

Recent Trends in the Effects of Traditional and New Media Researches on the Social and Political Values among Youth

Dr. Naglaa Abdel Hamid Fahmy Elgammal

Associate Professor at Department of Media and Public Relations, Gulf University, Bahrain

Email: dr.naglaa.elgammal@gulfuniversity.edu.bh

Received: 29 Nov. 2019 Revised: 03 Dec. 2019 Accepted: 23 Dec. 2019 Published: 15 January 2020

Abstract

This study aims at analyzing the studies which tried to identify the recent trends in the research filed that aims to identify the effects of traditional and new media on the social and political values of the youth, to discover the issues that were treated by these studies, the methodologies, the theoretical frameworks, and the most important results of them, in an attempt to reach a research vision to develop the researches in the field of the effects of the exposure to both the traditional and new media on the social and political values of the Youth.

This study belongs to the descriptive studies and depends on the secondary analysis method. Many studies in both English and Arabic have been analyzed either through traditional libraries or electronic databases during the time period extended from 2015 to 2019. The study reached a proposed research agenda in the field of the effects of the media on the youth's values, some of them are related to proposed research issues and research methodology, in addition to suggesting numbers of theories and approaches that are appropriate to this research field.

Key words: traditional media – new media - social values – political values – youth.

الاتجاهات الحديثة في بحوث تأثيرات وسائل الإعلام التقليدية والجديدة على القيم الاجتماعية والسياسية لدى الشباب

د. نجلاء عبدالحميد فهمي الجمال

أستاذ مشارك بقسم الإعلام والعلاقات العامة - الجامعة الخليجية

مستخلص

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل عدد من الدراسات التي حاولت التعرف على الاتجاهات الحديثة في مجال بحوث تأثيرات وسائل الإعلام التقليدية والجديدة على القيم الاجتماعية والسياسية لدى الشباب، وذلك في محاولة لاكتشاف القضايا البحثية التي عالجتها الدراسات عينة التحليل، فضلاً عن التعرف على التصميمات المنهجية والأطر النظرية لتلك الدراسات، إضافة إلى التعرف على أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسات، وذلك في محاولة إلى التوصل لرؤية بحثية لتطوير البحوث في مجال تأثيرات التعرض لكل من وسائل الإعلام التقليدية والحديثة على القيم الاجتماعية والسياسية للشباب.

وتتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وتعتمد على منهج التحليل من المستوي الثاني Secondary analysis، وقد تم تحليل عدد من الدراسات سواء باللغة العربية أو الإنجليزية، ومن خلال قواعد البيانات والمعلومات المتاحة على شبكة الإنترنت، وذلك خلال الفترة الزمنية الممتدة من 2015 إلى 2019، وتوصلت الدراسة لأجندة بحثية مقترحة في مجال تأثيرات وسائل الإعلام على قيم الشباب، منها ما هو متعلق بفئة القضايا البحثية المقترحة، ومنها ما هو متعلق بالمناهج والأساليب البحثية المقترحة، فضلاً عن اقتراح عدد من النظريات والمداخل البحثية المناسبة لهذا المجال البحثي.

الكلمات المفتاحية: وسائل الإعلام التقليدية - وسائل الإعلام الحديثة - القيم الاجتماعية - القيم السياسية - الشاب.

المقدمة:

تهتم العديد من الدوائر الأكاديمية والعلمية بدراسة تأثيرات وسائل الإعلام على الجماهير المختلفة، خاصة فيما يتعلق بأهداف التعرف على مجالات هذه التأثيرات على القيم بأنواعها المختلفة.

ويندرج العرض التحليلي الحالي ضمن بحوث تأثيرات وسائل الإعلام Media- Effects Research، وفي هذا السياق، يعد التوجه البحثي، المعني أساساً بدراسة التأثيرات الناتجة عن تعرض الجمهور لوسائل الإعلام المختلفة من خلال محاولة اكتشاف ما تقعله هذه الوسائل بالجمهور، أحد أهم توجهات بحوث الإعلام والاتصال.

وبشكل عام، يؤرخ الباحثون للحقبة الزمنية التي رسخت لفكرة دور وسائل الإعلام كأجهزة دعاية تتلاعب بعقول الجماهير في الفترة الممتدة من 1920 إلى 1930، ومفاد الفكرة أن وسائل الإعلام تطلق "رصاصات سحرية" لتخترق عقول ضحايا سلبيين، حيث تتمتع بنفوذ قوي وتأثير مباشر وفوري، وبالتالي، كل ما كان يتم هو قياس عمق هذا الاختراق وحجمه بواسطة تقنيات علمية حديثة، وقد أسس لهذه المرحلة "هارولد لازويل" (Valkenburg, Peter & Walther, 2016, pp. 75-84).

أما المرحلة الثانية (1940 - 1950)، فهي اتجاه التأثير المحدود لوسائل الإعلام، والتي أسسها "بول لازاريفيلد"، حيث يستند الفهم لتأثيرات وسائل الاتصال الجماهيرية على الجمهور إلى مسلمات نفسية واجتماعية مختلفة تماماً عن تلك الافتراضات والمسلمات التي استند إليها الباحثون السابقون، وفي هذا السياق، لعب بعض الباحثون دوراً أساسياً في تغيير اتجاه أبحاث التأثير، وعلى رأسهم "كاتز"، والذي قال بأنه حان الوقت للانتقال من سؤال "ماذا تفعل وسائل الإعلام في الجمهور"، إلى "ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام" (Macnamara, 2007, p.23).

أما المرحلة الثالثة، فقد امتدت من (1950 - 1970)، وهي مرحلة الاتجاه نحو التأثير المعتدل لوسائل الإعلام، حيث اتجه الاهتمام هنا نحو أهمية دراسة عملية التأثير في إطار الاستعدادات الشخصية والمواقف الاجتماعية والاستعدادات المسبقة، كما انتقل الاهتمام من التركيز على التأثير الفوري للإعلام إلى التركيز على التأثيرات طويلة المدى في السياق الاجتماعي للمتلقي، وبالتالي انتقلت بحوث تأثيرات وسائل الإعلام نقلة نوعية، حيث باتت معنية بالتأثيرات المعرفية لا التأثيرات الإقناعية (Valkenburg, Peter & Walther, 2016, p. 78).

وفي الستينيات من القرن الماضي، ازدادت الدراسات التي هدفت إلى التعرف على تأثير مشاهدة التلفزيون على السلوك، والتي تزعمها "Gerbner et al"، وفيما بعد طوروا عملهم لما يعرف بالنظرية التثقيفية، أي الاهتمام بدور التلفزيون في التأثير على معتقدات الناس، فيما يعرف بـ"بناء الواقع الاجتماعي"، وتطور الأمر في الثمانينيات من القرن الماضي إلى زيادة حقل الدراسات الهادفة إلى التعرف على ظاهرة الإدمان على التلفزيون خاصة بين الشباب، ومع حلول التسعينيات من القرن الماضي، بدأ الإنترنت في الانتشار في المجتمعات الغربية بشكل أصبح ينافس فيه التلفزيون من حيث الاستئثار باهتمام الباحثين، وتمركزت بحوث التأثير بالأساس على الأطفال والشباب باعتبارهم الفئات الأكثر استخداماً للإنترنت (بومعيزة، 2006، ص.145)

وبالرغم من الاعتقاد السائد لدى البعض بالتأثيرات المتنامية لوسائل الإعلام على الجماهير المختلفة، والذي ينبع من عدة أسباب، منها زيادة المدة الزمنية التي يقضيها الجمهور أمام وسائل الإعلام المختلفة، وتأثيراتها الفعلية والملحوظة على عدة مجالات منها: أسعار البورصة، وإفلاس الشركات، وتدهور المبيعات، واستقالة المسؤولين، إلا إنه في سياق آخر، يرى فريق آخر من الباحثين إنه على الرغم من الاعتقاد السائد بقوة تأثيرات وسائل الإعلام، إلا أن الطرق التي تمارس بها وسائل الإعلام تأثيراتها معقدة ومشروطة (Curran, 2002, p.158).

وإذا كانت تأثيرات وسائل الإعلام من الإشكاليات المعقدة بالنسبة لوسائل الإعلام التقليدية، لأسباب تتعلق بتعدد الوسائل واختلاف المجتمعات، فإنها أصبحت أكثر تعقيداً مع ظهور وسائل الإعلام الجديدة، ومن مظاهر تعقد إشكالية هذا التأثير: تعدد وتنوع أبحاث التأثير من حيث التصميم الأمبريقي، ونمط التأثير المدروس، ونوع التأثيرات المدروسة (تأثيرات قصيرة - متوسطة - طويلة المدى)، فضلاً عن تنوع مجالات هذا التأثير (على المستوى المعرفي - الوجداني - السلوكي)، وتنوع جماهير هذه الدراسات ما بين (أطفال - مراهقون - شباب) (Peter, 2013, pp. 197- 215).

وبشكل عام يمكن القول بأنه لا يمكن دراسة تأثيرات وسائل الإعلام بمعزل عن السياق الاجتماعي الذي تمت في إطاره، والذي من خلاله يمكن فهم كيف حدثت هذه التأثيرات وآليات حدوثها.

كما يندرج هذا العرض التحليلي الحالي أيضاً ضمن بحوث المدخل الوظيفي لدراسة وسائل الإعلام - Media Function Research، والتي تبحث في دور ووظائف وسائل الإعلام التي تقوم بها في خدمة الجمهور.

وفي هذا الصدد، تحدث "Elihu Katz" عام 1984 عن وظيفة التعبير عن القيم كأحدى وظائف وسائل الإعلام في المجتمع، بينما حدد "D.Macquial" وظيفة تحديد الهوية كأحد الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام في المجتمع، وتمثل في حاجة الفرد إلى دعم القيم الشخصية، والتوحد مع قيم الآخرين (Mehraj et al., 2014, pp.56- 64).

ويمكن القول بظهور اتجاه بحثي حديث يربط بين المدخل الوظيفي لدراسة وسائل الإعلام، ومدخل تأثيرات وسائل الإعلام، ويستخدم نتائج البحوث الوظيفية لدراسة تأثيرات وسائل الإعلام التقليدية والحديثة، حيث يكتسب المدخل الوظيفي منذ أن تبلورت أبعاده أهمية كبرى في دراسة وسائل الإعلام الإلكترونية جنباً إلى جنب مع وسائل الإعلام التقليدية (كنعان، 2015).

وبشكل عام تنصب إشكالية دراسة القيم على: تعدد تعاريف القيمة والغموض الذي مازال يكتنف مفهوم القيمة، وعدم الاتفاق فيما بين الباحثين حول مصدر القيمة، فمنهم من ينظر إلى القيم في جوهرها كالأفكار الخالدة، ومنهم من يرى القيم كقوى ملازمة للحاجات التي يسعى الفرد إلى تحقيقها، وهناك اتجاه آخر يرى القيم مجموعة من التفضيلات الموروثة التي تعلمها الفرد في إطار كونه عضو في جماعة معينة، وأخيراً الاتجاه الذي يربط القيم بالسلوك (بو معيزة، 2006، ص ص. 138- 145).

الدراسات السابقة:

المحور الأول: استعراض الدراسات المرتبطة بتأثيرات وسائل الإعلام التقليدية على القيم الاجتماعية والسياسية لدى الشباب

تتضمن الدراسات ضمن هذا المحور الموضوعات والقضايا البحثية التي اهتمت بموضوع تأثيرات وسائل الإعلام التقليدية على القيم الاجتماعية والسياسية للشباب، حيث تراوحت أدوار وسائل الإعلام التقليدية في علاقتها بالقيم الاجتماعية والسياسية ما بين الدعم الكامل، والتغيير الكامل للمنظومة القيمية لدى الشباب، وذلك في إطار العديد من المتغيرات الوسيطة التي سيأتي ذكرها لاحقاً في إطار هذا العرض التحليلي.

وتركز مجموعة الدراسات في هذا المحور على اتجاهين رئيسيين هما:

- الدراسات التي تناولت تأثيرات وسائل الإعلام التقليدية على القيم الاجتماعية للشباب.
- الدراسات التي تناولت تأثيرات وسائل الإعلام على القيم السياسية للشباب.

- **الاتجاه البحثي الأول: الدراسات التي تناولت تأثيرات وسائل الإعلام التقليدية على القيم الاجتماعية لدى الشباب**
يتناول هذا الاتجاه البحثي قائمة الأبحاث التي تناولت تأثيرات وسائل الإعلام التقليدية على قيم الشباب الاجتماعية، والتي تنوعت ما بين التأثير الإيجابي إلى التأثير السلبي، وتجدر الإشارة هنا إلى أن هذه التأثيرات هي في الواقع تأثيرات متبادلة، ففي الوقت الذي تؤثر فيه وسائل الإعلام على قيم الشباب، نجد أن المنظومة القيمية للشباب قد تؤثر على تقاليدهم واستخدامهم لوسائل الإعلام التقليدية، وفي الوقت نفسه فإن القيم المكتسبة لدى الشباب نتيجة استخدامهم لوسائل الإعلام المختلفة لها دور مؤثر على سلوك الشباب في المواقف السياسية والاجتماعية المختلفة، وذلك على النحو التالي:

في إطار التعرف على تأثيرات وسائل الإعلام على قيم الشباب، هدفت دراسة بشرى داوود إلى توضيح دور القنوات الفضائية الغنائية العراقية في إشاعة القيم السلبية بين الشباب الجامعي، ومدى ميل هذه الشريحة إلى محاكاة السلوكيات الهابطة والمفاهيم الزائفة الغريبة عن المجتمع، والتي تعرض من خلال شاشات هذه القنوات، وطبقت الدراسة على عينة مقدارها 200 مفردة من الطلبة والطالبات بجامعة بغداد، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها: ارتفاع معدل تعرض الشباب من عينة البحث للقنوات الغنائية الفضائية العراقية بشكل دائم، بالإضافة إلى زيادة معدلات محاكاة الشباب لما يعرض في هذه القنوات، كما تشير نتائج الدراسة الميدانية إلى أن هذه القنوات ساهمت بشكل كبير في إشاعة العديد من القيم السلبية ومنها: تبني الكلمات والألفاظ والحركات الراقصة، وتقليد الموضة، والميوعة، والخيانة والغدر، والكراهية وعدم التقدير، والأنانية وحب الذات، وفقدان الثقة بالنفس، وحب الغرائز، والكذب والنفاق، وإشاعة التبرج، ومصادقة الجنس الآخر، والتعود على مشاهدة مشاهد الخلاعة والعري، والميوعة، وإشاعة التبرج..... إلخ (داوود، 2019).

وفي إطار دراسة تأثير منظومة القيم الثقافية للشباب على مستوى تفاعلهم مع المسلسلات التلفزيونية، هدفت دراسة *Álvaro José Rojas-Lamorena et al* إلى البحث في تأثير القيم الثقافية لعينة من المشاهدين من الشباب الإسبانيين على مستوى اندماجهم واتجاهاتهم نحو المسلسلات التلفزيونية، وباستخدام صحيفة استبيان إلكترونية لعينة مقدارها 240 شاباً، توصلت الدراسة لعدد من النتائج منها: وجود اختلافات كبيرة بين عينة الدراسة في اتجاهاتهم نحو المضامين المختلفة المقدمة بالمسلسلات التلفزيونية موضع البحث، ترجع إلى مستوى اندماجهم مع هذه المضامين، كما توصلت الدراسة إلى تأثير القيم الثقافية للأفراد على تصوراتهم واتجاهاتهم نحو هذه المسلسلات، وبالتالي على مستوى تفاعلهم مع هذه المسلسلات، والمتمثلة في الكتابة بشأنها على مواقع التواصل الاجتماعي أو شراء أسطوانات مدمجة حولها، الأمر الذي يعبر عن درجة عالية من التشاركية والإيجابية نحو مضامين هذه المسلسلات نتيجة توافرها مع المنظومة القيمية الثقافية للشباب المشاهدين لها (*Rojas-Lamorena et al., 2019, pp. 53-66*).

وفي إطار الاهتمام ببحث تأثيرات الدراما الأجنبية على قيم الشباب، تناولت دراسة عبد المجيد أمين سعد حسن تأثير الدراما التركية على القيم الثقافية لعينة من طلاب جامعة صنعاء، واعتمد البحث على منهج المسح لعينة عنقودية متعددة المراحل بلغ مقدارها 306 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها: إن أسباب مشاهدة عينة الدراسة لهذه المسلسلات تتمثل في عدة أمور مثل: معالجتها للقضايا المهمة، وطريقة عرضها للقضايا، وإعجابهم بالممثلين في المسلسلات، بينما تمثلت أسباب عدم مشاهدتها من آخرون لأسباب تتعلق بكون هذه المسلسلات التركية تعرض قضايا تبعد عن قضايا المجتمع اليمني، كما أنها لا تتوافق مع عادات وتقاليد المجتمع، ومشاهدها مخلة، ومضمونها غير جيد، وقد تمثلت أهم التأثيرات الثقافية والقيمية لمشاهدة هذه المسلسلات على طريقة الملبس والمظهر بالدرجة الأولى (حسن، 2018).

