأ استثماره في المجال السياسي والإعلاني مع الإيمان بإمكانية التلاعب بالعقول بسهولة، واستمر الوضع إلى أن اثبت (بول ف. لازرسفيلد) عام 1944¹. بأن وسائل الإتصال لا تؤثر في الأشخاص مباشرة، وإنما يكون ذلك بطريقة غير مباشرة وانتقائية ومحدودة، وقد ظهرت بعد ذلك العديد من الإتجاهات والنظريات التي فسرت القوة التأثيرية لوسائل الإعلام والإتصال وعلاقتها بالمستخدم.

وما يميز المجال الإعلامي والإتصالي اليوم هو التطور السريع الذي تشهده وسائل الإعلام والإتصال والتقدم الكبير الذي بلغته تكنولوجيا الإتصالات، ما أدى إلى زيادة الإهتمام بدراسة التغييرات التي تحدثها الوسائل الإعلامية الجديدة على الفرد المستخدم سواء من ناحية الأفكار والإتجاهات والسلوكيات، خاصة أن أهم ما يميز الوسائل الجديدة أنها مع كل تطور تفرض أشكالاً اتصالية جديدة وتغير من طبيعة العلاقة القائمة ما بين الفرد والوسيلة الإتصالية.

ج_ التعريف الإجرائي:

نقصد بالتأثير في دراستنا هذه، التغيير الحاصل على مستوى القيم الدينية للشباب نتيجة تعرضهم لوسائل الإعلام الجديد (الآنترنت) ومحتوياته.

7. الدراسات السابقة:

إن نمو المعرفة وتشعبها يفرض على الباحث عندما يفكر في القيام بأية دراسة وبحث الإقتناع بأن عمله هذا عبارة عن حلقة متصلة بمحاولات كثيرة، فكل عمل علمي لا بد وأن تكون قد سبقته جهوداً أخرى مجسدة في شكل دراسات سابقة سواء ميدانية وعملية ومكتبية. ويعد الرجوع إلى الدراسات السابقة خطوة مبدئية وأساسية من مراحل البحث، حيث تساعد الباحث في تحديد الإطار النظري العام لموضوعه، وبناء خلفيات نظرية حوله، كما تعمل على توجيهه خلال باقي خطوات البحث.

وقد حاولنا الإعتماد على بعض من الدراسات كدراسات مشابهة لبحثنا واتخاذها كخلفيات نظرية ننطلق منها وهي:

1- جان فرانسوا دونيه، مرجع سبق ذكره، ص 180.

1-دراسة السعيد بومعيزة: تعتبر هذه الدراسة مهمة لأسباب عديدة منها على الخصوص أنها ألّمت بدراسة أثر مختلف وسائل الإعلام الحديثة من إذاعة وتلفزيون والإنترنت على الشباب، كما أنها تدور حول القيم وسلوكيات الشباب وهو مجال آخر لم يحظى بالاهتمام الكافي من طرف الباحثين.

وتمحورت إشكالية الدراسة حول تساؤل جوهري مفاده: ما هو أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب الجزائري؟

وكان الهدف من الدراسة يتمثل أساسا في: مسح الأدبيات الخاصة بكل مفهوم من مفاهيم الدراسة كالتأثير والأثر والإستعمال والتعرض والإدراك والتغيير والسلوك والقيم والشباب، وهدفت الدراسة كذلك لمعرفة الوضع الحالي بظروفه واتجاهاته فيما يتعلق باستعمال الشباب لوسائل الإعلام.

والتحقيق هذا الهدف قام الباحث بصياغة الفروض التالية:

_ أن استعمال وسائل الإعلام من حيث عادات وطرائق التعرض والمدة الزمنية من طرف الشباب يختلف باختلاف المتغيرات الديمغرافية .

_ أن الشباب يستعملون التلفزيون أكثر من وسائل الإعلام الأخرى سواء المحلية والأجنبية .

_ أن الشباب يستعملون القنوات الفضائية الأجنبية أكثر مما يستعملون التلفزيون الجزائري.

_ أن الشباب يتعرضون إلى مضامين الخيال في التلفزيون أكثر مما يتعرضون إلى محتويات الواقع.

_ أن وسائل الإعلام لا تساعد على ارتباط الشباب بالقيم نظرا لكون مضامين هذه الوسائل الإعلامية تميل أكثر إلى الترفيه والإستهلاك والخطاب السياسي، باستثناء بعض المضامين المحدودة مثل الوثائقيات والبرامج الدينية والتعليمية.

_ أن ارتباط الشباب بالقيم والإبتعاد عنها ومدى تجاوزهم لبعض السلوكيات يتوقفان على خصائصهم الديموغرافية والسوسيوثقافية والإقتصادية .

والإجابة على فروض الدراسة لجأ الباحث إلى عملية المسح التحليلي من خلال تحليل العلاقة بين متغيرات الدراسة أي فحص العلاقة بين المتغير المستقل المتمثل في وسائل الإعلام والمتغيرين التابعين القيم والسلوكيات من خلال استخدام عينة غير احتمالية حيث

أخذ 160 مفردة من ولاية البليدة التي مثلت مجتمع البحث في هذه الدراسة، واعتمد على العينة الحصصية فيما يتعلق بالجنس بمعنى 50% ذكور و 50% إناث. ومن بين أدوات البحث التي استعملها لجمع المعلومات هي الإستمارة والمقابلة المقننة. توصل الباحث إلى نتائج هامة نذكر منها:

_ أن الشباب يعتقدون أن وسائل الإعلام تساعدهم على الإرتباط بالقيم وأنهم مستوعبون للتوجهات القيمة الموجودة في البيئة الإجتماعية ، ويختارون ما يتلاءم وقيمهم ويطرحون جانبا ما يتعارض معها.

_وتوصلت الدراسة إلى أن الشباب في أغليبيتهم يوظفون وسائل الإعلام لتعميق معارفهم الدينية.

_وخلصت الدراسة أيضا أن المحدد الأول لقيم الشباب وسلوكياته ليس وسائل الإعلام، وإنما هي مؤسسات التنشئة الإجتماعية كالأسرة والمدرسة والمسجد والجماعة الأولية التي غرست فيهم هذه القيم في المقام الأول وتواصل تعزيزها يوميا وإن الشباب يتفاعلون في علاقاتهم الإجتماعية وفق ما تمليه عليهم البيئة الإجتماعية التي يعيشون فيها.

_وكشفت الدراسة أن الشباب لا يعتقدون بأن وسائل الإعلام تساعدهم على تجاوز بعض السلوكيات السلبية، وهذا السبب بسيط يتمثل في أن المحدد الرئيس لسلوكيات الشباب هي قيمهم، وإذا ما حدث وأن تبادر من بعض الفئات الشبابية سلوكيات غير سوية فمرد ذلك ليس وسائل الإعلام وما يستهلكونه من محتويات وإنما قد يتأثرون بأقرانهم وينمدجون سلوكياتهم في الملبس والتحدث والإستهلاك وفق ما يلاحظونه في بيئتهم الإجتماعية وبالتحديد أقرانهم وأسرهم ومؤسساتهم التعليمية.

2-دراسة نصير بوعلي: لقدت تمحورت إشكالية الباحث في هذه الدراسة حول محاولة معرفة الأثر (والتأثيرات) التي يمكن أن يحدثها البث التلفزيوني الفضائي المباشر على الشباب الجزائري، وللإجابة على هذه الإشكالية طرح الباحث عدة تساؤلات من بينها:

_ ما هي أنواع القيم الإيجابية والسلبية التي تفرزها عينة الأفلام المقدمة في الفضائيات الفرنسية؟

_ ما هي نوعية البرامج والمحتويات التي تشدُّ إليها المشاهد والعوامل المؤدية إلى ذلك؟

_ ما هي مجالات التأثير التي تنعكس على الأنساق القيمية وهوية المتلقي الثقافية ؟
واختار الباحث عينات ثلاث لإنجاز الدراسة، الأولى والثانية تتعلقان بالإرسال أي ثلاث قنوات فرنسية (F2 ,M6,TF1) و 26 فيلما دراميا، والعينة الثالثة خاصة بالمتلقي 250 فردا من ولاية قسنطينة، و 250 من ولاية أم البواقي.

واعتمد الباحث على استعمال أسلوب تحليل المضمون واختار فئة القيم كأساس لتحليل الأفلام للتعرف على ما تعكسه لمشاهديها من قيم ثقافية إيجابية وقيم سلبية.
كما صمم لهذا الغرض استمارة وضع فيها 15 قيمة إيجابية و 15 قيمة سلبية، قال عنها أنها من القيم الثقافية الإنسانية الشائعة في معظم المجتمعات، وحدد القيم الإيجابية على النحو التالي: الأمانة، الشجاعة، التسامح، حب السلم، حب الخير، حب الوطن، التضحية، الكفاح من أجل هدف سامي، التعقل، الثقافة، العلم والمحافظة على النظام، واحترام القانون، الإيمان بالله، إحترام العمل، الانضباط. وتمثلت القيم السلبية عند الباحث في: الغش، الجبن، التعصب، الميل إلى الحرب، حب الشر، الخيانة، الكذب، الجنس. والإثارة، مخالفة القانون، الجهل، والتواكل، الإنتهازية، الفردانية، الإيمان وأن الغاية تبرر الوسيلة، السرقة، الإختطاف. والهدف من هذه القيم هو التعرف على مدى ما تعكسه الأفلام من قيم إيجابية وقيم سلبية ونسبة كل منها ومدى تطابقها وعدم تطابقها مع ثقافة المجتمع المعني الكامنة وراء هذه القيم.

كما استعمل الباحث طريقة المسح وأداة الإستمارة لجمع البيانات، وغطت أسئلة الإستمارة عدة انشغالات أهمها: أنماط استعمال التلفزيون وعلاقة الفضائيات بالتعرض لوسائل الإعلام الأخرى وأثر الفضائيات على الأنساق القيمية والهوية الثقافية ؟
وكشفت الدراسة عن العديد من النتائج من بينها:

_ فيما يتعلق بتحليل الأفلام اتضح اهتمام الأفلام وتركيزها على عرض الموضوعات السلبية، وذلك الأثر السلبي أكثر من الموضوعات الإيجابية وذات الأثر الإيجابي حيث بلغت نسبة القيم السلبية فيها 68.6% من إجمالي كل القيم في عينة الدراسة، والباقي قيم إيجابية.

تبين أن الذين يشاهدون يوميا برامج الفضائيات هم أكثر عرضة للآثار الاجتماعية والسلوكية السلبية، وكلما ارتفع عدد الساعات التي يقضيها الشباب في اليوم مع الفضائيات زادت الآثار والسلوكيات السلبية عليهم.

توضح النتائج أن غالبية أفراد العينة يميلون نسبيا إلى الثقافة الغربية في أغلب المتغيرات الثقافية، كما أن لهم ميلا نحو ثقافتهم الأصلية.

إن هذه الدراسة تعتبر جديدة على غرار دراسات "عزي عبد الرحمن" و"بوجلال عبد الله بلقاسم بروان" في ميدان بحوث القيم ووسائل الإعلام في الجزائر، وهو ميدان مازال في حاجة إلى استكشاف آخر.

3- دراسة " يحي تقي الدين بعنوان "تأثير البرامج الترفيهية لقناة نسمة الفضائية على القيم الدينية لدى الشباب الجزائري" دراسة في ضوء نظرية الحتمية القيمية في الإعلام.

حيث تمحورت هذه الدراسة في الإشكالية التالية: ما هو تأثير البرامج الترفيهية لقناة نسمة الفضائية باعتبارها رأسمالا رمزيا على القيم الدينية لدى الشباب الجزائري؟

وقد فكك الباحث هذه الإشكالية إلى التساؤلات التالية:

-هل تعرض قناة نسمة الفضائية في برامجها الترفيهية القيم الإيمانية؟

-هل تعرض قناة نسمة الفضائية في برامجها الترفيهية القيم العقلية؟

-هل تعرض قناة نسمة الفضائية في برامجها الترفيهية القيم السلوكية؟

-ما هي عادات وأنماط مشاهدة الشباب الجزائري لمضامين البرامج الترفيهية لقناة نسمة الفضائية؟

-ماذا يفضل الشباب الجزائري من برامج ترفيهية في سلسلة البرامج الترفيهية التي تقدمها قناة نسمة الفضائية؟

-ما هو رأي الشباب الجزائري في البرامج الترفيهية لقناة نسمة الفضائية؟

-هل يساعد مضمون البرامج الترفيهية لقناة نسمة الفضائية على ارتباط الشباب الجزائري بقيمهم الإيمانية؟

-هل يساعد مضمون البرامج الترفيهية لقناة نسمة الفضائية على ارتباط الشباب الجزائري بقيمهم العقلية؟

-هل يساعد مضمون البرامج الترفيهية لقناة نسمة الفضائية على ارتباط الشباب الجزائري بقيمهم السلوكية؟

واعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي إلى جانب تحليل المضمون ومسح جمهور وسائل الإعلام، وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

_أن البرامج الترفيهية لقناة نسمة تبقى أحد أطراف عملية التأثير على المنظومة القيمية الدينية للشباب الجزائري، إضافة إلى أطراف أخرى، وأكدت النتائج على معارضة الشباب للقيم الترابطية، وموافقة القيم الغير ترابطية، حيث توصل الباحث إلى نتائج أكدت الفرض الذي فرضه على تفاعلية العلاقة بين الشباب وبين ما يتلقونه من محتويات في البرامج الترفيهية، أي بإيجابية الشباب وليس بسلبية كما هو شائع. وتوصل الباحث كذلك إلى أن المحتوى الترفيهي في قناة نسمة الفضائية يعاني من خسوف في القيمة وتسطيح لها، وكذا تحمل البرامج الترفيهية لقناة نسمة نوعا من القيم المنافية لقيم الشباب الجزائري.

4- دراسة "محمد الفاتح حمدي" بعنوان "استخدام تكنولوجيا الإتصال والإعلام الحديثة وانعكاسه على سلوكيات الشباب الجزائري "بجامعة الأغواط :حيث طرح الباحث الإشكال التالي :ما مدى تأثير استخدام تكنولوجيا الإتصال والإعلام الحديثة على سلوكيات الشباب الجامعي الجزائري؟

ووضع الفرضيات التالية:

-يستخدم الشباب الجامعي وسائط الإتصال والإعلام الحديثة لأغراض البحث العلمي والواجبات المدرسية وتحميل الكتب ومتابعة الأخبار والدرشة وقراءة الجرائد والترفيه والإتصال الهاتفي، فهي تلبى رغبتهم في هذا المجال.

-كلما اتجه استخدام الشباب الجامعي لوسائط الإتصال والإعلام الحديثة نحو مجالات البحث العلمي والأكاديمي والتربوي والترفيهي والتنقيفي والتوجيهي والإتصالات الهادفة والإعلام الهادف، كان لذلك أثر إيجابي على أفكارهم وسلوكياتهم واتجاهاتهم، وقيمهم الثقافية والإجتماعية الدينية داخل المجتمع.

يعتبر مستوى التعليم والتربية والوعي والأخلاق والتنشئة الإجتماعية والتثقيف والوازع الديني محددات رئيسية في توجيه الشباب الجامعي نحو استخدامات إيجابية لوسائط الإتصال والإعلام الحديثة فيما يخدم قيمهم ويدعمها.

وللتأكد من هذه الفروض اعتمد الباحث على منهج المسح الوصفي بما أن الهدف من دراسته هو التعرف على مدى استخدام الشباب الجامعي لتكنولوجيا الإعلام والإتصال الحديثة ومدى انعكاس ذلك على سلوكياتهم الإجتماعية . كما استعمل الباحث أداتين من أدوات البحث العلمي بهدف الوصول إلى نتائج دقيقة هما الإستمارة (الإستبيان) والملاحظة كأداة مساعدة.

وتوصل الباحث إلى جملة من النتائج نذكر منها:

_ أن الوسائط الإعلامية الحديثة لها فوائد كبيرة للشباب سواء في البحث العلمي والأكاديمي والتربوي، حيث فتحت أمامهم العديد من المواقع المتنوعة على شبكة الأنترنت مما ساعدهم في البحث وتوسيع مدركاتهم المعرفية، بالإضافة إلى الخدمات الإتصالية، إلى جانب ما يقدم عبر القنوات الفضائية من برامج وحصص وأفلام وثائقية وأشرطة علمية وأخبار ومعلومات.

_ توصلت الدراسة كذلك إلى أن هذه التكنولوجيا الحديثة قد تكون سببا في إصابة الشباب بالعديد من الأمراض النفسية والجسدية، مثل القلق والإضطراب في النوم والصداع والألم والأوجاع في الرأس والظهر، كما قد تكون سببا في زرع الخوف واليأس والقنوط لدى مستخدميها من الشباب.

_ كما أكدت عينة الدراسة على أنها قد تكون عائقا على حياتهم الدراسية من خلال إضاعة الوقت أثناء استخدامها والإدمان عليها، مما يولد لديهم حالات من الخمول والكسل والفشل، والإحباط وتراجع مستواهم الدراسي والعلمي وقلت مطالعتهم للكتب والمراجع الدراسية.

_ تحمل المضامين المقدمة عبر الوسائل التكنولوجية الحديث سلوكيات وعادات و أنماط جديدة وافدة دخيلة على ثقافة مجتمعنا الجزائري العربية والإسلامية، كما تهدف إلى الترويج للقيم المادية على حساب القيم الروحية والمعنوية، حيث فتحت المجال واسعا أمام الشباب للإنحلال الخلقي.

الإطار النظري للدراسة

1- الإعلام الجديد:

يمثل الإعلام الجديد مظهرا جديدا كلياً ، ليس في إطار دلالات علوم الإتصال فقط ، ولكن في مجمل ما يحيط بهذا النوع المستحدث من الإعلام من مفاهيم خاصة كونه مازال في معظم جوانبه حالة جنينية لم تتبلور خصائصه الكاملة بعد ، وبرغم التطور الذي شهدته تكنولوجيا الإعلام الجديد إلا أنها لم تلغي وسائل الإتصال القديمة ولكن طورتها بل غيرتها بشكل ضخم.

1-2- مفهوم الإعلام الجديد:

هو إعلام عصر المعلومات ، فقد كان وليد التزاوج بين ظاهرتين بارزتين عرف بهما هذا العصر تتمثل في ظاهرة تفجر المعلومات وظاهرة الإتصالات عن بعد.¹ ويعرف أيضا بالطرق الجديدة في الإتصال في البيئة الرقمية بما يسمح لمجموعات أصغر من الناس بإمكانية الإلتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المعلومات ، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وأصوات مجتمعاتهم إلى العالم أجمع.² عرفه الدكتور سامي زهران بجامعة القصيم على أنه إعلام ديناميكي تفاعلي بين النص والصوت والصورة يتيح فرصة التعليق والنقد بين المصدر والمتلقي وتحول المتلقي إلى ناشر ، وأنه إعلام متعدد الوسائط حيث يستعين بالصورة والكلمة ومقاطع الفيديو في الوقت نفسه ، وسهل الإستخدام فهو متاح للجميع.³

يعرف قاموس التكنولوجيا الرفيعة : "الإعلام الجديد بشكل مختصر ويصفه بأنه : إندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة".

ويعرفه قاموس الكمبيوتر عبر مدخلين هما :

1- إن الإعلام الجديد يشير إلى جملة من تطبيقات الإتصال الرقمي وتطبيقات النشر الإلكتروني على الأقراص بأنواعها المختلفة والتلفزيون الرقمي والإنترنت ، وهو يدل كذلك

1- سميرة شيخاني ، الإعلام الجديد في عصر المعلومات ، مجلة جامعة دمشق ، المجلد 26 ، العدد الأول والثاني ، 2010 ص 442.

2- عباس صادق عباس ، الإعلام الجديد (المفاهيم ، الوسائل ، التطبيقات) ط 1 ، دار الشروق ، الأردن ، 2008 ص 31.

3- قينان عبد الله الغامدي ، المرجع السابق ، ص 12.

على استخدام الكمبيوترات الشخصية والنقالة بالإضافة إلى التطبيقات اللاسلكية للإتصالات والأجهزة المحمولة في هذا السياق.

ويخدم أي نوع من أنواع الكمبيوتر على نحو ما تطبيقات الإعلام الجديد في سياق التزاوج الرقمي إذ يمكن تشغيل الصوت والصورة في الوقت الذي يمكن فيه أيضا معالجة النصوص وإجراء عمليات الإتصال الهاتفي وغيرها مباشرة من أي كمبيوتر .

2- المفهوم يشير أيضا إلى الطرق الجديدة في الإتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الإلتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات ، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع.¹

تعريف مجلة بي سي للإعلام الجديد على أنه "أشكال التواصل في العالم الرقمي والتي تضمن النشر على الأقراص المدمجة وأقراص الدي في دي وبشكل أكثر أهمية على شبكة الإنترنت".²

يعرفه رضوان بلخيري على انه "إعلام كل شيء هو إعلام يختص بالرأي والمعلومة والخبر والخبرات والتجارب والصور ومشاهد الفيديو التي تنشر إلكترونيا من قبل أفراد مستقلين غير خاضعين لأي نظام سياسي أو غيره سوى إلتزام الفرد الشخصي بما يؤمن به من قيم ومبادئ ووفق ما لديه من رقابة ذاتية".

تعرفه رحيمة الطيب عيساني على أنه "يشير إلى مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي مكنت من إنتاج ونشر واستهلاك المحتوى الإعلامي من خلال الأجهزة الإلكترونية المتصلة بالإنترنت أو غير المتصلة أتاحت إمكانات هائلة للتواصل الإجتماعي والإتصال الإجتماعي من خلال خدمات الهاتف المحمول والشبكات الإجتماعية على الإنترنت وعلى الرغم من أن الإنترنت ليست المثال الوحيد على وسائط الإعلام الجديد إلا أنها كانت ومازالت السبب الرئيسي لوصف هذا النمط من الإعلام الجديد.³

1- عباس صادق عباس ، المرجع السابق ، ص 31.

2- سعود صالح كاتب ، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع ، التحديات والفرص ، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي ، جامعة الملك عبد العزيز ، جدة ، 2011 ص 5.

3- رحيمة الطيب عيساني ، الصراع والتكامل بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي، مجلة الباحث الإعلامي ، العدد 20 ، أيار ، 2013 ص 52.

من خلال التعريفات السابقة يبدو استحالة وضع تعريف شامل عن الإعلام الجديد لعدة أسباب، تبدأ بأن هذا الإعلام هو في واقع الأمر يمثل مرحلة انتقالية من ناحية الوسائل والتطبيقات والخصائص التي لم تتبلور بشكل كامل وواضح ، فهي مازالت في حالة تطور سريع وهذا ما دعاه لصعوبة تعريف صارم من هذا المدخل تحديدا بينما يختلف الوضع إذا تم وضع تعريف بناء على مجموعة الخصائص التي تميز الإعلام الجديد.

1-3 العوامل الرئيسية لظهور الإعلام الجديد:

وراء ظاهرة الإعلام الجديد عوامل تقنية واقتصادية وسياسية يمكن تلخيصها فيما يلي :

1-3-1 العامل التقني: المتمثل في التقدم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر تجهيزاته وبرمجياته وتكنولوجيا الإتصالات ولا سيما ما يتعلق بالأقمار الصناعية وشبكات الألياف الضوئية ، فقد اندمجت هذه العناصر التكنولوجية في توليفات اتصالية عدة إلى أن أفرزت شبكة الأنترنت الشكل حاليا لكي تصبح وسيطا يطوي بداخله جميع وسائط الإتصال الأخرى المطبوعة والمرئية والمسموعة وكذلك الجماهيرية والشخصية ، وقد انعكس أثر هذه التطورات التكنولوجية على جميع قنوات الإعلام منها الصحافة ، الإذاعة والتلفاز ، فقد إنكمش العالم مكانا وزمانا وسقطت الحواجز بين البعيد والقريب، وكانت تكنولوجيا الواقع الخيالي أن تسقط الحاجز بين الواقعي والوهمي وبين الحاضر والغائب وبين الإتصال مع كائنات الواقع الفعلي والكائنات الرمزية التي تقطن في فضاء المعلومات .

1-3-2 العامل الإقتصادي : والمتمثل فلي العولمة الإقتصادية من الإسراع في حركة السلع ورؤوس الأموال وهو ما يتطلب بدوره الإسراع في تدفق المعلومات ، وليس لمجرد كون المعلومات قاسما مشتركا يدعم جميع النشاطات الإقتصادية دون استثناء بل لكونها سلعة إقتصادية في حد ذاتها تتعاضم أهميتها يوما بعد يوم ، بقول آخر إن عولمة نظم الإعلام والإتصال هي وسيلة القوى الإقتصادية لعولمة الأسواق وتنمية النزاعات الإستهلاكية من جانب ، وتوزيع سلع صناعة الثقافة من موسيقى ، ألعاب وبرامج تلفزيونية من جانب آخر .

1-3-3 العامل السياسي : والمتمثل في الإستخدام المتزايد لوسائل الإعلام من قبل القوى السياسية بهدف إحكام قبضتها على سير الأمور والمحافظة على استقرار موازين القوى في عالم شديد الإضطراب زاخر بالصراعات والتناقضات .

وقد تداخلت هذه العوامل التقنية والإقتصادية والسياسية بصورة غير مسبوقه جاعلة من الإعلام الجديد قضية شائكة جدا وساحة ساخنة للصراعات العالمية والإقليمية والمحلية.¹

1-3-4 العامل الثقافي : والمتمثل في استخدام وسائل الإعلام التطورات التقنية التي حدثت لوسائل الإتصال والإعلام في السنوات الأخيرة و أثرت في العلاقات المتعددة داخل المجتمع من قيم وعادات ومفاهيم وأنماط سلوكية وخبرات ومعارف وكذلك في علاقة المجتمعات البشرية بعضها ببعض سواء في زمن السلم أو الحرب.²

1-4- تقسيمات الإعلام الجديد :

-الإعلام الجديد القائم على شبكة الإنترنت ONLINE وتطبيقاتها وهو جديد كلياً بصفات وميزات غير مسبوقه وهو ينمو بسرعة وتتولد عنه مجموعة من التطبيقات لا حصر لها .
-الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب والصحف وهو أيضا ينمو بسرعة وتنشأ منه أنواع جديدة من التطبيقات على الأدوات المحمولة المختلفة ومنها أجهزة الهاتف والمساعدات الرقمية الشخصية وغيرها .

-نوع قائم على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون التي أضيفت إليها ميزات جديدة مثل التفاعلية والرقمية والإستجابة للطلب .

-الإعلام الجديد القائم على منصة الكمبيوتر OFFLINE ويتم تداول هذا النوع بوسائل إما شبكية أو بوسائل الحفظ المختلفة مثل الأسطوانات الضوئية وما يشبهها ويشمل العروض البصرية وألعاب الفيديو والكتب الإلكترونية وغيرها.³

1- سميرة شيخاني ، المرجع السابق ، ص 443-444 .

2- رامي حسين حسني الشرافي، دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني، دراسة ميدانية على طلبة الجامعات في قطاع غزة، رسالة ماجستير لدراسات الشرق الأوسط ، جامعة الأزهر، غزة، 2012، ص 30-31

3- سيمشي وداد ، الصحفيون الجزائريون ومصادر المعلومات الإلكترونية ، دراسة مقارنة بين القطاع السمعي والسمعي البصري والمكتوب ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والإتصال ، جامعة منتوري قسنطينة ، 2009-2010 ، ص 92.

1-5-1- مداخل نظرية لفهم الإعلام الجديد :

1-5-1-1- مدخل نيكولاس نيغرو بونتي : طور نيكولاس نيغرو بونتي NICHOLAS NEGROPONTE أفكاره حول الإعلام الجديد من خلال عمله في مختبر الإعلام الجديد بمعهد Newmedial BMIT وهو يطرح الميزات التي يتحلى بها الإعلام الجديد مقارنة بما سبقه في استبداله الوحدات المادية بالقمية كأدوات رئيسية في حمل المعلومات التي يتم توصيلها في شكل إلكتروني وليس في شكل فيزيائي ، اما الميزة الأكثر أهمية ، هي أن هذا الإعلام خرج من أسر السلطة التي كانت تتمثل في قادة المجتمع والقبيلة، الكنيسة والدولة إلى أيدي الناس جميعا ، وقد تحقق جزئيا عند ظهور مطبعة غوتنبرغ وتحقق أيضا عند ظهور التلغراف وأخذ سمته الكاملة بظهور الإنترنت التي جاءت بتطبيق غير مسبوق وحققت نموذج الإتصال الجمعي بين كل الناس.

1-5-2- نموذج الإتصال الجديد لدى كروسبي : يشترك فين كروسبي Vin Crosbie مع

نيغرو بونتي في نفس الأفكار ويعقد مقارنة ثلاثية متسلسلة بين الإعلام الجديد والقديم من خلال النماذج الإتصالية الكلاسيكية ليصل للقول : "بأن الإعلام الجديد يتميز بما يأتي بأن الرسائل الفردية يمكن أن تصل في وقت واحد إلى عدد غير محدود من البشر وأن كل واحد من هؤلاء البشر له نفس درجة السيطرة ونفس درجة الإسهام المتبادل في هذه الرسالة.¹

1-5-3- مدخل التصنيفات الثلاثة للإعلام الجديد : يضع ريتشارد ديفيز Richard

Davis وديانا أوين Dina Owne الإعلام الجديد وفق ثلاثة انواع هي :
الإعلام الجديد بتكنولوجيا قديمة والإعلام الجديد بتكنولوجيا جديدة ، الإعلام الجديد بتكنولوجيا مختلطة.

-الإعلام الجديد بتكنولوجيا قديمة : يعود إلى مجموعة من الأشكال الصحفية في الإذاعة والتلفزيون والصحف ، ويشير إلى الراديو والتلفزيون Talk Show والمجلات الإخبارية مثل 60Minutes وبرامج الأخبار الحية والبرامج المسائية وبرامج الصباح مثل صباح الخير

1- رولا عبد الرحمن الجمل ، الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد ، أبحاث المؤتمر الدولي ، جامعة البحرين ، 2009 ، ص 31.

أمريكا ، وبرامج التابلويد مثل الشبيهة بصحافة التابلويد الورقية ، ويشمل التجديد في حالات أخرى ، نموذج برنامج أوبرا وقنوات مثل أم تي في المتخصصة في الموسيقى .
-الإعلام الجديد بتكنولوجيا جديدة : تمثله جميع الوسائل التي نعايشها الآن التي تعمل على منصة الكمبيوتر ، وهي الوسائل التي مكنت من إنفاذ حالة التبادل الحي والسريع للمعلومات .

-الإعلام الجديد بتكنولوجيا مختلطة: فيه تزول الفوارق بين القديم والجديد ، فقد أصبحت الحدود الفاصلة بين أنواع الوسائل المختلفة حدود إصطناعية ، وتبادل المنافع بين الإعلام القديم والجديد.¹

1-5-4-مدخل مانوفيتش للإعلام الجديد : يقول ليف مانوفيتش Manovich في مدخله لفهم الإعلام الجديد -فإننا نحتاج لتجاوز الفهم السائد الذي يحدده بشكل عام في استخدام الكمبيوتر لتوزيع وعرض المعلومات والنظر إلى الدور التكاملي للكمبيوتر في كافة عمليات الإنتاج وفي كل وسائل الإعلام التي أحدثت تغييرات هائلة في طبيعة الإتصال- ويحدد مانوفيتش الحالات الرئيسية للإعلام الجديد:

-التمثيل العددي يتمثل في الطبيعة الرقمية لأجهزة الإعلام
-حالة الإنتقال فهي تعني أن الأجسام الإعلامية يمكن أن تندمج بين بعضها البعض بينما تحافظ على صفاتها الخاصة ، وهذا ما تمثله الخصائص التكنولوجية للإعلام الجديد .
-القابلية للتنوع هي واحدة من أركان الإعلام الجديد الهامة في كونها تمثل مجموعة البيانات يمكن أن تعالج بأساليب مختلفة جدا وحالة التنوع هذه يمكن أن تشمل إمكانية فصل المحتوى وإمكانية التعديل والتخصيص والتفاعلية.²

1-6-خصائص الإعلام الجديد :

1-التحول من النظام التماثلي إلى النظام الرقمي : في النظام الرقمي يتم نقل المعلومات على شكل أرقام وعند وصول العولمة إلى المستقبل يقوم بدوره بترجمتها إلى صوت وصورة أو غير ذلك يقوم النظام التماثلي من ناحية أخرى بنقل المعلومة على شكل موجة متسلسلة

1- رولا عبد الرحمن الجمل ، المرجع السابق ، ص31.

2-عباس صادق عباس، المرجع السابق ، ص18.

ونظرا إلى كون الإشارات الرقمية إما صفرا أو واحد فإن النظام الرقمي يكون أشد نقاءا وخاليا من التشويش ذلك بعكس النظام التماثلي الذي يمكن أن يحتوي على قيم جزئية تتراوح بين الصفر والواحد ومن ثم فإن إمكانية التشويش تكون أكبر.

2-التفاعلية : وتطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الإتصال تأثير في أدوار الآخرين وباستطاعتهم تبادلها ، ويطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة او التفاعلية وهي تفاعلية بمعنيين ، هناك سلسلة من الأفعال الإتصالية التي يستطيع الفرد (أ) أن يأخذ فيها موقع الشخص (ب) ويقوم بأفعاله الإتصالية .

3-تفتيت الإتصال : تعني أن الرسالة الإتصالية من الممكن ان تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي.

4-اللاتزامنية : تعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم ولا تتطلب من المشاركين كلهم أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه ، فمثلا نظم البريد الإلكتروني ترسل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت دون حاجة لوجود المستقبل للرسالة .

5-قابلية التحرك او الحركية : تتجه وسائل الإتصال الجديدة إلى صغر حجم مع إمكانية الاستفادة منه في الإتصال من أي مكان إلى آخر في أثناء تحرك مستخدمها ومثال على ذلك الشاشة الصغيرة التي يمكن استخدامها في السيارة مثلا أو الطائرة .

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

7-قابلية التوصيل : تعني إمكانية توصيل الأجهزة الإتصالية بأنواع كثيرة من أجهزة أخرى وبغض النظر عن الشركة الصانعة لها أو البلد الذي تم فيه الصنع ومثال على ذلك توصيل جهاز التلفاز بجهاز الفيديو DVD¹

8-الشيوع والإنتشار : تعني به الإنتشار المنهجي لنظام وسائل الإتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع وكل وسيلة تظهر تبدو في البداية على أنها ترف ثم

1- سميرة شيخاني ، المرجع السابق ، ص 444.

تتحول إلى ضرورة ، وكلما زادت عدد الأجهزة المستخدمة زادت قيمة النظام للأطراف المعنية كلها .

9- الكونية : البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الإتصال هي بيئة عالمية دولية حتى تستطيع المعلومات أن تتبع المسارات المعقدة تعقد المسالك التي يتدفق عليها رأس المال إلكترونيا عبر الحدود الدولية إلى جانب تتبع مسار الأحداث الدولية في أي مكان في العالم.¹ بالإضافة إلى ذلك نتحدث عن خصائص الإعلام الجديد المرتبطة بعناصر العملية الإتصالية في محاولة لفهم عملية الإتصال الإعلامي الحديث والمتمثلة فيما يلي :

10- مركزية الإعداد (المصدر) : مثلت وسائل الإعلام التقليدية محور عملية التواصل المجتمعي ، فبالنسبة للأفراد مكنتهم وسائل الإعلام من تحقيق أغراضهم في الحصول على معلومات لم يكن ممكن الحصول عليها من أماكن أخرى . أما بالنسبة للمؤسسات فقد مكنتها وسائل الإعلام من تحقيق غرضها لتوزيع المحتوى وحاجتها إلى وسيلة توصلها إلى الجمهور ، وقد أحدثت وسائل الإعلام الجديد ثورة في مركزية وسائل الإعلام المجتمعية ، وأصبح الجميع يمكنه مخاطبة الجميع بشكل مباشر وبعيد عن تلك الوسائل المركزية أو الوسيط المحوري.

11- المحتوى (الرسالة): أحدثت وسائل الإعلام الجديد أيضا ثورة في المحتوى الإعلامي وذلك من خلال خفض مستوى الإحترافية المطلوب للإعداد ، حيث أصبح بالإمكان قيام الهواة بإعداد ذلك المحتوى دون حاجة إلى التعقيدات الإحترافية اللازمة في المؤسسات الإعلامية التقليدية ، وبتكلفة منخفضة جدا ، وقد أدى ذلك إلى تجاوز ما يسمى بسيطرة النخب على إعداد المحتوى الإعلامي .

12- التوزيع (الوسيلة): في الوقت الذي تحتاج فيه وسائل الإعلام التقليدية إلى بنى تحتية مرتفعة التكاليف ، تتمثل في المحطات الإذاعية والتلفزيونية ، والمطابع بالنسبة للصحف الورقية ، فإننا نجد أن وسائل الإعلام الجديدة لا تتطلب تلك التكاليف الباهظة ، حيث تمثل الإنترنت وسيلة توزيع قليلة التكلفة وقادرة على الوصول بسهولة إلى كافة أنحاء العالم.²

2- سميرة شيخاني ، المرجع السابق ، ص 448.

1- سعود صالح كاتب ، المرجع السابق ، ص 7.

13-التلقي : في ظل وسائل الإعلام الجديد أصبح بإمكان المستخدم إسترجاع الرسالة في أي وقت يريد، حيث أنها محفوظة في مكان ما على الشبكة يمكنه الدخول عليها في أي وقت ومن أي مكان في العالم حتى أثناء تجواله ، هذه الخاصية ليست متاحة بالنسبة لوسائل الإعلام القديم والتي إذا فات المتلقي جزءا منه فإنه لا يمكنه استرجاعه بسهولة.

14-الإستجابة : في حالة الإعلام التقليدي نجد أن عملية الإتصال تتم في اتجاه واحد من المصدر إلى المتلقي ، مع إمكانية بسيطة جدا أو متأخرة للتفاعل مع المصدر ، في حين ان ظاهرة الإعلام الجديد تتميز بقدر عال من التفاعلية ، وما بعد التفاعلية ، فكما سبق ذكره فقد كانت مساهمة المتلقي في رسائل الإعلام الجديدة محصورة في البداية في دائرة رجع الصدى للمحتوى الذي يتم نشره وذلك من خلال كتابة التعليقات والملاحظات عن ذلك المحتوى ، ثم ومع ظهور المنتديات والمجموعات الإخبارية والقوائم البريدية إمتلك المتلقي مزيدا من الحرية النسبية على التعبير.¹

1-7-أنواع وسائل الإعلام الجديدة:

تتميز أنواع وسائل الإعلام الجديدة بالرقمية والتفاعلية والتشعبية والتفردية والتخصيص والجماهيرية ، وتزواج الوسائط والتكنولوجيات ولكل وسيلة خصائصها نذكر منها ما يلي :

1-7-1- مواقع الشبكات الإجتماعية : يبدو أن تاريخ نشوء الشبكات الإجتماعية يعود إلى سنة 1960 ، وتحوي الشبكات الإجتماعية عددا كبيرا من المواقع أبرزها الفيسبوك وتويتر وهي عبارة عن موقع على الشبكة العنكبوتية يتيح لمستخدميه وضع صفحة شخصية عامة معروضة وبتيح إمكانية تكوين علاقات شخصية مع المستخدمين الآخرين الذي يقومون بالتحول إلى تلك الصفحة الشخصية.²

أصبحت الشبكات الإجتماعية هي البديل لأنشطة الماضي التقليدية ، وحالة التفاعل بين مجتمعات اليوم مع البيئة والمجتمع المحيط هي التي تسيطر على النظام الإتصالي بدرجة لافتة للنظر ، وقد نشط جزء كبير من شبكات التبادل في نقل الأفلام القصيرة التي ينتجها

1- <http://blogamin.org/nisreenhassouna> الزيارة بـ: 2019/05/02 على سا 11:30

2- ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة ، ط1 ن دار البداية ، ناشرون وموزعون ، عمان ، 2014 ، ص 331

أناس عاديون من حول العالم ، أو هواة إخراج سينمائي ، بالحد الأدنى من الموارد وهو ما يؤكد حدوث جذري في أدوات التخاطب والتعبيري .

1-7-2- المدونات:

تعتبر المدونات أشهر أوجه الإعلام الجديد وهي عبارة عن مذكرات ترتيب بحيث توضع تدوينات الأحداث في أعلى الصفحة الرئيسية للمدونة تليها التدوينات الأقدم ، تتيح المدونات التعليق على ما كتب فيها ، كما يمكن لصاحب المدونة التحكيم في محتوياتها بسهولة كبيرة مقارنة بمواقع الويب التقليدية.¹

هي تطبيق من تطبيقات الإنترنت يعمل من خلال نظام لإدارة المحتوى وهي في أبسط صورة عبارة عن صفحة ويب على الإنترنت تظهر عليها تدوينات مؤرخة ومرتببة ترتيباً زمنياً تصاعدياً ، ينشر منها عدد محدد من يتحكم فيه مدير / ناشر المدونة ، كما يتضمن النظام آلية لأرشفة المدخلات القديمة ويكون لكل مدخلة منها مسار دائم لا يتغير منذ لحظة نشرها يمكن القارئ من الرجوع إلى تدوينة معينة في وقت لاحق عندما لا تعود متاحة في الصفحة الأولى للمدونة كما يضمن ثبات الروابط ويحول دون تحللها .

1-7-3- الويكي Wiki:

هي عبارة عن مواقع ويب تسمح للمستخدمين بإضافة محتويات وتعديل الموجد منها ، حيث تلعب دور قاعدة بيانات مشتركة جماعية ، أشهر هذه المواقع ، موقع Wikipedia وهو الموسوعة التي تضم ملايين المقالات بمعظم لغات العالم .

كلمة الويكي Wiki بلغة شعب جزر هاواي الأصليين تعني : بسرعة ، أما بلغة التكنولوجيا فهي تعني نوع بسيط من قواعد البيانات التي تعمل في شبكة الإنترنت .في عام 1995 م قام كل من وارد كنهام وبوليوف بإنشاء أول موقع ويكي وهو WikiWikiWeb والذي شكل مجتمعاً متعاوناً مفتوحاً للجميع ، حيث يمكن لأي شخص أن يشارك في تطوير وزيادة محتويات الموقع .

1-7-4- البودكاست :

1- عبد الرزاق محمد الدليمي ، الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، 2011 ، ص 263.

هي خدمة تتيح الحصول على ملفات الصوت والفيديو من موقع معين بمجرد أن تدرج فيه ، دون الحاجة إلى زيارته في كل مرة وتحمل المحتوى يدويا ، فالمستخدم الذي يملك تطبيقا على جهازه كتطبيق iTunes ، Apple مثلا ، يمكنه الإشتراك في خدمة البودكاست لأي موقع يريد بشرط أن يقدم الموقع هذه الخدمة ، ثم يقوم الـ iTunes بتحميل الملفات الجديدة أوتوماتيكيا في حال توفرها .

1-7-5- المنتديات : ظهور المنتديات قبل ظهور الإعلام الجديد وهي عبارة عن أماكن ومساحات للنقاش على الشبكة ، وتدور حول ومواضيع معينة وإهتمامات مشتركة حيث تعتبر المنتديات أحد أشهر أشكال الإعلام الجديد وأكثرها انتشارا.¹ وهي واحدة من تطبيقات المشاركة والتفاعل والإعلام البديل التي جاءت بها الشبكة بما يحقق للجميع إسماع أصواتهم ، وهي في الوقت نفسه مجموعة من البرامج المختلفة تعمل على تطبيق هذا النوع من التواجد الحي للتجمعات على الإنترنت ، وهي نشاط يعود إلى حوالي عام 1995 العام الذي بدأت فيه المنتديات في الظهور .

1-7-6-مجتمعات المحتوى : هي مجتمعات (موقع) على الشبكة تسمح بتنظيم ومشاركة أنواع معينة من المحتويات ، أشهر المجتمعات تهتم بالصور كموقع Flickr ، وحفظ الروابط Bookmark Links كموقع Del.icio.us ، والفيديو كموقع You Tube²

1-8- علاقة الإعلام الجديد بالإعلام التقليدي:

تحدث سامي زهران عن علاقة الإعلام الجديد بالإعلام التقليدي ، ويرى بأن هناك مواجهة بين أنصار الطرفين ، فبعض المتحمسين للإعلام التقليدي يرفضون بشدة الإعلام الجديد وبعض المتحمسين للإعلام الجديد يتنبؤون بزوال بعض أشكال الإعلام التقليدي كالصحف الورقية مثلا . وخلص إلى أن العلاقة بين الإعلامين الجديد والتقليدي علاقة تكاملية ، وليست علاقة تصادم أو إقصاء وذكر بأن كل إعلام ظهر لم يبلغ ما قبله ، فالتلفاز عندما ظهر لم يبلغ الإذاعة أو الصحافة ، بل بقي لكل خصوصياته ومعجبه ومحبوه.

1 - محمد عبد الحميد ، المدونات ، الإعلام البديل ، عالم الكتب للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2009 ، ص 52.

2 - <http://blogamin.org/nisreenhassouna> الزيارة 2019/05/25 على سا 10:50.

إن الفروق بين الإعلام الجديد والتقليدي تركز على قضية (الحرية الفردية) التي تعد الفرق الجوهرية بين هذين الشكلين من الإعلام ، وأكد المحاضر على أن المحتوى الجيد للإعلام الجديد أفضل من المحتوى الجيد للإعلام التقليدي.

لكن المحتوى السيء للإعلام الجديد أيضا أسوأ من المحتوى السيء للإعلام التقليدي ، وختم الدكتور محاضرتة بالحديث عن مساوئ الإعلام الجديد ، والتي تتمثل في عدم تمحيص المواد المنشورة ، وعدم الثقة بالأخبار والمواد الموجودة ، وقال أن أهم تحديين يواجههما الإعلام الجديد هما جودة المحتوى والتكنولوجيا التي يمكن بها عرض هذا المحتوى.¹

فيما ترى آلاء زومان بأننا أمام رهانات تغيير حقيقية ، فالإعلام الجديد ألقى بظلاله وآثاره على الإعلام التقليدي ، إذ أسهم كونه قائما على لامركزية المعلومات وانتشاره بين الناس في إحداث تغيير كبير داخل عناصر العملية الإتصالية ، وزاد من حرية التعبير لدى الأفراد ومشاركتهم في صنع الحدث الإعلامي من خلال التغطية المباشرة للأحداث أو من خلال الرأي في إدلائهم للتعليقات حوا ما يرونه ويعايشونه كشكل من أشكال التغيير في الرسالة من حيث المضمون المقدم ومقاربتة لهموم الناس وتطلعاتهم وفي المجمل فقد أسهم الإعلام الجديد في صنع كثير من التغيرات للإعلام التقليدي التي كانت نتاجا وإفرازا للمشكلات التي واجهته مع دخول التقنية ، ومنها على سبيل المثال : تفتت الجماهير بين الوسائل ، فتنامي المنافذ الإعلامية أدى إلى توزع الجمهور المنتظر للمعلومة بين الصحف الإلكترونية ومواقع الشبكات الإجتماعية وحسب آلاء زومان طرحت سؤال: هل تنهي الشبكات الإجتماعية عصر الإعلام التقليدي؟ أعتقد أن الجواب مختلف بحسب الوسيلة ، لكن بشكل عام ، إضافة إلى حالة الإندماج بين التقليدي والجديد التي حافظت على جزء كبير من جمهور الوسائل التقليدية إلا أنه قد تشهد بعض الوسائل التقليدية تراجعاً في أعداد المستخدمين لموادها بطريقة تقليدية (ورقيا أو عن طريق التلفزيون) ، نظرا للإقبال على الوسائط الإلكترونية.

إلا أن التراجع لن يلغي أهمية ورصانة الوسائل الإعلامية التقليدية المتخصصة ، فالواقع يشهد أن كثير من المستخدمين لا يزالون يعتمدون على وسائل الإعلام التقليدي كمصدر أساس لنيل المعلومات.¹

1-9- سلبيات الإعلام الجديد :

1- صعوبة الوثوق والتحقق من صحة وصدقية العديد من البيانات والمعلومات التي تحويها بعض المواقع في ظل الحاجة إلى التعزيز المتواصل للقدرات الثقافية والتعليمية للمتلقي.

2 - ضعف ضبط الضوابط الضرورية لضمان عدم المساس بالقيم الدينية والاجتماعية والثقافية للمجتمعات.

3- ضعف ضوابط السيطرة على نشر العنف والتطرف والارهاب.

4- عدم التوازن بين حجم ونوعية الرسائل الإعلامية الموجهة وبين استعداد المتلقي لهما فيما يتعلق بالرأي والرأي الآخر.

5- تفتت دائرة المتلقي، والتركيز على مخاطبة أفراد والجماعات الصغيرة وفق الميول والاحتياجات الفردية.

6- انتهاك حقوق النشر والملكية الفردية.

7- ارتكاب الجرائم الالكترونية باستخدام التقنيات الحديثة.

1- قينان عبد الله الغامدي ، المرجع السابق ، ص12.

2- بن سعيد، مبارك، صحافة المواطن والمسؤولية الاجتماعية، نقلًا عن الموقع www.aljazeera.net تاريخ الولوج :

2019/05/04 على الساعة 19:20 مساء .

3- القيم الدينية :

يشكل موضوع القيم عدة مجالات ، قيم دينية أخلاقية وجمالية واجتماعية ونفسية وبيئية وغيرها ، وكل مجال يتميز عن غيره في أنه يكسب الفرد سلوكيات تمكنه من التعايش مع المجتمع ضمن المعايير والمبادئ والضوابط الأخلاقية والاجتماعية.

3-1- مفهوم القيم الدينية :

مفهوم القيمة من المفاهيم التي اهتم بها الكثير من الباحثين في مجالات مختلفة، كالفلسفة والتربية والإقتصاد وعلم الاجتماع ، وعلم النفس وغيرها من مجالات الحياة لذا تعددت تعريفات القيم وتراوحت بين التحديد الضيق للقيم على أنها مجرد اهتمامات او رغبات غير ملزمة كما أن كلمة القيم من الكلمات الشائعة الإستخدام فنحن نسمعها ونقرأها كثيرا في الإعلام المسموع والمرئي والمقروء، وهي كثيرة التردد على السنة التربويين والمتقنين وغيرهم ، فما القيم وما دلالتها اللغوية والمعنوية ؟

القيمة لغة : تورد المعاجم اللغوية مجموعة من الدلالات لكلمة "قيمة" وجمعها "قيم" وتظهر الأصول اللغوية أن كلمة القيمة مشتقة من الفعل "قوم" الذي تتعدد موارده ومعانيه ، فقد استخدمت العرب هذا الفعل ومشتقاته للدلالة على معان عدة يعنينا منها ثلاثة هي :

الفعل "قوم" لأنه يدل على القيام مقام الشيء يقال :

أ_ **الديمومة والثبات :** وهو ما يشير إليه أصل "ما له قيمة" إذا لم يدم على الشيء ولم يثبت عليه.¹

ومنه قوله تعالى : "إن المتقين في مقام أمين" (الدخان الآية 51) أي في مكان تدوم إقامتهم فيه .

ب_ **السياسة والرعاية:** ومنه ما قالته العرب عن الذي يرعى القوم ويسوسهم "فالقيم" السيد وسائس الأمر² . والرجل قيم أهل بيته وقيامهم يقوم بأمرهم .

1- ماجد زكي الجلاذ ، تعلم القيم وتعليمها ، كلية التربية ، جامعة اليرموك ، دار السيرة للنشر والتوزيع ، 2005 ، ص19.

2- ماجد زكي الجلاذ، مرجع سبق ذكره، ص 19 .

ج-الصلاح والإستقامة : فالشيء القيم ما له قيمة بصلاحه واستقامته ، مونه قوله عز وجل: "دينا قيما" الأنعام 161 أي مستقيما ، وأورد أن الدين هو الثابت المقوم لأمر الناس ومعاشرهم وأمر القيم مستقيم ، وخلق قيم حسن ودين قيم مستقيم لا زيغ فيه.¹

القيم اصطلاحا : يصعب الوقوف على الدلالات الإصطلاحية للقيمة وما تتضمنه من معان عند من يستعملونها كافة ، فالقضية القيمية شائكة المسائل ، كثيرة التفرعات ، تضرب أصولها التاريخية إلى ما يزيد عن ألف وخمسمائة سنة ، ذكرت في مداوات الفلاسفة وكانت إحدى قضاياهم المهمة التي درسوها وخاضوا فيها تنظيرا وتأطيرا ، وبغض النظر عن مذهب الفلاسفة ورؤاهم ، تبقى القيم قضية إنسان الأولى ، ومنطلق تفكيره ، ومحط تأملاته ، فجوهر الوجود الإنساني يقوم عليها ، ويؤسس حولها ، إذ لا معنى لحياة الإنسان لا قيم تحكم تفاعله مع عوالم الأفكار والأشياء من حوله ، وعندما يتجرد الإنسان من قيمه الفاضلة فإنه يتجرد في واقع الأمر من حقيقة ومعناها.²

فالقيم هي الأحكام العقلية والوجدانية والمعتقدات المتعلقة بفكرة او موضوع أو موقف معين، وهي تعد موجّهات عامة لسلوك الأفراد ، فهي معايير للسلوك الفردي والإجتماعي في الحياة.³

وهي عبارة عن مجموعة من المعايير والأحكام العامة التي تتسم نسبيا بالثبات والإستقرار، وتتفق والتوجيهات العقدية والأخلاقية والتي يسعى المربون إلى غرسها في وجدان التلاميذ من خلال محتوى الكتب الدراسية ، وتمثل النموذج الذي يجب أن تلتزم به الناشئة ، تحقيقا للأهداف التعليمية المنشودة.⁴

3-2-أهمية القيم الدينية ودواعي الإهتمام بها:

تتفق كلمة الناس بعامّة وأهل البحث والعلم والإختصاص بخاصة أهمية القيم ، وعظم دورها في بناء الإنسان وتكوين المجتمعات الإنسانية على اختلاف عقائدها وثقافتها ، وتقع

1- ماجد زكي الجلاّد، مرجع سبق ذكره، ص 19، 20 .

2- ماجد زكي الجلاّد، مرجع سبق ذكره، ص 20 .

3- أبو جحجوح يحي محمد ، القيم البيئية المتضمنة في كتب المرحلة الإعدادية ، رسالة ماجستير ، فلسطين ، غزة ، 1999 ، ص 13 .

4- سلوت نور السيد ، مفاهيم القيم المتضمنة في الأناشيد المتضمنة لطلبة المرحلة الأساسية ، رسالة ماجستير ، فلسطين ، غزة ، 2005 ، ص 45 .

القضية القيمية في صلب اهتمام المنظرين والمتفقين على امتداد العالم وسعته ، ويعود هذا الإهتمام بالقيم جوهر الوجود وعنوانه الحقيقي ، وما في الكون كله من مظاهر وآيات وخلق لها وسائل خلقها الله عز وجل وسخرها للإنسان لقيم حياته عليها ويحقق من خلالها رسالته في الإستعمار والإستخلاف.