وفي سياق آخر دار حول تأثيرات القيم المتضمنة للإعلانات التجارية على السلوك الشرائي للشباب، جاءت دراسة *Roman Sidorchuk et al* للتعرف على تأثير المستوى العالي من القيم الاجتماعية التي تحويها الإعلانات التجارية على تفضيلات السلع المعروضة بالتطبيق على عينة من الشباب الروسي، وقد تم تطبيق الدراسة على عينة 239 مفردة، وباستخدام استبيان إلكتروني، توصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها: احتوت الإعلانات التجارية الروسية على عدد كبير من القيم الاجتماعية التي استهدفت التأثير على الشباب، وقد ذكرت عينة الدراسة أن أهم هذه القيم التي تأثروا بها ودفعتهم لشراء المنتج المعين ما يلي: قيمة القيادة، والتي عكستها عبارات "كن قائداً ناجحاً"، وقيمة النجاح والتي عكستها عبارة "كن ناجحاً في عالم متناغم"، وقيمة المتعة والتي عكستها أجواء الإعلانات التي تعكس الراحة والمتعة بعد استخدام المنتج، وكشفت الدراسة عن اختلاف تفضيلات الشباب للعلامات التجارية بناءً على القيم التي يفضل الشباب عينة الدراسة مشاهدتها بهذه الإعلانات (*Sidorchuk et al., 2018, pp. 638 - 656*).

وعن تأثير التعرض للإعلانات التجارية على قيم الشباب، جاءت دراسة *Shafayat Ali & Zahid Yusef*، والتي هدفت إلى التعرف على تأثير التعرض للإعلانات التجارية على تغيير نمط حياة الشباب وعلى قيمهم الاجتماعية، وقد تم تطبيق الدراسة على عينة مقدارها 1000 طالب جامعي من الذكور والإناث بعدد من الجامعات الماليزية الحكومية

والخاصة، وتم اختيارهم بأسلوب العينة العنقودية متعددة المراحل، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج منها: للإعلانات التلفزيونية دور مهم في تغيير المعايير والقيم المجتمعية، كما كان لها دور كبير في تغيير نمط حياة الشباب وتحديداً نمط الملابس، بل وتغيير نمط الحياة الكلية لدى الشباب، فضلاً عن وجود علاقة إيجابية متوسطة في شدتها بين كثرة مشاهدة الشباب من عينة الدراسة للإعلانات التلفزيونية وبين تغيير بعض القيم لديهم، بالإضافة إلى وجود علاقة إيجابية بين الإعلانات التلفزيونية وثقافة الطعام، وأنماط الملابس، وشراء السلع، وتفضيلات الثقافة الأجنبية، وفي النهاية، أوصت الدراسة بأهمية تنظيم المحتوى الإعلاني التلفزيوني لما له من آثار على المنظومة القيمية بالمجتمع (Ali & Yusef, 2017, pp. 210 – 275).

وفي إطار نفس السياق السابق، هدفت دراسة Aleksey A. Nikitin¹, Tatyana I. Nikitina إلى التعرف على تأثير الإعلانات التلفزيونية على تشكيل قيم الشباب، وذلك انطلاقاً من أهمية القيم للفرد ودورها في تشكيل سلوكه في المواقف المختلفة، وفي هذا الإطار تم تحليل عينة من الإعلانات التلفزيونية التي تستهدف الشباب، بالإضافة إلى تطبيق الدراسة الميدانية على عينة قوامها 550 مفردة من جمهورية تترستان Tatarstan، وفي هذا الصدد توصلت الدراسة لعدد من النتائج منها: إن الإعلان التلفزيوني يلعب دوراً مهماً في تشكيل القيم لدى الشباب، فضلاً عن انعكاس هذه القيم بشكل دائم على سلوكيات الشباب اليومية، وقد تمثلت أهم القيم التي عكستها الإعلانات التلفزيونية في التالي: "قيم احترام الحياة الأسرية"، و"الجمال والصحة"، و"الحياة الروحية"، و"احترام الأصدقاء"، و"الحفاظ على الهوية"، و"قيم تحقيق الذات"، كما توصلت الدراسة إلى أن استخدام مثل هذه القيم المقبولة اجتماعياً يعد بمثابة قوة إقناعية لما يعرض له الإعلان من منتجات (Nikitin & Nikitina, 2017, pp. 2367 – 2371).

وفي سياق تأثيرات الدراما المستوردة على قيم الشباب، جاءت دراسة سديرة أسامة، والتي هدفت إلى التعرف على تأثير الدراما التركية على القيم الاجتماعية لدى عينة من الطالبات الجامعيات بلغت 100 مفردة، اختبرت بطريقة العينة العمدية من طالبات كلية علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد الشريف، وفي هذا الصدد توصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها: ترى النسبة الأكبر من المبحوثات أن مشاهدة الدراما التركية ساعدت على معرفة عادات وتقاليد جديدة، الأمر الذي يعتبر من القيم الإيجابية، إلا أنها تقلل من التفاعل الاجتماعي، وتمثلت أهم القيم السلبية التي انعكست على الطالبات بفعل المشاهدة في الترتيب التالي: قيمة "تشجيع العلاقات المحرمة"، و"نشر الرذيلة"، بنسب متساوية، ثم قيمة "الخيانة بين الأزواج"، ثم قيمة "زيادة حالات الطلاق والخلع"، بينما تمثلت القيم التي تضمنتها الدراما وانعكست إيجابياً على الطالبات في الترتيب التالي: "لا تؤدي إلى نشر الحقد والكراهة"، ثم "لا تؤدي مشاهدتها لمحاولة الانتحار"، ثم "تؤدي إلى زيادة التعاون أحياناً"، ثم "تؤدي إلى نشر التسامح في غالب الأحيان"، وأخيراً "تؤدي إلى نشر الوعي الاجتماعي"، و"إثراء الرصيد المعرفي" (أسامة، 2017).

وفي نفس السياق، هدفت دراسة صالح حميد إلى قياس أثر مشاهدة المسلسلات الدرامية المدبلجة في القنوات العربية على قيم الفتاة الجامعية اليمنية، وباستخدام عينة عمدية قوامها 400 مفردة ممن شاهدن هذه المسلسلات، توصلت الدراسة إلى: وجود تأثير سلبي للمسلسلات الدرامية التركية على قيم الفتاة اليمنية من حيث تأثيرها على متغير "التقوى

والالتزام الديني"، فضلاً عن تأثيرها على متغير "الحياة"، ومن ضمن القيم غير الإسلامية التي عززتها المسلسلات الدرامية التركية، جاءت: إقامة "العلاقات العاطفية خارج إطار الزواج" في الترتيب الأول، تلتها "مشاعر التعري والإثارة"، كما أثبتت الدراسة عدم تأثير مشاهدة المسلسلات التركية على المظهر الخارجي ولا على الالتزام الديني، ولكن انصب التأثير من وجهة نظر عينة الدراسة على عملية الغزو الفكري في المقام الأول (حميد، 2017).

وفي إطار نفس السياق السابق الهادف إلى التعرف على تأثيرات الدراما الأجنبية على قيم الشباب، هدفت دراسة نيفين بوزية إلى التعرف على تأثير مشاهدة عينة من طلاب جامعة النجاح الوطنية بفلسطين للمسلسلات الكورية على القيم الأخلاقية لديهم، وطبقت الدراسة على 400 مفردة، وتوصلت إلى عدد من النتائج أهمها: جاءت تأثيرات مشاهدة الشباب الجامعي للمسلسلات الكورية على القيم الأخلاقية "متوسطة"، وعن نوع هذا التأثير، فقد جاء تأثيراً سلبياً على نحو أكبر من التأثير الإيجابي، وتمثلت مجموعة القيم الإيجابية التي اكتسبها الشباب من جراء مشاهدة المسلسلات التركية في الترتيب التالي: "تحمل المسؤولية"، "الشجاعة"، "الحب"، "الإخلاص"، "الكفاح"، "الكرم"، "الكرامة"، "الأمانة"، في حين تمثلت القيم السلبية المكتسبة في الترتيب التالي: "الانتهازية"، "الطمع"، "الخيانة"، "إثارة الشهوات"، "الغدر"، "الكذب"، "عدم احترام الكبير"، "التعري". وقد وافقت النسبة الأكبر من الشباب من عينة الدراسة على وجود تأثير "مرتفع ومتزايد" للدراما الكورية على الشباب، فضلاً عن زيادة تأثير المسلسلات الكورية على الإناث على نحو أكبر من الذكور (بوزية، 2017).

وفي إطار التعرف على تأثيرات مشاهدة البرامج التلفزيونية الوافدة على قيم الشباب، بحثت دراسة Destiny Oberiri & Audu Kwase في تأثيرات برامج التلفزيون الغربي على القيم الثقافية للشباب النيجيري، وقد أجرى الباحثان دراستهما بالتطبيق على الطلاب الجامعيين من جامعة ولاية تارابا، وبلغت عينة الدراسة 145 طالباً جامعياً، واكتشفت الدراسة أن الشباب النيجيري يفضل مشاهدة البرامج التلفزيونية الغربية على نحو أكبر من البرامج التلفزيونية المحلية، الأمر الذي أحدث تأثيراً وأثراً كبيراً على قيمهم الثقافية، وخاصة المظهر المتمثل في الملابس، ومن هنا أوصت الدراسة بأهمية الأخذ في الاعتبار التأثير السلبي لبرامج التلفزيون الغربية على القيم الثقافية للشباب النيجيري، كما أوصت بأهمية إجراء مراجعة مستمرة لمحتوى التعليم في النظام التعليمي النيجيري، بحيث يدعم القيم الثقافية المحلية بشكل أكبر مما هو عليه (Oberiri & Kwase, 2017, pp. 21 - 32).

وفي نفس الإطار، بحثت دراسة Nkwam-Uwaoma Adeline et al., في تأثير برامج التلفزيون الغربية على نظام الملابس الخاص بعينة من الطلاب النيجيريين المقيدين بجامعة IMO، حيث افترضت الدراسة أن هذه البرامج تؤثر على القيم الثقافية الأخلاقية والاجتماعية للشباب الجامعي، وافترضت أن التأثير على طريقة الملابس يعد الأكثر وضوحاً، وفي هذا الصدد استخدمت الدراسة عينة مكونة من 389 طالباً وطالبة تم اختيارهم بطريقة عشوائية بسيطة، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها: إن النسبة الأكبر من عينة الدراسة تعرضت لبرامج تلفزيونية أجنبية وفضلتها عن البرامج التلفزيونية المحلية، ومن أهم التأثيرات القيمة لهذه البرامج على الشباب من عينة الدراسة هي تصدر قيمة "المظهر" هذه التأثيرات القيمة، وتمثلت في طريقة تقليد الغرب لملبسهم، وفي هذا الصدد، أوصى

الباحثون بأهمية دور كل من جمعيات حماية التراث التقليدي ووسائل الإعلام المحلية في الانتباه إلى الترويج للثقافة المحلية بين الشباب، والتي ستدعم بدورها المنظومة القيمية الثقافية والأخلاقية لدى الشباب، وذلك انطلاقاً من تأثر هؤلاء الشباب بدرجة كبيرة بما يشاهدونه (Adeline et al., 2017, pp 75 – 88).

وبحثت Shah & Khurshid في تأثير استخدام التلفزيون كمصدر للقيم الاجتماعية والدينية لدى الشباب الباكستاني، وقد تم جمع البيانات الكمية من خلال استبيان لعينة مقدارها 100 طالب تم اختيارهم بطريقة عمدية من أربع جامعات بإسلام آباد، بالإضافة إلى إجراء ثلاث مجموعات نقاش مركزة مع 15 طالباً (خمسة طلاب لكل مجموعة)، مما أدى إلى الحصول على البيانات الكيفية المطلوبة، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها: إن التلفزيون له تأثيره القوي على منظومة القيم الاجتماعية والدينية للشباب، وذلك من خلال طريقة عرض الأعمال الدرامية والأخبار والإعلانات، وقد أدى هذا إلى آثار متضاربة على نظام القيم الاجتماعية والدينية للشباب الباكستاني، كما أن التلفزيون مسؤل بشكل كبير عن صياغة أفكار ومواقف الشباب، وأن ما يروج له التلفزيون من خلال برامجه المختلفة بعيدة إلى حد كبير عن القيم الدينية والاجتماعية والثقافية السائدة بباكستان، كما أثرت زيادة نسب مشاهدة الشباب للتلفزيون على طريقة استخدامهم للغة اليومية، حيث انتشرت أساليب الإهانة بين الشباب، فضلاً عن الاعتماد على طرق غير أخلاقية لتحقيق رغباتهم المادية (Shah & Khurshid, 2017, pp.75– 89).

وفي إطار التعرف على تأثيرات مشاهدة الشباب للبرامج التلفزيونية المختلفة على قيمهم الاجتماعية، جاءت دراسة Abdel Sadek Hassan، والتي سعت إلى اختبار العلاقة بين تعرض الشباب الجامعي لبرامج تلفزيون الواقع والقيم التي يعكسها البرنامج عليهم. وقد قام الباحث بتحليل البرنامج في دورته التاسعة بأسلوب الأسبوع الصناعي. كما قام بتطبيق دراسته في شقها الميداني على عينة عمدية قوامها 400 مفردة من الشباب المصري والبحريني ممن يشاهدون برامج تلفزيون الواقع في القنوات الفضائية، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها: تمثلت أهم القيم الإيجابية الواردة في حلقات ستار أكاديمي 9 في: "حرية التعبير عن الرأي"، "التعاون"، "الديموقراطية"، "الوفاء"، "التواضع"، "احترام الكبير"، "الحياء وعدم التبجح"، "الادخار"، "بر الوالدين"، بينما تمثلت أهم القيم السلبية الواردة في حلقات ستار أكاديمي 9 في القيم التالية: "الغبية والنميمة"، "الاستعراضية والتصنع"، "الاختلاط بين الجنسين بدون حواجز"، "الكذب"، "مخالفة النظام العام والتمرد"، "عدم تقبل النقد"، "التعصب"، كما أشارت النتائج إلى عدم وجود علاقة تعزى لمتغيري "النوع" أو "نوع الجامعة"، والقيم الإيجابية التي يكتسبها الشباب من خلال تعرضهم لبرامج تلفزيون الواقع، بينما وجدت علاقة تعزى لمتغير "التخصص العلمي" والقيم الإيجابية التي يكتسبها الشباب من خلال تعرضهم لبرامج تلفزيون الواقع (Hasan, 2016, pp. 220 – 230).

أما دراسة Imron Rosidi & Nurdin Abd Halim، فقد هدفت إلى التعرف على شكل اختراق التلفزيون لحياة الشباب الإندونيسي؛ وتأثيره على هويتهم وقيمهم الاجتماعية؛ وفي هذا السياق تمت مقارنة دور التلفزيون بدور بعض المؤسسات الاجتماعية التي ينتمي إليها الفرد (الأُسرة – الأصدقاء – الجامعة) في التأثير على القيم الاجتماعية للشباب. وقد تم تطبيق الدراسة على عينة مقدارها 225 مفردة من الشباب ممن يدرسون في جامعتين في بيكانبار، وباستخدام

عينة عشوائية توصلت الدراسة لعدد من النتائج منها: وجود تغلغل واختراق كبير للتلفزيون في حياة الشباب، والذي كان له تأثيراً كبيراً على كل من: الهوية الشخصية، والقيم الشخصية، والقيم الاجتماعية، كما تبين أن المؤسسات الاجتماعية لديها الدور الأكبر مقارنة بالتلفزيون في تغيير المنظومة القيمية للشباب، كما لعبت المتغيرات الديموجرافية للشباب دوراً كبيراً كمتغير وسيط في تأثير التلفزيون على قيمهم الاجتماعية والتي جاءت لصالح: الإناث، والأكثر عمراً، والأعلى من حيث المستوى التعليمي. كما أكدت نتائج هذه الدراسة على الفرض الرئيسي للنظرية المعرفية الاجتماعية والمتمثل في أن عملية التنشئة الاجتماعية التي يقوم بها التلفزيون في عملية التعلم الاجتماعي عززت قيم وهوية الشباب الماليزي (Halim & Rosidi, 2015, pp. 15 – 31).