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 وتعريفه بذاته ، فالقيم ضرورية ولازمة للفرد والمجتمع معا ، فهي ضرورية للفرد في تعامله مع غيره من الأفراد والمواقف التي يواجهها في حياته اليومية إذ يتخذ من نسق المعايير والقيم موجها لسلوكه ونشاطه ، ، وهي لازمة لأي مجتمع لكي تنظم أهدافه ومثله العليا كي لا تتضارب قيمه وبالتالي ينتابها صراع قيمى إجتماعي يؤدي بذلك المجتمع إلى التفكك والسقوط.¹

تظهر أهمية القيم فيما يأتي :

1- هي الأساس للقواعد والقوانين التي يتوافق عليها الناس نتيجة إلتزامهم بتعاليم دينهم وقناعتهم التامة بضرورة التمسك بتلك القيم وتطبيقها في حياتهم لتقسيم الحياة ويتحقق لديهم الرضا، والشعور بالسعادة والوحدة والإنتماء ، فيكون المجتمع متماسكا ، قويا ، راقيا، يسمو فوق الضغائن ، كل إنسان في هذا المجتمع يبتغي من ذلك الله عز وجل في كل أمر من أمور حياته.²

2- تعمل القيم كمؤشرات للتنبؤ بالسلوك الحسن للإنسان كما أنها تشبع رغبات الفرد وحاجات بما يتناسب مع عقائده وأفكاره ومجتمعه إضافة إلى أنها تحقق للفرد الراحة والإطمئنان من خلال حمايته من الإنحراف والإنجرار وراء شهوات النفس وغرائزها وهي التي تحدد مسارات الفرد وسلوكياته في الحياة.³

3- تعبر القيم عن غايات يسعى الفرد أفراد المجتمع لتحقيقها ، وتعمل على توجيه أبناء المجتمع إلى العمل الجماعي كما تساعد المجتمع على مواجهة الأزمات .

1- هندي صالح دياب ، دراسة في الثقافة الإسلامية 1981 ، عمان جمعية عمال المطابع التعاونية ، ص 78.

2- طهطاوي سيد أحمد ، القيم التربوية في القصص القرآني ، القاهرة ، دار الفكر العربي ، 1996 ، ص 45.

3- زهران حامد عبد السلام ، علم النفس الإجتماعي ، ط5 القاهرة ، علم الكتي 1984 ، ص 28.

4- تلعب القيم دورا فاعلا في تحقيق التكيف والتوافق النفسي والإجتماعي للأفراد ، كما تؤدي دورا هاما في عمليات الإرشاد والعلاج النفسي الذي يهدف إلى تعديل السلوك والقيم الدينية ، وهي سياج يحفظ الإنسان من الانحراف النفسي والجسدي والإجتماعي بودونه يصبح عبدا لغرائزه.¹

5- تزود القيم أفراد المجتمع بقدر مشترك من الثقافة والتفكير.²

6- تساعد على تحديد ملامح شخصية المجتمع المتميزة عن غيره من المجتمعات الأخرى ، وذلك لأن القيم تزود أفراد المجتمع بقدر مشترك من الثقافة والتفكير وبالتالي تساعد على الشخصية العامة المشتركة لجميع أفراد المجتمع بالرغم من وجود قدر من التباين بين شخصيات أفرادها.

7- تساعد المجتمع على مواجهة التغيرات السلبية التي قد تطرأ عليه وذلك لإعطاء بدائل حكيمة يسهل على أفراد المجتمع التعامل بها في المواقف المختلفة فيما بينهم ، كما تقي المجتمع من النزعات العدوانية فتدفع الأفراد إلى التعامل بحذر مع أصحابها .

8- تزود أفراد المجتمع بالصيغ التي يتعامل بها مع العالم ، وبطبيعة العلاقات التي يجب أن تسود بينه وبين المجتمعات الأخرى ، وتحدد له أهدافا ومبررات لوجوده وبالتالي يسلك في ضوءها السلوك القويم.³

9- تساهم القيم في اختيار الأفراد المناسبين للقيام بوظائف مجتمعية معينة في مؤسسات المجتمع المختلفة كما "تعمل القيم كمحفزات ودوافع للعمل ، فمتى تكونت القيم المرغوب فيها لدى الفرد فإنه ينطلق إلى العمل ، وتكون هي بمثابة المرجع أو المعيار أو القاعدة التي ينطلق منها وتقاس اعماله بناء عليها".⁴

هذا ونرى أن القيم مهمة سواء للفرد أو المجتمع لأنها تعطي معنى للحياة ، فالحياة بلا قيم هي حياة لا معنى وأخرة بلا ثواب.

1- ماجد زكي الجلاذ ، مرجع سابق ، 2007 ، ص 43 .

2- سمارة محمد سامي إبراهيم ، القيم التربوية المتضمنة في شعر علي بن أبي طالب رضي الله عنه ، رسالة ماجستير ، فلسطين ، غزة ، 2000 ، ص 39 .

3- حسين عادل ، المشروع الحضاري العربي الإسلامي ، 1981 ، ص 59 .

4 - طهطاوي سيد أحمد ، مرجع سابق ، القاهرة ، دار الفكر العربي ، 1996 ، ص 44 .

3-3- وسائل نقل القيم الدينية :

لقد تعددت الوسائل المسؤولة عن إكساب التلاميذ وتنوعت ، هدفها في الأساس تهذيب النفوس وضبط السلوك بما يتوافق مع قواعد الشريعة ورؤى المجتمع ، وتشكل هذه المؤسسات منظومة تؤثر في التلاميذ وفي سلوكهم ، وسنذكر فيما يلي أهم المؤسسات التي تؤثر في سلوك المتعلمين.

أولاً: الأسرة :

تقع على عاتق الأسرة عملية تربية وتعليم الأبناء وتهذيب أخلاقهم وتعديل سلوكهم ، وغرس القيم وتنميتها لديهم من خلال برامجها ، فالأسرة هي المؤسسة الأولى التي تتعهد بتربية الطفل وتنشئته ، فهذا هو دورها الطبيعي في الحياة ، وهي الموطن الأول للطفل من قبل أن يولد إلى ان يشق طريقه في الحياة ويستقل بنفسه ، والطفل يولد وهو خال من المعايير والقيم التي توجه سلوكه اتجاه غيره ، والأسرة تغذية بالقيم التي تعتقها ، والتي تساعد على أن يشق طريقه في الحياة ، وتكون لديه نمط التفكير ، وهي التي تفسر له هذه القيم وتضع له مسلكاً لتطبيقها ، والطفل يمتص هذه القيم من الأسرة عن طريق الإحترام أو الإزدراء لأنماط السلوك والثقافة التي يشتريها من الأسرة ، وهو في كل هذا يمتص القيم التي تؤثر فيه وفي أحكامه وحل مشكلاته.¹

قد روى أبو هريرة عن النبي صلى الله عليه وسلم : "ما من مولود إلا ويولد على الفطرة ، فأبواه إما يهودانه أو ينصرانه أو يمجسانه كما تنتج البهيمة جمعاء هل تجدون فيها من جدعاء؟"²

بذلك يعد سلوك الوالدين أحدج العوامل الرئيسية المؤثرة في حياة الطفل ، فإذا ما نشأ الطفل في بيت أسس على التقوي، فإن هذا الطفل يسير في اتجاه الفطرة السليمة واقتدى بالأسرة دون جهد كبير أو عناء ، إذ يتشرب عادات أبوية بالمحاكاة الطبيعية.³

1- بريخ أشرف ، القيم المتضمنة في كتابي القراءة للصفين العاشر والحادي عشر ، رسالة ماجستير ، فلسطين غزة ، 2000 ، ص 73.

2- البخاري أبي عبد الله بن محمد إسماعيل بن إبراهيم ، تحقيق صدقي جميل العطار ، بيروت دار الفكر للطباعة والنشر ، 2001 ، ص 132.

3- سلوت نور السيد ، مرجع سابق ، 2005 ، ص 69.

مما سبق نستنتج أن للأسرة دور مهم في صقل شخصية الأطفال ، وتوجيه سلوكهم وترسيخ منظومة القيم في نفوسهم لأن الطفل أول ما يجد نفسه إلا في الأسرة التي تحتضنه وتربيته وتوجهه إلى الصحبة الصالحة وتصونه من الانحراف ، لذا يجب أن تكون الأسرة أسرة صالحة ، مؤمنة بالله سبحانه ، ولكي تقوم بواجبها على أكمل وجه .

ثانيا : المسجد :

لا عجب أن المسجد من المؤسسات الهامة التي لها دور كبير في غرس القيم في وجدانهم ، لذلك فإن أول عمل أقدم عليه المصطفى صلى الله عليه وسلم عندما هاجر إلى المدينة هو إقامة المسجد ، وذلك لترسيخ دعائم الدولة ، ولكي يكون مركز انطلاق للدولة ودارا للحكم فيها ومحتضنا للتربية ، ودار للقضاء العالي ، بل كان أيضا يتلقى فيه المسلمون تعاليم الإسلام¹.

وقد شهد القرآن لمسجد النبي صلى الله عليه وسلم بالطهر والعفاف والتحلي بالخلق الحميد والقيم الرفيعة وتمثل ذلك في قوله عز وجل "المسجد أسس على التقوى من اول يوم أحق أن تقوم فيه رجال يحبون أن يتطهروا والله يحب المطهرين"(التوبة الآية 108).

من خلال هذا نستنتج أن للمسجد مكانة هامة فهو يحقق غايته ويوجد الفرد المسلم السليم القلب ذو الأخلاق العالية والقيم النبيلة التي تبني بدورها مجتمعا قيما متماسكا متحابا ، قادرا على مواجهة الأخطار والتحديات والصعوبات مهما بلغت حدتها

ثالثا : المدرسة :

المدرسة هي مؤسسة إجتماعية أنشأها المجتمع لتقوم على تربية وتعليم وتنقيف أبنائه، ومرت المدرسة بمراحل عدة وتجارب طويلة إلى أن وصلت إلى ما هي عليه الآن ، فقد كان التعليم في بداية الأمر يتم في الساحات و المساجد ثم أضيف إلى المعابد أماكن ملحقة بها تخصص لتخريج متخصصين بالدعوة إلى الدين ، كما تقوم المدرسة بدورها الأساسي إلا وهو إعداد الإنسان المسلم من خلال إعداد مناهج هدفها الأساسي تحقيق الفكر الإسلامي وإصلاح المجتمع ، وإعداد الناس للحياة الأبدية ، فيحقق هدفه ويعمل على تزويد الطالب

1- تاغضبان منير ، المنهج الحركي للسيرة النبوية ، ط5 ، المنصورة ، دار الوفاء ، 1998 ، ص 54.

بالمعرفة ، بهدف إعمار الأرض وعبادة الله تعالى مما يعزز الإيمان ويهيء سبل التقدم في الحياة.¹

على المدرسة أن تربي أبنائها التربية الإسلامية ، وأن تنمي فيهم قيم القرنين الكريم وتعمل على إنشاء مجتمع مسلم هدفه تحقيق رسالة الله سبحانه في الأرض.
رابعا : جماعة الأقران :

تلعب جماعة الأقران دورا مهما في تشكيل الشخصية ونقل القيم ، بالرغم من عدم وجود مؤسسة لهذه الجماعة ، فتمتلك جماعة الأقران الكثير من إمكانيات التأثير في تشكيل القيم والشخصية وخاصة في مرحلتها الطفولة المتأخرة والمراهقة ، وذلك لميل الناشئين بفطرتهم إلى محبة الأصدقاء والإنخراط في جوهم وبالتالي التأثير بهم.²

من خلال هذا نستطيع أن نقول بأن جماعة الأقران لها أثرا واضحا على الأفراد حيث أنها تستطيع أن تنقل قيما متميزة أو تنقل آفات ضارة ، ومنه نرى أنه لا يكفي أن نترك الفرد للمجتمع دون تحذيره من جليس السوء وعلينا ان نختار له مجالس صالحين.

خامسا : وسائل الإعلام :

لقد جذبت وسائل الإعلام الناشئة الأجيال المختلفة بما تقدمه من مواد متنوعة، واحتلت مركزا بالغ الأهمية لديهم ، ومن هنا فإن وسائل الإعلام تعتبر من أخطر المؤسسات التي يتعامل معها الناشئ حيث أصبحت في كثير من الأحيان بديل الكتاب وبعض المؤسسات الأخرى التي تهتم بتعليم الناشئ وتنقيفه ، هذا وتشكل وسائل الإعلام في عصرنا الحاضر قوة كبيرة وفعالة حيث تعتبر من وسائل التربية داخل المجتمع ، كما أصبحت وسائل الإعلام تنافس الأسرة والمدرسة في توجيه الأبناء والتأثير عليهم ، لأنها تجذبهم ببرامجها الشيقة ومغرياتها التي لا تقاوم فتكون جيدة ونافعة ، وفي الإتجاه المعاكس فالإعلام في البلاد العربية يشكل خطرا كبيرا حيث يمارس دورا توجيهيا مدمرا بوعي منها أو بدون وعي³

1- بربخ أشرف ، مرجع سابق ، 2000 ، ص 75.

1- علون عبد الله ناصح ، تربية الأولاد في الإسلام ، بيروت ، دار السلام ، 2000 ، ص 39.

2- مكرم عبد الودود ، الأحكام القيمية الإسلامية لدى الشباب ، المدينة المنورة ، مكتب إحياء التراث الإسلامي ، 1994 ، ص 253.

من خلال كل هذا للمؤسسات السابقة المسئولة عن غرس القيم وتميئها يتبين لنا أن مسؤولية تعليم القيم وتعلمها يجب أن تكون مسؤولية مشتركة ، فإذا تعاونت جهود المؤسسات جميعا من أسرة ومدرسة و مسجد ومؤسسة إعلامية وتعاونت فيما بينها نجحت في بناء الإنسان المسلم بصدق وإخلاص وبالتالي سيصلح حال المجتمع المسلم وتتبدل أموره لما فيه من خير للوطن.

3-4- خصائص القيم الدينية:

ولما كانت القيم الإسلامية إلهية المصدر فإن لها مجموعة من الخصائص تميزها عن غيرها من القيم، حيث يمكن حصرها فيما يلي:

- أ-الثبات: القيم الإسلامية ليست نسبية فهي لا ترتبط بالمصالح والأهواء الشخصية الأفراد.
- ب-الشمولية: القيم الإسلامية شاملة لجميع شؤون الحياة الإنسانية، وتنظم جميع علاقات الإنسان، بالله عز وجل والكون.
- ج-الواقعية: تستجيب القيم الإسلامية للفطرة الإنسانية، وتحقق في مجموعها توازنا بين مطالب المادة والروح، وبين مطالب الفرد والمجتمع وبين مطالب الدنيا والآخرة، قال تعالى: "وابتغ فيما أتاك الله الدار الآخرة ولا تنس نصيبك من الدنيا وأحسن كما أحسن الله إليك" (القصص، الآية 77).¹

ويؤكد "محمد عبد الله دراز" مسألة واقعية القيم الإسلامية عندما يشير إلى أنها جاءت في القرآن الكريم مشروطة بأمرين:

- أن النشاط الذي تستهدفه القيم يجب أن يكون خاضعا لإرادة الانسان.
 - أن يكون هذا النشاط متاحا في واقع الحياة المحسوسة، أي يمكن ممارسته.²
- د-الاتساق: إن للقيم الإسلامية خاصية هامة والتي من خلالها تتأكد مدى تميز المنظومة القيمية الإسلامية عن غيرها من المنظومات القيمية في المجتمعات غير الإسلامية، وهو أنها ترتبط ببعضها البعض وتتفاعل فيما بينها وال يمكن الفصل بينها، فالإيمان باهل يستلزم طلب العلم النافع، وقيم العلم النافع تعزز الإيمان باهل، وقيمة الايمان باهل تستلزم العمل الصالح، وبالتالي تتساند جميع القيم داخل إطار العقيدة الواحدة، فالقيم في المنظومة القيمية الإسلامية ملزمة لبعضها البعض، فهي مترابطة متماسكة يأخذ بعضها برقاب بعض.
- وتجدر الإشارة إلى أن القيم الإسلامية من خلال الخصائص السابقة أنها قيم عليا وليست فقط قيم إيجابية، كما لا يمكن اعتبار مبدأ الاستهجان أو الاستحسان هو ميزان القيم

1- محمود عطا حسين عقل، المرجع السابق، ص.70

2- عبد الله محمد دراز، دستور الأخلاق في القرآن، مؤسسة الرسالة، الكويت، ص 87.

الإسلامية، أنه لا يمكن استهجان القيم الإسلامية، كما أنه ليس كل ما يعتقد أو يؤمن به الأفراد والمجتمعات من مثل ومبادئ وقواعد تعد قيما أي ترقى إلى مرتبة القيم، ما لم تكن نابعة عن العقيدة الصحيحة التي أساسها التوحيد الخالص.

3-5- تصنيفات القيم الدينية :

من خلال التعاريف السابقة للقيم الإسلامية يمكن تحديد مجموعة من التصنيفات للقيم الإسلامية، حسب تصور كل باحث للقيم الإسلامية، فمحمد عبد الله دراز يعتبر مفهوم القيم الإسلامية مرادف لمفهوم السلوك، وأن سلوك الإنسان المكلف لا يخرج من أن يقع ضمن إحدى الأحكام الشرعية، انطلاقاً من أقسامه الخمسة الفرض، المندوب، المباح، الحرام، المكروه، وبالتالي فالقيم الإسلامية بدورها تنقسم من خلال ذلك إلى المراتب الآتية:¹

أ- قيم مندوبة (قيم مرغوب فيها): التي يجب الالتزام بها مع عدم التقصير فيها (القيم المفروضة)، وقيم ايجابية من غير إلزام.

ب- قيم مكروهة (قيم مرغوب عنها): وهي قيم منهي عنها (قيم محرمة) التي يلزم الابتعاد عنها، وقيم حث الشرع على الإبتعاد عنها من غير إلزام.

ج - قيم مباحة: حيث يترك فيها الخيار مفتوحاً للفرد بين الفعل والترك.

تصنيف " فاروق الدسوقي " الذي يعتبر القيم الإسلامية بأنها ثابتة ومطلقة، كما هو الشأن في المنظور الفلسفي من أن القيم تنقسم إلى ثلاثة أقسام تنطوي تحتها شتى المعاني التي تضبط مسالك الإنسان في حياته، ويحددها في ثلاث قيم:²

- الحق: هو القيمة العليا التي تنبثق من عقيدة الإسلام باعتبارها التعبير الالهي عن الواقع الكوني، والحق اسم من أسماء الله عز وجل، ومن ثم لا تغلو قيمة في الإسلام على الحق.

- الخير: هو القيمة العملية المنبثقة من شريعة الإسلام، ولكن مفهوم الخير يخضع للحق باعتباره القيمة الأعلى والأثبت.

1- عبد الله محمد دراز ، مرجع سبق ذكره، ص17.

2- فاروق الدسوقي، مقومات المجتمع المسلم، ط4، المكتب الإسلامي، بيروت، 1986 ص 41.

- العدل: قيمة ثابتة أيضا في الحياة الإسلامية تنبثق من الحق والخير، ويتبع هذا سائر القيم الخلقية من أمانة وصدق ووفاء ورحمة ومودة وإحسان وبر، فكلها تهدف إلى الخير وتحققه وتقوم على الحق.

أما "محمود عطا حسين عقل" فيصنف القيم الإسلامية إلى عدة مجالات، كما هو الحال عند كل من "الهاشمي" و"فاروق عبد السلام" كما يلي:

أ- مجال العقيدة: ويشمل القيم الإيمانية وقيم العبادات والمعاملات يدينها الفرد ويحرص على أدائها.

ب- مجال علاقة الفرد بغيره من البشر: وتشمل قيم التعامل مع الآخرين من صدق القول والعمل والعفة وصلة الرحم والإيثار وغيرها.

ج - مجال علاقة الإنسان بالكون: وتشمل القيم العلمية من التفكير والتدبير والتخطيط، والعمل وغيرها. حيث تعد هذه المجالات الثلاث مرتبطة ببعضها البعض في وحدة عضوية.

تصنيف "الهاشمي" و"فاروق عبد السلام" للقيم الإسلامية: - قيم متصلة بعلاقة الإنسان مع ربه.

- قيم متصلة بعلاقة الإنسان مع نفسه.

- قيم متصلة بعلاقة الإنسان مع الآخرين¹.

ويرى المغربي أن هناك نوعين من القيم الإسلامية كما يلي:

- قيم أساسية: وهي قيم راسخة لا تتغير نشأت على أساس التعاليم الدينية التي مصدرها القرآن والسنة، والعبث فيها يؤدي بالضرورة إلى نسخ أحكام دينية، وهي قيم حاکمة وتتمثل في قيم التوحيد والقيم المتعلقة بالأصالة والأمانة والمساواة والعدالة.

- قيم ثانوية: وهي قيم من صنع الإنسان سواء ما يقوم منها في المجتمع أو بيئة العمل،

وبالإمكان تحويلها وتغييرها أنها من صنع الواقع الاجتماعي والثقافي، غير أنه من

المؤكد أن مصدر القيم الإسلامية هو الوحي، وال يمكن للواقع الاجتماعي أن ينتج قيما ما لم يكن واقعا اجتماعيا إسلاميا بحتا.

1- محمود عطا حسين عقل، المرجع السابق، ص75.

أما " أبو العينين " فقد صنف القيم الإسلامية إلى :

- قيم روحية وعقدية كقيم الإيمان باهمل وقيم الجهاد في سبيله.
- قيم خلقية كقيم العدل وقيم الأمانة وقيم الصدق.
- قيم عقلية تتعلق بقيم المعرفة مثل قيم التفكير وقيم التخطيط.
- قيم وجدانية مثل قيم ضبط النفس وقيم الحب.
- قيم اجتماعية مثل قيم بر الوالدين وقيم الإحسان للجيران.
- قيم مادية مثل قيم ترشيد الإستهلاك وقيم الاعتناء بالجسم.
- قيم جمالية مثل قيم الجمال وقيم النظافة وقيم النظام.

أما الفرحان فرأى أن هناك منظومة خماسية للقيم الإسلامية تتكون من :

أ- **قيم الإيمان بالله** :وهي القيمة العليا في الإسلام، ويتشعب منها القيم المتعلقة بالعقائد والعبادات والمعاملات، وتأتي هذه القيم على رأس هذه المنظومة.

ب- **قيم العلم النافع** :وتتمثل في استخدام العقل في التفكير والتدبير واستخدام المنهج العلمي في كشف الحقيقة، ويرى أن الإيمان باهمل يستلزم طلب العلم النافع، وأن الأخير يعزز الايمان بالله.

ج- **قيم العمل الصالح** :وتتمثل في إتقان العمل والاجتهاد فيه،وهو ثمرة من ثمرات الايمان.

د- **قيم الخلق الحسن** :وتتمثل في حسن التعامل مع الآخرين، والإيثار والمصلحة العامة، وحب الآخرين وقيم التسامح وبر الوالدين والإحسان والصبر على الشدائد...الخ، فمكارم الأخلاق قيم عليا مرتبطة مباشرة بقيم الإيمان الصادق، كما أن الخلق الكريم ينمي روح التعاون والتكافل والتراحم بين الناس.

هـ- **قيم التعاون الجماعي** :وتتمثل في التعاون بين الناس على البر والتقوى ودرء المصائب، والوقوف مع الآخرين، والعمل المؤسسي المشترك الذي يساعد على إطلاق الطاقات وتحريرها...الخ.

وقد صنف "سيد قطب" القيم بصفة عامة إلى قسمين هي: قيم إنسانية وقيم مادية جاهلية، من خلال تصنيفه للمجتمعات البشرية، فمجتمع يطبق فيه الإسلام عقيدة وعبادة وشريعة ونظاما وخلقاً وسلوكاً، ومجتمع جاهلي لا تحكمه عقيدة الإسلام وتصوراتها وقيمتها وموازينها

وشرائعها وأخلاقها وسلوكياتها، وبالتالي تكون إنسانية الإنسان في المجتمع الإسلامي هي القيمة العليا، وتكون الخصائص الإنسانية هي موضع التكريم والإعتراف، أما المجتمع الجاهلي فهو الذي تكون فيه المادة هي القيمة العليا.¹

هذا وقد كتب عن القيم الإسلامية تحت مسميات مختلفة مثل المبادئ أو الأسس أو المقومات التي يقوم عليها المجتمع المسلم، فعلى سبيل المثال يرى "مصطفى عبد الواحد" أن أهم مبادئ المجتمع المسلم هي: الأخوة العامة، المساواة، الحرية، التكافل،² التي ذكرها "محمود شلتوت" بالإضافة إلى الشورى والعدل.³

بينما يختلف رأي "محمد تقي المدرسي" عن الآراء السابقة، حيث أخذ بقيمة واحدة فقط هي التقوى، ويرى أنها محور المجتمع الإسلامي والركيزة الأساسية له، وأن العدالة ما هي إلا إحدى إفرازات التقوى،⁴ أما "سيد قطب" فقد تميز بتركيزه على ما يفرق المجتمع المسلم عن المجتمعات الأخرى، وهو إيمانه بأن الحاكمية هلل وحده، فهو الذي يشرع وحده، أما المجتمعات الأخرى فإن الإنسان يشرع لنفسه، وقد حدد الأسس التي تقوم عليها العدالة الاجتماعية في التحرر الوجداني، والمساواة والتكافل الاجتماعي،⁵ ويؤكد "أبو الأعلى المودودي" في هذا الصدد على القول بأن الإسلام فيه عدالة اجتماعية قول فيه نقص كبير، والصحيح أن الإسلام هو العدل بعينه، فتطبيق الإسلام وإقامة العدل شيء واحد.⁶

ومن الملاحظ أن هناك تداخلاً كبيراً بين المعاني التي تحملها مسميات تلك القيم، فمثال الأخوة والتكافل، فالأخوة تستوجب التكافل فيمكن النظر إلى التكافل كجزء من الأخوة، وكذلك بالنسبة للعدل، فهناك ترابطاً كبيراً بين العدل والمساواة، كما أنه يمكن إضافة بعض المبادئ الأخرى ذات الصلة الوثيقة بالتكافل والأخوة مثل الرحمة والبر، فالرحمة تستوجب

1- سيد قطب، معالم في الطريق، دار الشروق، القاهرة، دون سنة نشر، ص112 .

2- مصطفى عبد الواحد، المجتمع المسلم، ط 4، دار الجيل، بيروت، 1974، ص139 .

3- محمود شلتوت، الإسلام عقيدة وشريعة، ط14، دار الشروق، القاهرة، 1987، ص333 .

4- محمد تقي المدرسي، المجتمع الإسلامي: منطلقاته وأهدافه، بيروت: دار الجيل، 1982، ص66 .

5- سيد قطب، العدالة الاجتماعية في الإسلام، ط 6، مطبعة عيسى البابي الحلبي وشركائه، القاهرة، 1964، ص35.

6- أبو الأعلى المودودي، مفاهيم إسلامية حول الدين والدولة، الدار السعودية للنشر، جدة، 1985، ص173 .

التعاقد والتكافل والتعاون والرفقة بين المسلمين، وكذلك البر فإنه يتسع ليشمل كل المعاني التي جاءت بها الآية الكريمة، " ليس البر أن تولوا وجوهكم قبل المشرق والمغرب ولكن البر من آمن بالله واليوم الآخر والملائكة والكتاب والنبیین وآتى المال على حبه ذوی القربى والیتامى والمساكين وابن السبیل والسائلین وفي الرقاب وأقام الصلاة وآتى الزكاة والموفون بعهدهم إذا عاهدوا والصابرین في البأساء والضراء وحين البأس أولئك الذين صدقوا وأولئك هم المتقون "ومن خلال ما تقدم عرضه من محاولات حول تصنيف القيم الإسلامية، نجد أنها لم تتمكن من تحديد بدقة القيم التي تختص بها العقيدة الإسلامية- باعتبارها مصدر لها وتتميز بها عن غيرها العقائد.

3-6- نماذج عن القيم الدينية :

إن مرجعية القيم الإسلامية هو كتاب الله عز وجل وسنة رسوله (صلى الله عليه وسلم) أنها مذكورة فيهما ومنصوص عليهما نصا واضحا، فهي غايات لذاتها وفي الوقت نفسه وسائل لغيرها تهدف إلى تحقيق غاية، وهذه الغاية هي حياة صالحة للناس جميعا.¹ كما أن القيم الإسلامية في القرآن والسنة مترابطة متماسكة، ويذكر عدد من هذه القيم معا في آية واحدة أو في آيات متتابعة، وعلى هذا الأساس فإنه لا يمكن الفصل بين القيم الإسلامية، وأن محاولة الفصل بين القيم الإسلامية هو لغرض منهجي بحث، فقيمة الأخوة، وقيمة الايثار، وقيمة البر، وقيمة العفة، وقيمة صلة الرحم، وقيمة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر قيم إسلامية متداخلة مع بعضها البعض، كما تؤكد الآيات القرآنية والأحاديث النبوية، وأن القيم الإسلامية ترتبط بالعقيدة الإسلامية وتختصها، فإن دوافع الالتزام بالقيم الإسلامية أمر كامن في مدى عمق الإيمان سواء لدى الفرد أو المجتمع بأن الحياة الدنيا هي ما يبسره الله تعالى للعبد من الهدى والنعمة والخيرات، وأن الآخرة هو الفوز بالنعيم الدائم في الجنة، وأن من أيقن من دينه أن البعث حق، وأن الدار الآخرة هي المصير، وأن هذه الدار الدانية قنطرة إلى الأخرى، وباب إلى السوأى أو الحسنى عمل لها، وقدم ما يجده فيها،

1- فهمي محمد علوان، القيم الضرورية ومقاصد التشريع الإسلامي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 1989 ص11.