وفي إطار آخر، هدفت دراسة Jin Yang & Arant David إلى التعرف على تأثير دراسة مادة الصحافة على عينة عمدية من الطلبة الصينيين والأمريكيين، من حيث إعطاء الأولوية لبعض القيم دون الأخرى، وقد استخدمت الدراسة عينة عشوائية بسيطة مماثلة في العدد (250 مفردة) من دارسي الصحافة بكلتي إعلام، إحداهما بالصين والأخرى بأمريكا، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج منها: إن كل من الطلبة الصينيين والأمريكيين لديهم أنظمة قيمية مختلفة أكثر منها مقارنة، حيث أعطى الطلبة الأمريكيون أهمية أكبر لقيم "التفاعل الاجتماعي"، وقيم "تطوير الذات"، في حين أعطى الطلاب الصينيون أهمية أكبر للقيم الأخلاقية، و"قيم الكفاءة"، كما أعطت كلا المجموعتين قيم "الصدق"، ثم "تحمل المسؤولية" الأهمية الأكبر من بين قائمة القيم التي اختاروا منها، تلى ذلك إعطاء الطلاب الأمريكيين الأولوية لقيم "الشجاعة" و"الطموح"، و"سعة الافق"، بينما أعطى الطلاب الصينيون الأولوية لقيم "التوجه نحو التفكير المدني"، و"العدالة والعلانية"، وبالإضافة لذلك، رتب الطلاب الصينيون قيمة العدالة في مرتبة أعلى من الطلاب الأمريكيين، على الرغم من أن تصنيفاتهم المشابهة لكل من "الصدق" و"تحمل المسؤولية" قد تشير إلى أن الطلاب الصينيين والأمريكيين يتقاسمون بعض الفهم المشترك لممارسة الصحافة، وفي الوقت نفسه فإن تصنيفهم المختلف للقيم قد يعكس الواقع الاجتماعي والإعلامي الذي يدرس فيه الطلاب ويمارسون فيه مهنة الصحافة (Yang & David, 2016, pp. 175 – 188).

وفي نفس سياق دور الإعلانات التجارية في التأثير على قيم الشباب، جاءت دراسة Belinda De Frutos Torres et al، والتي هدفت إلى فحص القيم التي تعكسها الإعلانات التجارية التي تستهدف الشباب الإسباني، وذلك من خلال تحليل مضمون عينة منها، وفي هذا السياق، تم تحليل 34 حملة إعلانية بعضها تستهدف الشباب والآخر يستهدف المراهقين، وذلك بدولة أسبانيا، وتمثل الهدف الرئيسي للدراسة في البحث في مدى وجود اختلاف في القيم المضمنة داخل الإعلانات الموجهة للشباب عن تلك الموجهة لدى المراهقين، وتوصلت الدراسة إلى أن الحملات الإعلانية الموجهة للشباب عكست عدة قيم تمثلت في قيم "التجاوز" **transgression**، و"المغامرة"، و"القيم المادية"، و"قيمة القوة والقدرة التنافسية"، و"قيم النجاح الشخصية"، بينما عكست الحملات الإعلانية التي استهدفت كل من الشباب والبالغين في وقت واحد عدداً من القيم المعيارية والتي تمثلت في: "التمسك بالسلوك الأخلاقي"، و"الاستعداد للمستقبل"، و"الاهتمام بالصحة"، و"بذل المزيد من الجهود الشخصي"، و"التغلب على الصعاب"، و"إقامة علاقات اجتماعية جيدة" (Torres et al., 2015, pp. 175 – 202).

وفي سياق دراسة تأثير الدراما الأجنبية على القيم الاجتماعية لدى الشباب، هدفت دراسة صباح زين إلى التعرف على تأثير الدراما التركية على القيم الاجتماعية للشباب الجزائري، وقد اعتمدت الدراسة على عينة قصدية من الشباب الجامعي من طلبة جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي والبالغ عددهم (70) مفردة من المتابعين للدراما التركية، وباستخدام أداتي المقابلة المقننة واستمارة الاستبيان، توصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها: تمثلت القيم السلبية التي تضمنتها الدراما التركية والتي انعكست بالفعل على جمهور المتابعين لها بفعل المشاهدة في الترتيب التالي: "قيمة تشجيع العلاقات المحرمة بين الجنسين"، ثم "قيمة الرذيلة"، ثم "قيمة الخيانة بين الأزواج"، ثم "قيمة حب المظاهر"، أما بالنسبة للقيم التي تضمنتها هذه الدراما والتي انعكست إيجابياً على جمهور المتابعين فجاءت بالترتيب التالي: "لا تؤدي إلى العداوة بين الأصدقاء"، ولا تنشر الكره والحقد بينهم"، ثم "لا تؤدي مشاهدتها إلى محاولة الانتحار"، ثم "تؤدي إلى نشر النزاهة بين الأفراد"، ثم "تؤدي إلى نشر قيمة الصدق"، وأخيراً قيمة "تقوية العلاقات بين الأصدقاء"، وبشكل عام تؤكد الدراسة على أن مدى الدراما التركية على القيم الاجتماعية للشباب يتعلق في غالب الأحيان بالعوامل والظروف المحيطة بهم، فلا يمكن إنكار ما تحمله هذه الدراما من مضامين سلبية، لكن هذا أيضاً لا يعتبر وحده عاملاً من عوامل التأثير، فوجود ظروف جيدة محيطة بهؤلاء الشباب قد تقلل من تأثيرهم بهذه الدراما والعكس صحيح (زين، 2015).

وفي إطار نفس السياق المتعلق بتأثيرات المسلسلات الأجنبية في القنوات الفضائية العربية على قيم الشباب، فقد جاءت دراسة نعيم فيصل المصري، والتي هدفت إلى التعرف على أثر المسلسلات المدبلجة في القنوات الفضائية العربية على القيم لدى الشباب الجامعي الفلسطيني، فضلاً عن معرفة مدى وعي الشباب الجامعي الفلسطيني بخطورة المسلسلات المدبلجة المعروضة في القنوات الفضائية العربية على القيم الاجتماعية، وقد تم سحب عينة عشوائية طبقية قوامها (123) طالب وطالبة، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج منها: إن المسلسلات المدبلجة لها تأثير سلبي على العديد من القيم المختلفة وخاصة القيم الدينية والروحية مثل: "الحياء"، و"التقوى"، و"الالتزام الديني"، كما أنها تقدم سلوكيات سلبية تتعكس على المشاهدين كـ"تضييع الوقت"، و"الإعجاب بالنجوم"، و"إهمال الفروض الدينية" (المصري، 2015، ص 363 - 395).

وهدف دراسة Zhaoxi Josie Liu، إلى مقارنة العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام التقليدية على اختلاف أنواعها ومنظومة قيم ما بعد المادية postmaterialist value، والتي تمثلت في الدراسة في مجموعة الأهداف التي يجب أن تسعى الدولة لتحقيقها، والتي يعتقد الشباب بأنها الأكثر أهمية على الإطلاق، والتي تعكس في مجملها التساؤل الرئيسي لهذه الدراسة، وهو هل أثر استخدام وسائل الإعلام على دعم منظومة قيم ما وراء المادية أم لا؟ وقد تم تقسيم هذه الأهداف إلى 12 هدف في الدراسة كالتالي وهي: "الحفاظ على النظام في الأمة"، و"إعطاء الجمهور الكلمة الأخيرة في الكثير من القرارات الحكومية المهمة"، و"مكافحة ارتفاع الأسعار"، و"حماية حرية التعبير"، و"مستوى عال من النمو الاقتصادي"، و"التأكد من أن هذا البلد لديه قوات دفاع قوية"، و"جعل الناس لديهم رأي أكبر حول كيفية إتمام وظائفهم في مجتمعاتهم التي يتواجدون بها" و"محاولة جعل المدن والريف أكثر جمالاً"، و"تحقيق اقتصاد مستقر"، و"مكافحة الجريمة"، و"التقدم نحو مجتمع أقل شخصنة وأكثر إنسانية"، و"التقدم نحو مجتمع حيث الأفكار تحسب أكثر من المال".

وقد اعتمد الباحث على تحليل نتائج أحد الاستبيانات الدولية التي أجريت لقياس القيم دولياً في الفترة من 2008 - 2012، والتي قامت بها مؤسسة (World Values Survey (WVS)، وذلك في كل من الصين والولايات المتحدة الأمريكية. وقد تم إجراء هذا الاستبيان على عينة طبقية مقدارها 2015 شاباً أمريكياً، و1249 شاباً صينياً، وفي هذا الصدد أظهرت نتائج التحليل أن الشباب الأصغر سناً في الصين كان لديهم توجهات نحو قيم ما بعد المادية على نحو أكبر من تلك التي لدى من هم في مرحلة النضوج. أما فيما يخص النتائج المتعلقة بعينة الشباب من المجتمع الأمريكي، فأكدت نتائج الدراسة على أن لديه قيم ما بعد المادية على نحو أكبر من تلك الموجودة لدى الشباب في المجتمع الصيني ككل، كما توصلت الدراسة إلى أن استخدام الشباب لوسائل الإعلام كان له تأثيراً كبيراً على القيم في الصين على نحو أكبر من الولايات المتحدة الأمريكية. وأخيراً، تمثل ترتيب أهم العوامل المؤثرة على دور وسائل الإعلام في إدراك الشباب لمنظومة قيم ما وراء المادية في الترتيب التالي: السن - التعليم - المستوى التعليمي - درجة التقوى والوازع الديني لدى المبحوث - استخدام الصحف - استخدام التلفزيون (Lui, 2015, pp. 383 - 398).

الاتجاه البحثي الثاني: الدراسات التي تناولت تأثيرات وسائل الإعلام التقليدية على القيم السياسية للشباب
 يرصد هذا الاتجاه لمجموعة الدراسات التي تستهدف التعرف على تأثيرات وسائل الإعلام التقليدية على القيم السياسية لدى الشباب والتي منها قيم المواطنة، وحرية التعبير، والعدالة، فضلاً عن قيم المشاركة السياسية، وذلك على النحو التالي:

في إطار التعرف على تأثير برامج المسؤولية الاجتماعية على قيم المواطنة لدى الشباب، هدفت دراسة أحمد طلب وعمرو سليمان إلى الكشف عن طبيعة العلاقة الارتباطية بين برامج المسؤولية الاجتماعية وقيم المواطنة لدى عينة من طلاب جامعة الملك خالد بالمملكة العربية السعودية، وقد استخدم الباحثان كلاً من المنهج المسحي والمنهج شبه التجريبي، وفي هذا الإطار عرف الباحثان البرنامج الإرشادي بأنه مجموعة من الجلسات يبلغ عددها 18 جلسة بنيت على أساس الإرشاد الانتقائي، حيث تتضمن كل جلسة معلومة، وخبرة، ومهارة، ونشاط، بهدف تنمية المسؤولية الاجتماعية وتعزيز قيم المواطنة لدى طلاب الجامعة. كما أجرى الباحثان دراستهما الميدانية على عينة تكونت من 400 مفردة، وقام الباحثان بتصميم الأدوات التالية: مقياس المسؤولية الاجتماعية، ومقياس قيم المواطنة، وبرنامج إرشادي. وفي هذا الصدد توصلت الدراسة إلى: وجود ارتباط موجب ودالة إحصائية بين المسؤولية الاجتماعية وقيم المواطنة لدى الطلاب من عينة الدراسة، مع عدم وجود فروق دالة إحصائية بين متوسط درجات الذكور ومتوسط درجات الإناث من حيث دور مقياسي المسؤولية الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة، وبشكل عام توصلت الدراسة إلى فاعلية البرنامج الإرشادي في تنمية المسؤولية الاجتماعية وتعزيز قيم المواطنة لدى أفراد المجموعة شبه التجريبية (طلب وسليمان، 2019، ص ص 16 - 32).

وعن علاقة الدراما بتعزيز قيم المواطنة لدى الشباب، هدفت دراسة برجيل سمية إلى التعرف على دور الدراما التاريخية الجزائرية في ترسيخ قيم المواطنة لدى عينة من الشباب الجزائري، وذلك بالتطبيق على دراما "الحريق" نموذجاً، واعتمدت الدراسة على عدد من أدوات جمع البيانات أهمها الملاحظة وتحليل المضمون للمسلسل موضع الدراسة، بجانب إجراء

مقابلات متعمقة مع عدد من الشباب بلغ عددهم 18 شاباً ممن تتراوح أعمارهم بين 19- 35 سنة، تم اختيارهم بطريقة عمدية ممن شاهدوا بالفعل المسلسل موضع الدراسة، كما تم تحليل مضمون جميع حلقات المسلسل موضع الدراسة.

ووفقاً لأهم النتائج، جاءت أنماط القيم السياسية التي تضمنها هذا العمل في الترتيب التالي: "الانتماء السياسي"، "اجتماع الشورى"، "المشاركة"، "الاستقلال"، "الوطنية"، "الحرية"، فيما تمثلت أهم أنماط القيم الاجتماعية التي عكسها المسلسل الدرامي موضع الدراسة في: "المسؤولية"، "الوعي الاجتماعي"، "الزيارات العائلية"، "التكافل بين الجيران"، "الحرية"، وقد تمثلت أهم نتائج الشق الميداني في إقرار النسبة الأكبر من أفراد عينة الدراسة بأن المسلسل الدرامي موضع الدراسة ساعد على ترسيخ قيم "الحرية" و"الانتماء للوطن" لديهم، بالإضافة إلى وجود علاقة ارتباطية بين الدراما التاريخية القائمة على أحداث تاريخية وطنية، وبين العديد من القيم أهمها قيم "المواطنة"، وعندما طلب من أفراد العينة ترتيب قيم المواطنة التي يعرضها المسلسل جاءت بالترتيب التالي: "الحرية"، ثم "الوطنية"، ثم "الانتماء"، ثم "المشاركة"، ثم "المسؤولية"، وأخيراً "الحقوق والواجبات" (سمية، 2019).

ومن منطلق كون المنظومة القيمية السياسية للشباب عاملاً مؤثراً على قراراتهم السياسية، جاءت دراسة Jovan Milojevich & Peter Beattie، والتي هدفت إلى فحص تأثيرات كل من منظومة القيم السياسية للجمهور، وأطر معالجة وسائل الإعلام الأمريكية التقليدية للعديد من المواضيع السياسية على قرارات الخيار السياسي لدى عينة من الجمهور الأمريكي، والتي قُسمت لثلاث فئات هي الشباب، ومن هم في مرحلة النضوج، ومرحلة الكهولة، وقد قام الباحث بداية بقياس منظومة القيم السياسية لدى هذه العينة باستخدام مقياس Hurwitz and Peffley المصمم لهذا الغرض، حيث بلغت نسبة العينة الكلية 556 مفردة شاملة الفئات سألغة الذكر، وتوصلت الدراسة في هذا الصدد إلى أن وسائل الإعلام تخلق أطراً يتم من خلالها نقل المعلومات إلى الجمهور، ويكون لهذه الأطر تأثيرات متعددة على الرأي العام بالاعتماد على كيفية إتخاذها مع قيم هذا الجمهور على اختلاف طوائفه وأعمارهم، كما جاء بنتائج الدراسة أنه لا القيم المتضمنة بمضامين وسائل الإعلام، ولا التعرض للأطر الإعلامية المقدمة عبر وسائل الإعلام التقليدية لديهم أية علاقة بقرارات الخيار السياسي، بل أحياناً ما تعارضت هذه الخيارات مع بعض القيم السياسية الموجودة لديهم بالفعل، الأمر الذي يؤكد أن القيم السياسية لدى الأفراد خاصة الشباب منهم لم تكن من ضمن المتغيرات المؤثرة في قراراتهم السياسية (Milojevich & Beattie, 2018, pp. 831 - 855).

وجاءت دراسة بهجت أبو زعنونة للتعرف على آراء طلبة الجامعة نحو الدور الذي تقوم به الفضائيات الفلسطينية في تعزيز قيم التربية الوطنية، إضافة إلى رصد التحديات المعاصرة التي تواجه الفضائيات الفلسطينية في ظل تهديد العولمة لقيم التربية الوطنية في المجتمع الفلسطيني، وتطرقت الدراسة إلى الكشف عن المعوقات التي تواجه الفضائيات الفلسطينية في توجيه الطلبة نحو تعزيز وتنمية قيم التربية الوطنية، واعتمدت الدراسة على أداة الاستبيان لجمع المعلومات والتي طبقت على عينة قوامها 500 طالب وطالبة من طلاب جامعة الأقصى. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: إن الفضائيات الفلسطينية تسهم في ترسيخ مفاهيم التربية الوطنية في نفوس طلبة الجامعات بنسبة كبيرة، وأن لها دوراً كبيراً في العملية التعليمية التي تقوم على ترسيخ قيم التربية الوطنية، وفي نشر مفاهيم التربية

الوطنية المتمثلة في التسامح واحترام الآخرين بين الشباب، وأكدت الدراسة على أهمية تطوير برامج لتشجيع الشباب على المشاركة في بناء الدولة (أبو زعنونة، 2017، ص ص. 130 - 174).

وفي إطار التعرف على دور وسائل الإعلام التقليدية في دعم القيم السياسية لدى الشباب، تناولت دراسة محمد فالحنايه التميمي ومحمد العامري الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام العراقية في تعزيز أبعاد المواطنة خاصة السياسية منها، وذلك لدى عينة من الشباب الجامعي العراقي، وقد طبقت الدراسة على عينة مقدارها 488 مفردة تم اختيارها بطريقة العينة العشوائية الطبقية، وتوصلت الدراسة إلى: وجود فروق دالة إحصائياً لصالح الإناث من عينة الدراسة، ولصالح التخصص الدراسي، وذلك من حيث تقدير دور وسائل الإعلام العراقية في تعزيز الشعور بالمواطنة، مع وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً (وإن كانت ضعيفة) بين مقروئية الصحف العراقية، والاستماع إلى الإذاعات العراقية من قبل عينة الدراسة ومتابعتها لمعرفة موضوعات المواطنة، وبين تدعيم قيم المواطنة لديهم، بينما كشفت الدراسة عن وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً (متوسطة) بين مشاهدة عينة الدراسة للقنوات التلفزيونية العراقية، ومتابعتها لمعرفة موضوعات المواطنة، ومعدلات تدعيم قيم المواطنة للشباب من عينة الدراسة (التميمي، العامري، 2017، ص ص. 127 - 154).

وفي إطار نفس السياق السابق، تلقي دراسة Wen-Chun Chang الضوء على محاولة فهم العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام ومواقف الشباب التايلندي تجاه قيم الديمقراطية، والارتباط بالمشاركة السياسية. وقد تم استخدام عينة عشوائية طبقية من الشباب التايلندي قوامها 1622 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى أن استخدام وسائل الإعلام للحصول على معلومات إخبارية ارتبط بشكل إيجابي بالمواقف تجاه القيم الديمقراطية، وأن المواقف تجاه القيم الديمقراطية ترتبط ارتباطاً إيجابياً بالمشاركة في السياسة، وبالتالي تدعم النتائج الفرض القائل بأن استخدام وسائل الإعلام مهم لتشكيل مواقف المواطنين تجاه القيم الديمقراطية من خلال توفير معلومات حول الشؤون العامة، وتوسيع فهم المواطنين للسياسة الديمقراطية، الأمر الذي يسهل استخدام وسائل الإعلام في عملية التنشئة الديمقراطية، ويؤدي بالتالي إلى مزيد من المشاركة في السلوكيات السياسية المختلفة، كما توصلت الدراسة إلى نتيجة مهمة وهي أن استخدام الشباب لوسائل الإعلام التقليدية المتمثلة في البرامج التلفزيونية الإخبارية والصحف للحصول على الأخبار والمعلومات السياسية يؤدي إلى المزيد من الارتباط الإيجابي تجاه القيم الديمقراطية (Chang, 2017, pp. 385 - 406).

بينما هدفت دراسة Mian Ahmad Hanan إلى التعرف على تصور عينة من الصحفيين الباكستانيين فيما يتعلق بدور الإعلام الباكستاني التقليدي، خاصة الصحافة، في تعزيز قيم الديمقراطية لدى الشباب على وجه التحديد، وبلغت عينة الصحفيين 82 صحفي باكستاني، بالإضافة إلى إجراء مقابلة متعمقة مع 5 من كبار الصحفيين والذين يشغلون مناصب عالية، وذلك للحصول على رؤى حول دور وسائل الإعلام في تعزيز قيم الديمقراطية، وخلصت هذه الدراسة إلى أن الإعلام الباكستاني لم يلعب دوراً في تعزيز قيمة المشاركة لدى الشباب، وفي الوقت نفسه وافقت عينة الدراسة على الدور الفاعل لوسائل الإعلام في خلق الوعي وتوفير المعلومات العامة، والتي تكون بمثابة مراقبة لسياسات الحكومة. بالإضافة إلى ذلك، فأغلبية المشاركين لم يوافقوا على دور وسائل الإعلام التقليدية كأدوات محددة لأجندة

التمسك بمبادئ وقيم الديمقراطية، كما أثبتت الدراسة عدم وجود فروق إحصائية بين تصور كبار وصغار الصحفيين فيما يتعلق بدور وسائل الإعلام في تعزيز قيم الديمقراطية لدى الشباب في باكستان. وبالتالي أوصت الدراسة بأن يشتمل تطوير وسائل الإعلام بباكستان، بحيث تكون منصات لتحفيز ودعم الديمقراطية بين الشباب (Hanan et al., 2016, pp. 331 - 345).

وهدفت دراسة يوسف العنزي (2016) إلى بناء وتنفيذ برنامج إرشادي لتنمية المسؤولية الاجتماعية والمواطنة لدى عينة من الشباب السعودي، وقد تمثل البرنامج في مجموعة محاضرات توعوية وتثقيفية عن الأسباب المؤدية لعدم تحمل المسؤولية وضعف المواطنة، واستخدم الباحث المنهج شبه التجريبي، حيث طبق مقياس المسؤولية الاجتماعية والمواطنة على مجموعتين متكافئتين (تجريبية وضابطة) من طلاب جامعة تبوك وعددهم 30 طالباً، وخضعت المجموعة التجريبية للبرنامج الإرشادي (المتغير المستقل)، كما خضعت المجموعتان لإجراءات القياس القبلي والبعدي نفسها، بهدف التعرف على أثر البرنامج، وخضعت المجموعة التجريبية والضابطة في اتجاه المجموعة التجريبية بعد تطبيق البرنامج، وأرجع الباحث ذلك إلى كفاءة الأساليب والفنيات الإرشادية المستخدمة في البرنامج، والتي أثبتت فاعليتها في كثير من البحوث والدراسات، كما أظهرت النتائج وجود فروق في المسؤولية الاجتماعية والمواطنة للمجموعة التجريبية بعد تطبيق البرنامج مباشرة والقياس التتبعي (شهر، شهران، ثلاثة شهور) في اتجاه القياس التتبعي بعد ثلاثة أشهر، وهذا يعني أن البرنامج له فاعلية في تحسين المسؤولية الاجتماعية والمواطنة بعيدة المدى (العنزي، 2015، ص ص. 195 - 232).

المحور الثاني:

استعراض الدراسات المرتبطة بتأثيرات وسائل الإعلام الجديدة على القيم الاجتماعية والسياسية لدى الشباب تتضمن الدراسات ضمن هذا المحور الموضوعات والقضايا البحثية التي تهتم بعرض تأثيرات وسائل الإعلام الجديدة على القيم الاجتماعية والسياسية للشباب، حيث أفرزت وسائل الإعلام الجديدة خاصة مواقع التواصل الاجتماعي، كالفيسبوك، وتويتر، وغيرها، قيماً جديدة لدى الشباب باعتبارهم من أكثر الفئات استخداماً لها، الأمر الذي قد يندرج باتساع الفجوة بين الأجيال نتيجة الصراع بين القيم التي يمثلها ويدعو لها الآباء، في حين ينظر لها الأبناء على أنها موروثات تجاوزتها مخرجات الثورة المعلوماتية الحديثة، وبشكل عام يمكن القول بأن هذا المحور يرصد لاتجاهين أساسيين هما:

- الدراسات التي تناولت تأثيرات وسائل الإعلام الجديدة على القيم الاجتماعية لدى الشباب.
- الدراسات التي تناولت تأثيرات وسائل الإعلام الجديدة على القيم السياسية لدى الشباب.

وبشكل عام، يمكن القول بأنه لا يمكن فهم تأثيرات وسائل الإعلام الحديثة على قيم الشباب الاجتماعية والسياسية، بدون فهم كيفية تأثير قيم الشباب على استخدامهم لوسائل الإعلام الحديثة، وذلك بالشكل الذي يمكن القول معه بأن هذه العلاقة التأثيرية هي علاقة متبادلة وليست أحادية الاتجاه، وذلك على نحو ما هو مبين بالاتجاهين البحثيين التاليين:

الاتجاه الأول: الدراسات التي تناولت تأثيرات وسائل الإعلام الجديدة على القيم الاجتماعية لدى الشباب

في سياق التعرف على تأثيرات وسائل الإعلام الجديدة على قيم الشباب الاجتماعية، جاءت دراسة Beandina Sremov & Jeri Pevelka للتتعرف على الفروق بين الجنسين من الشباب والمراهقين بجمهورية سلوفاكيا Slovakia فيما يخص دوافعهم للتسوق عبر الإنترنت بناءً على القيم النفعية التي تعكسها إعلانات الإنترنت، وبعبارة أخرى، بحثت الدراسة في تأثيرات القيم النفعية التي تعكسها الإعلانات الإلكترونية على السلوك الشرائي للشباب من عينة الدراسة، وما إذا وجدت فروق بين الجنسين في ذلك، وقد تكونت عينة الدراسة من 420 شاباً وشابة، وفي هذا الصدد، توصلت الدراسة إلى أن منظومة القيم المادية والنفعية التي احتوتها إعلانات الإنترنت أثرت تأثيراً كبيراً على السلوك الشرائي للشباب، وجاء هذا التأثير على الذكور على نحو أكبر من الإناث، وتصدرت قيمتي "المتعة" و"الرفاهية" قائمة أهم القيم النفعية التي احتوت الإعلانات الإلكترونية عليها، وكان لها التأثير الأكبر على السلوك الشرائي لعينة الدراسة (Sremova & Pavelka, 2019).

وهدفت دراسة عادل عبد الرازق وزينة سعد إلى التعرف على تأثيرات استخدام وسائل الإعلام الرقمية بمختلف أشكالها وأنواعها على بناء المنظومة القيمية للشباب العراقي، ومعرفة أهم التأثيرات الإيجابية والسلبية الناتجة عن هذا الاستخدام، وقد استخدم الباحثان منهج المسح الوصفي التحليلي، وتم اختيار عينة الدراسة بطريقة العينة المتاحة، وبلغ حجم العينة النهائية (300) مفردة. وتوصل البحث إلى عدد من النتائج من أهمها أن أهم التأثيرات الإيجابية لاستخدام وسائل الإعلام الرقمية هي أنها "ساعدت في البحث عن معلومات علمية جديدة"، و"الاطلاع على أخبار البلد"، و"الانفتاح على الثقافات الأخرى"، و"تعريف الآخرين بالثقافة العراقية"، بينما تمثلت أهم التأثيرات السلبية لهذا الاستخدام في: "هدر الوقت"، و"زيادة الخلافات بين الأشخاص في الآراء"، و"تعلم مهارات وكلمات دخيلة على المجتمع"، فضلاً عن "التشجيع على إقامة علاقات غير شرعية مع الجنس الآخر"، وبالتالي يظهر ذلك أن هناك تغييراً في المنظومة القيمية للمجتمع العراقي نتيجة لاستخدام تلك الوسائل الرقمية (عبد الرازق وسعد، 2019، ص ص. 52 - 74).

وفي نفس سياق التعرف على تأثير الإنترنت على قيم الشباب، هدفت دراسة Ahmed Arafa et al. إلى التعرف على تأثير استخدام الشباب المصري للإنترنت على قيمة "تقدير الذات"، وفي هذا الصدد تم استخدام استبيان إلكتروني قاس نسب استخدام الإنترنت اليومي لدى عينة الدراسة المكونة من 407 مفردة من الشباب المصري باستخدام العينة المتاحة، وفي هذا الصدد توصلت الدراسة لعدد من النتائج المهمة منها: إن النسبة الأكبر من أفراد عينة الدراسة يعدوا من مستخدمي الإنترنت بكثافة، وقد زادت نسب الاستخدام بين أولئك غير المتزوجون، كما قاس الجزء الثاني من الاستبيان قيمة "تقدير الذات" لدى الشباب من عينة الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى أنه توجد علاقة ارتباطية بين زيادة استخدام الإنترنت و"تقدير الذات" لدى الشباب من عينة الدراسة، فكلما زاد معدل استخدام الشباب للإنترنت، قل تقديرهم لذواتهم (Arafa et al., 2019).

وفي سياق آخر، هدفت دراسة Khendum Choden et al. إلى توظيف نظرية Schwartz's value theory (SVT) والتي قدمت تصنيفاً لأربع فئات رئيسية للقيم الإنسانية شملت: قيم تعزيز الذات (بما تشمله من قيم الإنجاز

والقوة)، وقيمة الانفتاح على التغيير (وتشمل قيم التحفيز والتوجيه الذاتي والمتعة)، وقيم الحماية (وتشمل حماية العادات والتقاليد)، وقيم تجاوز الذات (وتشمل الإحسان للغير والمسئولية الاجتماعية)، وذلك للتعرف على تأثير هذه المنظومة من القيم الفردية للشباب الأوروبي على استخدامهم للإنترنت، وفي هذا السياق تم إجراء الدراسة على عينة مقدارها 3465 شاباً من 25 دولة أوروبية، وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود تأثير قوي للمنظومة القيمية للشباب على استخدامهم للإنترنت، وخاصة قيمتي "تعزيز الذات" و"تجاوز الذات" - (Choden et al., 2019, pp. 198 - 209).

بينما هدفت دراسة Ekram Elsaleh إلى بيان أثر وسائل التواصل الاجتماعي على النسق القيمي لدى الطالبات الجامعيات بالمملكة العربية السعودية، فضلاً عن محاولة السعي للوصول إلى تحديد دور مقترح للأخصائية الاجتماعية بالجامعة للتعامل مع الآثار المترتبة على استخدام طالبات الجامعة لوسائل التواصل الاجتماعي من خلال معطيات النموذج المعرفي. وقد استخدمت الباحثة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات من عينة من أعضاء الهيئة التعليمية المتخصصين في الخدمة الاجتماعية في الجامعات الحكومية بمدينة الرياض والذي بلغ عددهم (150) عضواً، وفي هذا الصدد توصلت الدراسة إلى وجود آثار سلبية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي على النسق القيمي للطالبة الجامعية تمثل في ظهور ألفاظ وعبارات دخيلة على لغتنا ومرفوضة أخلاقياً، فضلاً عن التأثير بسلوكيات الآخرين في المظهر الخارجي، والتعاون في عرض الصور الشخصية. كما أوضحت النتائج مناسبة النموذج المعرفي في الحد من الآثار السلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على النسق القيمي. وقدمت الدراسة لبعض التوصيات في هذا المجال منها: أهمية وضع خطط على مستوى الجامعة لمواجهة التغيير في النسق القيمي لدى الطالبات (Elsaleh, 2018, pp. 204 - 239).

أما دراسة عبد الحكم أبو حطب، فقد هدفت إلى التعرف على العلاقة الارتباطية بين تكرار تعرض المبحوثات الريفيات في سن الشباب من أربعة قرى من قرى الشرقية لمواقع التواصل الاجتماعي وبين المنظومة القيمية لديهن، وقد استخدم الباحث منهج المسح الإعلامي عن طريق تطبيق استمارة استبيان بالمقابلة على عينة من الشابات الريفيات بمحافظة الشرقية قوامها (٤٠٠) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية: ارتباط المتغيرات المستقلة مجتمعاً ارتباطاً معنوياً بقيمة "التماسك الأسري"، وتمثلت المتغيرات الأكثر إسهاماً في هذه العلاقة في: المستوى التعليمي للمبحوثة، ومهنتها، ومدى تكرار التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي. كما توصلت الدراسة إلى إيجابية القيم السياسية للمبحوثات عموماً، إلا أنها كانت أكثر وضوحاً فيما يتعلق بالمشاركة في الانتخابات، وأقل وضوحاً فيما يتعلق بالاشتراك في الأحزاب. كما توصلت الدراسة أيضاً إلى أن التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي كان له تأثيراً سلبياً على القيم التعليمية للمبحوثات وأن هذا التأثير السلبي يزداد مع تكرار التعرض (أبو حطب، 2018، ص ص. 11 - 64).

بينما هدفت دراسة Tuti Budirahayu et al. إلى محاولة فهم ما إذا كان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي له تأثيراً على قيم التعددية الثقافية لدى الشباب الإندونيسي، وفي هذا السياق تم تطبيق الدراسة على عينة مقدارها 400 مفردة من الشباب الجامعي الإندونيسي، وباستخدام عينة عنقودية متعددة المراحل، توصلت الدراسة لعدد من النتائج منها: تقريباً أكثر من نصف عينة الدراسة

لم يسموا قط عن مصطلح التعددية الثقافية ولم يعرفوه، إلا أنه بعد شرح هذا المصطلح لهم جاءت النتائج بأن القيم التي اكتسبها الشباب من وسائل التواصل الاجتماعي تميل إلى كونها قيماً تتوجه نحو التعددية الثقافية بما تحمله من مفهوم التنوع الثقافي والانفتاح على الثقافات المختلفة، وبشكل عام اعتبر الشباب أن المعلومات التي يحصلون عليها من وسائل التواصل الاجتماعي تساهم في عملية تنشئتهم اجتماعياً، وتحدث لديهم نوعاً من التنوع القيمي (Budirahayu et al., 2018, pp. 427 - 439).