فإن شك فيها، أو تكاسل عنها، وأثر عليها، واستعد آلامه، وغفل عن ماله،¹ وهذه القناعة الدينية ما يبرر اختصاص العقيدة الإسلامية بالقيم الإسلامية التي يلي ذكرها دون غيرها من العقائد.

1- العفة:

العفة لغة: الكف عن القبيح، يقال عف عن الحرام، أي كف، والاستغفاف طلب العفة، وقال "ابن منظور" العفة: الكف عما لا يحل ويجمل، والعفة أيضا التزاهة، والسؤال من الناس، والاستغفاف: طلب العفاف، وهذا معنى قوله تعالى "وليستغف الذين لا يجدون نكاحا" (النور، الآية 33).

والاستغفاف أيضا: الصبر والتزاهة، وقيل هي عفة الفرج، ورجل عفيف معناه عف عن المسألة والحرص، والعفيفة من النساء السيدة الخيرة.

والعفة اصطلاحا: قال الراغب: العفة حصول حالة للنفس تمتع بها عن غلبة الشهوة. وقال أيضا: العفة هي ضبط الملاذ الحيوانية، وهي حالة متوسطة من إفراط هو الشره وتفريط وهو جمود الشهوة.

وقال الجاحظ: هي ضبط النفس عن الشهوات وقصرها على الاكتفاء بما يقيم أود الجسد ويحفظ صحته فقط، واجتناب السرف في جميع الملذات وقصد الاعتدال، وأن يكون ما يقتصر عليه من الشهوات على الوجه المستحب المنفق على ارتضاءه وفي أوقات الحاجة التي لا غنى عنها، وعلى القدر الذي لا يحتاج إلى أكثر منه، ولا يحرس النفس والقوة أقل منه، وهذه الحال هي غاية العفة.

ومن أنواع العفة، قال الماوردي: العفة والتزاهة والصيانة من شروط المروءة، والعفة نوعان: أحدهما العفة عن المحارم، والثاني العفة عن المآثم، فأما العفة عن المحارم، فنوعان: أحدهما ضبط الفرج عن الحرام، والثاني كف اللسان عن الأعراض، وأما العفة عن المآثم فنوعان أيضا: أحدهما: الكف عن المجاهرة بالظلم، والثاني: زجر النفس عن الأسرار بخيانة².

1- صالح بن عبد الله بن حميد، عبد الرحمان بن محمد بن عبد الرحمان بن ملح، موسوعة نظرة النعيم في مكارم

أخلاق الرسول الكريم، ط 1، دار الوسيلة للنشر والتوزيع، جدة 1998 ص 2197.

2- أبي الحسن علي بن محمد البصري الماوردي، أدب الدنيا والدين، تحقيق: مصطفى السقا، بيروت 1978، ص 284.

لقد امتدح المولى عز وجل الحافظين فروجهم والحافظات، وجعل ذلك من سمات الفلاح وعلامات الفوز في الدار الآخرة، فقال تعالى: "قد أفلح المؤمنون الذين هم في صلاتهم خاشعون والذين هم عن اللغو معرضون والذين هم للزكاة فاعلون والذين هم لفروجهم حافظون" (المؤمنون، الآيات 5-7). وقد وعد الله المفلحين بقوله: " أولئك هم الوارثون الذين يرثون الفردوس هم فيها خالدون" المؤمنون، (الآيات 71-77) وإذا كان ذلك هو الجزاء في الآخرة، فإن أثر هذه القيمة الإسلامية المتمثلة في حفظ الفرج -وما يستلزمها من غض البصر والعفة عن المحارم -في الحياة الاجتماعية سواء على الفرد أو المجتمع يؤدي إلى تماسك بنیان المجتمع، وسلامته من الأمراض الاجتماعية الفتاكة، كإختلاط الأنساب والأمراض الصحية المهلكة كمرض الأيدز الذي انتشر في المجتمعات الفاجرة الماجنة، بصورة تؤدي إلى الخراب والدمار في الحياة الاجتماعية بصورة عامة، أما على المستوى الفردي فإن حفظ الفرج يجنب صاحبه ويلات الزنا، والريب أن الإسلام قد أوضح بجلاء الطرق الكفيلة بحماية الفرد والمجتمع من هذه الآفة المهلكة والمتمثلة في الزنا، فحث على العفة والطهارة، وأمر بغض البصر ونهى عن التبرج وغلظ عقوبة الزنا، وحث على الزواج لمن يقدر عليه تحصينا للفرج، وحفاظا على المجتمع، ووقاية من الانحراف، فطريقة النبي صلى الله عليه وسلم الحنيفة السمحة فإن منها التزوج لكسر الشهوة واعفاف النفس وتكثير النسل، ومن مقاصد الزواج ذكر "الإمام الغزالي" تكثير النسل وإبقائه على أنه المقصد الأول للزواج، وجعل حفظ الفرج وكسر الشهوة المقصد الثاني.¹

أما قيمة التراهة فقال "الرجزاني": التراهة هي عبارة عن اكتساب مال من غير مهانة ولا ظلم للغير،² وأضاف "المنائي" قيّداً آخر في تعريف التراهة هو: الانفاق في المصارف الحميدة، فقال: التراهة هي اكتساب المال من غير مهانة وال ظلم، وانفاقه في المصارف الحميدة.³

- 1- صالح بن عبد الله بن حميد، عبد الرحمان بن محمد بن عبد الرحمان بن ملح، مرجع سبق ذكره، ص 9 .
- 2- أبو حامد محمد بن محمد الغزالي، إحياء علوم الدين، دار الشعب، القاهرة، دون سنة نشر، ص 24 .
- 3- علي بن محمد الشريف الرجزاني، كتاب التعريفات، دار الكتب العلمية، بيروت، 1980، ص 260 .

عارف به لقصوره، فإن ذلك كله ليس بعفة بل هو إما اصطياد، أو تطيب أو مرض أو خرم أو عجز أو جهل، وترك ضبط النفس عن الشهوة أذم من تركها عن الغضب.

ومن تمام العفة أن يكون الإنسان عفيف اليد واللسان والسمع والبصر، فمن عدمها في اللسان السخرية، والتجسس والغيبة والهمز والنميمة والتنازب بالألقاب، ومن عدمها في البصر مد العين إلى المحارم وزينة الحياة الدنيا المولدة للشهوات الرديئة، ومن عدمها في السمع الإصغاء إلى المسموعات القبيحة، وعماد عفة الجوارح كلها أن لا يطلقها صاحبها في شيء مما يختص بكل واحد منها إلا فيما يسوغه العقل والشرع دون الشهوة والهوى.¹

لقد امتدح المولى عز وجل الحافظين فروجهم والحافظات، وجعل ذلك من سمات الفالح وعلامات الفوز في الدار الآخرة، فقال تعالى: "قد أفلح المؤمنون الذين هم في صلاتهم خاشعون والذين هم عن اللغو معرضون والذين هم للزكاة فاعلون والذين هم لفروجهم حافظون" (المؤمنون، الآيات 5-7) وقد وعد الله هؤلاء المفلحين بقوله: " أولئك هم الوارثون الذين يرثون الفردوس هم فيها خالدون" (المؤمنون، الآيات 71-77).

وإذا كان ذلك هو الجزاء في الآخرة، فإن أثر هذه القيمة الإسلامية المتمثلة في حفظ الفرج - وما يستلزمها من غض البصر والعفة عن المحارم - في الحياة الإجتماعية سواء على الفرد أو المجتمع يؤدي إلى تماسك بنيان المجتمع، وسلامته من الأمراض الإجتماعية الفتاكة، كاختلاط الأنساب والأمراض الصحية المهلكة كمرض الإيدز الذي انتشر في المجتمعات الفاجرة الماجنة، بصورة تؤدي إلى الخراب والدمار في الحياة الإجتماعية بصورة عامة، أما على المستوى الفردي فإن حفظ الفرج يجنب صاحبه ويلات الزنا، والريب أن الإسلام قد أوضح بجلاء الطرق الكفيلة بحماية الفرد والمجتمع من هذه الآفة المهلكة والمتمثلة في الزنا، فحث على العفة والطهارة، وأمر بغض البصر ونهى عن التبرج وغلظ عقوبة الزنا، وحث على الزواج لمن يقدر عليه تحصينا للفرج، وحفاظا على المجتمع، ووقاية من الإنحراف، فطريقة النبي صلى الله عليه وسلم الحنيفة السمحة فإن منها التزوج لكسر الشهوة وإعفاف

1- صالح بن عبد الله بن حميد، عبد الرحمان بن محمد بن عبد الرحمان بن ملوح، مرجع سبق ذكره، ص 9 .

2- صلة الرحم :

حقيقة الصلة في هذه القيمة (صلة الرحم): العطف والرحمة، أما صلة الله تعالى لمن وصل رحمه فهي عبارة لطفه بهم ورحمته إياهم وعطفه عليهم بإحسانه ونعمه، أو صلتهم بأهل ملكوته الأعلى وشرح صدورهم لمعرفته وطاعته، وأما الرحم فقال "النووي" : اختلفوا في حد الرحم التي يجب وصلها، فقيل: كل رحم محرم، وقيل :هو عام في كل رحم من ذي الأرحام في الميراث يستوي فيه المحرم وغيره، وصلة الرحم هي الإحسان إلى الأقارب على حسب حال الواصل والموصول، فتارة تكون بالمال وتارة بالخدمة، وتارة بالزيارة وغير ذلك، كما أن الصلة بر وإحسان، ويكون حسن العشرة والصحبة للأهل والولد ، وسعة الخلق ، وتمازج النفقة، وتعليم الأدب والسنة، وحملهم على الطاعة، لقوله تعالى: "يا أيها الذين آمنوا قوا أنفسكم وأهليكم نارا وقودها الناس والحجارة" والصفح عن عثراتهم والغض عن مساوئهم في غير إثم أو معصية، قال القاضي عياض: " لا خلاف أن صلة الرحم واجبة في الجملة وقطيعتها معصية كبيرة، والأحاديث تشهد لهذا، ولكن الصلة درجات بعضها أرفع من بعض، وأدناها ترك المهاجرة بالكلام ولو بالسلام، ويختلف ذلك باختلاف القدرة والحاجة فمنها واجب، ومنها مستحب، ولو وصل بعض الصلة ولم يصل غايتها لا يسمى قاطعا، ولو قصر عما يقدر عليه وينبغي له لا يسمى واصلا".¹

والبر بالوالدين الإحسان إليهما والتعطف عليهما والرفق بهما والرعاية أحوالهما وعدم الاساءة إليهما، وإكرام صديقيهما من بعدهما، هو باب من أبواب صلة الرحم.

3- الإيثار :

الإيثار لغة بمعنى تقديم الشيء، وهو كذلك الاختيار والتفضل²، واصطلاحا قال "القرطبي": هو تقديم الغير على النفس في حظوظها الدنيوية رغبة في الحظوظ الدينية، وذلك ينشأ عن قوة اليقين وتوكيد المحبة، والصبر على المشقة³، أما درجات الإيثار فقال ابن القيم: الإيثار على درجات، الأولى: أن تؤثر الخلق على نفسك فيما لا يحرم عليك ديناً، ولا يقطع عليك

1- صالح بن عبد الله بن حميد، عبد الرحمان بن محمد بن عبد الرحمان بن ملح، نفس المرجع السابق، ص2614 .

2- أبو الفضل جمال الدين ابن منظور، لسان العرب، دار صادر للنشر، بيروت، 1956، ص26 .

3- صالح بن عبد الله بن حميد، عبد الرحمان بن محمد بن عبد الرحمان بن ملح، مرجع سبق ذكره، ص629 .

طريقاً، ولا يفسد عليك وقتاً، يعني أن تقدمهم على نفسك في مصالحهم، مثل أن تطعمهم وتجوع، وتكسوهم وتعري، وتسقيهم وتظماً، بحيث لا يؤدي ذلك إلى ارتكاب إتلاف لا يجوز في الدين، وكل صالح يعود على الإنسان بصالح قلبه ووقته وحاله مع الله فلا يؤثر به أحداً، والثانية: إيثار رضا الله على رضا غيره وان عظمت فيه المحن وثقلت فيه المؤن وضعف عنه الطول والبدن، وإيثار رضا الله عز وجل على غيره: هو أن يريد ويفعل ما فيه مرضاته، ولو أغضب الخلق وهي درجة الأنبياء، وأعلاها للرسول عليهم صلوات الله وسلامه، وأعلاها أولي العزم منهم وأعلاها لنبينا (صلى الله عليه وسلم) وعليهم، والثالثة أن تتسبب إيثارك إلى الله دون نفسك، والسخاء أعلى مراتب العطاء والبذل، وهو الذي لا يصعب عليه العطاء، والجنود أن يعطي الأكثر، ويبقى له شيئاً، أو مثلما أعطى، والإيثار هو أن يؤثر غيره بالشيء مع حاجته إليه.¹

ومن الأسباب التي تعين على الإيثار:

- تعظيم الحقوق، فإذا عظمت الحقوق عنده، قام بواجبها ورعاها حق رعايتها واستعظم إضاعتها.

- مقت الشح: فإن مقت الشح وبغضه يلزم الإيثار.

- الرغبة في مكارم الأخلاق: فالإيثار أفضل درجات مكارم الأخلاق .

والصدقة باب من أبواب الإيثار، حيث عرفها الجرجاني: " أنها العطية يبتغي بها المثوبة من الله تعالى"،² وعرفها الراغب بأنها: ما يخرج الإنسان من ماله على وجه القرية كالزكاة، لكن الصدقة في الأصل تقال للمتطوع به، والزكاة للواجب³ .

وبالتالي فالصدقة ما يعطى في ذات الله للفقراء، ويعتبر " الماوردي " الصدقة زكاة، والزكاة صدقة، يفترق الاسم ويتفق المسمى،⁴ وقال "القاضي أبو بكر بن العربي": إنما سميت الزكاة

1- ابن القيم الجوزية، مدارج السالكين، ط4، دار الكتب العلمية للنشر، بيروت، 1988، ص303.

2- صالح بن عبد الله بن حميد، عبد الرحمان بن محمد بن عبد الرحمان بن ملح، مرجع سبق ذكره، ص28 .

3- صالح بن عبد الله بن حميد، مرجع سبق ذكره، ص287 .

4- يوسف القرضاوي، فقه الزكاة، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1990، ص40.

صدقة، أنه مأخوذ من الصدق في مساواة الفعل للقول والاعتقاد¹، وقال التهاوني: الصدقة عطية يراد بها المثوبة لا التكرمة، أن بها يظهر الصدق في العبودية، وهي أعم من الزكاة، وقد تطلق عليها أيضا،² قال "الفيروز آبادي": " الزكاة النمو الحاصل عن بركة الله تعالى، ويرى الراغب كذلك أن النمو فيها ناتج من بركة الله تعالى فيقول: " أصل الزكاة النمو الحاصل عن بركة الله تعالى، ويعتبر ذلك من الأمور الدنيوية والأخروية، يقال زكا الزرع يزكو إذا حصل منه نمو وبركة...، ومنه الزكاة لما يخرج الإنسان من حق الله تعالى إلى الفقراء، وتسميته بذلك لما يكون فيه من رجاء البركة، أو لتزكية النفس أي تتميتها بالخيرات والبركات، أو لهما جميعا، فإن الخيرين موجودان فيهما،³ وقوله تعالى: "فلينظر أيها أركى طعاما" (الكهف، الآية 19)، هذه المادة عامة في زكاة الأموال والأبدان، وزكاة النفس وطهارته إشارة إلى ما يكون حلالا لا يستوضح عقباه.⁴

1- يوسف القرضاوي، المرجع السابق، ص 41.

2- صالح بن عبد الله بن حميد، عبد الرحمان بن محمد بن عبد الرحمان بن ملح، مرجع سبق ذكره، ص 2518

3- الراغب الأصفهاني، مفردات ألفاظ القرآن، تحقيق: صفوان عدنان داوي، ط 8، دار القلم، دمشق، 1992، ص 18.

4- صالح بن عبد الله بن حميد، عبد الرحمان بن محمد بن عبد الرحمان بن ملح، مرجع سبق ذكره، ص 2197 .

4- الأخوة :

لغة: قال بعض النحويين سمي الأخ أخوا أن قصده قصد أخيه، والأخ من النسب معروف وهو من جمعك وإياه صلب أو بطن، وقد يكون الصديق والصاحب، قال الله عز وجل: "إنما المؤمنون إخوة" (الحجرات الآية 10) .

واصطلاحاً قيل : هي مشاركة شخص آخر في الوالدة من الطرفين أو من أحدهما أو من الرضاع، ويستعار لكل مشارك لغيره في القبيلة أو في الدين أو في صنعة أو في معاملة أو في مودة أو في غير ذلك من المناسبات، قال ابن حجر في قول تعالى: "إنما المؤمنون إخوة" يعني في التوادد وشمول الدعوة.

وذكر أهل التفسير أن الأخ في القرآن ورد على خمسة أوجه، أحدهما الأخ من الأب والأم أو من أحدهما،¹ ومنه قوله تعالى في سورة النساء "فإن كان له إخوة فلأمه السدس" (النساء، الآية 11)، والثاني من القبيلة، ومنه قوله تعالى: "وإلى عاد أخاهم هوداً" (الأعراف، الآية 65)، والثالث في الدين والمتابعة، ومنه قوله تعالى في آل عمران " فأصبحتم بنعمته إخواناً"

(آل عمران، الآية 103)، والرابع في المودة والمحبة، ومنه قوله تعالى : "ونزعنا ما في صدورهم من غل إخواناً" (الحجر، الآية 47)، والخامس الصاحب، ومنه قوله تعالى في سورة ص "إن هذا أخي له تسع وتسعون نعجة"، (الآية 23)، وأياً كانت المعاني، فإن من طبيعة الانسان أن يكون ألفاً مألوفاً، ذلك أنه يستعين من خلال الآفة على أداء الرسالة المنوطة به في الدنيا لتحقيق أهداف الإستخلاف، والمؤاخاة من أهم أسباب حدوث الآفة بين الناس، وإذا كان الدين هو أكبر باعث في المؤاخاة والتآخي، فإنه بذلك يعزز الألفة والتجمع على تعاليم الدين من أجل صالح الدنيا والحياة والمجتمع، ومن الأمور التي من شأنها إشاعة الألفة والتآلف بين الإخوان، النصح والتناصح، والغض عن الهفوات، ووجوب زيارتهم ومودتهم، وذلك كله بهدف تحقيق التماسك الإجتماعي المطلوب بما يعين على تحقيق مقاصد الشرع الإسلامي.

5- البر:

في اللغة يدل على معان عديدة ومن هذه المعاني الصدق والصدقة والصلاح والصلة والطاعة وحسن الخلق، فهو اسم جامع للخير، واصطلاحاً قال ابن منظور: البر خير الدنيا والآخرة، فخير الدنيا ما يبسره الله تعالى للعبد من الهدى والنعمة والخيرات، وخير الآخرة الفوز بالنعيم الدائم في الجنة، جمع الله لنا بينهما بكرمه ورحمته، وقد فسر البر بالإيمان وفسر بالتقوى، وفسر بالعمل الذي يقرب إلى الله، والجميع حق.

والبر نوعان صلة ومعروف، فأما الصلة: فهي التبرع ببذل المال في الجهات المحدودة لغير عوض مطلوب، وهذا يبعث عليه سماحة النفس وسخاؤها، ويمنع منه شحها وإباؤها، قال الله تعالى: "ومن يوق شح نفسه فأولئك هم المفلحون" (الحشر الآية 9)، وأما النوع الثاني من البر فهو المعروف: وهو أيضاً نوعين: قولاً وعملاً، فأما القول فهو طيب الكلام وحسن البشر، والتودد بجميل القول، وهذا يبعث عليه حسن الخلق، ورقة الطبع، وأما العمل: فهو بذل الجاه والمساعدة بالنفس والمعونة في النائبة، أنه يوصل إلى القلوب أطافاً يثنيها محبة وانعطافاً، ولذلك ندب الله تعالى إلى التعاون به، وقرنه بالتقوى له، فقال سبحانه تعالى: "وتعاونوا على البر والتقوى" (المائدة، الآية 2)، لأن له في التقوى رضا الله تعالى، وفي البر رضا الناس، أما عن وجوه استعمال البر في القرآن الكريم، فقد ورد على أوجه منها:

- البر بالكسر أربعة: الأول بمعنى البار، في قوله تعالى: "ولكن البر من آمن بالله" (البقرة، الآية 177)، والثاني بمعنى الخير، في قوله تعالى: "لن تتالوا البر حتى تنفقوا مما تحبون" (آل عمران، الآية 92)، والثالث بمعنى الطاعة والخير، في قوله تعالى: "أتأمرون الناس بالبر" (البقرة، الآية 44)، والرابع بمعنى تصديق اليمين، في قوله تعالى: "ولا تجعلوا الله عرضة لأيمانكم أن تبروا وتتقوا" (البقرة، الآية 224). وقد جاء البر أيضاً في معنى صلة الرحم، في قوله تعالى: "لا ينهاكم الله عن الذين لم يقاتلوكم في الدين ولم يخرجوكم من دياركم أن تبروهم" (المتحنة، الآية 8)، أي أن تصلوا أرحامكم¹.

1- صالح بن عبد الله بن حميد، عبد الرحمان بن محمد بن عبد الرحمان بن ملح، مرجع سبق ذكره، ص 751.

القسم الثاني

الإطار التطبيقي للدراسة

1- تحليل بيانات الدراسة البيانية :

يتناول هذا الجزء من الدراسة تحليل بيانات الدراسة الميدانية استنادا للمعطيات المحصل عليها من استمارات الإستبيان التي تم توزيعها على المبحوثين ، إذ يجدر بنا التذكير بحجم العينة الذي هو 100 مفردة والتي تم تشكيلها بصفة قصدية غير عشوائية، وقد شرعنا في توزيع استمارات الإستبيان مع نهاية شهر ماي 2019 واسترجعناها بعد أسبوع ، حيث بلغ عدد الإستمارات الموزعة 100 استمارة وتم استرجاعها كلها أي أن الإسترجاع بلغ 100% ، كما أننا لم نلغي أية استمارة بعد عملية الفرز لأننا من حسن الحظ وجدنا أن كلها صالحة للتحليل .

بعد عملية ترقيم الإستمارات من 1 إلى 100 وترميزها وفق الترميز الذي تم بنظام SPSS قمنا بتفريغها وإدخال البيانات في الحاسوب ، وقد تم تبويب الإجابات في شكل جداول تحمل تكرارات ونسب مئوية تم التعليق عليها كما وكيفا ، وإيجاد تفسيرات ذات دلالات لأجوبة المبحوثين .

من خلال فحص البيانات نستطيع تقديم صورة عن خصائص مجتمع البحث وفق المتغيرات التي ارتأينا أنها الأنسب لموضوع الدراسة ، وهذا على النحو التالي :

الجدول رقم (01) : توزيع أفراد العينة حسب التخصص

النسبة	العدد	التوزيع التخصص
20%	20	علم الإجتماع اتصال وعلاقات عامة
30%	30	علم الإجتماع التنظيم
41%	41	علم الإجتماع العنف وعلم العقاب
9%	9	علم الإجتماع التربوي
100%	100	المجموع

يوضح توزيع الجدول أعلاه أن تخصص علم الإجتماع العنف وعلم العقاب حاز على أغلب نسبة قدرت بـ 41% يليه مباشرة تخصص علم الإجتماع التنظيم بنسبة قدرها 30% ويأتي في المرتبة الثالثة تخصص علم الإجتماع اتصال وعلاقات عامة بنسبة 20% ليأتي في الأخير تخصص علم الإجتماع التربوي بنسبة قدرت بـ: 9% .

وتوزيع هذا الجدول يتناسب إلى حد ما مع عدد الطلبة المسجلين في كل تخصص ، إذ يعود حصول تخصص العنف وعلم العقاب على أكبر نسبة إلى أن عدد الطلبة المسجلين فيه أكبر مقارنة بباقي التخصصات .

الجدول رقم (02) : توزيع أفراد العينة حسب مكان الإقامة

النسبة	العدد	التوزيع	مكان الإقامة
91%	91		المنزل
9%	9		الحي الجامعي
100%	100		المجموع

يتبين من الجدول أعلاه أن الأغلبية من أفراد العينة بنسبة 91% يقيمون بمنزلهم ، ونسبة قليلة 9% فقط تقيم بالحي الجامعي ، وهذا ما يفسر أن غالبية طلبة الماستر 1 علم الإجتماع من ولاية معسكر أو من ولايات مجاورة لها وهذا ما لا يتطلب منهم الإقامة بالأحياء الجامعية.

إستخدام الإنترنت :

نتعرض فيما يلي إلى مدى استخدام الإنترنت من طرف أفراد العينة وأنماطه وعاداته وبداية نعطي فكرة عامة عن الإستخدام من خلال تحليل الجداول البسيطة وفي مرحلة لاحقة نقدم قراءات وفق بعض المتغيرات المهمة وكذا الأنسب التي لها دلالة إحصائية بحيث تساعد على الفهم الأفضل لإشكالية الدراسة .

الجدول رقم (03) : استخدام الإنترنت

النسبة	العدد	الإجابة
%100	100	نعم
%0	0	لا
%100	100	المجموع

يتضح من نتائج هذا الجدول أن 100 % من أفراد العينة يستخدمون الإنترنت وهذا ما يؤكد اختيارنا القصدي لعينة الدراسة المتمثلة في الطلبة الذين يستخدمون الإنترنت ، ويفسر هذا ان معظم الطلاب يستعملون هذه الوسيلة نظرا لطبيعتها ولانتشارها الواسع مقارنة بالسنوات الفارطة ، حيث أصبحت وبفعل تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة وكذا تطبيقات الإعلام الجديد اللامتناهية توفر خدمات ومزايا تستهوي الفئة الشبانية والطلابية منها على وجه الخصوص وتغنيهم عن وسائل أخرى ، فمن خلال البث الحي والمباشر للبرامج المتنوعة وكذا إمكانية متابعة القنوات الفضائية والإذاعية ، صارت الإنترنت فضاء يجمع أكثر من وسيلة واحدة وهو ما زاد من انتشارها واستقطابها لجمهور واسع من الشباب وزادهم إقبالا عليها .

الجدول رقم (04) : عادة استخدام الإنترنت

النسبة	العدد	الإجابة
5%	5	نادرا
27%	27	أحيانا
68%	68	دائما
100%	100	المجموع

يتضح من نتائج هذا الجدول أن أفراد العينة يستخدمون الإنترنت بشكل دائم ، يشكل الأغلبية بنسبة 68.3 % مقابل 27% من أفراد العينة يستخدمونها أحيانا ، و 5% فقط من يستخدمون الإنترنت نادرا وهي نسبة ضعيفة مقارنة بالنسبة الأولى التي تؤكد على الإستخدام الواسع والمكثف الذي باتت تحظى به شبكة الإنترنت لدى فئات الشباب خاصة الطلابية منها ، وهذا يعني أن كل أفراد العينة تقريبا يتعرضون لمحتويات الإنترنت يوميا ، إذ نستنتج من هذا أن تصفح الإنترنت بالنسبة لأفراد العينة ، أصبح يمثل عادة يومية أو نشاطا أساسيا بالنسبة إليهم ، مثله مثل النشاطات الإجتماعية الأخرى ، كالذهاب إلى العمل او الذهاب إلى الجامعة ..