وفي سياق آخر هدفت دراسة Shahrokh Nikou et al. إلى التعرف على تأثير المنظومة القيمي للشباب على مستوى تفاعلهم مع وسائل التواصل الاجتماعي، وفي هذا الصدد تم إجراء دراسة ميدانية للتعرف على تأثير متغيرات شملت نوع القيم من حيث كونها محلية أو عالمية، وتأثيرات الموقف الاتصالي، والنوع، على مستوى التفاعل مع وسائل التواصل الاجتماعي، وقد شملت الدراسة 116 شاباً فنلندياً، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج منها: إن نوع المبحوثين كان له التأثير الأكبر على مستوى التفاعل على شبكات التواصل الاجتماعي، فضلاً عن تأثير متغير نوع القيم بنوعها سواء كانت محلية أو عالمية، وأن هذه المتغيرات جميعها تتشابه معاً للتأثير على مستوى التفاعل الاجتماعي للشباب على شبكات التواصل الاجتماعي (Nikou et al., 2018, .pp. 421 - 435).

وفي إطار التعرف على دور الشبكات الاجتماعية في تعزيز القيم الاجتماعية لدى الشباب، هدفت دراسة نزيهة عثمانة، إلى الإجابة على التساؤل: هل ساعدت شبكات التواصل الاجتماعي على دعم وتعزيز القيم الاجتماعية لدى عينة من الطلبة الجامعيين بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة بالجزائر، وقد تم الاعتماد على عينة عشوائية بسيطة قوامها 121 مفردة، حيث أوضحت الدراسة أن أغلبية الطلبة الجامعيين يتعرضون لمواقع التواصل الاجتماعي بطريقة غير انتقائية دون مراعاة لما تقدمه من مضامين قد تتنافى مع العادات الراسخة لديهم، الأمر الذي انعكس سلباً على منظومة القيم الاجتماعية لديهم، وفي هذا الصدد توصلت الدراسة إلى أن غالبية أفراد العينة يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي أثرت سلباً على قيمهم الاجتماعية، وفي الوقت نفسه، فقد ساعدت هذه المواقع على الارتباط ببعض القيم الاجتماعية الإيجابية الراسخة بالمجتمع، وتصدر دافع "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل مع الأصدقاء والأهل" أهم دوافع استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي (عثمانة، 2017).

وفي إطار نفس السياق السابق، هدفت دراسة أحمد صالح وآخرون (2017)، إلى الوقوف على أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على النسق القيمي، ومدى التغير القيمي للشباب في المجتمع الريفي بمحافظة سوهاج، ولتحقيق هدف الدراسة تم اختيار عينة عمدية قوامها 491 مفردة من الشباب الريفي من الأعضاء بمراكز الشباب التابعة لعدة قري بمحافظة الصعيد، وقد تم تقسيمهم لمجموعتين: مجموعة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي، ومجموعة أخرى لا تستخدمها، وقد أوضحت النتائج أن درجة ثقة الشباب الريفي في مثل هذه المواقع "متوسطة"، وأن القيم "الاقتصادية" هي التي تصدرت النسق القيمي للشباب الريفي المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي، في حين تصدرت القيم "الدينية" النسق القيمي للشباب الريفي غير المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي، وقد اختار الشباب الريفي المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي القيم "العصرية"، بينما وقع اختيار الشباب الريفي غير المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعي على القيم

"التقليدية"، وبشكل عام أثبتت الدراسة عدم وجود علاقة بين متغيرات الجنس، أو السن، أو معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، أو وقت هذا الاستخدام، وبين التغير القيمي لدى الشباب من عينة الدراسة (صالح وآخرون، 2017، ص ص. 288 - 311).

وفي سياق آخر، هدفت دراسة Minsu Park et al إلى التعرف على التأثيرات المتوقعة لموقع YouTube على القيم الثقافية لدى الشباب من جنسيات مختلفة في العالم، وبالتالي اختبار فرضية أن الإنترنت تسهل التقارب الثقافي العالمي، وفي هذا الصدد، تم الاعتماد على قائمة يومية بمقاطع الفيديو الأكثر شيوعاً على YouTube والأكثر استخداماً من الشباب في 58 دولة، وذلك للتحقق من فرضية انتشار نفس الفيديوهات بين الشباب في بلدان مختلفة من حيث اللغة والقيم الثقافية ومعدلات انتشار الإنترنت بها، وقد تم قياس متغير الترابط الثقافي بين الشباب باستخدام مقياس Opsahl et al، وذلك من خلال رصد خلفيات معلوماتية عن الشباب المشاركين وما يقومون به من تعليقات، وفي هذا الصدد توصلت الدراسة إلى أنه على الرغم من أن وسائل التواصل الاجتماعي قد سهلت الوصول العالمي إلى المنتجات الثقافية، إلا أن هذه القدرة التكنولوجية لم تؤدي إلى إحداث تقارب ثقافي عالمي، حيث اتضح أن استخدام مقاطع الفيديو الشائعة في بلدان مختلفة ثقافياً لم يحدث نوعاً من التقارب الثقافي بين هذه الدول، وذلك لأن هذا الاستخدام مقيد ومشروط بالقيم الثقافية السائدة في كل مجتمع من المجتمعات موضع الدراسة، وفي الوقت نفسه، فإن مشاهدة هذه الفيديوهات في الدول المتقدمة أحدث نوعاً من التقارب الثقافي والجغرافي بين الشباب، أرجعه الباحث لتقارب القيم والعادات الثقافية بين الشباب في الدول المتقدمة على نحو كبير (Park et al., 2017, pp. 1 - 13).

وفي إطار نفس السياق السابق، هدفت دراسة أحمد الزبون إلى الكشف عن درجة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية على المنظومة القيمية لطلبة كلية عجلون الجامعية بالأردن، وقد اشتملت هذه المنظومة القيمية على أربعة مجالات هي: القيم الأخلاقية، والاجتماعية، والجمالية والاقتصادية، وتكونت عينة الدراسة من 175 طالباً وطالبة، تم اختيارهم عشوائياً، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن درجة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المنظومة القيمية للطلبة من عينة الدراسة كانت "متوسطة"، وأظهرت النتائج أن القيم "الجمالية" جاءت في المرتبة الأولى، (مثلتها عبارات: تزودني شبكات التواصل الاجتماعي بتعليمات الوقاية الصحية، وتعلمني كيف أعطي بمظهري، وتعلمني النظام والترتيب)، تلتها في المرتبة الثانية القيم "الاقتصادية" (مثلتها عبارات: تنمي شبكات التواصل الاجتماعي لدي قيمة المحافظة على ممتلكات الدولة العامة، وتعزز من أهمية الزكاة في حل مشكلة الفقر، وتعزز من قيمة التوفير لدي)، وفي المرتبة الثالثة جاءت القيم "الاجتماعية" مثل (تنمي شبكات التواصل الاجتماعي مشاركتي زملائي أفرحهم وأحزانهم، أتعلم منها أدب المحاوره مع الآخرين، وتعلمني كيف أكون متواضعاً مع الآخرين)، بينما جاءت القيم "الأخلاقية" في المرتبة الأخيرة، ومثلتها عبارات (تعزز شبكات التواصل الاجتماعي لدي بر الوالدين، وتعزز لدي الصدقة على الفقراء والمحتاجين، وتزودني بمفاهيم السماح مع الآخرين والتجاوز عن أخطائهم) (الزبون، 2017، ص ص. 44 - 75).

وفي إطار نفس السياق السابق، هدفت دراسة ضريف عبد الرحمن إلى التعرف على تأثيرات "الفيسبوك" على القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين بجامعة د. مولاي الطاهر بسعيدة، وباستخدام عينة عمدية مقدارها 100

مفردة، توصلت الدراسة إلى: وجود تأثير للوسائل التكنولوجية الحديثة على النسق القيمي لدى الطلاب الجامعيين، مهدداً بذلك قيم الشباب وعاداته وتقاليده، وخصوصاً في المحاكاة وتقليد كل ما يخص الموضة، وعدم وجود تناسق الحوار بين الطالب وأسرته، وأكدت الدراسة على أن "الفيسبوك" أصبح ملاذاً للطالب الجامعي من الواقع المعاش، إذ اكتسح تفكيره التفكير الغربي والثقافة الغربية، والتي أثرت على عاداته وقيمه الاجتماعية والإسلامية، كما بينت الدراسة أن "الفيسبوك" ساهم في طمس الهوية الثقافية للشباب (عبد الرحمن، 2017).

أما دراسة Ho, H., Shin, W., & Lwin, M. O. فقد بحثت في تأثيرات استخدام الشباب بسنغافورة لشبكات التواصل الاجتماعي المختلفة وتأثير ذلك على منظومة القيم المادية لديهم، فضلاً عن التعرف على دور الآباء في محاولة حماية أبنائهم من الشباب من طغيان تأثير هذه القيم المادية عليهم، وفي هذا الصدد تم استخدام استمارة استبيان لعينة قوامها 903 مفردة من الشباب من سنغافورة من الذكور والإناث، ودعمت النتائج الفرض الرئيسي للدراسة والقائل بالتأثير المتعاضد لاستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي على دعم القيم المادية لدى الشباب السنغافوري، والتي ساهمت بدورها في التأثير على تصوراتهم الاجتماعية، كما توصلت الدراسة أيضاً إلى قلة تأثيرات الوالدين في محاولتهم للتقليل من تأثيرات هذه الوسائل على قيم أبنائهم من الشباب، الأمر الذي يشير إلى تعاضد تأثيرات هذه الشبكات على المنظومة القيمي للشباب (Shin & Lwin, 2017).

أما دراسة Amin Mansour Wafi فقد هدفت إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز منظومة القيم داخل المجتمع الفلسطيني من وجهة نظر عينة من الشباب الفلسطيني الجامعي من دارسي تخصص الإعلام بجامعة غزة بلغت 400 مفردة، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها: إن من أهم الإشباع المتحققة للشباب الفلسطيني من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي: التمازج وإبداء الرأي، ومن أهم إيجابياتها إنها وسيلة للتفاعل وللمشاركة، وحول دور الشبكات الاجتماعية في تعزيز القيم، جاءت القيم الاجتماعية في المرتبة الأولى، وعلى صعيد القيم الشخصية، جاءت قيمة الانضباط والمواظبة أولاً، أما بخصوص نتائج تعزيز القيم من وجهة نظر الشباب عبر شبكات التواصل الاجتماعي، فعلى صعيد العلاقات الإنسانية، جاءت نتائج التعزيز في إطار أن الشبكات تعزز علاقة الإنسان مع ربه، وفيما يتعلق بدور الشبكات في تعزيز القيم في المجتمع، توضح الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي تلعب دوراً كبيراً في تعزيز قيم التضامن في المجتمع (Wafi, 2017, pp. 1 - 20).

أما دراسة Norah Khalid Alsufyan, Monira Aloud، فقد هدفت إلى استكشاف الطريقة التي تعمل بها الجامعات السعودية على جذب جمهورها عبر منصات التواصل الاجتماعي، وأهم القيم التي تحاول بثها لهم من خلال هذه الوسائل الاتصالية الحديثة، خاصة ما يتعلق بقيم الاستهلاك أو الالتزام أو المشاركة، كما تطرح الدراسة تساؤلاً آخر بخصوص ماهية التوصيات للجامعات السعودية نحو تعظيم قيمة مشاركة وسائل التواصل الاجتماعي، وفي هذا الصدد تم استخدام تحليل مضمون المنابر الاجتماعية الحديثة لعدد 26 جامعة سعودية حكومية وخاصة، وشملت هذه المنابر Facebook و YouTube و LinkedIn و Twitter، وفي هذا الصدد توصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها: تصدر موقع Twitter منصات التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً من قبل الشباب السعودي، ومن أهم القيم التي بثتها تلك

المنصات لجمهورها من الشباب الجامعي هي قيمة "الأصالة"، وانخفضت إلى حد ما قيمة "الالتزام"، وتفوقت الجامعات الخاصة على الحكومية من حيث تصدير قيم "الأصالة"، و"الالتزام"، و"المشاركة"، الأمر الذي يمكن تفسيره في ضوء زيادة اهتمامها بالحصول على رضا جمهورها الحالي، وبناء علاقات أخرى جديدة مع مجتمع الطلاب المستهدفين (Alsufyan & Aloud, 2017, pp. 267 – 303).

وفي نفس إطار التعرف على تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للشباب، هدفت دراسة محمد الفقيه، وحاتم الصالحي إلى التعرف على دوافع استخدام الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي، واستكشاف تأثير استخدامهم لها على قيمهم الاجتماعية والأسرية، وقد تم تطبيق الدراسة على 300 مفردة من الشباب في ثلاث دول عربية، هي (السعودية واليمن ومصر)، تم اختيارهم بأسلوب العينة المتاحة، واعتمدت الدراسة على استبيان إلكتروني وتوصلت إلى الآتي: ارتفاع معدل استخدام الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي، وفيما يتعلق بتأثيرات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية، كان التأثير الإيجابي الأكبر لاستخدام مواقع التواصل على قيم "الاتصال الثقافي"، يليها قيم "العلاقات الاجتماعية"، ثم قيم "التعاون" و"المشاركة الاجتماعية"، ثم قيم "تقدير الذات"، فيما انخفض التأثير نسبياً على قيم "التدين"، وكشفت النتائج عن وجود فروق في تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على قيم "التسامح" و"التدين" لدى الشباب تعود لاختلاف جنسياتهم، فضلاً عن وجود فروق في تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على قيم "التعاون" و"المشاركة الاجتماعية"، و"تقدير الذات" لدى الشباب، تعود لاختلاف مستوياتهم التعليمية (الفقيه والصالحي، 2016).

وفي إطار التعرف على أثر استخدام "الفيسبوك" على قيم وسلوكيات طلبة الجامعة، جاءت دراسة بطرس الحلاق، والتي هدفت إلى معرفة أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي متمثلاً في شبكة الفيسبوك على القيم والسلوكيات لدى عينة قوامها 360 مفردة من طلبة جامعة دمشق، على اختلاف تخصصاتهم العلمية، اختيرت بطريقة عشوائية، وكشفت نتائج الدراسة عن التالي: وافقت نسبة كبيرة من أفراد العينة على أن موقع "فيسبوك" يساعدهم على الارتباط بالقيم، ولكن الإناث وبسبب دورهن في المجتمع كُنَّ أكثر اعتقاداً في قدرة مواقع التواصل الاجتماعي على جعلهن يرتبطن أكثر بقيم "الطموح"، و"تقدير العمل"، و"احترام الذات"، و"المسؤولية"، كما توصلت الدراسة إلى أن موقع "فيسبوك" لا يستطيع مساعدة الشباب على تجاوز بعض السلوكيات السلبية، فما يمنع من القيام بهذه السلوكيات هي المؤسسات الاجتماعية وثقافتها وتقاليدها، كما أن موقع "الفيسبوك" لا يؤثر سلباً على قيم الشباب وإنما يعززها، وهذا يمكن أن يعود إلى عدة أسباب منها إن الطلاب من عينة الدراسة مزودون بمبادئ اجتماعية وثقافية تجعلهم يستخدمون موقع "فيسبوك" بصفة انتقائية، ولا يتعرضون إلى محتويات تتنافى مع معتقداتهم وثقافتهم، وأخيراً، فإن أغلبية أفراد العينة يعتقدون أن استخدامهم لموقع "فيسبوك" والتعرض لمحتوياته ساعدهم على أن يرتبطوا أكثر بالقيم التالية: "الطموح"، و"تقدير العلم" و"المواطنة" (الحلاق، 2016، ص ص. 75 – 96).

وفي سياق التعرف على تأثيرات الإعلام الجديد على القيم الأخلاقية للشباب، هدفت دراسة عربي دلال إلى التعرف على تأثير "الفيسبوك" على القيم الأخلاقية للطلاب الجامعي الجزائري، والكشف عن نوع التغيير الذي يحدثه "الفيسبوك" على

القيم الأخلاقية، وقد تم استخدام العينة الحصصية بالتطبيق على عينة من طلاب جامعة العربي بن مهيدي بولاية أم البواقي بتخصصاتهم المختلفة، بلغت 200 مفردة، وباستخدام الملاحظة المقننة والاستبيان كأدوات لجمع البيانات، توصلت الدراسة لعدد من النتائج منها: إن القيم الأخلاقية بقدر ما تعززت لدى أفراد العينة باستخدام "الفيسبوك" بقدر ما اكتسبوا سلوكاً غير أخلاقياً، مما جعل التأثير سلبي وإيجابي في نفس الوقت، وهذا يرجع للمبحوث نفسه. كما توصلت الدراسة إلى أن غالبية المبحوثين يعتقدون أن استعمالهم لوسائل الاتصال والتعرض لمحتوياتها ساعدهم على الارتباط بالقيم التي يسعون لتحقيقها، ومن بين القيم الأخلاقية التي تعززت لدى عينة الدراسة من الطلبة قيمة "فعل الخير"، و"الحث على الآداب والأخلاق من أمانة وصدق"، وبالمقابل توصلت الدراسة إلى وجود قيم غير مرغوب فيها اكتسبها الطلبة الجامعيون نتيجة استخدام "الفيسبوك" تمثلت في "المراوغة في الحديث"، والاستهزاء بالآخرين"، و"الإقبال على صفحات الفنانين ونجوم الغناء" (دلال، 2016).

أما دراسة بيرق حسين الربيعي، فقد هدفت إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم لدى الشباب، بالإضافة إلى معرفة هوية المنظومة القيمية التي شكلتها مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب الأردني، وهل استطاعت الصفحات الافتراضية أن تعزز أو تقوض من القيم لدى الشباب في مجتمعاتهم، وقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، وبلغت عينة البحث (30) فرداً باستخدام العينة المتاحة، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها: جاء لمواقع التواصل الاجتماعي دوراً في رسم الاتجاهات القيمية للشباب عبر إدراكهم لمبدأ تعدد الثقافات والأديان، وحق حرية التعبير، واحترام الرأي الآخر، كما توصلت الدراسة إلى أن أكثر من نصف العينة يعتقدون أن هناك خطراً تمثله مواقع التواصل الاجتماعي على المنظومة القيمية للأفراد (الربيعي، 2016، ص ص. 2 - 29).

وفي إطار نفس السياق السابق، هدفت دراسة حنان السعيد، إلى الكشف عن أثر استخدام عينة من طلبة جامعة ورقلة بالجزائر لمواقع التواصل الاجتماعي وتحديداً "الفيسبوك"، وتأثير ذلك على قيمهم، وقد أظهرت النتائج أن المبحوثين "الأكبر سناً" يتعاملون مع "الفيسبوك" بنوع من الوعي، وقد برز أثر استخدام "الفيسبوك" على القيم الاجتماعية من حيث أنه ساعدهم على معرفة قيم وثقافات الشعوب الأخرى، بالإضافة إلى تكوين معارفهم داخل الوطن، فضلاً عن تأثيره السلبي على تفاعلهم الاجتماعي مع أفراد عائلاتهم، وبالنسبة للقيم الاجتماعية في علاقتها باستخدام الشباب للفيسبوك، فقد تبين التالي: إن الأغلبية يسعون لتكوين علاقات طيبة مع الآخرين، ويرفضون القيام بأعمال تعود بالمنفعة الخاصة، بل على العكس، فإن النسبة الأكبر منهم يقومون بأعمال تعود بالمنفعة العامة، فضلاً عن تدعيم القيم الدينية لديهم، وقد رفضت النسبة الأكبر من عينة الدراسة فكرة أن "الفيسبوك" يجعلهم مهملين لدراساتهم، أو أنه يؤثر على احترامهم لأسرتهم، أو كونه يحثهم على الإسراف والتبذير، بل أنهم رأوه وسيلة تفرغ نفسي للتعبير عما بداخلهم، وإقامة علاقات اجتماعية سواء داخل الوطن أو خارجه، أما فيما يتعلق بالقيم السياسية لدى عينة الدراسة في علاقتها باستخدامهم للفيسبوك فأوضحت الدراسة أن الفيسبوك ساعدهم على التعبير بأرائهم السياسية بحرية في المواقف السياسية المختلفة (السعيد، 2015).

أما دراسة Duan & Dholakia، فقد هدفت إلى التعرف على أهم القيم التي يعكسها موقع Weibo كأحد أهم شبكات التواصل الاجتماعي بالصين، وتأثيره على تشكيل القيم التقليدية للشباب، وخاصة تلك المتعلقة

بالاستهلاك، وفي هذا الصدد تم تحليل أكثر من 250 منشوراً على موقع Weibo، وتوصلت الدراسة إلى أن موقع Weibo يلعب دوراً مهماً في تشكيل قيم الشباب الصيني، حيث أشاع الموقع العديد من القيم المادية التي تروج للاستمتاع وزيادة الاستهلاك، وبالتالي فإن قيم "النخبة" وقيم "الجماعات الشعبية الاستهلاكية والهادفة إلى المتعة" أصبحت فعلياً متقاربتان، بعد أن فصلت بينها فجوات كبيرة كانت موجودة تاريخياً (Duan & dholakia, 2015, pp. 409 – 426).

واستمراراً لنفس السياق السابق، هدفت دراسة Nosiba Ali Al-Mosa إلى التعرف على دور الشبكات الاجتماعية في تطوير القيم الاجتماعية والدينية لطلاب جامعة العلوم والتعليم بالعاصمة الأردنية عمان، وقد تكونت عينة الدراسة التي تم اختيارها باستخدام طريقة عشوائية طبقية من 334 مفردة، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج منها: وجود دلالة إحصائية لتأثيرات استخدام الشباب من عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي على كل من قيمهم الدينية والاجتماعية، مع توسط بعض المتغيرات الوسيطة هذه العلاقة، والتي جاء في مقدمتها متغير "عدد ساعات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي"، ومتغير "النوع" لصالح فئة الإناث، بالإضافة إلى زيادة تأثيرات الشبكات الاجتماعية على القيم "الدينية" لدى الشباب على نحو أكبر من القيم "الاجتماعية"، وتمثل دور وسائل التواصل الاجتماعي في دعم القيم "الدينية" لدى الشباب في الترتيب التالي: "تطوير القدرة على الإدلاء بقول الحقائق"، "تطوير قيمة الطيبة"، "تقوية قول الحقيقة في القول والعمل"، وتمثلت العبارات الدالة لدى عينة الدراسة على دور وسائل التواصل الاجتماعي في تطوير قيمهم الاجتماعية في الترتيب التالي: "المساعدة في تطوير احترام الآخرين"، و"زيادة قدرة التعامل مع الأهل والأقارب"، و"البدء في مساعدة الآخرين"، و"تعزيز احترامي لمشاعر الآخرين"، (Al- Mosa, 2015, pp. 126 – 225).

أما دراسة محمد الفاتح حمدي، فقد هدفت إلى التعرف على أثر وسائل الاتصال والإعلام الحديثة على سلوكيات وقيم عينة من الشباب الجزائري بلغ مقدارها 400 مفردة، وقد توصلت الدراسة لعدد من النتائج منها: من بين التأثيرات التي أحدثتها وسائل الاتصال والإعلام الحديثة على حياة الشباب الجامعي: إنها ساهمت بدور كبير في تعريفهم بالمجتمعات العالمية وثقافتها المتنوعة، كما أن هذه الوسائل ساهمت في تغيير نظرة الشباب الجامعي للحياة واطلاعه على أنماط وعادات جديدة في حياته، وترى النسبة الأكبر من عينة الدراسة أن التعرض لوسائل الإعلام الحديثة يتم من أجل التخلي عن القيم التقليدية السائدة داخل المجتمع، وتبني قيم جديدة وافدة عبر هذه الوسائل بدواعي التحضر والتحرر والانفتاح على ثقافة الآخر، ومن بين الأساليب والوسائل التي يراها المبحوثين مناسبة لاتخاذها سداً منيعاً للحفاظ على القيم السائدة، جاءت في المرتبة الأولى: "تفعيل دور الأسرة والمسجد والمدرسة والجامعة للقيام بدورهم في عملية التنشئة الاجتماعية" (حمدي، 2015).

أما دراسة Umeogu & Ojiakor، فقد أثار الباحثان من خلالها قضية القلق بشأن تأثيرات الإنترنت المتزايدة على قيم الشباب الأخلاقية، حيث سعت للتأكد من أن الإنترنت، وتحديدًا شبكة التواصل الاجتماعي، لها تأثيرات سلبية على القيم الأخلاقية للشباب النيجيري، وباستخدام استمارة استبيان لعينة مقدارها 200 مفردة من الشباب النيجيري، توصلت الدراسة إلى أن الإنترنت أثر سلباً على قيم الشباب الأخلاقية وثقافته، كما أثر على انخفاض المستوى التعليمي لديه. وتعكس

النتائج مظاهر التغييرات الاجتماعية التي أحدثتها انتشار شبكات التواصل الاجتماعي في المجتمع النيجيري، والتي تمثلت في "ارتداء وتناول الطعام مثل الغربيين"، الأمر الذي يعد بمثابة تهديداً للهوية الثقافية (umaogu & ojoakor, 2015, pp 22 – 34).

الاتجاه الثاني: الدراسات التي تناولت تأثيرات وسائل الإعلام الجديدة على القيم السياسية لدى الشباب

يهدف هذا الاتجاه البحثي إلى التعرف على أهم الدراسات التي دارت حول أهم تأثيرات وسائل الإعلام الجديدة بأشكالها المتنوعة على القيم السياسية للشباب، ذلك على النحو التالي:

في إطار التعرف على تأثيرات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على قيم الشباب، جاءت دراسة حفيفة البراشدية وسعيد الظفري، والتي هدفت إلى الكشف عن التأثيرات الإيجابية والسلبية لوسائل التواصل الاجتماعي على قيم المواطنة لدى الشباب العماني، وطبقت الدراسة على عيّنتين؛ أحدهما عينة عشوائية متعددة المراحل مكونة من (550) شاباً وشابة من جامعة السلطان قابوس، وتكونت الأخرى من (16) شاباً وشابة، تم اختيارهم عشوائياً من طلبة الكلية التطبيقية في الرستاق، وطبقت عليهم مجموعات النقاش المركزة، وقد بينت نتائج الدراسة أن التأثيرات الإيجابية لوسائل التواصل الاجتماعي على قيم المواطنة لدى الشباب كانت أكبر من التأثيرات السلبية، كما أظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في التأثيرات الإيجابية لوسائل التواصل الاجتماعي على قيم المواطنة لصالح الإناث، ومن النتائج التي أسفرت عنها مجموعات النقاش المركزة إمكانية توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في التربية على المواطنة وتعزيز قيمها لدى الشباب العماني بالتواصل الفعال بين كل من المؤسسات الحكومية والتعليمية ومؤسسات المجتمع المدني والأسرة، وقد جاء ترتيب التأثيرات الإيجابية لتأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي على قيم المواطنة لدى الشباب في الترتيب التالي: "توفر السرعة في تبادل الرسائل التي تحث على تكاتف المجتمع في أوقات الأزمات"، "تسهم في التعرف الفوري على ما يستجد من أحداث وأخبار وانعكاسها على المجتمع العماني"، بينما تمثلت أهم الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على المواطنة في الترتيب التالي: "تسهم في سرعة نشر الشائعات التي تعكس صفو المجتمع"، ثم "تسبب إدمان الشباب عليها مما ينعكس سلباً على تحصيلهم الدراسي" (البراشدية و الظفري، 2018، ص 122 – 153).

وفي نفس إطار علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بقيمة المواطنة، هدفت دراسة لمياء الدسوقي إلى الكشف عن اتجاه طلاب التعليم الثانوي في مصر نحو استخدام التكنولوجيا الرقمية، وتأثير ذلك على قيم المواطنة لديهم، فضلاً عن تقديم رؤية مقترحة لدعم دور التعليم في غرس قيم المواطنة الرقمية في نفوس الطلاب، بهدف التغلب على ما قد يترتب على الاستخدام السيئ للتكنولوجيا من مشكلات تنعكس بصورة سيئة على شخصيات الطلاب في المستقبل. وقد بلغت عينة الدراسة 300 طالب من محافظة الدقهلية، وأوضحت نتائج الدراسة الميدانية عدم إلمام الطلاب بمعايير السلوك الصحيح والمقبول المرتبط باستخدام التكنولوجيا، مما انعكس بدوره سلباً على الطلاب في هذه المرحلة، وجعلهم غير مؤهلين للتعامل مع مجتمع التكنولوجيا والتكيف مع معطياته الإيجابية والسلبية، فضلاً عن ضعف تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على قيم المواطنة لدى الشباب من عينة الدراسة، لذا وضعت الدراسة تصوراً مقترحاً لدعم دور التعليم في غرس قيم المواطنة الرقمية في نفوس الطلاب (الدسوقي، 2018).

وتأكيداً على دور الإعلام الجديد في دعم قيم المواطنة لدى الشباب، جاءت دراسة خالد منصر، والتي هدفت إلى التعرف على الدور الذي تلعبه مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري، وباستخدام أداة الاستبيان الإلكتروني لعينة قوامها 377 مفردة من الشباب الذكور والإناث المستخدمين الفعليين لمواقع الشبكات الاجتماعية، توصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها: تزايد دور الإعلام الجديد في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب بشكل عام، مع عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة بين إجابات الباحثين حول تقدير دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة تعزى للسمات الشخصية للباحثين (الجنس، العمر، المؤهل العلمي)، بجانب وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتعزيز قيم المواطنة بأبعادها الثلاثة المتمثلة في: "المشاركة المجتمعية"، و"الديمقراطية"، و"الانتماء الوطني" (منصر، 2018).

وفي إطار نفس السياق السابق، هدفت دراسة ريفدة الأنصاري إلى التعرف على واقع الانعكاسات التربوية لشبكات التواصل الاجتماعي، ودورها في تعزيز قيم المواطنة، وطبقت الدراسة على عينة من طالبات جامعة طيبة (ينبع) بالسعودية، والبالغ عددهم 86 طالبة، والذين تم اختيارهم باستخدام عينة قصدية، وقد توصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها: تمثلت انعكاسات شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة في: "تعزيز الفخر والولاء ناحية الوطن"، و"تعزيز القيم المرتبطة بالمواطنة والمسئولية الوطنية"، و"إتاحة الفرصة للتعبير عن الرأي"، و"إتاحة الفرصة للتواصل والمشاركة في الأنشطة والمناسبات الوطنية"، و"التعرف على المنشآت الوطنية والمعالم الحضارية"، و"التعرف على ثقافة الآخر مما يزيد من قوة الروابط الاجتماعية"، أما عن التحديات التي تعيق شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة، فقد تمثلت في: "نشر الإشاعات والأفكار التي تضر بأمن الفرد والمجتمع"، و"تكوين رأى عام نحو قضية بغض النظر عن صحتها"، و"استخدام المعلومات الكاذبة والفضائح لزعزعة الثقة برجال الدولة"، و"زعزعة قيم المواطنة من خلال ما يستعرض فيها من قيم وثقافات ممتزجة"، و"التشكيك بقيمة التراث الحضاري والرموز الوطنية" (الأنصاري، 2018، ص ص. 19 - 33).

وفي إطار سياق دور القيم المكتسبة من وسائل الإعلام في توجيه السلوك السياسي للشباب، ألفت دراسة Oross, D., Kovacs, T., & Szabo, A. الضوء على كيفية قيادة القيم الديمقراطية لعينة من الشباب الجامعي المجري إلى أشكال من السلوك السياسي، فضلاً عن البحث في علاقة وسائل الإعلام المختلفة بتشكيل وتعزيز هذه القيم الديمقراطية لديهم، ولاختبار هذه الفكرة تم اختيار حدثين سياسيين شارك فيهما الشباب الجامعي المجري في عامي 2012 أثناء الاحتجاج على التخفيضات في المنح الدراسية، و2014 أثناء المظاهرات المناهضة للحكومة ضد اقتراح تضمين ضريبة استخدام الإنترنت في الضرائب العامة، وقد كان لهما تأثير على الحكومة على النحو التالي: تم تعديل حجم التخفيضات في الإعانات الحكومية لتمويل التعليم الجامعي، وتم إلغاء اقتراح إدراج ضريبة استخدام الإنترنت في قانون الضرائب. لكن عند سؤال الطلاب من عينة الدراسة ممن شاركوا بالفعل بالمظاهرتين عن مفهوم الديمقراطية، بهدف معرفة كيفية ارتباط المشاركة السياسية لديهم باتجاهاتهم نحو الديمقراطية وبقيم الديمقراطية لديهم، تبين عدم الارتباط القوي بين هذه المنظومة القيمية المتعلقة بالديمقراطية الراسخة لدى الطلبة، وبين سلوكهم السياسي الفعلي في هذه المظاهرات. وبالتالي توصلت الدراسة إلى أن الطلبة الذين ارتفعت لديهم قيم الديمقراطية جاءت مشاركتهم منخفضة في

المشاركة في المواقف السياسية المختلفة، وبشكل عام تطرح الدراسة تساؤلاً حول انخفاض نسب المشاركة السياسية للشباب المجري، والذي أرجعته الدراسة إلى ضعف تحفيز المناهج التعليمية لموضوع المشاركة السياسية من الأساس (Oross, kovacs & szabo, 2018, 15 – 31).