الجدول رقم (05) : مكان استخدام الإنترنت

النسبة	العدد	العينة الإجابة
65%	65	المنزل
7%	7	الجامعة
28%	28	مقاهي الإنترنت
100%	100	المجموع

يتضح من نتائج هذا الجدول أن أغلبية المبحوثين يستخدمون الإنترنت في المنزل وذلك بنسبة 65% ، يليها الإستخدام في المقاهي الافتراضية بنسبة 28% ليأتي في الأخير استخدام الإنترنت في الجامعة بنسبة قليلة قدرت بـ 7% ، ويدل حصول استخدام الإنترنت بالمنزل على أعلى نسبة إلى أن معظم الأسر الجزائرية باتت مجهزة بالتكنولوجيا الضرورية لإستعمال الإنترنت كالحاسوب والهاتف الثابت أي أن التزود بخدمة الإنترنت أصبح في متناول غالبية الأسر الجزائرية خاصة التي فيها طلاب جامعات ومدرسين، هذا من جهة ، ومن جهة أخرى قد يفسر تفضيل المبحوثين استخدام الإنترنت بالمنزل إلى أن هذا يمكنهم من استخدام الإنترنت في أي وقت يريدونه وبراحة تامة ويتفادون بذلك الخروج إلى المقاهي الافتراضية أي قد تكون هذه الأخيرة ممثلة عن آخرها ولا يجدون بها حواسيب شاغرة مما يدعوهم إلى انتظار دورهم لإستعمال الإنترنت .

كما نلاحظ أن هذه النتائج تختلف عن نتائج الدراسة التي أجراها "السعيد بومعيزة" سنة 2005 ، أين توصل فيها إلى أن غالبية المبحوثين يستعملون الإنترنت في المقاهي

الإفتراضية بنسبة 78% مقابل 15.1% فقط من المبحوثين يستعملونها في المنزل ، وأرجع ذلك إلى أن معظم الأسر الجزائرية غير مزودة بخدمة الإنترنت والتجهيزات التي تتطلبها كالحاسب والهاتف الثابت ، إلا أنه ما توصلنا إليه يؤكد العكس وهذا ما يدل على ان خدمة الإنترنت أصبحت في متناول الأسر الجزائرية -كما سبق وذكرنا - مقارنة بالسنوات الماضية ، إضافة أن تكلفة الحواسيب انخفضت مما كانت عليه قبل 14 سنة تقريبا .

الجدول رقم (06) : أغراض استخدام الإنترنت

النسبة	العدد	العينة
		الإجابة
25%	25	البحث العلمي
25%	25	الدرشة
5%	5	إرسال الرسائل
45%	45	الترفيه
100%	100	المجموع

يتضح لنا من نتائج هذا الجدول أن الغرض الأساسي من استخدام الإنترنت هو الترفيه وذلك بالنسبة لـ 45% من أفراد العينة تليه مباشرة استخدام الإنترنت من أجل الدردشة والبحث العلمي بنسب متساوية تماما وذلك بـ 25% لكلا الغرضين ، في حين أن 5% فقط من أفراد العينة من يستخدمون الإنترنت من أجل إرسال الرسائل ، وهذا ما يدل

على أن أفراد العينة يستعملون الإنترنت بهدف التسلية والترفيه والترويح عن النفس أكثر من استخدامها في البحث العلمي وفيما ينفعهم كطلبة ، وهذا ما قد يؤثر سلبا على أفراد العينة كما أنه قد يشكل خطرا على قيمهم الدينية والثقافية لأن ما هو معروف أن المحتوى الترفيهي في وسائل الإعلام يغلب عليه الذوق الهابط وهو ما يؤكد الدكتور "عزي عبد الرحمن" بأن المحتوى الترفيهي يعاني من خسوف في القيمة وتسطيح لها .

الجدول رقم (07) : أكثر المواقع الإلكترونية التي يزورها المبحوثين

النسبة	العدد	العينة الإجابة
74%	74	مواقع التواصل الإجتماعي
15%	15	المواقع العلمية
8%	8	المواقع الدينية
3%	3	أخرى
100%	100	المجموع

تتضح من نتائج الجدول أن المواقع الأكثر زيارة من قبل المبحوثين ، حيث يتضح أن مواقع التواصل الإجتماعي هي أكثر المواقع إقبالا من طرف عينة الدراسة وذلك بنسبة 75% وبذلك تحتل المرتبة الأولى من ناحية الإستخدام لتأتي بعدها مباشرة وفي المرتبة الثانية المواقع العلمية بنسبة 15% في حين احتلت المواقع الدينية المرتبة الثالثة وما قبل الأخيرة بنسبة 8% ، بينما جاءت الإجابة بأخرى في المرتبة الرابعة والأخيرة بنسبة 3% من أفراد العينة وبعد فرزنا للإجابات بأخرى وجدنا أن كلها كانت تصب في زيارة المواقع الإباحية .

كما تدل نتائج هذا الجدول أن أفراد العينة يقبلون أكثر على مواقع التواصل الإجتماعي من أجل التفاعل الإجتماعي الشبهي أي الدخول في علاقات إجتماعية رمزية وقد يكون هذا على حساب العلاقات الإجتماعية التقليدية ، هذا من جهة ومن جهة أخرى ، نجد أن أفراد العينة قد يفضلون هذه المواقع من أجل إمكانية التواصل مع الأصدقاء والزملاء إضافة إلى تكوين صداقات مع أشخاص خارج الوطن.

الجدول رقم (08): الأوقات المفضلة لإستخدام الإنترنت

النسبة	العدد	العينة
		الإجابة
5%	5	صباحا
20%	20	مساء
48%	48	السهرة
27%	27	ليس لدي وقت مفضل
100%	100	المجموع

الواضح من نتائج الجدول أن نشاط تصفح الإنترنت مبرمج في فترة السهرة، أي الفترة التي يتفرغ فيها أفراد العينة من أداء نشاطاتهم الإجتماعية الأخرى كالدراسة ، العمل، الرياضة ، مراجعة الدروس وذلك بالنسبة لـ 48% من أفراد العينة ، يليها التصفح كل الأوقات بنسبة 27% ، وبعدها تصفح الإنترنت في الفترة المسائية بنسبة 20% ، ليأتي في الأخير التصفح صباحا وذلك بنسبة ضعيفة قدرت بـ 5% من مجموع أفراد العينة، نستنتج أن الأوقات المفضلة لإستخدام الإنترنت يتحكم فيها بدرجة كبيرة أمرين إثنيين ، التفرغ التام من النشاطات الإجتماعية اليومية ، وكذلك التهرب من رقابة

الأولياء في فترة السهرة خاصة إذا كان الأولياء ينامون مبكرا أين يجد أفراد العينة الراحة التامة للتصفح.

الجدول رقم (09) : المدة المستغرقة في استخدام الإنترنت

النسبة	العدد	العينة الإجابة
7%	7	أقل من ساعة
19%	19	من ساعة إلى ساعتين
28%	28	من ساعتين إلى ثلاث ساعات
46%	46	أكثر من ثلاث ساعات
100%	100	المجموع

تظهر النتائج في هذا الجدول الوقت الذي يقضيه المبحوثين في الإنترنت حيث توضح المعطيات الجدولية أن غالبية المبحوثين يقضون أكثر من ثلاث ساعات عبر هذه الشبكة وذلك بنسبة 46% من مجموع أفراد العينة ، في حين يقضي ما نسبته 28% من المبحوثين من ساعتين إلى ثلاث ساعات عبر هذه الشبكة ، ويقضي 19% منهم من ساعة إلى ساعتين ، و نسبة ضعيفة 7% من يقضون أقل من ساعة في الإنترنت ، وهو ما يوضح الإستخدام الواسع والحجم الساعي الكبير الذي يقضيه المبحوثين من أفراد العينة عبر الإنترنت خاصة أن هذه الأخيرة تتميز بكونها عالم واسع وجذاب مما يزيد فضول المبحوثين لإكتشاف الجديد والمستجد ، وهو الأمر الذي يفقدهم الإحساس بمرور الوقت ويدفعهم لقضاء مدة أطول في الإبحار عبر مختلف مواقع الإنترنت ، وهذا ما قد يعود سلبا على أفراد العينة بجعلهم عرضة للإصابة بأمراض نفسية وجسدية جراء

الإستخدام المفرط للإنترنت وكذا قد يدفعهم لتضييع الوقت وإهمال الدراسة ناهيك عن احتمال الإصابة بمرض إيدز الإنترنت وغيرها من الآثار السلبية التي قد تنتج عن قضاء مدة طويلة في الإنترنت.

الجدول رقم (10) : استخدام الإنترنت وعلاقته بمتغير الجنس

المجموع	هل تستخدم الإنترنت ؟		س4 الجنس
	لا	نعم	
50 %50	-	50 %50	ذكور
50 %50	-	50 %50	إناث
100 %100	-	100 %100	المجموع

تظهر نتائج هذا الجدول أن كلا الجنسين يستخدمون الإنترنت بنسب متساوية تماما بـ50% للذكور ونفس النسبة بالنسبة للإناث ، لنخلص إلى أن كل من الذكور والإناث يستعملون الإنترنت وما يؤكد ذلك أن أثناء فرزنا إستمارات الإستبيان لم نجد أي مبحوث أجاب بـ "لا" فيما يتعلق بسؤال "هل تستخدم الإنترنت؟" حيث أجاب كل أفراد العينة بـ"نعم" ما يدل على أن كل أفراد العينة يستخدمون الإنترنت سواء الذكور أم الإناث إلا أننا قد يختلفون في عادة الإستخدام وهو ما سيؤكدده لنا الجدول الموالي .

الجدول رقم (11) : عادة استخدام الإنترنت وعلاقتها بمتغير الجنس

المجموع	إذا كانت إجابتك بنعم ، هل تستخدمه ؟			الجنس
	دائما	أحيانا	نادرا	
50 %100	33 %66	14 %28	3 %6	ذكور
50 %100	35 %70	13 %26	2 %4	إناث
100 %100	68 %68	27 %27	5 %5	المجموع

تظهر نتائج الجدول أن الإتجاه العام يوجد في العمود الثاني في صنف من يستخدمون الإنترنت بصفة دائمة بنسبة 68% من مجموع أفراد العينة ، وبنسب متقاربة لدى كلا الجنسين حيث قدرت بـ 70% بالنسبة للإناث وأقل من ذلك 66% بالنسبة للذكور، ونفس الشيء بالنسبة لإستخدام الإنترنت أحيانا لا يوجد فرق واسع بين كلا الجنسين حيث قدرت بـ 28% بالنسبة للذكور و 26% بالنسبة للإناث ، كما أنه لا توجد فروق إحصائية بين الجنسين فيما يتعلق بالإستخدام النادر للإنترنت حيث جاءت النسب متقاربة أيضا بالنسبة للإناث والذكور على حد سواء قرت بـ 6% بالنسبة للذكور و بـ 4% للإناث ، لنخلص إلى أن أغلبية كل من الذكور والإناث يستخدمون الإنترنت بصفة دائمة.

الجدول رقم (12) : مكان استخدام الإنترنت وعلاقته بمتغير الجنس

المجموع	في أي مكان تستخدم الإنترنت ؟			الجنس
	المنزل	الجامعة	مقاهي الإنترنت	
50	36	2	12	ذكور
%100	%72	%4	%24	
50	29	5	16	إناث
%100	%58	%10	%32	
100	68	7	28	المجموع
%100	%65	%7	%28	

تظهر النتائج في هذا الجدول أن الإتجاه العام يوجد في العمود الثالث في صنف من يستخدمون الإنترنت بالمنزل بنسبة 65% من مجموع أفراد العينة ، وبأعلى نسبة 72% في فئة الذكور مقابل نسبة أقل 58% في فئة الإناث ، تليها في العمود الأول نسبة 28% في صنف من يستخدمون الإنترنت في مقاهي الإنترنت ، وبأعلى نسبة 32% في فئة الإناث وأقل من ذلك 24% في فئة الذكور ، لتضعف النسبة في العمود الثاني بالنسبة لصنف من يستخدمون الإنترنت في الجامعة وذلك بـ 7% فقط من مجموع أفراد العينة ، حيث نسجل أعلى نسبة 10% عند فئة الإناث مقابل 4% عند فئة الذكور .

لنخلص إلى أن أغلبية كل من الذكور والإناث يستخدمون الإنترنت بمنازلهم إلا ان نسبة الذكور أكبر من نسبة الإناث فيما يخص الإستخدام بالمنزل ، ونجد أن الإناث يلجأن

لمقاهي الإنترنت لإستخدام الإنترنت أكثر من الذكور وهذا هروبا من رقابة الأولياء وكذا لتجاوز بعض القيود والصعوبات التي قد يجدها بالمنزل.

الجدول رقم (13): يبين مكان استخدام الإنترنت وعلاقته بمتغير الإقامة

المجموع	في أي مكان تستخدم الإنترنت ؟			الجنس
	المنزل	الجامعة	مقاهي الإنترنت	
91	64	4	23	ذكور
%100	%70.3	%4.4	%25.3	
9	1	3	5	إناث
%100	%11.1	%33.3	%55.6	
100	65	7	28	المجموع
%100	%65	%7	%28	

تظهر نتائج الجدول أن الإتجاه العام يوجد في العمود الثالث ، في صنف الذين يستخدمون الإنترنت في منازلهم بنسبة 65% من مجموع أفراد العينة ، وبأعلى نسبة 70.3% بالنسبة لفئة المبحوثين الذين يقيمون بالمنزل مقابل نسبة ضعيفة قدرت بـ 11.1% بالنسبة لفئة المبحوثين المقيمين بالأحياء الجامعية ، لتقل النسبة في العمود الأول إلى 28% في صنف الذين يستخدمون الإنترنت في مقاهي الإنترنت ، وبأعلى نسبة 55.6% في فئة المقيمين بالأحياء الجامعية ونسبة أقل 25.3% في فئة المقيمين

بالمنزل ، بينما تضعف النسبة في العمود الثاني في صنف من يستخدمون الإنترنت في الجامعة وذلك بنسبة 7% من مجموع أفراد العينة ، وبأعلى نسبة 33.3% بالنسبة للمبحوثين المقيمين بالأحياء الجامعية بينما تقل النسبة 4.4% بالنسبة للمبحوثين المقيمين بالمنزل .

لنخلص إلى أن أفراد العينة المقيمين بمنزلهم هم من يستخدمون الإنترنت في المنزل أكثر من المبحوثين المقيمين بالأحياء الجامعية الذين يلجئون للمقاهي الافتراضية أو الجامعة لإستخدام الإنترنت بحكم أنهم بعيدين عن مقرات سكنهم وليس أمامهم إلا اللجوء للمقاهي الافتراضية أو الجامعة لإستخدام الإنترنت .

الجدول رقم (14): يبين أغراض استخدام الإنترنت وعلاقته بمتغير الجنس

المجموع	هل تستعمل الإنترنت من أجل ؟				الجنس
	الترفيه	إرسال الرسائل	الدرشة	البحث العلمي	
50 %100	17 %34	1 %2	14 %24	18 %36	ذكور
50 %100	28 %56	4 %8	11 %22	7 %14	إناث
100 %100	45 %45	5 %5	25 %25	25 %25	المجموع

تظهر نتائج الجدول أن الإتجاه العام يوجد في العمود الرابع في صنف من يستخدمون الإنترنت من أجل الترفيه بنسبة 45% من مجموع أفراد العينة ، وبأعلى نسبة 56% في فئة الإناث وأقل من ذلك 34% بالنسبة لفئة الذكور ، يليها في العمود الأول

والثاني نسب متساوية تماما في صنف من يستخدمون الإنترنت للبحث العلمي (العمود الأول) وصنف من يستخدمون هذه الشبكة للدردشة (العمود الثاني) ، حيث تستخدم فئة الذكور الإنترنت من أجل البحث العلمي بنسبة 36% وبنسبة أقل 14% بالنسبة لفئة الإناث ، أما استخدام الإنترنت من أجل الدردشة جاء بنسبة 28% بالنسبة للذكور مقابل 22% بالنسبة لفئة الإناث ، لتضعف النسبة فغي العمود الثالث إلى 5% في صنف من يستخدمون الإنترنت لإرسال رسائل وذلك بـ 8% عند فئة الإناث و 2% عند فئة الذكور .
 لنخلص أن غالبية الإناث يستخدمون الإنترنت من أجل الترفيه ، بينما غالبية الذكور يستخدمون الإنترنت من أجل البحث العلمي .

الجدول رقم (15) : أكثر المواقع الإلكترونية التي يزورها المبحوثين وعلاقتها بمتغير الجنس

المجموع	ما هي المواقع الإلكترونية التي تزورها أكثر ؟				الجنس
	مواقع أخرى	المواقع الدينية	المواقع العلمية	مواقع التواصل الإجتماعي	
50 %100	3 %6	2 %4	12 %24	33 %66	ذكور
50 %100	-	6 %12	3 %6	41 %82	إناث
100 %100	3 %3	8 %8	15 %15	74 %74	المجموع

يظهر هذا الجدول المواقع الأكثر زيارة من قبل أفراد العينة وعلاقتها بمتغير الجنس حيث تظهر المعطيات الجدولية أن مواقع التواصل الإجتماعي هي المواقع الأكثر إقبالا من قبل المبحوثين وبنسبة 74% من مجموع أفراد العينة ، إذ احتلت المرتبة الأولى لدى كلا الجنسين ، إلا أن الإناث الأكثر إقبالا عليها من الذكور وذلك بنسبة 82% في حين يقبل عليها الذكور بنسبة 66% ، تليها المواقع العلمية بنسبة 15% من مجموع أفراد العينة ، وجاءت في المرتبة الثانية بالنسبة للذكور بنسبة 24% في حين احتلت المرتبة الثالثة والأخيرة بالنسبة للمبحوثين الإناث بنسبة 6% . وقد احتلت المواقع الدينية المرتبة الثانية لدى الإناث بنسبة 12% والرابعة والأخيرة لدى الذكور وذلك بنسبة 4% ، في حين أن كل الإجابات بأحرى اقتصرت على فئة الذكور فقط أين كانت كل إجاباتهم زيارة المواقع الإباحية وذلك بنسبة 6% واحتلت المرتبة الثالثة بالنسبة إليهم .

لنخلص أن الإناث أكثر إقبالا على المواقع الدينية من الذكور حتى وإن كانت النسبة قليلة مقارنة بإقبالهم على مواقع التواصل الإجتماعي ، في حين أن الذكور يقبلون على المواقع الإباحية أكثر من إقبالهم على المواقع الدينية ، كما أن الذكور يقبلون على المواقع العلمية أكثر من إقبال الإناث عليها .

كما سبق وذكرنا أن نتائج هذا الجدول تظهر أن كلا الجنسين يقبلون على مواقع التواصل الإجتماعي أكثر من المواقع الأخرى وهذا لا يرجع في نظرنا إلى افتقارهم للعلاقات الإجتماعية التقليدية وإنما يدل على أن هذه المواقع تسمح لهم بتجاوز بعض القيود المفروضة في المجتمع بخصوص الإحتكاك بين الجنسين حيث تمكنهم هذه المواقع من إنشاء علاقات مع الجنس الآخر دون صعوبة في ذلك ، وكذا تكوين علاقات تعارف مع شباب من بلدان أخرى ، إضافة إلى أنها تسمح لهم بالاتصال في مجهولية وبالتالي إمكانية التلاعب بالهوية في سرية.

الجدول رقم (16) : الأوقات المفضلة لإستخدام الإنترنت وعلاقتها بمتغير الجنس

المجموع	ما هي أوقاتك المفضلة لإستخدام الإنترنت ؟				الجنس
	ليس لدي وقت مفضل	السهرة	مساء	صباحا	
50 %100	15 %30	24 %48	7 %14	4 %8	ذكور
50 %100	12 24	24 %48	13 %26	1 %2	إناث
100 %100	27 %27	48 %48	30 %30	5 %5	المجموع

تظهر نتائج الجدول أن الإتجاه العام يوجد في العمود الثالث في صنف من يفضلون استخدام الإنترنت في السهرة بنسبة 48% من مجموع أفراد العينة ، وبنسب متساوية تماما بين فئتي الذكور والإناث قدرت بـ 48% لكلا الجنسين ، مما يعني أن أغلبية كل من الذكور والإناث يفضلون تصفح الإنترنت في السهرة ، أما في صنف من يفضلون تصفح الإنترنت مساء بنسبة 30% من مجموع أفراد العينة ، نسجل أعلى نسبة 26% في فئة الإناث مقابل 14% عند فكرة الذكور ، لتقل النسبة في العمود الرابع في صنف من ليس لديهم وقت مفضل إلى 27% من مجموع أفراد العينة وبنسبة 30% في فئة الذكور ، مقابل 26% بالنسبة لفئة الإناث لتضعف النسبة في العمود الأول إلى 5% في صنف من يفضلون استخدام الإنترنت صباحا وبـ 8% في فئة الذكور مقابل

2% فقط في فئة الإناث . لنخلص إلى أن أغلبية كل من الذكور والإناث يفضلون استخدام الإنترنت في السهرة يليها التصفح بدون وقت مفضل بالنسبة للذكور ، بينما يليها التصفح في الفترة المسائية بالنسبة للإناث.

الجدول رقم (17) : المدة المستغرقة في استخدام الإنترنت وعلاقتها بمتغير الجنس

المجموع	كم ساعة تقضيها في الإنترنت ؟				س10 الجنس
	أكثر من 3 سا	من 2سا إلى 3سا	من 1سا إلى 2سا	أقل من ساعة	
50 %100	29 %58	6 %12	11 %22	4 %8	ذكور
50 %100	17 %34	22 %44	8 %16	3 %6	إناث
100 %100	46 %46	28 %28	19 %19	7 %7	المجموع

تظهر نتائج الجدول أن الإتجاه العام يوجد في العمود الرابع في صنف الذين يقضون أكثر من ثلاث ساعات في الإنترنت بنسبة 46% من مجموع أفراد العينة ، وبأعلى نسبة 58% في فئة الذكور وبنسبة أقل 34% في فئة الإناث ، في حين تليها في العمود الثالث نسبة 28% في صنف الذين يقضون من ساعتين إلى ثلاث ساعات، وبأعلى نسبة 44% في فئة الإناث وبنسبة أقل 12% في فئة الذكور، لتقل النسبة في

العمود الثاني بـ 19% في صنف الذين يقضون من ساعة إلى ساعتين في الإنترنت وذلك بـ 22% في فئة الذكور وأقل من ذلك 16% في فئة الإناث بينما تضعف النسبة في العمود الأول إلى 7% في صنف الذين يقضون أقل من ساعة في الإنترنت.

لنخلص أن غالبية الذكور يقضون أكثر من ثلاث ساعات في الإنترنت أما الإناث غالبيتهم يقضون من ساعتين إلى ثلاث ساعات في هذه الشبكة.

تأثير الإنترنت على القيم الدينية للشباب :

الجدول رقم (18) : يبين ما إذا كان استخدام الإنترنت يساعد على التحلي ببعض

القيم الدينية

النسبة	العدد	العينه	الإجابة
47%	47		نعم
53%	53		لا
100%	100		المجموع

يتضح من نتائج هذا الجدول أن استخدام الإنترنت لا يساعد غالبية المبحوثين على التحلي ببعض القيم الدينية وذلك بنسبة 53% من مجموع أفراد العينة ، في حين يرى 47% من أفراد العينة أن استخدامهم للإنترنت يساعدهم على التحلي ببعض القيم الدينية ، وهذا ما يفسره ويؤكدده الجدول رقم (07) الذي يوضح أن معظم أفراد العينة يستخدمون الإنترنت للترفيه ويتعرضون لمحتوياته المتدنية التي يطغى عليها الذوق الهابط على حساب القيم الدينية وهذا ما لا يساعدهم على التحلي بهاته الأخيرة .

الجدول رقم (19): مدى تعارض محتويات الإنترنت مع القيم الدينية

النسبة	العدد	الإجابة
85%	85	يتعارض أحيانا
12%	12	يتعارض كليا
3%	3	لا يتعارض مع قيمنا
100%	100	المجموع

يتضح من خلال هذا الجدول أن ما يعرض عبر مواقع الإنترنت يتعارض أحيانا مع قيمنا الدينية في نظر الشباب الجامعي وذلك بنسبة 85% ، في حين يرى 12% من أفراد العينة أن ما يتعرضون إليه عبر الإنترنت يتعارض كلية مع قيمنا الدينية ، مقابل نسبة ضعيفة جدا من يرون أن ما يتعرضون إليه عبر الإنترنت لا يتعارض مع قيمنا ، وهذا يدل على أن محتويات الإنترنت التي يتعرض لها المبحوثين كثيرا ما تتعارض مع قيمنا ، وما يفسر ذلك طبيعة المحتويات التي يتعرض إليها أفراد العينة التي تميل إلى الترفيه وكذا طبيعة المواقع التي يزورها وهو ما تؤكد لنا بعض الجداول السابقة حيث توضح أن غالبية أفراد العينة يقبلون على مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من إقبالهم على المواقع الدينية والعلمية وكذا أن غالبيتهم يستخدمون الإنترنت بغرض الترفيه والدراسة أكثر من إستخدامها بغرض البحث العلمي .

الجدول رقم (20) : يبين ما أدى إليه استخدام الإنترنت

النسبة	العدد	العينة	الإجابة
37%	37		تعريفك بالمجتمعات العالمية وثقافتها المتنوعة
27%	27		المساهمة في تغيير نظرتك للحياة وإطلاعك على أنماط جديدة
36%	36		جعلتك تتخلى عن القيم التقليدية وتبنى قيم جديدة
100%	100		المجموع

يتضح من خلال هذا الجدول أن استخدام أفراد العينة للإنترنت عرفهم بالمجتمعات العالمية وثقافتها المتنوعة بنسبة 37% ، يليها مباشرة 36% من أفراد العينة من يرون أن استخدامهم للإنترنت جعلهم يتخلون عن القيم التقليدية السائدة في المجتمع ودفعهم لتبني قيم جديدة وافدة ، وأخيرا نسبة 27% من يرون أن استخدامهم للإنترنت ساهم في تغيير نظرتهم للحياة واطلاعهم على عادات وأنماط جديدة، وهذا ما يدل أن استخدام الشباب للإنترنت يجعلهم يتعرفون على ثقافتنا العربية والإسلامية وهو ما يجعلهم يتبنون قيم جديدة دخيلة عن مجتمعاتنا ، ويعكس هذا أن العالم اليوم أصبح قرية صغيرة تتميز بالعولمة الثقافية نتيجة لوسائل الإعلام الجديد التي أزاحت وأذابت كل الحدود الثقافية والجغرافية والقيمية على وجه الخصوص .

الجدول رقم (21) : سبب التأثر بالإنترنت

النسبة	العدد	العينة الإجابة
29%	29	لأنها تلبى رغباتك واحتياجاتك
26%	26	لأنها تتميز بكثرة المضامين والتقنيات العالية
45%	45	نتيجة الفراغ الذي تعاني منه
100%	100	المجموع

يتضح من خلال نتائج هذا الجدول أن تأثر أفراد العينة بالإنترنت يرجع في نظر 45% منهم إلى الفراغ الذي يعانون منه ، تليها نسبة 29% من المبحوثين من يرون أن تأثرهم بالإنترنت يعود إلى أنها تلبى رغباتهم واحتياجاتهم ، وأخيرا يرى 26% من أفراد العينة أن تأثرهم بالإنترنت يرجع إلى أنها تتميز بكثرة المضامين والتقنيات العالية والرفيعة . نستنتج من نتائج هذا الجدول أن تأثر غالبية المبحوثين بالإنترنت جاء نتيجة الفراغ الذي يعانون منه ، وهذا ما يدل على أن الشباب لم يجدوا امامهم إلا الإنترنت كمتنفس وحيد للترويح عن النفس والإفلات من العالم الحقيقي إلى العالم الافتراضي، وهو ما يؤكد الغياب التالم لمراكز الترفيه والنوادي -في محيطهم- وغيرها من الأماكن التي توفر احتياجات الشباب من نشاطات رياضية ، ثقافية ، فكرية و تكوينية في مختلف المجالات التي تستهوي الفئة الشابة والتي تشبع رغباتهم وتسد أوقات فراغهم فيما ينفعهم، فالفراغ هو من أكثر المسببات للانحراف وهو العدو الأكبر للإنسان، مصدقا لقول رسوم الله صلى الله عليه وسلم: "نعمتان مغبون فيهما كثير من الناس الصحة والفراغ" فإن أوقات

الفراغ إن لم يستغلها الفرد أو الشاب فيما ينفعه وفيما ينفع مجتمعه ، تذهب سدى وقد تجره إلى ارتكاب المعاصي .