بينما هدفت دراسة عبد الله عادل وماهر جودة إلى التعرف على مدى ممارسة طلبة جامعة فلسطين فرع خان يونس لقيم المواطنة (المتتملة في الدراسة في: قيم الأمن، قيم الديمقراطية، قيم المسؤولية المجتمعية) عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وذلك تبعاً لمتغيرات الدراسة: النوع، البرنامج الأكاديمي. وباستخدام عينة عشوائية قوامها 286 مفردة، توصل الباحثان لعدد من النتائج أهمها: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلبة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في ممارستهم لقيم المواطنة تبعاً للبرنامج الأكاديمي، بينما توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلبة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في ممارستهم لقيم المواطنة تبعاً للنوع، وكانت الفروق لصالح الطلبة الذكور. بينما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من النوع والبرنامج الاجتماعي وبين ممارسة عينة الدراسة لقيم المواطنة بأبعادها الثلاثة المذكورة سلفاً (عادل وجودة، 2017، 67 – 91).

وفي نفس السياق السابق، هدفت دراسة نهى جبر إلى التعرف على دور برامج التواصل الاجتماعي الافتراضي (WhatsApp و Snapchat و Twitter) في تعزيز قيم "المواطنة"، وقيم "المشاركة"، و"قيم الحوار"، وذلك من منظور عينة من طالبات جامعة الملك سعود، وقد تكون مجتمع الدراسة من جميع طالبات جامعة الملك سعود بجميع كلياتها والبالغ عددهم (406)، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: تمثلت أبرز أدوار برامج التواصل الاجتماعي الافتراضي في تعزيز قيم الانتماء لدى الطالبات الجامعيات في: "تعزيز شعورهن بالفخر لانتمائهن لوطنهن ومساهمتهن في زيادة الوعي المجتمعي"، بينما تمثلت أبرز أدوار برامج التواصل الاجتماعي الافتراضي في: "تعزيز قيم المشاركة لدى الطالبات الجامعيات في إتاحتها للطالبات المشاركة بالعمل التطوعي"، وتمثلت أبرز أدوار برامج التواصل الاجتماعي الافتراضي في: "تعزيز قيم الحوار لدى الطالبات الجامعيات في إسهامها في تسهيل الاطلاع على المواضيع التي كن بحاجة إليها"، وتمثلت أبرز الآثار الإيجابية المترتبة على استخدام برامج التواصل الاجتماعي الافتراضي في: "تعزيز قيم المواطنة مع توفير الوقت والجهد". وأخيراً تمثلت أبرز الصعوبات التي تحد من استخدام برامج التواصل الاجتماعي الافتراضي في تعزيز قيم المواطنة لدى الطالبات الجامعيات في: "الشعور بضعف الأمان والخصوصية في المعلومات المنشورة" (جبر، 2017).

أما دراسة عبد الله بن محمد صفرار، فقد هدفت إلى معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترسيخ قيم المواطنة من وجهة نظر الشباب الجامعي العماني، وقد وزع الباحث استمارة البحث علي عينة قوامها 477 طالباً وطالبة من جامعة السلطان قابوس، وذلك باستخدام العينة العشوائية البسيطة، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج منها: إن شبكات التواصل الاجتماعي ومن خلال ما تنشره عبر تطبيقاتها قد عززت قيمة الأخوة بين المواطنين، وأكدت على الوحدة الوطنية بين أفراد المجتمع العماني، كما أن معظم المجموعات على شبكات التواصل الاجتماعي تحث على التكافل والتعاون ومعاونة المحتاج، وأغلب تلك الدعوات التي تطلقها المنشورات الخاصة أو العامة تظهر مضمون التكافل كخلق كريم

وبأنه واجب على المواطن. كما بينت الدراسة أن من أبرز شبكات وتطبيقات التواصل الاجتماعي التي تعمل على ترسيخ قيم المواطنة من وجهة نظر الشباب الجامعي العماني هي: "تويتر" و"الفيسبوك" يليهما "الواتساب"، وأخيراً توصلت الدراسة إلى أن شبكات وتطبيقات التواصل الاجتماعي تعمل على تعزيز وترسيخ معظم قيم المواطنة، وفي مقدمتها "الولاء للوطن والدفاع عنه" و"حق المشاركة السياسية والانتخاب" (صفرار، 2017).

وفي إطار نفس السياق السابق المتعلق بالتعرف على دور وسائل الإعلام الجديدة في دعم مفهوم المواطنة لدى الشباب، هدفت دراسة (محمد عبد البديع السيد إلى التعرف على مفهوم المواطنة الرقمية، ودور وسائل الإعلام الجديدة في دعمها لدى طلاب جامعة بنها، فضلاً عن التعرف على مدى قدرتهم على الاستخدام الأمثل والوعي لهذه التكنولوجيا الحديثة، والوقوف على الفروق بين طلبة الجامعة فيما يتعلق بالمواطنة الرقمية وبعض المتغيرات الديموجرافية، وقد بلغت عينة الدراسة 151 مفردة اختيرت بالطريقة العمدية، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها: أجمعت النسبة الأكبر من الطلاب من عينة الدراسة علي إنهم لا يعرفون معنى المواطنة الرقمية سواء كانوا ذكوراً أو إناثاً، ولا فرق بين طلاب الكليات العملية والكليات النظرية في ذلك، بينما طالب نصف أفراد العينة بفرض رقابة على استخدام وسائل الإعلام الجديدة، كما أكدوا على أن وسائل الإعلام الجديدة تساهم في ازدياد الأديان، كما أكدت النسبة الأكبر من عينة الدراسة على وجود علاقة بين وسائل الإعلام الجديدة و"انتشار الخرافات في المجتمع"، فضلاً عن وجود علاقة بين استخدام وسائل الإعلام الجديدة وكل من "نشر السب والألفاظ النابية" و"انتشار الإباحية"، وانعكاس ذلك إجمالاً على عدم تعميق قيم المواطنة الرقمية لديهم (السيد، 2016، ص ص. 97 - 122).

وجاءت أيضاً دراسة ماجد تزيان في نفس السياق السابق، حيث هدفت إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تدعيم قيم المواطنة لدى طلبة الجامعات الفلسطينية، وذلك من خلال دراسة مسحية على عينة من نشطاء شبكات التواصل الاجتماعي بلغ عددهم 325 مفردة، وتوصلت نتائج الدراسة إلى: فاعلية شبكات التواصل في تدعيم قيم المواطنة لدى المبحوثين، وفي تدعيم قيم المواطنة المتمثلة في "المشاركة المجتمعية"، و"الدفاع عن الديمقراطية"، و"الانتماء الوطني"، وفيما يتعلق بالمعيقات والمشكلات التي تواجه هذه الشبكات وتحد من فاعليتها في تدعيم قيم المواطنة، بينت النتائج أن أول هذه المشكلات تتمثل في: "قلة مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي نسبة إلى الجمهور"، ثم "تردي أوضاع حرية الرأي والتعبير في فلسطين"، تلاها "ضعف ثقة الجمهور بالمعلومات المنشورة في هذه الوسائل الإعلامية الجديدة" (تزيان، 2016، ص ص. 45 - 76).

وفي إطار مفهوم المواطنة الرقمية، تناولت دراسة حنان عبدالعزيز تحديد المقصود بالمواطنة الرقمية، والكشف عن واقع تلك المواطنة لدى الطالبات المعلمات بكلية البنات - جامعة عين شمس، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها 306 مفردة، للكشف عن واقع المواطنة الرقمية لديهن من خلال استخدامهن لمواقع التواصل الاجتماعي، وكشفت الدراسة عن أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة ترى أن مواقع التواصل الاجتماعي تعد بمثابة ساحات للتعبير عن الرأي، في حين انخفضت نسبة المشاركة السياسية لدى عينة الدراسة والتي أرجعتها الدراسة لضعف اهتمامهن بالسياسة من الأساس، فضلاً عن انخفاض نسب مشاركتهن في الحياة المدنية، بالإضافة إلى ضعف مصداقية المعلومات المنشورة

على مواقع التواصل الاجتماعي، وانتهت الدراسة إلى وضع تصور مقترح لتحقيق التربية على المواطنة الرقمية لطالبات كلية البنات - جامعة عين شمس (عبد العزيز، 2016، ص ص. 45 - 77).

وجاءت دراسة بوشلاغم حنان في نفس إطار الدراسات السابقة، حيث هدفت إلى التعرف على تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز وترسيخ قيم المواطنة لدى الطالب الجامعي بجامعة جيجل بالجزائر، وطبقت الدراسة على عينة مقدارها 100 طالب جامعي، وتوصلت إلى مجموعة من النتائج أهمها: تساعد شبكات التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" بدرجة كبيرة على تشكيل إحساس الطلاب بالفاعلية الشخصية، وذلك من خلال المنشورات التي يتم عرضها، فضلاً عن دوره في تحديد نظرته تجاه البناء الاجتماعي القائم. كما يلعب "الفيسبوك" دوراً حيوياً في عملية التنشئة السياسية، فضلاً عن قيام شبكات التواصل الاجتماعي بدور رئيسي لنشر الثقافة وترسيخ القيم، خاصة المتمثلة في: قيم "المواطنة" وقيم "الولاء"، وقيم "الانتماء" (حنان، 2016، ص ص. 225 - 252).

وعلى صعيد آخر، بحثت دراسة Nathaniel Swigger، في العلاقة بين استخدام عينة من الشباب الأمريكي للفيسبوك والمدونات الشخصية، وتدعيم قيم المدنية والحريات لديهم، وقد بلغ مقدار هذه العينة 913 شاباً أمريكياً من المدونين، وانطلقت الدراسة من فرض رئيسي مؤداه أن مواقع التواصل الاجتماعي تشجع الأفراد على تبادل المعلومات باستمرار حول الذات، والبحث باستمرار عن المعلومات عن الآخرين، وهذه الطريقة يمكن أن تغير كيفية النظر الفرد إلى العالم، وقد توصلت الدراسة إلى أن الشباب الذين يقضون وقتاً أكبر في الإعلان عن أنفسهم على الإنترنت لديهم قيم الحرية على نحو أكبر من أولئك الأقل استخداماً للتدوين والكتابة والنشر على "الفيسبوك"، ويشير هذا النمط من استخدام التكنولوجيا إلى أن الاستخدام المكثف للتكنولوجيا قد يكون له دوراً كبيراً في تغيير المواقف السياسية لدى الشباب على نحو أكبر من دور القيم الديمقراطية الأساسية في المواقف السياسية المختلفة، وبالتالي توجد علاقة بين درجة نشاط الشباب أونلاين، وبين القيم الديمقراطية لديه وأهمها قيمة "حرية التعبير" (Swigger, 2015).

أما دراسة Toks Oyedemi، فقد هدفت إلى التعرف على أثر التفاوت بين الشباب في استخدام الإنترنت على قيم المواطنة السياسية لديهم، ومن خلال تطبيق الدراسة على عينة قوامها 1044 طالباً جامعياً بجنوب أفريقيا، كشفت الدراسة عن وجود عدم مساواة في أنماط استخدام الإنترنت بين الشباب من عينة الدراسة، وكذا اختلاف أنشطتهم على الإنترنت، وما تكشفه هذه الأنشطة عن استخدامهم للإنترنت للمشاركة كمواطنين في المجتمع. وقد أوضحت الدراسة أيضاً أن الأشكال المختلفة لعدم المساواة بين الشباب في استخدام الإنترنت ترجع لعدة متغيرات أهمها: "نوع الوصول إلى الإنترنت"، و"تكلفة الوصول"، و"الدخل العائلي"، و"العرق"، و"المنطقة الجغرافية التي يعيش بها الشباب"، وقد توصلت الدراسة إلى تأثير أشكال عدم المساواة في استخدام الإنترنت على قيمة المواطنة لدى الشباب، فكلما زاد تكرار الاستخدام ومقدار الأنشطة الاجتماعية التي يشاركون فيها عبر الإنترنت، كلما زادت قيم المواطنة السياسية لديهم (Oyedemi, 2015, pp. 11 - 22).

وسارت دراسة محمد عبد البديع على نفس نهج الدراسة السابقة من حيث التعرف على دور وسائل الإعلام الجديدة في تغيير بعض القيم السياسية لدى الشباب المصري، وقد تم تطبيق الدراسة على عينة عمدية تطوعية من الشباب المصري

ممن يستخدمون وسائل الإعلام الجديدة بقرية سواده وبمدينة بنها بمحافظة الدقهلية، وباستخدام عينة قوامها 200 مفردة موزعة بالتساوي على القريتين، توصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها: جاءت قيمة "الحرية" في مقدمة القيم السياسية التي تهتم بها وسائل الإعلام الجديدة، تلتها قيم "الديموقراطية"، كما توصلت الدراسة إلى زيادة اهتمام شباب القرية بقيم "العدالة" و"المساواة" و"احترام الرموز الوطنية"، وذلك على نحو أكبر من اهتمام شباب المدينة بها، وقد وافقت النسبة الأكبر من عينة الدراسة على أن وسائل الإعلام الجديدة غيرت من قيمة "الحرية" لدى الشباب المصري بطريقة إيجابية، وأنها قد جعلتهم ينظرون بطريقة سلبية إلى قيم "العدالة" و"المساواة"، كما غيرت وسائل الإعلام الجديدة من قيمتي "الحرية" و"الديموقراطية" لدى الشباب في مدينة بنها وقرية سواده، في حين لم تغير من قيمتي "احترام الرموز الوطنية" و"العدالة والمساواة بين الشباب" (السيد، 2015، ص ص. 122 - 145).

وفي نفس السياق هدفت دراسة Lisa GundersPhilip Graham، إلى التعرف على علاقة استخدام الشباب لوسائل الإعلام الجديدة بمجموعة القيم السياسية من حيث دورها في تدعيمها أو تغييرها، وخاصة تلك المتعلقة منها بـ"المشاركة السياسية"، و"الحوار السياسي المتزن"، و"المشاركة المجتمعية"، و"المشاركة في أنشطة المجتمع المدني"، وباستخدام عينة من الشباب الأمريكي قوامها 132 مفردة، توصلت الدراسة لعدد من النتائج المهمة منها: أدى الاستخدام المكثف من قبل الشباب لوسائل الإعلام الجديد إلى انخراطهم بشكل أكبر في المشاركة المدنية، فضلاً عن دور وسائل الإعلام في إثراء المناقشات السياسية على نحو معتدل ومتزن، وهو ما أسماه الباحث بقيمة "الحوار السياسي المتزن"، أي بدون جدال عميق وبدون تعصب، وفي النهاية تشير الدراسة إلى أن دور وسائل الإعلام الجديدة في إثراء الحوار السياسي من شأنه أن يؤثر على الحياة الديمقراطية بشكل عام على المدى البعيد (Gunders & Graham 2015, pp. 2 - 16).

وفي سياق متصل، هدفت دراسة عمران عليان إلي معرفة درجة تمثل طلبة جامعة الأقصى بـ"القيم المواطنة في ظل متغير العولمة، والتي يجسدها استخدام الشباب للإعلام الجديد، وعلاقتها بعدد من المتغيرات الوسيطة كالجنس، والسنة الدراسية، ونوع الكلية، وحالة المواطنة (من حيث كونه مواطن - لاجئ)، وقد اشتملت عينة الدراسة على 776 طالباً وطالبة، واشتملت استمارة الدراسة على 30 فقرة تقيس درجة تمثل الطلبة لقيم المواطنة، وتوصلت الدراسة إلى أن درجة تمثل طلبة جامعة الأقصى لقيم المواطنة كانت مرتفعة في جميع أبعادها، حيث جاء بعد "الولاء" بالمرتبة الأولى، ثم بعد "الانتماء"، ثم بعد "الديموقراطية"، كما توصلت الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة تمثل الطلبة لقيم المواطنة تعزى لمتغيرات الجنس أو السنة الدراسية، وكذلك أظهرت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة تمثل الطلبة لقيم المواطنة تعزى لمتغير نوع الكلية، ولصالح طلبة الكليات الإنسانية (عليان، 2015، ص ص. 1 - 34).

وفي إطار التعرف على العوامل المؤثرة على أنماط قيم المواطنة لدى الشباب المستخدم للإنترنت، سعت دراسة منير الفيفي إلى التعرف على أهم قيم المواطنة الواجب توافرها لدى طلاب الجامعات السعودية المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي، والكشف عن واقع تبني طلاب الجامعة بالمملكة لتلك القيم في سلوكهم، فضلاً عن التعرف على واقع

اختلاف النسق القيمي لطلاب المرحلة الجامعية باختلاف بعض المتغيرات: "الموطن الأصلي"، و"التخصص"، و"الصف الدراسي"، و"المستوى التعليمي للوالدين". وقد طبقت الدراسة على عينة عشوائية طبقية قوامها 426 طالباً من خمس جامعات سعودية، وتوصلت الدراسة إلى أهم النتائج التالية: إن قيم المواطنة لدى طلاب الجامعات السعودية كانت متحققة بدرجة مرتفعة لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، بالرغم من وجود ضعف في الممارسة السلوكية لقيم المواطنة، كما توصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى تحقق قيم المواطنة بين طلبة الجامعات باختلاف متغيرات: "مقر سكنهم الأصلي" (قرية، مدينة)، وذلك لصالح القرية، وباختلاف "مستوياتهم الدراسية"، وذلك لصالح طلاب المستوى الرابع. وباختلاف "تخصصاتهم العلمية"، وذلك لصالح طلاب التخصصات النظرية، وأخيراً باختلاف "مستوى تعليم الأسرة"، وذلك لصالح الطلاب الذين ينتمون لأسرة متعلمة (الفيحي، 2015).