الجدول رقم (22) : تأثير الإنترنت على مواعيد الصلاة

النسبة	العدد	الإجابة
%59	59	نعم
%41	41	لا
%100	100	المجموع

يتضح من نتائج هذا الجدول أن استخدام الإنترنت يلهي غالبية أفراد العينة عن تأدية صلواتهم في أوقاتها بنسبة 59% ، في حين يرى 41% من أفراد العينة أن استخدامهم للإنترنت لا يلهيهم عن مواعيد الصلاة ، وتدل هذه النتائج أن الحجم الساعي الكبير الذي يقضيه أفراد العينة على الشبكة وهو ما يؤكد الجدول رقم (10) هو ما يجعلهم إما يتجاهلون أو يغفلون عن أوقات الصلاة نتيجة احتكاكهم بالإنترنت مدة طويلة أين يصبحون مدمنين على هاته الوسيلة ولا يمكنهم الإبتعاد عنها حتى وإن كان ذلك على حساب زمن العبادات .

الجدول رقم (23): اللهو عن مواعيد الصلاة وعلاقته بالزمن المستغرق في استخدام الإنترنت

المجموع	هل ترى أن استخدامك للإنترنت يلهيك عن مواعيد الصلاة؟		س15	س10
	لا	نعم		
7 %100	7 %100	- -	أقل من ساعة	كم ساعة تقضيها على الإنترنت؟
19 %100	15 %78.9	4 %21.1	من 1 سا إلى 2 سا	
28 %100	8 %28.6	20 %71.4	من 2 سا إلى 3 سا	
46 %100	11 %23.9	35 %76.1	أكثر من 3 سا	
100 %100	41 %41	59 %59	المجموع	

تشير نتائج الجدول أن الإتجاه العام يوجد في صنف الذين يرون أن استخدامهم للإنترنت يلهيهم عن مواعيد الصلاة بنسبة 59% من مجموع أفراد العينة ، وبأعلى نسبة 76.1% في فئة الذين يقضون أكثر من ثلاث ساعات في الإنترنت ، تليها نسبة

71.4% في فئة الذين يقضون من ساعتين إلى ثلاث ساعات على شاشة الإنترنت ، لنقل النسبة إلى 21.1% في فئة من يقضون من ساعة إلى ساعتين ، بينما تنعدم النسبة تماما في فئة الذين يقضون أقل من ساعة على الإنترنت .

في العموم الثاني ، فتشير النتائج إلى أن 41% من مجموع أفراد العينة يرون بأن استخدام للإنترنت لا يلهيهم عن مواعيد الصلاة ، وبأعلى نسبة 100% في فئة الذين يقضون أقل من ساعة في الإنترنت ، تليها 78.9% في فئة الذين يقضون من ساعتين على شاشة الإنترنت لنقل النسبة 23.9% في فئة الذين يقضون أكثر من ثلاث ساعات في الإنترنت ، لنخلص إلى أن يقضون مدة أطول في التصفح عبر الإنترنت هم الذين يرون بأن استخدامهم للإنترنت يلهيهم عن مواعيد الصلاة ، بينما الذين يقضون مدة (أقل من ساعة) هم الذين يرون بأن استخدامهم للإنترنت لا يلهيهم عن مواعيد الصلاة.

هذا يعني ان تضييع الصلاة وتأخيرها يتحكم فيها الحجم الساعي الذي يقضيه أفراد العينة في الإنترنت فكلما زاد عدد الساعات على الإنترنت كلما ضيعت الصلوات، وهذا ما يتعارض مع تعاليم ديننا الحنيف الذي يحث على تأدية الصلوات في أوقاتها وينهى عن تأخيرها ، إذ يقول الله تعالى : (فإذا قضيت الصلاة فاذكروا الله قياما وقعودا وعلى جنوبكم فإذا اطمأننتم فأقيموا الصلاة إن الصلاة كانت على المؤمنين كتابا موقوتا) "سورة النساء الآية 103" وتدل الآية الكريمة على أن الصلاة موقوتة بأوقات معينة وإخراج الصلاة عن وقتها إضاعة لها كما قال تعالى (خلف بعدهم خلف أضاعوا الصلاة واتبعوا الشهوات فسوف يلقون غيا إلا من تاب) "سورة مريم الآيتين 56-59" كما أن الصلاة بالنسبة للمسلم دليل على إيمانه وتقواه فمتى كان الشخص محافظا على صلاته ومهتما بأدائها في أوقاتها كان على سواها من الفرائض أشد محافظة ومتى ما كان مضيعا لها كان لما سواها أشد تضييعا.

الجدول رقم (24): موافقة المبحوثين على وجود علاقة حب وتعارف قبل الزواج

النسبة	العدد	العينة
		الإجابة
73%	73	نعم
27%	27	لا
100%	100	المجموع

يتضح م خلال هذا الجدول أن غالبية أفراد العينة يوافقون على ان تكون لهم علاقة حب وتعارف قبل الزواج وذلك بنسبة 73% ، مقابل 27% من لا يوافقون على تكوين علاقة حب وتعارف مع الجنس الآخر قبل الزواج ، وهذا إن دل على شيء إنما يدل على تأثر أفراد العينة بالمسلسلات والأفلام التي تعرض عبر مضامين وسائل الإعلام كالقنوات الفضائية والإنترنت والتي نجد أن في معظمها تدور حول قصة حب بين بطل وبطلة على علاقة غرامية...وما إلى ذلك ، هذا من جهة ن ومن جهة أخرى قد يعود إلى تأثرهم بالفكر الذي أصبح سائدا في الأوساط الشبانية المتمثل في أن هذه العلاقة بين الجنسين أصبحت ضرورية وحتمية قبل الزواج من أجل التعارف وتقادي المشاكل والخلافات وقضايا الطلاق ، وهذا ما يدل على أن القيود القيمية الخاصة بعدم لقاء الجنس الآخر خارج الأقارب وقبل الزواج تم تجاوزها ، وهذا ما نجده مخالفا لقيمتنا الدينية التي تحرم وجود هذه العلاقة الغير شرعية بين الجنسين .

الجدول رقم(25) : الدخول في علاقة تعارف مع الجنس الآخر وعلاقته بتأثير الإنترنت

المجموع	هل توافق على أن تكون لك علاقة تعارف وحب مع الجنس الآخر قبل الزواج ؟		18س	13س
	لا	نعم		
37	13	24	تعريفك بالمجتمعات العالمية وثقافاتها المختلفة	هل أدى استخدامك للإنترنت إلى؟
%100	%35.1	%64.9		
27	8	19	تغيير نظرتك للحياة وإطلاعك على أنماط جديدة	
%100	%29.6	%70.4		
36	6	30	التخلي عن القيم التقليدية السائدة وجعلتك تتبنى قيم جديدة	
%100	%16.7	%83.3		
100	27	73	المجموع	
%100	%27	%73		

تشير نتائج الجدول أن الإتجاه العام يوجد في صنف الذين يوافقون على أن تكون لهم علاقة وحب مع الجنس الآخر قبل الزواج بنسبة 73% من المجموع أفراد العينة، وبأعلى نسبة 83.3% في فئة الذين يرون أن استخدام للإنترنت أدى بهم إلى التخلي عن القيم التقليدية السائدة وجعلهم يتبنون القيم جديدة وافدة ، تليها نسبة 70.4 % في فئة

الذين يرون أن استخدامهم للانترنت غير نظرتهم للحياة وأطلعهم على أنماط وعادات جديدة ، لتقل قليلا النسبة 64.9% في فئة الذين يرون أن استخدامهم للانترنت أدى إلى تعريفهم بالمجتمعات العالمية وثقافتها المختلفة.

أما الاتجاه الثاني يوجد في صنف الذين لا يوافقون على أن تكون لهم علاقة مع الجنس الآخر قبل الزواج بنسبة 27% من مجموع أفراد العينة ، وبأعلى نسبة 35.1% في فئة الذين يرون أن استخدامهم للانترنت أدى إلى تعريفهم بالمجتمعات العالمية وثقافتها المختلفة ، تليها نسبة 29.6% من يرون أن استخدامهم للانترنت غير نظرتهم للحياة وأطلعهم على أنماط وعادات جديدة ، لتقل النسبة 16.7% في فئة الذين يرون أن استخدامهم للإنترنت أدى بهم إلى التخلي عن القيم التقليدية السائدة وجعلهم يتبنون قيم جديدة وافدة.

لنخلص أن الإنترنت أحدثت تغيرا إجتماعيا وثقافيا على تفكير أفراد العينة وفتحت لهم مجالا للتعرف على أنماط العيش في المجتمعات الغربية ثم التأثر به ثم محاولة تجسيدها على بلاط الواقع بداعي التمدن والتحضر فهم يفضلون التعرف على شريكة الحياة قبل الزواج كما يحدث تماما في المجتمعات الغربية وهذا النوع من المبحوثين يفرض بقوة نظرية قادة الرأي فمثل هؤلاء الأفراد يؤثرون بصفة كبيرة ومنتزيدة على محيطهم ما يزيد من سرعة إنتشار هذه الإيديولوجيات ، فتبني الثقافات الدخيلة على مجتمعنا يقابله إندثار وتشويه هويتنا الثقافية المقيدة بالقيم الدينية والإجتماعية المحافظة ، وضياح الهوية الثقافية يؤدي بهؤلاء الأفراد إلى تبني القيم الدخيلة على مجتمعنا وهي تتعارض في الكثير من الأحيان مع قيمنا .

الجدول رقم (26) : ماذا إذا كانت الإنترنت تدفع المبحوثين إلى الدخول في علاقات مع الجنس الآخر قبل الزواج

النسبة	العدد	العينة	الإجابة
%48	48		نعم
%52	52		لا
%100	100		المجموع

يتضح من خلال نتائج هذا الجدول أن غالبية أفراد العينة يرون أنه ليس استخدامهم للإنترنت هو من دفعهم لتكوين علاقة حب وتعارف قبل الزواج مع الجنس الآخر وذلك بنسبة 52% ، مقابل 48% من يرون أن استخدامهم للإنترنت هو من جعلهم يدخلون في هذه العلاقة مع الجنس الآخر قبل الزواج ، وتتفق هذه النتائج مع الدراسة التي أجراها "خالد الفرغ" حول الإنترنت وجمهورها في مدينة الرياض سنة 1999 ، والتي توصل من خلالها أن 30% من الشباب يستخدمون الإنترنت للقاء الجنس الآخر.

الجدول رقم (27) : التردد على المواقع الإباحية

النسبة	العدد	العينة
%42	42	الإجابة نعم
%58	58	لا
%100	100	المجموع

يتضح من خلال نتائج هذا الجدول أن غالبية أفراد العينة لا يترددون على المواقع الإباحية بنسبة 58% ، مقابل 42% ممن يترددون على هذه المواقع ، وهو ما يتفق نوعا ما مع تقرير جيد لموقع "أسكا" لسنة 2013 الخاص بالبحث الإلكتروني الذي صنف الجزائر الخامسة عربيا في تصفح المواقع الإباحية ، حيث بينت الإحصائيات الأخيرة لموقع "أسكا" أن معدلات تصفح المواقع الإباحية في الوطن العربي تجاوزت كل الحدود بمعدل 55% مليون موقع إباحي ، و 24% مليون بحث عن كلمة "جنس" شهريا، وهو الأمر الذي لم تسجله أمريكا ولا دول الإتحاد الأوربي ، وبالنسبة للجزائر فقد بين التقرير أن معدلات البحث الشهري لكل 100% مستخدم تصفح 82% منهم الصور والمواقع الجنسية ، أغلبهم شباب ومراهقون وأطفال ، وهذا ما جعل مقاهي الإنترنت تتحول إلى أماكن مشبوهة وغير مراقبة ، ما تسبب في إدمان عدد كبير من الشباب على المواقع الإباحية .

الجدول رقم (28) : يبين ما إذا كان استخدام الإنترنت يدفع لعدم الإلتزام بتعاليم الإسلام

النسبة	العدد	العينة
		الإجابة
44%	44	نعم
56%	56	لا
100%	100	المجموع

يتضح من نتائج هذا الجدول أن غالبية أفراد العينة يجمعون على أن استخدامهم للإنترنت لا يدفعهم لعدم الإلتزام بتعاليم الإسلام وذلك بنسبة 56% ، في حين يرى 44% من أفراد العينة أن استخدامهم للإنترنت يدفعهم لعدم الإلتزام بتعاليم الإسلام ، ونجد أن هذه النتائج متناقضة مع نتائج الجدول (23) والذي يوضح أن غالبية أفراد العينة يرون أن الإنترنت تلهيهم عن مواعيد الصلاة وهذا ما يخالف تعاليم الإسلام التي تحث على وجوب تأدية الصلوات في أوقاتها وتنتهي عن تضييعها ، وهذا ما قد يرجع في نظرنا إلى احتمال عدم صدق المبحوثين في الإجابة .

الجدول رقم (29) : هدف المبحوثين في الحياة

النسبة	العدد	العينة الإجابة
%75	75	رضا الله
%14	14	إحترام تعاليم الإسلام
%10	10	تأمين المستقبل
%1	1	أخرى
%100	100	المجموع

يتضح من نتائج هذا الجدول أن الهدف الذي يحتل المرتبة الأولى في حياة أفراد العينة هو رضا الله بنسبة 75% منهم ، ثم احترام تعاليم الإسلام في المرتبة الثانية بنسبة 14% ليأتي في المرتبة الثالثة هدف تأمين المستقبل بالنسبة لـ 10% من المبحوثين ، وأخيرا الإجابات بأهداف أخرى جاءت في المرتبة الرابعة بنسبة 1% حيث بعد فرزنا لها وجدنا أن كلها كانت تصب في هدف الزواج مع أن هذا يعد من الحقوق وليس الأهداف ، و نخلص من نتائج هذا الجدول أن غالبية أفراد العينة هدفهم لرضا الله كتأخيرهم لمواعيد الصلاة والدخول في علاقات مع الجنس الآخر قبل الزواج وكذا التردد على المواقع الإباحية ، وهذا ما لا يرضي الله.

جدول رقم (30) : مساهمة الإنترنت في الارتباط بالقيم الدينية

المجموع	هل توافق على أن استخدامك للإنترنت ساعدك على الارتباط بالقيم الدينية التالية؟					القيمة
	موافق جدا	موافق	غير متأكد	غير موافق	غير موافق جدا	
100 100%	25 25%	24 24%	1 1%	33 33%	17 17%	قيمة التقوى
100 100%	28 28%	26 26%	2 2%	35 35%	9 9%	قيمة الإلتزام الديني
100 100%	28 28%	21 21%	5 5%	25 25%	24 24%	قيمة تقدير العلم والعلماء
100 100%	26 26%	21 21%	- -	29 29%	24 24%	قيمة إحترام العلاقات الأسرية وبر الوالدين
100 100%	15 15%	21 21%	- -	33 33%	31 31%	قيمة التعاون

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أنه عند جمع نسبتي "موافق جدا" و "موافق" أن أغلبية أفراد العينة يوافقون على أن استخدامهم للإنترنت يساعدهم على التحلي بالقيم المذكورة وبأعلى 35% بالنسبة لقيمة الإلتزام الديني ، تليها قيمة التقوى وقيمة التعاون بنفس النسبة 33% ، ثم قيمة إحترام العلاقات الأسرية وبر الوالدين بنسبة 29% ، وأخيرا قيمة تقدير العلم والعلماء بنسبة 25% .

بينما الغير موافقون على أن استخدامهم للإنترنت يساعدهم على التحلي بالقيم الدينية في العمود الخامس، نجد أعلى نسبة 26% بالنسبة لقيمة الإلتزام الديني ، تليها قيمة التقوى ب 24% ، بينما أجابوا 21% من أفراد العينة بغير موافق لكل من قيمة تقدير العلم والعلماء وقيمة إحترام العلاقات الأسرية وقيمة التعاون.

جدول رقم (31) : استخدام الإنترنت وخرس القيم السلبية

المجموع	هل توافق على أن استخدامك للإنترنت جعلك تتحلى بالقيم السلبية التالية؟					القيم السلبية
	غير موافق جدا	غير موافق	غير متأكد	موافق	موافق جدا	
100 100%	13 %13	18 %18	1 1%	29 %29	39 %39	قيمة الكذب
100 100%	7 %7	13 %13	1 %1	38 %38	41 %41	قيمة اهمال الدراسة والكسل الفكري
100 100%	31 %31	32 %32	2 %2	20 %20	15 %15	قيمة مصاحبة رفقاء السوء
100 100%	10 %10	14 %14	1 %1	31 %31	44 %44	قيمة تضييع الوقت
100 100%	23 %23	28 %28	1 %1	15 %15	33 %33	قيمة الإيحاء بالإثارة والجنس

يتضح لنا من الجدول أعلاه أن 39% موافقون بشدة على أن استخدامهم للإنترنت جعلهم يتحلون بقيمة الكذب مقابل 13% من أفراد العينة غير موافقون بشدة على أن استخدامهم للإنترنت جعلهم يتحلون بهذه القيمة ، أما قيمة إهمال الدراسة والكسل الفكري أجاب 41% من أفراد العينة على موافقتهم بشدة بأن استخدامهم للإنترنت جعلهم يتحلون بهذه القيمة السلبية بينما الغير موافقون بشدة قدرت نسبتهم بـ 7% في حين نجد 31% في فئة الغير موافقون بشدة على أن استخدامهم للإنترنت جعلهم يتحلون بقيمة مصاحبة رفاء السوء مقابل 15% في فئة الموافقون بشدة ، أما قيمة تضييع الوقت نجد نسبة 44% في فئة الموافقون بشدة أما الغير موافقون بشدة قدروا بـ 10% ، وفي الأخير نجد 33% الموافقون بشدة على أن استخدامهم للإنترنت جعلهم يتحلون بقيمة الإيحاء بالإثارة و الجنس بينما نجد 23% في فئة الغير موافقون بشدة ، و نلخص على غالبية أفراد العينة موافقون بشدة على أن استخدامهم للإنترنت جعلهم يتحلون بالقيم السلبية المذكورة ما عدا قيمة مصاحبة رفاء السوء التي لا يوافق أغلبية العينة على أن استخدامهم للإنترنت جعلهم يتحلون بهذه القيمة.

الجدول رقم (32) : يبين ما إذا كان استخدام الإنترنت يساعد على التحلي
ببعض القيم الدينية وعلاقته بمتغير مكان الإقامة

المجموع	هل ترى أن استخدامك للإنترنت يساعدك على التحلي ببعض القيم الدينية		الإقامة
	لا	نعم	
91	45	46	المنزل
%100	%49.5	%50.5	
9	8	1	الحي الجامعي
%100	%88.8	%1.1	
100	53	47	المجموع
%100	%53	%47	

تظهر نتائج الجدول أعلاه أن الإتجاه العام يوجد في العمود الثاني في صنف من يرون أن استخدامهم للإنترنت لا يساعدهم على التحلي ببعض القيم الدينية بنسبة 53% من مجموع أفراد العينة ، وبأعلى نسبة 88.9% في فئة المبحوثين المقيمين بالأحياء الجامعية وبنسبة أقل 49.5% في فئة المقيمين بمنزلهم ، في حين نسجل في العمود الأول 48% من يرون أن استخدامهم للإنترنت يساعدهم على التحلي ببعض القيم الدينية، وبأعلى نسبة 50.5% في فئة المقيمين بمنزلهم من المبحوثين وبنسبة ضعيفة قدرت بـ 11.1% في فئة المقيمين بالأحياء الجامعية.

لنخلص أن معظم المبحوثين المقيمين بالأحياء الجامعية يرون بأن استخدامهم للإنترنت لا يساعدهم على التحلي ببعض القيم الدينية ، بينما غالبية المبحوثين من الطلبة المقيمين بمنزلهم يرون العكس بأن استخدامهم للإنترنت يساعدهم على التحلي ببعض القيم الدينية .

الجدول رقم (33) :التحلي بالقيم وعلاقته بأغراض استخدام الإنترنت

المجموع	هل ترى أن استخدامك للإنترنت يساعدك على التحلي ببعض القيم الدينية ؟		س11	هل تستخدم الإنترنت من أجل ؟
	لا	نعم	س8	
25	1	14	البحث العلمي	هل تستخدم الإنترنت من أجل ؟
%100	%44	%56		
25	14	11	الدرشة	
%100	%56	%44		
5	2	3	إرسال رسائل	
%100	%40	%60		
45	26	19	الترفيه	
%100	%57.8	%42.2		
100	53	47	المجموع	
%100	%53	%47		

تظهر نتائج الجدول أن الإتجاه العام لدى أفراد العينة يوجد في العمود الثاني ، في صنف الذين يرون أن استخدامهم للإنترنت لا يساعدهم على التحلي ببعض القيم الدينية بحوالي 53% من مجموع أفراد العينة ، حيث نسجل أكبر نسبة بـ 57.8% عند فئة الذين يستخدمون الإنترنت من أجل الترفيه ، تليها نسبة 56% في فئة الذين يستخدمون الإنترنت من أجل الدردشة ، ونسبة 44% بالنسبة للذين يستخدمون الإنترنت من أجل البحث العلمي ، لتأتي في الأخير نسبة 40% في فئة الذين يستخدمون الإنترنت بغرض إرسال الرسائل.

يشكل الذين يرون بأن استخدامهم للإنترنت يساعدهم على التحلي ببعض القيم الدينية ، نسبة 47% من مجموع أفراد العينة ، وبأعلى نسبة 60% في فئة الذين يستخدمون الإنترنت من أجل إرسال الرسائل ، تليها نسبة 56% في فئة الذين يستخدمون الإنترنت من أجل البحث العلمي ، لتقل قليلا النسبة 44% في فئة الذين يستخدمون الإنترنت من أجل الدردشة وأخيرا 42% في فئة الذين يستخدمون الإنترنت من أجل الترفيه.

لنخلص أن المحتويات الترفيهية التي يتعرض لها غالبية أفراد العينة لا تساعدهم على التحلي ببعض القيم الدينية كون هذه المحتويات يغلب عليها الذوق الهابط الذي يحمل في الغالب قيما سلبية كثيرا ما تعارض قيمنا الدينية .

الجدول رقم (34): التحلي بالقيم حسب طبيعة المواقع

المجموع	هل ترى أن استخدامك للإنترنت يساعدك على التحلي ببعض القيم الدينية ؟		س11	
	لا	نعم	س9	
74	39	35	مواقع التواصل الإجتماعي	ما هي المواقع الإلكترونية التي تزورها أكثر ؟
%100	%53.7	%46.3		
15	8	7	مواقع علمية	
%100	%52.3	%47.7		
3	3	5	مواقع دينية	
%100	%37.5	%62.5		
3	.3	-	أخرى	
%100	%100	-		
100	53	47	المجموع	
%100	%100	%100		

تظهر النتائج أن الإتجاه العام لدى أفراد العينة يوجد في العمود الثاني ، في صنف الذين يرون أن استخدامهم للإنترنت لا يساعدهم على التحلي ببعض القيم الدينية

بحوالي 53% من مجموع أفراد العينة ، حيث سجل أكبر نسبة بـ 100% عند فئة الذين أجابوا بأخرى والتي كانت كل إجاباتهم هي زيارة المواقع الإباحية ، تليها نسبة 53.7% في فئة الذين يزورون أكثر مواقع التواصل الإجتماعي ، ونسبة 52.3% في فئة الذين يزورون المواقع العلمية أكثر ، لتأتي في الأخير نسبة 37.5% في فئة الذين يزورون المواقع الدينية .

يشكل الذين يرون بأن استخدامهم للإنترنت يساعدهم على التحلي ببعض القيم الدينية نسبة 47% من مجموع أفراد العينة ، وبأعلى نسبة 62.5% في فئة الذين يزورون المواقع الدينية ، تليها نسبة 47.7% في فئة الذين يزورون المواقع العلمية ، لتقل النسبة بـ 46.3% في فئة الذين يزورون مواقع التواصل الإجتماعي.

لنخلص أن الذين يزورون مواقع التواصل الإجتماعي أكثر وكذا الذين يزورون المواقع الإباحية هم غالبية من يرون أن استخدامهم للإنترنت لا يساعدهم على التحلي ببعض القيم الدينية بينما الذين يزورون المواقع الدينية أكثر هم غالبية من يرون أن استخدامهم للإنترنت يساعدهم على التحلي ببعض القيم الدينية .

الجدول رقم (35) : تعارض محتويات الإنترنت مع القيم الدينية وعلاقته بمتغير الجنس

المجموع	ها ما تتعرض إليه عبر الإنترنت يتعارض مع قيمنا الدينية؟			الجنس
	لا يتعارض مع قيمنا	يتعارض كلية	يتعارض أحيانا	
50	1	5	44	ذكور
%100	%2	%10	%88	
50	2	7	41	إناث
%100	%3	%14	%82	
100	44	12	85	المجموع
%100	%3	%12	%85	

تظهر نتائج الجدول أعلاه أن الإتجاه العام يوجد في العمود الأول في صنف من يرون أن ما يتعرضون إليه عبر الإنترنت يتعارض أحيانا مع قيمنا الدينية 85% من مجموع أفراد العينة ، وبنسب جد متقاربة بين فئتي الذكور والإناث قدرت بـ 88% للذكور مقابل 82% بالنسبة للإناث مما يعني أن أغلبية كل من الذكور والإناث يرون أن ما يتعرضون إليه عبر الإنترنت يتعارض أحيانا مع قيمنا الدينية ، في حين نسجل في العمود الثاني 12% من يرون أن ما يتعرضون إليه عبر الإنترنت يتعارض كلية مع قيمنا الدينية ، وذلك بنسب جد متقاربة كذلك بالنسبة لكلا الجنسين بـ 14% في فئة الإناث و 10% في

فئة الذكور ، في حين نجد في العمود الثالث نسبة ضعيفة جدا فيما يخص صنف من يرون أن ما يتعرضون إليه عبر الإنترنت لا يتعارض مع قيمنا الدينية وذلك بـ 3% ، جاءت بـ 2% بالنسبة للذكور و 4% للإناث ، ونلخص أن كلا الجنسين أجمعا على ان ما يتعرضون إليه عبر الشبكة يتتافى أحيانا مع قيمنا الدينية .

الجدول رقم (36): ما أدى إليه استخدام الإنترنت وعلاقته بمتغير الجنس

المجموع	هل أدى استخدامك للإنترنت إلى ؟			الجنس
	جعلتك تتخلى على القيم التقليدية وتبني قيم جديدة	تغيير نظرتك للحياة	تعريفك بالمجتمعات العالمية وثقافتها	
50 %100	13 %26	13 %26	24 %48	ذكور
50 %100	23 %46	14 %28	13 %26	إناث
100 %100	36 %36	27 %27	37 %37	المجموع

تظهر نتائج الجدول أعلاه أن الإتجاه العام يوجد في العمود الأول في صنف من يرون أن استخدامهم للإنترنت أدى إلى تعريفهم بالمجتمعات العالمية وثقافتها المختلفة بـ 37% من مجموع أفراد العينة ، بأعلى نسبة 48% في فئة الذكور مقابل 26% في فئة

الإناث، في حين نسجل في العمود الثالث بـ 36% من صنف من يرون أن استخدامهم للإنترنت أدى بهم إلى التخلي عن القيم التقليدية السائدة ودفعهم لتبني قيم جديدة وافدة، وبأعلى نسبة بـ 46% في فئة الإناث وبـ 26% في فئة الذكور ، في حين نجد في العمود الثاني بنسبة 27% فيما يخص صنف من يرون أن استخدامهم للإنترنت أدى إلى تغيير نظرتهم للحياة وإطلاعهم على عادات وأنماط جديدة وذلك بنسب جد متقاربة بين فئتي الذكور والإناث قدرت بـ 28% بالنسبة للإناث و 26% بالنسبة لفئة الذكور .

الجدول رقم (37): سبب التأثر بالإنترنت وعلاقته بمتغير الجنس

المجموع	هل تأثرك بالإنترنت يرجع إلى ؟			الجنس
	نتيجة الفراغ الذي تعاني منه	لأنها تتميز بكثرة المضامين	لأنها تلبى رغباتك واحتياجاتك	
50 %100	21 %42	11 %22	18 %36	ذكور
50 %100	24 %48	15 %30	11 %22	إناث
100 %100	45 %45	26 %26	29 %29	المجموع

تظهر نتائج الجدول أعلاه أن الإتجاه العام يوجد في العمود الثالث في صنف من يرون أن تأثرهم بالإنترنت يرجع إلى الفراغ الذي يعانون منه وذلك بـ 45% من مجموع أفراد العينة ، وبنسب متقاربة بين فئتي الذكور والإناث قدرت بـ 42% للذكور مقابل 48% بالنسبة للإناث ، في حين نسجل في العمود الأول 29% من يرون أن تأثرهم بالإنترنت يرجع إلى أنها تلبى رغباتهم واحتياجاتهم ، وبأعلى نسبة 36% في فئة الذكور وأقل من ذلك 22% في فئة الإناث ، في حين نجد في العمود الثاني نسبة 26% فيما يخص صنف من يرون أن تأثرهم بالإنترنت يرجع إلى أن هذه الأخيرة تتميز بكثرة المضامين والتقنيات العالية والرفيعة ، وبأعلى نسبة 30% بالنسبة للإناث وأقل بقليل 22% في فئة الذكور.

نخلص أن أغلبية كل من الذكور والإناث تأثروا بالإنترنت نتيجة الفراغ الذي يعانون منه ، ومن سلبيات الفراغ حسب علماء الاجتماع هو قتل فعاليات الإنسان فيصبح الإنسان مشلولاً وغير نافع في المجتمع، بالإضافة إلى أن وقت الفراغ قد يجر الفرد إلى ارتكاب المعاصي والجرائم ، فكما يقول رسول الله صلى الله عليه وسلم "أشد الناس حساباً يوم القيامة المكفي الفارغ ، إن كان الشغل مجهداً فالفرغ مفسدة" وهذا ما يجعلنا بأن تأثر أفراد العينة بالإنترنت بسبب الفراغ الذي يعانون منه قد يكون تأثراً سلبي أكثر منه إيجابي.

الجدول رقم (38) : يبين ما إذا كان استخدام الإنترنت يلهي المبحوثين عن مواعيد الصلاة وعلاقته بمتغير الجنس

المجموع	هل أدى استخدامك للإنترنت يلهيك عن مواعيد الصلاة ؟		الجنس
	لا	نعم	
50 %100	25 %50	25 %50	ذكور
50 %100	16 %32	34 %68	إناث
100 %100	41 %41	59 %59	المجموع

تظهر نتائج الجدول أعلاه أن الإتجاه العام يوجد في العمود الأول في صنف من يرون أن استخدامهم للإنترنت يلهيهم عن مواعيد الصلاة بنسبة 59% من مجموع أفراد العينة وبأعلى نسبة 68% في فئة الإناث مقابل 50% في فئة الذكور ، في حين نسجل في العمود الثاني 41% ممن لا يرون بأن استخدامهم للإنترنت يلهيهم عن مواعيد الصلاة ، وبأعلى نسبة 50% في فئة الذكور وبنسبة أقل 32% في فئة الإناث.

نخلص أن غالبية الإناث يرون بأن استخدامهم للإنترنت يلهيهم عن مواعيد الصلاة، ويرى نصف المبحوثين الذكور الشيء نفسه بينما يرى نصفهم الآخر أن استخدامهم للإنترنت لا يلهيهم عن مواعيد الصلاة .

الجدول رقم (39) : يبين مدى موافقة المبحوثين عن تكوين علاقة حب وتعارف قبل الزواج وعلاقتها بمتغير الجنس

المجموع	هل توافق على أن تكون لك علاقة حب قبل الزواج ؟		الجنس
	لا	نعم	
50 %100	15 %30	35 %70	س16 ذكور
50 %100	12 %24	38 %76	إناث
100 %100	27 %27	73 %73	المجموع

تظهر النتائج في الجدول أعلاه أن الإتجاه العام يوجد في العمود الأول في صنف من يوافقون على أن تكون لهم علاقة تعارف وحب مع الجنس الآخر قبل الزواج 73% من مجموع أفراد العينة ، وينسب جد متقاربة بين فئتي الذكور والإناث قدرت بـ 76%

للإناث وأقل من ذلك 70% بالنسبة للذكور ، في حين نسجل في العمود الثاني 27% من مجموع أفراد العينة ممن لا يوافقون على أن تكون لهم علاقة تعارف وحب مع الجنس الآخر قبل الزواج ، وذلك بـ30% في فئة الذكور و 24% في فئة الإناث ، ونخلص إلى أن أغلبية كل من الذكور والإناث يوافقون على وجود هذه العلاقة قبل الزواج.

الجدول رقم (40) : يبين ما إذا كانت الإنترنت تدفع المبحوثين إلى الدخول في علاقات مع الجنس الآخر قبل الزواج وعلاقته بمتغير الإقامة

المجموع	هل أدى استخدامك للإنترنت هو من جعلك تدخل في علاقة حب قبل الزواج ؟		الجنس
	لا	نعم	
91 %100	52 %57.1	39 %42.9	المنزل
9 %100	-	9 %100	الحي الجامعي
100 %100	52 %52	48 %48	المجموع

تظهر النتائج في الجدول أعلاه أن الإتجاه العام يوجد في العمود الثاني في صنف ممن يرون أنه ليس استخدامهم للإنترنت هو من جعلهم يدخلون في علاقة تعارف وحب مع

الجنس الآخر قبل الزواج بنسبة 52% من مجموع أفراد العينة ، وبأعلى نسبة 57.1% في فئة المبحوثين الذين يقيمون بمنزلهم ، في حين نسجل في العمود الأول 48% ممن يرون أن استخدامهم للإنترنت هو من دفعهم لتكوين هذه العلاقة مع الجنس الآخر قبل الزواج ، وبأعلى نسبة 100% في فئة المبحوثين المقيمين بالأحياء الجامعية، مقابل 42.9% في فئة الطلبة المقيمين بمنزلهم .

نخلص أن غالبية المبحوثين المقيمين بمنزلهم لا يرون بأن استخدامهم للإنترنت هو من دفعهم للدخول في علاقة حب مع الجنس الآخر قبل الزواج ، بينما كل المبحوثين المقيمين بالأحياء الجامعية يرون العكس أي أن استخدامهم للإنترنت هو من دفعهم للدخول في علاقة تعارف مع الجنس الآخر قبل الزواج.

الجدول رقم (41): التردد على المواقع الإباحية وعلاقته بمتغير الجنس

المجموع	هل تردد على المواقع الإباحية ؟		الجنس
	لا	نعم	
50 %100	26 %52	24 %48	س18 ذكور
50 %100	32 %64	18 %100	إناث
100 %100	58 %58	42 %42	المجموع

تظهر النتائج من خلال الجدول أعلاه أن الإتجاه العام يوجد في العمود الثاني في صنف ممن يرون أنهم لا يترددون على المواقع الإباحية بنسبة 58% من مجموع أفراد العينة ، وبأعلى نسبة في فئة الإناث قدرتي ب 64% مقابل نسبة أقل للذكور قدرت ب 52% ، في حين نسجل في العمود الأول 42% ممن يترددون على المواقع الإباحية ، وبأعلى نسبة 48% في فئة الذكور وأقل من ذلك 36% في فئة الإناث ، نخلص أن فئة الذكور أكثر إقبالا على المواقع الإباحية من فئة الإناث أقل ترددا على المواقع الإباحية بالمقارنة مع الذكور .

الجدول رقم (42) : التحلي بقيمة الإيحاء بالإثارة والجنس وعلاقتها بالتردد على المواقع الإباحية

المجموع	هل ترى أن استخدامك للإنترنت جعلك تتحلى بقيمة الإيحاء بالإثارة والجنس؟					س 22(5)	
	غير متأكد	غير موافق	موافق	موافق جدا	غير موافق جدا	س 17	
42	1	4	6	25	6	نعم	هل تتردد على المواقع الإباحية؟
%100	%2.4	%9.5	%14.3	%59.5	%14.3	لا	
58	0	24	9	8	17		
%100	%0	%41.4	%15.5	%13.8	%29.3		
100	1	28	15	33	23	المجموع	
%100	%1	%28	%15	%33	%23		

تشير نتائج الجدول أن الإتجاه العام يوجد في صنف الموافقون جدا على أن استخدامهم للإنترنت جعلهم يتحلون بقيمة الإيحاء بالإثارة والجنس بنسبة 33% من مجموع أفراد العينة ، وبأعلى نسبة 59.5% في فئة الذين يترددون على المواقع الإباحية، وبنسبة ضعيفة 13.8% في فئة الذين يترددون على المواقع الإباحية.

في العمود الرابع ، صنف الغير موافقون على أن استخدامهم للإنترنت جعلهم يتحلون بقيمة الإيحاء بالإثارة والجنس وذلك بـ 28% من مجموع أفراد العينة وبأعلى نسبة 41% في فئة الذين لا يترددون على المواقع الإباحية ، مقابل نسبة ضعيفة 9.5% في فئة الذين يترددون على المواقع الإباحية .

نخلص إلى أن الذين يترددون على المواقع الإباحية هم من يوافقون بشدة على أن استخدامهم للإنترنت جعلهم يتحلون بقيمة الإيحاء بالإثارة والجنس ، بينما نجد أن الذين لا يترددون على المواقع الإباحية لا يوافقون على أن استخدامهم للإنترنت جعلهم للتخلي بهذه القيمة السلبية (الإيحاء بالإثارة والجنس).

هذا يعني أن التخلي بقيمة الإيحاء بالإثارة والجنس يرجع إلى طبيعة المحتويات المتعرض لها وكذا طبيعة المواقع التي يتردد عليها المبحوثين ما إذا كانت مخلة بالحياة أم لا .

الجدول رقم (43) : يبين ما إذا كان استخدام الإنترنت يدفع لعدم الإلتزام بتعاليم الإسلام وعلاقته بمتغير مكان الإقامة

المجموع	هل أدى استخدامك للإنترنت يدفعك لعدم الإلتزام بتعاليم الإسلام ؟		س19 الإقامة
	لا	نعم	
91 %100	54 %59.3	37 %40.7	المنزل
9 %100	2 %22.2	7 %77.8	الحي الجامعي
100 %100	56 %56	44 %44	المجموع

تظهر نتائج الجدول أعلاه أن الإتجاه العام يوجد في العمود الثاني في صنف ممن يرون أن استخدامهم للإنترنت لا يدفعهم لعدم الإلتزام بتعاليم الإسلام بنسبة 56% من مجموع أفراد العينة ، وبأعلى نسبة 59.3% في فئة الطلبة المقيمين بمنزلهم ، مقابل أقل من ذلك 22.2% بالنسبة لفئة الطلبة المقيمين بالأحياء الجامعية ، بينما نسجل في العمود الأول 44% ممن يرون أن استخدامهم للإنترنت يدفعهم لعدم الإلتزام بتعاليم الإسلام وبأعلى نسبة 77.8% في فئة الطلبة المقيمين بالأحياء الجامعية ، وبأقل نسبة 40.7% في فئة المقيمين بمنزلهم ، لنخلص أن أفراد العينة المقيمين بالأحياء الجامعية هم غالبية ممن يرون أن استخدامهم للإنترنت يدفعهم لعدم الإلتزام بتعاليم الإسلام بينما

المقيمين بمنزلهم هم غالبية ممن يرون أن استخدامهم للإنترنت لا يدفعهم لعدم الالتزام بتعاليم الإسلام .

الجدول رقم (44): يبين هدف المبحوثين في الحياة وعلاقته بمتغير الجنس

المجموع	ما هو هدفك في الحياة؟				الجنس
	أخرى	تأمين المستقبل	احترام تعاليم الإسلام	رضا الله	
50	-	4	2	44	ذكور
%100	-	%8	%4	%88	
50	1	6	12	31	إناث
%100	%2	%12	%24	%62	
100	1	10	14	75	المجموع
%100	%1	%10	%14	%75	

تظهر نتائج الجدول أعلاه أن الإتجاه العام يوجد في العمود الأول في صنف من هدفهم في الحياة هو رضا الله بنسبة 75% من مجموع أفراد العينة ، وبنسب مختلفة قليلا بين فئتي الذكور و الإناث قدرت بـ 88% بالنسبة للذكور مقابل بنسبة أقل بقليل وبـ 62% بالنسبة للإناث ، في حين نسجل في العمود الثاني أن الإناث يهدفون في حياتهم إلى إحترام تعاليم الإسلام أكثر من الذكور وذلك بنسبة 24% مقابل 4% فقط للذكور ، أما في صنف من يهدفون في حياتهم إلى تأمين المستقبل 10% من مجموع أفراد العينة ، نسجل أعلى نسبة 12% عند الإناث مقابل 8% عند الذكور ، أخيرا نسجل في العمود الرابع أن 1% إختاروا أهداف أخرى وهي الزواج بـ 2% عند الإناث فقط ، لنخلص إلى

أن أغلبية الذكور و الإناث هدفهم في الحياة هو رضا الله دون وجود فرق جوهري بين الفئتين.

جدول رقم (45): مدى مساعدة الإنترنت في الارتباط بقيمة التقوى وعلاقته بمتغير الجنس

المجموع	هل توافق على استخدامك للإنترنت ساعدك على الارتباط بقيمة التقوى؟					س21 الجنس
	موافق جدا	موافق	غير متأكد	غير موافق	غير موافق جدا	
50 %100	12 %24	11 %22	-	16 %32	11 %22	ذكور
50 %100	13 %26	13 %26	1 %2	17 %34	6 %12	إناث
100 %100	25 %25	24 %24	1 %1	33 %33	17 %17	المجموع

تظهر نتائج الجدول أعلاه أن الإتجاه العام يوجد في العمود الثاني في صنف من يوافقون على أن استخدامهم للإنترنت يساعدهم على الارتباط بقيمة التقوى بنسبة 33% من مجموع أفراد العينة ، وبنسب جد متقاربة بين فئتي الذكور والإناث قدرت بـ32% للذكور مقابل 34% بالنسبة للإناث ، في حين نسجل فس العمود الرابع 24% من لا يوافقون على أن استخدامهم للإنترنت يساعدهم على الارتباط بهذه القيمة ، وذلك بنسب متقاربة كذلك بالنسبة لكلا الجنسين بـ 26% في فئة الإناث و 22% في فئة الذكور ، أما الغير متأكدون حصلوا على أخفض نسبة قدرت بـ 1% في فئة الإناث فقط ، ونلخص أن

أغلبية كل من الذكور و الإناث يوافقون على أن الإنترنت تساعدهم على الإرتباط بقيمة التقوى .

جدول رقم (46) : مدى مساعدة الإنترنت في الإرتباط بقيمة الإلتزام الديني وعلاقته بمتغير الجنس

المجموع	هل توافق على استخدامك للإنترنت ساعدك على الإرتباط بقيمة الإلتزام الديني؟					الجنس
	موافق جدا	موافق	غير متأكد	غير موافق	غير موافق جدا	
50 %100	14 %28	14 %28	-	15 %30	7 %14	ذكور
50 %100	14 %28	12 %24	2 %4	20 %40	2 %4	إناث
100 %100	28 %28	26 %26	2 %2	35 %35	9 %9	المجموع

تظهر نتائج الجدول أعلاه أن الإتجاه العام يوجد في العمود الثاني في صنف من يوافقون على أن استخدامهم للإنترنت يساعدهم على الإرتباط بقيمة الإلتزام الديني بنسبة 35% من مجموع أفراد العينة، وبأعلى نسبة 40% في فئة الإناث تليها 30% في فئة الذكور ، في حين نسجل في العمود الرابع 26% ممن لا يوافقون على أن استخدامهم للإنترنت يساعدهم على الإرتباط بهذه القيمة ، وذلك بنسبة 28% في فئة الذكور و 24% في فئة الإناث ، لكن إذا جمعنا نسبتي "الغير موافق جدا" و "الغير موافق" مع

جمع نسبتي "موافق جدا" و"موافق" نجد أن أغلبية أفراد العينة لا يوافقون على أن استخدامهم للإنترنت يساعدهم على الإرتباط بقيمة الإلتزام الديني ، ونلخص أن أغلبية كل من الذكور والإناث لا يوافقون على أن الإنترنت تساعدهم على الإرتباط بقيمة الإلتزام الديني .

الجدول رقم (47): مدى مساعدة الإنترنت في الإرتباط بقيمة تقدير العلم والعلماء وعلاقته بمتغير الجنس

المجموع	هل توافق على استخدامك للإنترنت ساعدك على الإرتباط بقيمة تقدير العلم والعلماء؟					الجنس
	موافق جدا	موافق	غير متأكد	غير موافق	غير موافق جدا	
50	10	12	1	15	12	ذكور
%100	%20	%24	%2	%30	%24	
50	15	9	4	10	12	إناث
%100	%30	%18	%8	%20	%24	
100	25	21	5	25	24	المجموع
%100	%25	%21	%5	%25	%24	

يتضح لنا من الجدول أعلاه أنه عند جمع نسبتي "موافق جدا" و"موافق" نجد أن أغلبية أفراد العينة يوافقون على أن استخدامهم للإنترنت يساعدهم على الإرتباط بقيمة تقدير العلم والعلماء وذلك بنسبة 24% في فئة الموافقين جدا وبنسب متساوية بين فئتي الإناث والذكور قدرت بـ 24% لكلا الجنسين ، بينما نجد 25% في فئة الموافقين وبأعلى نسبة 30% في فئة الذكور مقابل 20% في فئة الإناث ، في حين نجد 25% في فئة

الغير موافقون جدا تليها 21% في فئة الغير موافقون ،ونلخص أن أغلبية كل من الذكور والإناث يوافقون على أن الإنترنت تساعدهم على الإرتباط بقيمة تقدير العلم والعلماء.

الجدول رقم (48) : مدى مساعدة الإنترنت في الإرتباط بقيمة احترام العلاقات الأسرية وعلاقته بمتغير الجنس

المجموع	هل توافق على استخدامك للإنترنت ساعدك على الإرتباط بقيمة احترام العلاقات الأسرية وبر الوالدين؟					س21 الجنس
	موافق جدا	موافق	غير متأكد	غير موافق جدا	موافق	
50 %100	13 %26	11 %22	- -	14 %28	12 %24	ذكور
50 %100	13 %26	10 %20	- -	15 %30	12 %24	إناث
100 %100	26 %26	21 %21	- -	29 %29	24 %24	المجموع

تظهر نتائج الجدول أعلاه أن الإتجاه العام يوجد في العمود الثاني في صنف ممن يوافقون على أن استخدامهم للإنترنت يساعدهم على الإرتباط بقيمة احترام العلاقات الأسرية وبر الوالدين بنسبة 29% من مجموع أفراد العينة ، وبأعلى نسبة 30% في فئة الإناث تليها 28% في فئة الذكور ، في حين نسجل في العمود الرابع 21% ممن لا يوافقون على أن استخدامهم للإنترنت يساعدهم على الإرتباط بهذه القيمة ، وذلك بنسبة 28% في فئة الذكور و 24% في فئة الإناث ، ونلخص أن أغلبية كل من الذكور

والإناث يوافقون على أن الإنترنت تساعدهم على الإرتباط بقيمة احترام العلاقات الأسرية وبر الوالدين.

الجدول رقم (49): مدى مساعدة الإنترنت في الإرتباط بقيمة التعاون وعلاقته بمتغير الجنس

المجموع	هل توافق على استخدامك للإنترنت ساعدك على الإرتباط بقيمة التعاون؟					س21 الجنس
	غير موافق جدا	غير موافق	غير متأكد	موافق	موافق جدا	
50 %100	7 %14	14 %28	-	17 %34	12 %24	ذكور
50 %100	8 %16	7 %14	-	16 %32	19 %38	إناث
100 %100	15 %15	21 %21	-	33 %33	31 %31	المجموع

تظهر نتائج الجدول أعلاه أن الإتجاه العام يوجد في العمود الثاني في صنف ممن يوافقون على أن استخدامهم للإنترنت يساعدهم على الإرتباط بقيمة التعاون بنسبة 33% من مجموع أفراد العينة ، وبأعلى نسبة 34% في فئة الذكور تليها 32% في فئة الإناث، في حين نسجل في العمود الخامس 15% ممن لا يوافقون جدا على أن استخدامهم للإنترنت يساعدهم على الإرتباط بهذه القيمة ، وذلك بأعلى نسبة 16% في فئة الإناث و 14% في فئة الذكور ، نلخص أن أغلبية كل من الذكور والإناث يوافقون على أن الإنترنت تساعدهم على الإرتباط بقيمة التعاون .

الجدول رقم (50) : يبين ما إذا كانت الإنترنت تدفع المبحوثين إلى الكذب وعلاقته
بمتغير الجنس

المجموع	هل توافق على استخدامك للإنترنت يدفعك للكذب؟					س22 الجنس
	موافق جدا	موافق	غير متأكد	غير موافق جدا	موافق	
50 %100	10 %20	9 %18	-	11 %22	20 %40	ذكور
50 %100	3 %6	9 %18	1 %2	18 %36	19 %38	إناث
100 %100	13 %13	18 %18	1 %1	29 %29	39 %39	المجموع

تظهر نتائج الجدول أعلاه أن الإتجاه العام يوجد في العمود الأول في صنف الموافقون جدا على أن استخدامهم للإنترنت يجعلهم يتحلون بقيمة الكذب بنسبة 39% من مجموع أفراد العينة، وبسبب جد متقاربة بين فئتي الذكور والإناث قدرت بـ 40% للذكور مقابل 38% بالنسبة للإناث ، في حين نسجل في العمود الخامس 13% في صنف الغير موافقون جدا على أن استخدامهم للإنترنت يجعلهم يتحلون بقيمة الكذب ، وذلك بأعلى نسبة 20% في فئة الذكور وأقل من ذلك 6% في فئة الإناث ، أما الغير متأكدون حصلوا على أخفض نسبة قدرت بـ 1% في فئة الإناث فقط ، ونلخص أن أغلبية كل من الذكور والإناث يوافقون على أن استخدامهم للإنترنت يجعلهم يتحلون بقيمة الكذب.

الجدول رقم (51): يبين ما إذا كانت الإنترنت تدفع المبحوثين إلى إهمال الدراسة وعلاقته بمتغير الجنس

المجموع	هل توافق على استخدامك للإنترنت يدفعك لإهمال الدراسة؟					الجنس
	موافق جدا	موافق	غير متأكد	غير موافق	غير موافق جدا	
50 %100	5 %10	6 %12	1 %2	17 %34	21 %42	ذكور
50 %100	2 %4	7 %14	- -	21 %42	20 %40	إناث
100 %100	7 %7	13 %13	1 %1	38 %38	41 %41	المجموع

تظهر نتائج الجدول أعلاه أن الإتجاه العام يوجد في العمود الأول في صنف الموافقون جدا على أن استخدامهم للإنترنت يجعلهم يتحلون بقيمة إهمال الدراسة والكسل الفكري بنسبة 41% من مجموع أفراد العينة ، وبنسب جد متقاربة بين فئتي الذكور والإناث قدرت بـ 42% في فئة الذكور مقابل 40% بالنسبة للإناث، في حين نسجل في العمود الخامس 7% فقط في صنف الغير موافقون جدا على أن استخدامهم للإنترنت يجعلهم يتحلون بقيمة إهمال الدراسة والكسل الفكري ، وذلك بأعلى نسبة 10% في فئة الذكور وأقل من ذلك 5% في فئة الإناث ، أما الغير متأكدون حصلوا على أخفض نسبة قدرت بـ 1% في فئة الإناث فقط ، نلخص أن أغلبية كل من الذكور والإناث يوافقون على أن استخدامهم للإنترنت يجعلهم يتحلون بقيمة إهمال الدراسة والكسل الفكري.

الجدول رقم (52): التحلي بقيمة إهمال الدراسة والكسل الفكري وعلاقتها بالمدة المستغرقة في الإنترنت .

المجموع	هل ترى أن استخدامك للإنترنت جعلك تتحلى بقيمة إهمال الدراسة والكسل الفكري؟					الجنس	
	موافق جدا	موافق	غير متأكد	غير موافق	موافق جدا		
7	2	1	-	3	1	أقل من ساعة	كم ساعة تقضيها في الإنترنت
%100	%28.6	%14.3	-	42.9 %	%14.3		
19	2	5	1	8	3	من 1 سا إلى 2 سا	
%100	%10.5	%26.3	%5.3	42.1 %	%15.8		
28	0	2	-	19	7	من 2 سا إلى 3 سا	
%100	%0	%7.1	-	67.9 %	%25		
46	3	5	-	8	30	أكثر من 3 سا	
%100	%6.5	%10.9	-	17.4 %	%65.2		
100	7	13	1	38	41	المجموع	
%100	%7	%13	%1	%38	%41		

تشير نتائج الجدول أعلاه أن الإتجاه العام يوجد في صنف الموافقون جدا على أن استخدامهم للإنترنت جعلهم يتحلون بقيمة إهمال الدراسة والكسل الفكري بنسبة 41% من مجموع أفراد العينة ، وبأعلى نسبة 65.2% في فئة الذين يقضون أكثر من ثلاث

ساعات في الإنترنت ، تليها نسبة 25% في فئة الذين يقضون من ساعتين إلى ثلاث ساعات على الإنترنت ، لتقل النسبة إلى 15.8% في فئة الذين يقضون من ساعة إلى ساعتين ثم نسبة قليلة 14.3% في فئة الذين يقضون أقل من ساعة.

في العمود الخامس ، تشير النتائج إلى أن 7% من مجموع أفراد العينة غير موافقون جدا بأن استخدامهم للإنترنت جعلهم يتحلون بقيمة إهمال الدراسة والكسل الفكري ، وبأعلى نسبة 28.6% في فئة الذين يقضون أقل من ساعة في الإنترنت، تليها نسبة 10.5% في فئة الذين يقضون من ساعة إلى ساعتين في الإنترنت، لتقل النسبة 6.5% في فئة الذين يقضون أكثر من ثلاث ساعات ، لنخلص إلى أن الذين يقضون مدة أطوا في التصفح عبر الإنترنت هم الذين يرون بأن استخدامهم للإنترنت جعلهم يتحلون بقيمة إهمال الدراسة والكسل الفكري، بينما الذين يقضون مدة أقل (أقل من ساعة) هم الذين يرون العكس أي أن استخدامهم للإنترنت لا يجعلهم يتحلون بقيمة إهمال الدراسة والكسل الفكري. هذا يعني أن الحجم الساعي الذي يقضيه أفراد العينة في الإنترنت يؤثر سلبا على تحصيلهم الدراسي.

الجدول رقم (53) : يبين ما إذا كانت الإنترنت تدفع المبحوثين إلى مصاحبة رفقاء
السوء وعلاقته بمتغير الجنس

المجموع	هل توافق على أن استخدامك للإنترنت تدفع المبحوثين إلى مصاحبة رفقاء السوء وعلاقته بمتغير الجنس؟					الجنس
	موافق جدا	موافق	غير متأكد	غير موافق	غير موافق جدا	
50 %100	19 %38	16 %32	2 %4	7 %14	6 %12	ذكور
50 %100	12 %24	16 %32	- -	13 %26	9 %18	إناث
100 %100	31 %31	32 %32	2 %2	20 %20	15 %15	المجموع

تظهر نتائج الجدول أعلاه أن الإتجاه العام يوجد في العمود الرابع في صنف الغير موافقون على أن استخدامهم للإنترنت جعلهم يرتبطون بقيمة مصاحبة السوء بـ 32% في فئة الذكور و 32% في فئة الإناث ، في حين نسجل في العمود الأول 15% ممن يوافقون جدا على أن استخدامهم للإنترنت جعلهم يتحلون بقيمة مصاحبة رفقاء السوء ، وبأعلى نسبة 18% في فئة الإناث و 12% في فئة الذكور ، ونخلص إلى أن أغلبية كل من الذكور والإناث لا يوافقون على أن استخدامهم للإنترنت يجعلهم يتحلون بقيمة مصاحبة رفقاء السوء.

الجدول رقم (54) : يبين ما إذا كانت الإنترنت تدفع المبحوثين إلى تخصيص الوقت وعلاقته بمتغير الجنس

المجموع	هل توافق على أن استخدامك للإنترنت يدفعك لتضييع الوقت؟					الجنس
	موافق جدا	موافق	غير متأكد	غير موافق جدا	موافق جدا	
50 %100	7 %14	11 %22	-	14 %28	18 %36	ذكور
50 %100	3 %6	3 %6	1 %2	17 %34	26 %52	إناث
100 %100	10 %10	14 %14	1 %1	31 %31	44 %44	المجموع

تظهر نتائج الجدول أعلاه أن الإتجاه العام يوجد في العمود الأول في صنف الموافقون جدا على أن استخدامهم للإنترنت يجعلهم يتحلون بقيمة تخصيص الوقت بنسبة 44% من مجموع أفراد العينة ، وبأعلى نسبة 52% في فئة الإناث مقابل 36% في فئة الذكور ، في حين نسجل في العمود الخامس 10% فقط في صنف الغير موافقون جدا على أن استخدامهم للإنترنت يجعلهم يتحلون بقيمة تخصيص الوقت ، وذلك بأعلى نسبة 14% في فئة الذكور وأقل من ذلك بـ 6% في فئة الإناث ، أما الغير متأكدون حصلوا على أخفض نسبة قدرت بـ 1% في فئة الإناث فقط ، ونخلص إلى أن أغلبية كل من الذكور والإناث يوافقون بشدة على أن استخدامهم للإنترنت يجعلهم يتحلون بقيمة تخصيص الوقت.

الجدول رقم (55) : التحلي بقيمة تضييع الوقت وعلاقتها بالمدة المستغرقة في الإنترنت

المجموع	هل ترى أن استخدامك للإنترنت جعلك تتحلى بقيمة تضييع الوقت؟					الجنس	
	موافق جدا	موافق	غير متأكد	غير موافق	موافق جدا		
7 %100	3 %42.9	-	-	3 42.9%	1 %14.3	أقل من ساعة	كم ساعة تقضيها في الإنترنت
19 %100	1 %5.3	5 %26.3	1 %5.3	6 31.6%	6 %31.6	من 1 سا إلى 2 سا	
28 %100	1 %3.6	5 %17.9	-	12 42.9%	10 %35.7	من 2 سا إلى 3 سا	
46 %100	5 %10.9	4 %8.7	-	10 21.7%	27 %58.7	أكثر من 3 سا	
100 %100	10 %10	14 %14	1 %1	31 %31	44 %44	المجموع	

تشير نتائج الجدول أعلاه ان الإتجاه العام يوجد في صنف الموافقون جدا على أن إستخدامهم للإنترنت جعلهم يتحلون بقيمة تضييع الوقت بنسبة 44% من مجموع أفراد العينة ، وبأعلى نسبة 58.7% في فئة الذين يقضون أكثر من ثلاث ساعات في الإنترنت، تليها نسبة 35.7% في فئة الذين يقضون من ساعتين إلى ثلاث ساعات على

الإنترنت ، لتقل النسبة إلى 31.6% في فئة الذين يقضون من ساعة إلى ساعتين ، ثم نسبة قليلة تقدر بـ 14.3% في فئة الذين يقضون أقل من ساعة.

أما في العمود الخامس ، تشير النتائج إلى أن 10% من مجموع أفراد العينة غير موافقون جدا بأن استخدامهم للإنترنت جعلهم يتحلون بقيمة تضييع الوقت ، وبأعلى نسبة 42.9% في فئة الذين يقضون أقل من ساعة في الإنترنت، تليها نسبة 10.9% في فئة الذين يقضون أكثر من ثلاث ساعات ، لتقل النسبة بـ 5.3% في فئة الذين يقضون من ساعة إلى ساعتين في الإنترنت ، ثم نسبة 3.6% في فئة الذين يقضون من ساعتين إلى ثلاث ساعات ، لنخلص إلى الذين يقضون مدة أطول في التصفح عبر الإنترنت هم الذين يرون بأن استخدامهم للإنترنت جعلهم يتحلون بقيمة تضييع الوقت ، بينما الذين يقضون مدة (أقل من ساعة) هم الذين يرون العكس أي أن استخدامهم للإنترنت لا يجعلهم يتحلون بقيمة تضييع الوقت. هذا يعني أن تضييع الوقت يتحكم فيها الحجم الساعي الذي يقضيه أفراد العينة في الإنترنت فكلما زاد عدد الساعات على الإنترنت كلما ضيعوا أوقاتهم فيما لا ينفع.

الجدول رقم(56): يبين ما إذا كانت الإنترنت تدفع المبحوثين إلى الإيحاء بالإثارة والجنس وعلاقته بمتغير الجنس

المجموع	هل توافق على ان استخدامك للإنترنت يدفعك للإيحاء بالإثارة والجنس					الجنس
	موافق جدا	موافق	غير متأكد	غير موافق	غير موافق جدا	
50 %100	10 %20	11 %22	-	12 %24	17 %34	ذكور
50 %100	13 %26	17 %34	1 %2	3 %6	16 %32	إناث
100 %100	23 %23	28 %28	1 %1	15 %15	33 %33	المجموع

تظهر نتائج الجدول أعلاه أن الإتجاه العام يوجد في العمود الأول في صنف الموافقون جدا على أن استخدامهم للإنترنت يجعلهم يتحلون بقيمة الإيحاء بالإثارة و الجنس بنسبة 33% من مجموع أفراد العينة ، وبنسب جد متقاربة بين فئتي الذكور والإناث قدرت بـ34% في فئة الذكور مقابل 32% بالنسبة للإناث، في حين نسجل في العمود الخامس 23% في صنف الغير موافقون جدا على أن استخدامهم للإنترنت يجعلهم يتحلون بقيمة الإيحاء بالإثارة والجنس ، وذلك بأعلى نسبة 26% في فئة الإناث وأقل من ذلك 20% في فئة الذكور ، أما الغير متأكدون حصلوا على أخفض نسبة قدرت بـ1% في فئة الإناث فقط ، ونخلص إلى أن أغلبية كل من الذكور والإناث يوافقون بشدة على أن استخدامهم للإنترنت يجعلهم يتحلون بقيمة الإيحاء بالإثارة والجنس.

2- عرض النتائج العامة للدراسة :

بعد تفريغ البيانات وتبويبها والتعليق عليها وتحليلها ، تكنا من الوصول إلى النتائج الآتية والمرتبطة بأهداف البحث .

-إن 100% من أفراد العينة يستخدمون الإنترنت ، وهو ما يدل على الإستخدام الواسع الذي باتت تحظى به هذه الشبكة.

-تشير النتائج المحصل عليها أن اغلبية العينة يستخدمون الإنترنت بصفة دائمة بنسبة 68.3% مقابل 27% من أفراد العينة يستخدمونها أحيانا ، استنتجنا من هذا أن التصفح في الإنترنت أصبح مثله مثل النشاطات والعادات اليومية التي يقوم بها المبحوثين يوميا.

-أظهرت النتائج أن اغلبية المبحوثين يستخدمون الإنترنت في المنزل وذلك بنسبة 65% يليها الإستخدام في المقاهي الافتراضية بنسبة 28% ، مما يدل على ان غالبية الأسر أصبحت مزودة بخدمة الإنترنت .

-تظهر نتائج الدراسة أن الغرض الأساسي من استخدام المبحوثين الإنترنت هو الترفيه وذلك بنسبة 45% .

-يتضح أن مواقع التواصل الإجتماعي هي أكثر المواقع إقبالا من طرف عينة الدراسة وذلك بنسبة 75% بينما نجد 8% فقط بالنسبة للمواقع الدينية .

-تشير نتائج الدراسة أن 48% من أفراد العينة يفضلون استخدام الإنترنت في السهرة.

-غالبية المبحوثين يقضون أكثر من ثلاث ساعات عبر هذه الشبكة وذلك بنسبة 46% من مجوع أفراد العينة، نسبة ضعيفة 7% ممن يقضون أقل من ساعة في الإنترنت ومن هذا نستنتج أن الحجم الساعي الذي يقضيه المبحوثين على الإنترنت كبير ،

-أن استخدام الإنترنت لا يساعد غالبية المبحوثين على التحلي ببعض القيم الدينية وذلك بنسبة 53% .

-أم ما يعرض عبر المواقع الإنترنت يتعارض أحيانا مع قيمنا الدينية في نظر الشباب الجامعي وذلك بنسبة 85%.

-توصلت الدراسة إلى أن تأثر المبحوثين بالإنترنت يرجع إلى الفراغ الذي يعانون منه وذلك بنسبة 45% من مجموع أفراد العينة .

-تظهر نتائج الدراسة أن استخدام يلهي غالبية أفراد العينة عن تأدية صلواتهم في أوقاتها بنسبة 59% ، وبأعلى نسبة 76.1% في فئة الذين يقضون أكثر من ثلاث ساعات في الإنترنت.

-أن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن تكون لهم علاقة حب وتعارف قبل الزواج وذلك بنسبة 73% ، ويرى غالبيتهم أن ليس استخدامهم للإنترنت هو من دفعهم للدخول في هذه العلاقة.

-توصلت الدراسة إلى أن 42% من أفراد العينة يترددون على المواقع الإباحية.

-توصلت الدراسة إلى أن 44% من أفراد العينة يرون أن استخدامهم للإنترنت يدفعهم لعدم الإلتزام بتعاليم الإسلام.

-كشفت الدراسة أن الموافقون بشدة على أن استخدامهم للإنترنت جعلهم يتحلون بقيمة تضييع الوقت بنسبة 44% من مجموع أفراد العينة، وبأعلى نسبة 58.7% في فئة الذين يقضون أكثر من ثلاث ساعات في الأترنت.

-كشفت الدراسة أن الموافقون بشدة على أن استخدامهم للإنترنت جعلهم يتحلون بقيمة إهمال الدراسة والكسل الفكري بنسبة 41% من مجموع أفراد العينة ، وبأعلى نسبة 65.2% في فئة الذين يقضون أكثر من ثلاث ساعات في الإنترنت.

-توصلت الدراسة إلى أن الموافقون بشدة على أن استخدامهم للإنترنت جعلهم يتحلون بقيمة الإيحاء بالإثارة والجنس بنسبة 33% من مجموع أفراد العينة ، وبأعلى نسبة 95.5% في فئة الذين يترددون على المواقع الإباحية.

3. نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات:

لأن عملية الإجابة عن أسئلة البحث تقتضي الإستغلال الحسن والإستثمار المنهجي لنتائج البحث الميداني حيث وضعنا لذلك التصور التالي ، وهو حوصلة نتائج الجانب النظري والميداني ثم الإجابة على الأسئلة الفرعية لنصل في الأخير إلى الإجابة عن السؤال المركزي للبحث ، لأن الإجابة عن هذا الأخير تقتضي بالضرورة الإجابة عن الأسئلة الفرعية وهو الأسلوب المتبع في هذا البحث .

يمكن القول فيما يخص كيفية استخدام الشباب للإنترنت أن غالبية المبحوثين يستخدمون الإنترنت بصفة دائمة ويستخدمونها في غالب الأحيان بالمنزل ويفضلون فترة السهرة لإستخدامها ، كما نجد أن أغلبية أفراد العينة يقضون أكثر من ثلاث ساعات في شبكة الإنترنت .

أما فيما يخص تأثير الإنترنت على القيم الدينية لدى الشباب نجد أن غالبية المبحوثين لا يوافقون على أن استخدامهم للإنترنت يساعدهم على التحلي ببعض القيم الدينية ، كما أن ما يتعرضون إليه عبر الشبكة يتعارض أحيانا مع قيمنا الدينية ، كما استخدامهم للإنترنت يلهيهم عن مواعيد الصلاة ، وكذا يجعلهم يتحلون ببعض القيم السلبية كتضييع الوقت والكذب وإهمال الدراسة والإيحاء والإثارة والجنس ، مع ذلك خلصنا إلى أن حسن استخدام الإنترنت يساعد المبحوثين على التحلي ببعض القيم الدينية كقيمة التقوى والتعاون .

وعليه إن نتائج الدراسة قد أكدت على صحة التساؤلات الفرعية وبشكل مباشر على صحة الإشكالية الرئيسية ، وبالتالي يمكن القول بأن الإعلام الجديد إذا ما استخدم

بطريقة حسنة قد يساعد الشباب على التحلي ببعض القيم بينما إذا استخدم بطريقة سيئة قد يؤثر سلبا على قيم الشباب ويدفعهم لتبني قيم تعارض قيمنا الدينية .

خاتمة

خاتمة:

لقد حاولنا من خلال هذه الدراسة معالجة إحدى الظواهر الرئيسية في جل المجتمعات ولكن في الوقت نفسه نجد نوعا من الإهمال في كتابات الباحثين بالظواهر الأخرى ولعلنا قصدنا هنا العلاقة بين وسائل الإعلام والقيم الدينية .

فالتخوف من استخدام شبكة الأنترنت في أوساط الشباب أمر مشروع وببطل كذلك إلى أمد بعيد طالما أن الوسيلة تحمل التناقض والتدافع بين الخير والشر ويزداد هذا الانشغال كلما كانت التربية وإسهام العائلة والمؤسسات الإجتماعية الأخرى أقل في توجيه الأبناء.

فالتحصين الثقافي والقيمي هو الأساس في ضمان التفاعل الإيجابي مع هذه الوسيلة وفق ما يضمن الاستفادة المعرفية والمهاراتية في شتى المجالات، وعندما يجلس الشاب لوحده أمام هذه الشبكة فإن الوازع القيمي هو أهم عامل يمنع الشاب من سوء استخدامها.

ولاشك في أن تدخل المؤسسات العمومية في حجب المواقع الإباحية يعد عاملا إيجابيا ينبغي أن يستكمل بإحداث مواقع تجذب الشباب إلى مجالات اهتماماتهم في المعرفة والآداب والفنون والرياضة وغير ذلك، وعامة فإن الشباب الجزائري وخاصة المتعلم منه مازال مرتبطا بثقافته وقيمه رغم التأثيرات السلبية التي تظهر هنا وهناك من جراء استخدام هذه الشبكة.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع :

باللغة العربية:

-المصادر:

1- القرآن الكريم .

-المعاجم:

1- إبراهيم مصطفى وأحمد عبد القادر وأحمد حسن الزيات ومحمد علي النجار، المعجم الوسيط، تركيا: المكتبة الإسلامية للطباعة والنشر والتوزيع، بدون سنة نشر.

2- ابن منظور، لسان العرب، ط 4 ، المجلد الأول، دار صادر، بيروت - لبنان، 2005

3- ابن منظور، أبو الفضل جمال الدين بن مكرم، لسان العرب، لبنان، دار صادر، المجلد الخامس، بدون سنة نشر.

4- أبو الفضل جمال الدين ابن منظور، لسان العرب، دار . صادر للنشر، بيروت، 1956.

5- جان فرانسوا دونيه، معجم العلوم الإنسانية، ترجمة جورج كتورة، ط1، أبو ظبي، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، 2009.

6- أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام، دار الكتاب اللبناني، بيروت لبنان، 1994 .

-الكتب :

1- ابن القيم الجوزية، مدارج السالكين، ط 2، دار الكتب العلمية للنشر، بيروت، 1988.

2- أبو الأعلى المودودي، مفاهيم إسلامية حول الدين والدولة ، الدار السعودية للنشر، جدة، 1985.

3- أبو حامد محمد بن محمد الغزالي، إحياء علوم الدين، دار الشعب، القاهرة، دون سنة نشر.

- 4- أبو عيشة فيصل، الإعلام الإلكتروني، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع (عمان) 2010 .
- 5- أبي الحسن علي بن محمد بن حبيب البصري الماوردي، أدب الدنيا والدين، تحقيق: مصطفى السقا، بيروت، 1978.
- 6- أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005.
- 7- أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، دار المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2007 ، ص 203 .
- 8- أروى بنت عبد الله بن محمد الفقيه، بحث في القيم، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 2008 .
- 9- بدر أحمد كريم، دور المذيع في تغيير العادات والقيم في المجتمع السعودي، مع دراسة ميدانية قرية خليص، وزارة الإعلام السعودية، ط 2، الرياض، 1987.
- 10- الراغب الأصفهاني، مفردات ألفاظ القرآن، تحقيق : صفوان عدنان داوي، ط 1 ، دار القلم، دمشق، 1992.
- 11- روجر ويمو وجوزيف دومينيك، مناهج البحث العلمي، ترجمة وتقديم صالح خليل أبو اصبع، صبرى للطباعة والنشر، دمشق، 1988.
- 12- سليمان زيد منير، الصحافة الإلكترونية، ط1، دار أسامة للنشر (عمان) والتوزيع، 2009.
- 13- سيد قطب، العدالة الاجتماعية في الإسلام، ط6 ، مطبعة عيسى البابي الحلبي وشركائه، القاهرة ، 1964.
- 14- سيد قطب، معالم في الطريق، دار الشروق، القاهرة، دون سنة نشر.
- 15- شيخاني سميرة ، الإعلام الجديد في عصر المعلومات ، مجلد دمشق ، المجلد 26 العدد 2+1، 2010 .
- 16- صادق عباس مصطفى، الإعلام الجديد - المفاهيم والوسائل والتطبيقات، الطبعة الأولى، دار الشروق (عمان) 2009.

- 17- صالح بن عبد الله بن حميد، عبد الرحمان بن محمد بن عبد الرحمان بن ملح، موسوعة نظرة النعيم في مكارم أخلاق الرسول الكريم، ط 1 ، دار الوسيلة للنشر والتوزيع، جدة ، 1998
- 18- صالح بن عبد الله بن حميد، عبد الرحمان بن محمد بن عبد الرحمان بن ملح، مرجع سبق ذكره.
- 19- صلاح الدين شروخ، منهجية العلوم الاجتماعية، دار العلوم، (عنابة، الجزائر)، 2003.
- 20- عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد (المفاهيم_الوسائل_التطبيقات)، ط 1 ، دار الشروق (عمان، الأردن)، سنة 2008.
- 21- عبد الحميد محمد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، الطبعة الأولى، عالم الكتب، القاهرة ، 2007 .
- 22- عبد الرحمن عزي، الثقافة وحتمية الاتصال: نظرة قيمية، المستقبل العربي، العدد 9، 2003،
- 23- عبد الرحمن عزي، نصير بوعلي، حوار أكاديمية حول " نظرية الحتمية القيمية في الإعلام"، دار الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر ، 2010 .
- 24- عبد الله بوجلال، وآخرون، القنوات الفضائية وتأثيرها على القيم الاجتماعية والثقافية والسلوكية لدى الشباب الجزائري، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة، سنة 1999.
- 25- عبد الله محمد دارز، دستور الأخلاق في القرآن، مؤسسة الرسالة، الكويت، 1982.
- 26- عبد الله محمد عبد الرحمان ومحمد بدوي، مناهج وطرق البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية القاهرة مصر. 2002
- 27- عفاف بنت إبراهيم بن الدباغ، " المنظور الإسلامي للرعاية الاجتماعية " سلسلة إسلامية المعرفة: التوجيه الإسلامي للخدمة الاجتماعية : المنهج والمجالات، ط 1، مكتبة المعهد، القاهرة ، 1996

- 28- علي بن محمد الشريف الجرجاني، كتاب التعريفات، دار الكتب، العلمية، بيروت ، 1980.
- 29- فاروق الدسوقي، مقومات المجتمع . المسلم، ط4 ، المكتب الاسلامي، بيروت، 1986.
- 30- فضلي محمد عهدي، الصحافة الالكترونية، الواقع والمستقبل، بدون طبعة، 2009.
- 31- فهمي محمد علوان، القيم الضرورية ومقاصد التشريع الإسلامي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 1989.
- 32- فوزية دياب، القيم والعادات الاجتماعية مع بحث ميداني لبعض العادات الاجتماعية، دار النهضة، العربية، بيروت، سنة 1980.
- 33- الفيصل عبد الأمير موبت، الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، الطبعة الأولى، دار الشروق، عمان، 2006.
- 34- ماجد زكي الجلاذ، تعلم القيم وتعليمها :تصور نظري وتطبيقي لطرائق واستراتيجيات تدريس القيم، ط 2، دار المسيرة للنشر ، والتوزيع والطباعة، عمان، 2007.
- 35- مانع المانع، القيم بين الإسلام والغرب، دراسة تأصيلية مقارنة، دار الفضيلة للطباعة والنشر، ط 1.
- 36- ماهر أبو المعاطي علي، نحو سياسة اجتماعية متكاملة من منظور إسلامي، دورية " التوجيه الإسلامي للخدمة الاجتماعية :المنهج والمجالات،(القاهرة :المعهد العالمي للفكر . الإسلامي)، 1997.
- 37- المحارب سعد بن محارب، الإعلام الجديد في السعودية، الطبعة الأولى، لبنان، جداول للنشر، والتوزيع، 2011.
- 38- محمد تقي المدرسي، المجتمع الإسلامي :منطلقاته وأهدافه، بيروت : دار الجيل، 1982.
- 39- محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، ط1، عمان الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2006.

40- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، ط 2، القاهرة مصر، 2004.

41- محمود شلتوت، الإسلام عقيدة . وشريعة، ط 14 ، دار الشروق، القاهرة، 1987.

42- محمود عطا حسين عقل، القيم السلوكية، ط 2، الرياض : مكتب التربية العربي لدول الخليج ، 2006.

43- مرسى نورهان منير، القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الأزرابية، 1999 .

44- مصطفى عبد الواحد، المجتمع ، المسلم، ط 2، دار الجيل، بيروت، 1974.

45- نصير بوعلي، الإعلام والقيم، قراءة في نظرية المفكر الجزائري عبد الرحمان عزي، دار الهدى للنشر والتوزيع (الجزائر) ، 2005 .

46- يوسف القرضاوي، فقه الزكاة، مؤسسة ، الرسالة، بيروت، 1990.

المذكرات :

1- رضوان سلام، الإعلام والبيئة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، الجزائر، 2006

2- يحي تقي الدين، مناصري سمير، تأثير البرامج الترفيهية لقناة نسمة الفضائية على القيم الدينية لدى الشباب الجزائري رسالة جامعية في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة المسيلة، 2010-2011.

3- إيمان نجوشي، حسام الدين مرزوقي، الويب 2.0 الشبكات الاجتماعية والإعلام الجديد، بحث غير منشور، جامعة ياجي مختار عنابة، الجزائر 2009.

المجلات - :

1- المنصور محمد، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جهود المتلقين، مجلة الأكاديمية العربية في الدانمارك، 2012.

2- عزت السيد أحمد، القيم بين التغير والتغيير المفاهيم والخصائص والآليات، مجلة جامعة دمشق، المجلد 1، 2011.

3-عزي عبد الرحمن، الثقافة وحتمية الاتصال نظرة قيمية، مجلة المستقبل العربي، العدد 295 ، سبتمبر 2013.

- المؤتمرات :

1- أمين رضا عبد الواجد، استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتوب على شبكة الانترنت، أبحاث المؤتمر الدولي للإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة 7-8 أبريل البحرين 2009.

2- كاتب سعود صالح،الإعلام الجديد وقضايا المجتمع والتحديات والفرص، بحث مقدم للمؤتمر العالمي للإعلام الإسلامي 2011.

-المواقع الإلكترونية :

1-السعيد بومعيزة لماذا نهتم بدراسة القيم؟ نقلا عن موقع :

valuemediadeterminismytheory

2- بن سعيد، مبارك، صحافة المواطن والمسؤولية الاجتماعية، نقلا عن الموقع :
www.aljazeera.net .

3-صادق عباس مصطفى، الإعلام الجديد، دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة، نقلا عن موقع :نقلا عن موقعwww.jadeedmedia.com :

4-صادق عباس مصطفى، الإعلام الجديد، دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة، نقلا عن موقع :www.jadeedmedia.com

5-عبد الرحمن عزي، الانترنت والشباب :بعض الافتراضات القيمية، نقلا عن موقع،
www.watfa.net

6-عبد الرحمن عزي، الانترنت والشباب :بعض الافتراضات القيمية، نقلا عن موقع .
www.idiologie.com

7-عبد الرحمن عزي، الزمن الإعلامي والزمن الاجتماعي :قراءة في تفكك بنية التحول الثقافي بالمنطقة العربية، نقلا عن موقعwww.ta3lim.com

8-عبد الرحمن عزي، الزمن الاعلامي والزمن الاجتماعي :قراءة في تفكك بنية التحول الثقافي بالمنطقة العربية، نقلا عن موقع .
www.mediaav.net

9- عبد العال وائل، ديناميكية الإعلام الجديد، المركز العربي للدراسات والأبحاث،
نقلا عن موقع: www.arabiccenter.net

- مراجع باللغة الأجنبية:

- 1- Micheal Munton, et al (1979): " Developing Practical for the Measurement of personal values in cross cultural Marketing ", journal of marketing Research , vol 16 .
- 2- Valerie Braithwaite and HG.LAW (1985): " Structure of Human values: Testing the Inadequacy of the Rockeach value survey of personality and social Psychology " .

الفهرس

أ..... مقدمة

القسم الأول : الإطار المنهجي والنظري للدراسة

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة

- 1 - إشكالية الدراسة 2
- 2 - تساؤلات الدراسة 5
- 3 - أهداف الدراسة 5
- 4 - منهج الدراسة وأدواته 6
- 1-4 منهج الدراسة 6
- 2-4 أدوات الدراسة 7
- 5 - عينة الدراسة 9
- 6 - تحديد مفاهيم الدراسة 11
- 7 - الدراسات السابقة 20

الفصل الثاني : الإطار النظري للدراسة

- 1- الإعلام الجديد 51
- 1-1- مفهوم الإعلام الجديد 51
- 2-1- العوامل الرئيسية لظهور الإعلام الجديد 53
- 3-1- تقسيمات الإعلام الجديد 54
- 4-1- مداخل نظرية لفهم الإعلام الجديد 55
- 5-1- خصائص الإعلام الجديد 56
- 6-1- أنواع وسائل الإعلام الجديدة 59
- 7-1- علاقة الإعلام الجديد بالإعلام التقليدي 61
- 8-1- سلبيات الإعلام الجديد 63

- 3- القيم الدينية 64
- 3-1- مفهوم القيم الدينية 64
- 3-2- أهمية القيم الدينية ودواعي الإهتمام بها 65
- 3-3- وسائط نقل القيم الدينية 68
- 3-4- خصائص القيم الدينية 72
- 3-5- تصنيفات القيم الدينية 73
- 3-6- نماذج عن القيم الدينية 77

القسم الثاني الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الثالث : التحليل الإحصائي وعرض نتائج الدراسة

- 1- تحليل بيانات الدراسة الميدانية 87
- 2- عرض النتائج العامة للدراسة 154
- 3- نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات 156
- الخاتمة 162
- قائمة المصادر والمراجع
- الملاحق

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة استبيان حول موضوع:

الإعلام الجديد و تأثيره على القيم الدينية للشباب الجزائري

- على ضوء نظرية الحتمية القيمية في الإعلام -

ملاحظة:

نرجو من سيادتكم مساعدتنا، بالتكرم بالإجابة على هذه الأسئلة التي تدخل في إطار إعداد بحث علمي لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال.

نحيطكم علما بأن هذه المعلومات لا تستعمل إلا لأغراض هذا البحث العلمي والبحث فقط.

تحت إشراف الدكتور:
العربي بوعمامة

من إعداد الطلبة:
بن صالح نورالدين
بلقيوس أحمد

السنة الجامعية : 2019/2018