واستكمالاً للتعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب، جاءت دراسة إسماعيل زاهر لتستهدف التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة والانتماء وتنميتها لدى طلبة التعليم الجامعي بمصر، وقد تم الاعتماد على عينة مكونة من 900 طالب وطالبة بجامعة المنصورة، وأظهرت نتائج البحث أن تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على تعزيز قيم المواطنة لدى الطلاب بصفة عامة جاء بدرجة "ضعيفة"، مما يؤكد على ضرورة العمل على تعزيز قيم المواطنة والانتماء الوطني باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، والعمل على تنمية التفكير الناقد البناء لديهم، ليتمكنوا من فرز ما يعرض عليهم من أفكار وآراء وعدم الانسياق وراء الأفكار الهدامة التي تضر بأمن المجتمع. وبشكل عام أثبتت الدراسة وجود آثار سياسية واقتصادية واجتماعية لاستخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي (زاهر، 2015، ص ص. 156 - 178).

وفي سياق آخر هدفت دراسة نمر الرشيدى إلى الكشف عن درجة توظيف أعضاء هيئة التدريس لمواقع التواصل الاجتماعي في نشر قيم المواطنة لدى طلبة جامعة حائل ومعوقات توظيفها، وقد تكونت عينة الدراسة من (387) طالباً، و(197) عضو هيئة تدريس في جامعة حائل، كما تم اختيار (113) طالباً، و(72) عضو هيئة تدريس من أفراد العينة بطريقة عشوائية لأغراض المقابلة المتعمقة، وتوصلت الدراسة إلى نتائج مفادها: إن توظيف أعضاء هيئة التدريس لمواقع التواصل الاجتماعي في نشر قيم المواطنة من وجهة نظر كل من الطلبة، وأعضاء هيئة التدريس، جاء بدرجة "متوسطة"، كما أشارت النتائج إلى وجود اختلاف في وجهات نظر الطلبة حول درجة توظيف أعضاء هيئة التدريس لمواقع التواصل الاجتماعي في نشر قيم المواطنة، يعزى لمتغير "المستوى الدراسي"، لصالح طلبة السنة الثالثة، وعدم وجود اختلاف يعزى لمتغير "التخصص العلمي"، فضلاً عن وجود اختلاف في درجة توظيف أعضاء هيئة التدريس لمواقع التواصل الاجتماعي في نشر قيم المواطنة، يعزى لمتغير "الرتبة الأكاديمية" لصالح (أستاذ مشارك)، وأخيراً عدم وجود فروق بين وجهات نظر الطلبة، وأعضاء هيئة التدريس حول درجة توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في نشر قيم المواطنة (الرشيدى، 2015).

المحور الثالث

دراسات قارنت بين تأثيرات وسائل الإعلام التقليدية والحديثة على القيم الاجتماعية والسياسية للشباب

يبحث هذا المحور في مقارنة تأثيرات كل من وسائل الإعلام التقليدية والحديثة على قيم الشباب على اختلافها سواء اجتماعية أو سياسية أو أخلاقية، وذلك من خلال عدد من الدراسات التي استهدفت إجراء هذه المقارنة بهدف الوصول بطريقة أوضح وأعمق لآليات تأثير وسائل الإعلام المختلفة على قيم الشباب، وذلك على النحو التالي:

في إطار التعرف على تأثير تعرض الشباب لوسائل الإعلام لكل من وسائل الإعلام التقليدية والحديثة على دعم قيمة المشاركة السياسية لديهم، جاءت دراسة Judith Moeller et al. والتي بحثت في تأثير التعرض لوسائل الإعلام الإخبارية سواء تقليدية أو حديثة على دعم قيمة المشاركة السياسية لدى الشباب الأوروبي في الانتخابات البرلمانية الأوروبية، وتحديداً في الانتخابات التي أجريت بهولندا في 2014، وفي هذا الصدد تم إجراء تحليل مضمون لعدد 769 قصة خبرية تم اختيارها من النشرات الإخبارية المسائية بالمحطات التليفزيونية القومية مثل NOS، وتلك الخاصة مثل PTL4، بالإضافة إلى موقعين من المواقع الإخبارية الإلكترونية الأوسع انتشاراً بهولندا (Nu.nl)، بالإضافة إلى أشهر صحيفتين ورقيتين NRC Handelsblad و de Volkskrant، وأخيراً إحدى الصحف التابليو المنتشرة على نطاق واسع وتسمى Telegraaf. وقد بلغت عينة الشباب الذين تم إجراء المسح الميداني عليهم 994 مفردة، وكشفت نتائج الدراسة التحليلية عن ضعف المحتوى المقدم عبر وسائل الإعلام التقليدية والحديثة والذي يحث على دعم قيمة المشاركة السياسية لدى الشباب، كما توصلت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام التقليدية لم يكن لها تأثيراً كبيراً على إعلاء قيمة المشاركة السياسية للشباب، في حين أثر التعرض إلى الأخبار الإلكترونية عبر الإنترنت على إعلاء قيمة المشاركة السياسية لدى الشباب، وعلى الإقبال الفعلي على المشاركة السياسية بهذه الانتخابات، والذي مرجعه زيادة ارتباط واعتياد الشباب على وسائل الإعلام الإلكترونية على نحو أكبر من تلك التقليدية (Moeller et al. 2018, pp. 445 - 460).

وفي إطار نفس السياق السابق افترضت دراسة Dam Hee Kim أن عملية التنوع الإعلامي في الأخبار التي يتعرض لها الفرد تساهم في تشكيل القيم المعيارية للأفراد خاصة الديمقراطية منها، وتبحث هذه الدراسة في التأثيرات المختلفة للتعرض المتنوع لوسائل الإعلام وعلاقتها بالقيم الديمقراطية والمواطنة، وقد استخدمت الدراسة الاستبيان الإلكتروني لعدد 1328 مواطناً أمريكياً مختلفين الأعمار، وجاءت النسبة الأكبر منهم من الشباب، وذلك خلال حملة الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام 2016، وتوصلت الدراسة إلى أن "المشاهدة المتنوعة لوسائل الإعلام المختلفة"، بالإضافة لمنغير "الاهتمام السياسي"، قادت إلى دعم قيم "الديمقراطية" و"المواطنة" لدى الشباب، وأن "التعرض المتنوع لوسائل الإعلام ما بين تقليدية وحديثة"، و"محاولة العثور على مصادر بديلة للأخبار"، زاد من المعرفة السياسية والقيم السياسية وصولاً إلى زيادة نسب المشاركة السياسية، وتؤكد الدراسة على أهمية النظر إلى العوامل النفسية للفرد، ودوافعه للاستخدام المتنوع لوسائل الإعلام، فضلاً عن متغير "الانتماء الحزبي"، و"مدى قوة هذا الانتماء الحزبي"، وأخيراً، تؤكد الدراسة على أهمية الطرق التي تقدم بها الأخبار لبناء مشهد إعلامي قادر على خلق مواطنة مستتيرة بين الشباب الأمريكي (Jim, 2017).

كما هدفت دراسة محمد التميمي ومحمد العامري (2017) إلى التعرف على الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام العراقية سواء تقليدية أو حديثة في تعزيز أبعاد المواطنة لدى الشباب الجامعي العراقي، وذلك من خلال:- التعرف على أهم وسائل الإعلام العراقية التي تعمل على تعزيز أبعاد المواطنة، والتعرف على مدى إسهام وسائل الإعلام العراقية في تعزيز المواطنة في أبعادها (الوطنية، القانونية، السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية)، وباستخدام عينة مقدارها 488 مفردة، توصلت الدراسة إلى النتائج التالية: وجود فروق دالة إحصائياً لصالح الإناث من عينة الدراسة على حساب الذكور في تقدير دور وسائل الإعلام العراقية في تعزيز الشعور بالمواطنة من خلال أبعاد المواطنة سالف الذكر، ووجود فروق دالة إحصائياً لصالح "التخصص العلمي" من حيث تقدير دور وسائل الإعلام العراقية في تعزيز الشعور بالمواطنة بأبعادها المختلفة، فضلاً عن وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً (ضعيفة) بين مقروئية الصحف العراقية، والاستماع إلى الإذاعات العراقية، من قبل عينة الدراسة، وبين متابعتها لمعرفة موضوعات المواطنة، بينما كشفت الدراسة عن وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً (متوسطة) بين مشاهدة عينة الدراسة للقنوات التلفزيونية العراقية، وبين معرفة موضوعات المواطنة، في حين توصلت الدراسة إلى عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تصفح عينة الدراسة للمواقع الإلكترونية العراقية، وبين متابعتها لمعرفة موضوعات المواطنة (التميمي والعامري، 2017، ص ص. 75 - 89).

وفي إطار تحليل مدى اهتمام عينة الدراسة من وسائل الإعلام الكندية التقليدية والحديثة شملت هيئة الإذاعة الكندية (CBC) وصحيفة Sun Media وبعض المواقع الإلكترونية التي يقبل عليها الشباب، بإعلاء قيمة "الخدمة العامة" فيما يقدم من مواد إعلامية تستهدف جميع فئات المجتمع وبالأخص الشباب، جاءت دراسة Brooks De Cillia, Patrick McCurdy، حيث تم إجراء دراسة كيفية على عينة مكونة من 467 قصة إخبارية بشبكة CBC، فضلاً عن تحليل مضمون 45 عدد من صحيفة Sun Media، بالإضافة إلى تحليل مضمون ما يقدم عبر المواقع الإلكترونية الشبابية موضع الدراسة، وذلك على مدار خمس سنوات امتدت من 2009 وحتى 2014، وفي هذا الصدد، توصلت الدراسة إلى: وجود ارتباط "ضعيف" بين المضمون المقدم بكل من شبكة CBC، وصحيفة Sun Media وبين محاولة إرساء قيمة "الخدمة العامة"، وعلى العكس، وجود ارتباط "متوسط" بين المضمون المقدم بالمواقع الإلكترونية الشبابية وبين إعلاء قيمة "الخدمة العامة" لدى الشباب، الأمر الذي فسره الباحثان بأنه يمكن أن ينذر بأزمة كبيرة من وجهة نظرهما، وقد دعوا إلى أهمية الاهتمام بإرساء وتعزيز قيمة "الخدمة العامة" في وسائل الإعلام التقليدية خاصة الحكومية (Cillia, 2016, 547 - 567).

أما دراسة مهدي القصاص، فقد هدفت إلى التعرف على أثر الإعلام التقليدي والحديث متمثلاً في مشاهدة الفضائيات واستخدام الإنترنت والموبايل، على منظومة القيم للشباب في القرية المصرية، وذلك في محاولة لرصد أهم التغيرات، إيجابية كانت أم سلبية على قيم الشباب، وقد تم تطبيق الدراسة على 20 حالة تتراوح أعمارهم ما بين 18 - 30 عاماً من الجنسين (مجموعة تجريبية وأخرى ضابطة)، مثلت بعشر حالات لكل منهما، وطبقت الدراسة بقرية "ميت بدر خميس" بالمنصورة، وتوصلت لعدد من النتائج منها: إن استخدام الشباب لوسائل الإعلام الإلكتروني منحتهم مزيداً من حرية التعبير عن آرائهم وما يشعرون به تجاه الأحداث بالمجتمع المصري، وقد أثرت هذه الوسائل سلباً على قيم الشباب، وبخاصة قيم "احترام الأسرة" و"الأمانة"، وأكدت الدراسة على ضعف قيم "الانتماء" و"الولاء للوطن"، نظراً

للاطلاع على قيم الغرب المتقدم مادياً، فأصبحت الرغبة في السفر إلى الخارج في أولى اهتمامات الشباب (القصاص، 2015).

وفي سياق آخر، جاءت دراسة Svatlana Talmacheva إلى البحث في تأثيرات الإعلان التلفزيوني والإلكتروني على المنظومة القيمية للشباب الروسي، وقد تم اختيار الفئة العمرية الممتدة أعمارهم من 18 - 30 عاماً، وذلك لعينة مقدارها 1000 مفردة، وفي هذا الصدد، جاء ترتيب العوامل المؤثرة على قيم الشباب الروسي من عينة الدراسة في الترتيب التالي: "الأسرة"، "الإعلان التلفزيوني"، ثم "الإعلان الإلكتروني"، وأكدت النسبة الأكبر من عينة الدراسة على أن وظيفة الإعلان - سواء التلفزيوني أو الإلكتروني - لا تقتصر فقط على الجوانب التجارية، وإنما تتخطاها إلى ما دون ذلك من وظائف معرفية وجمالية، وأخرى متعلقة بالقيم، كما أكدت الدراسة على أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة ترى أن للإعلانات التلفزيونية تحديداً دوراً مهماً في التأثير على القيم الأخلاقية لدى الشباب، وأن هذا الدور يزيد في اتجاه متزايد، بل ويعد واحداً من أهم المتغيرات الموجهة لقيم وسلوكيات الشباب (Talmacheva, 2015m pp. 402 - 405).

وفي سياق آخر، هدفت دراسة Rangin Behar Ferat إلى التعرف على دور القيم كمتغير وسيط يتوسط العلاقة بين تأثيرات وسائل الإعلام التقليدية والحديثة على عملية المشاركة السياسية لدى الشباب الأوروبي، وبالتالي تبحث هذه الدراسة فيما إذا كانت مشاهدة التلفزيون الترفيهي ومشاهدة التلفزيون السياسي واستخدام الإنترنت مرتبطة بعمليات التصويت والمشاركة في الحياة المدنية والسياسية لدى الشباب، وذلك من خلال الأخذ في الاعتبار تأثيرات قيمة "الانفتاح على التغيير" مقابل قيمة "المحافظة"، وقيمة تجاوز الذات" مقابل قيمة "تعزيز الذات"، واعتمدت الدراسة على بيانات المسح الأوروبي الاجتماعي (ESS) European Social Survey الذي أجري عام 2013، حيث بلغت عينة الشباب به 1315 شاباً أوروبياً، وأظهرت النتائج أن لمتغير "قيم الشباب" دوراً كبيراً في شكل العلاقة التأثيرية التي ربطت استخداماتهم لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة، ومشاركاتهم الفعلية في الحياة المدنية والسياسية. كما توصلت الدراسة إلى أن استخدام التلفزيون السياسي أثر بالفعل على معدلات مشاركة الشباب في الأنشطة المدنية المختلفة والتي أبرزها المشاركة السياسية في المواقف المختلفة، وأكدت الدراسة على كون الإنترنت وسيلة أكثر مرونة من التلفزيون، الأمر الذي يدعم دوره الأكبر في الانفتاح على الأفكار الجديدة والمشاركة المدنية، كما توصلت الدراسة إلى أن الإنترنت كان لها تأثيرات إيجابية سواء مباشرة أو غير مباشرة على "الثقة الاجتماعية"، وعلى "المشاركة السياسية غير التقليدية" (Feratm 2015, pp. 117 - 142).

وفي إطار التعرف على تأثير مشاهدة وسائل الإعلام التقليدية والحديثة على القيم الاجتماعية للشباب، هدفت دراسة Yuki Fujioka, Kimberly A. Neuendorf إلى التعرف على تأثير تعرض عينة من الشباب الجامعي لوسائل الإعلام الأمريكية - تقليدية وحديثة - على القيم الاجتماعية لديهم، مع البحث عن دور الاختلافات العرقية في إدراك أهمية القيم الثقافية، وكيف تؤثر عملية استخدام وسائل الإعلام المختلفة على عملية دعم هذه القيم الاجتماعية والثقافية لديهم، وفي هذا الصدد أجرى الباحثان استقصاء على عينة مكونة من 499 شاب من السود ومن آسيا ومن

الأمريكان البيض، ممن هم مقيدون بمراحل الدراسة الجامعية بعدد من الجامعات الأمريكية، وتم قياس درجة تعرضهم للأخبار التلفزيونية وبرامج "التوك شوز" التلفزيونية، والبرامج الموسيقية التلفزيونية، بالإضافة لكل من الراديو والصحف، وألعاب الفيديو، والإنترنت، وفي هذا الصدد توصلت الدراسة لعدد من النتائج منها: وجود فروق دالة إحصائياً بين الشباب من عينة الدراسة من حيث المنظومة القيمية لديهم تعزى لمتغير الهوية العرقية أو الاختلاف العرقي، وجاء للبرامج الموسيقية والرياضية والإنترنت التأثير الأقوى في عملية دعم المنظومة القيمية لدى هؤلاء الشباب، في حين تمثلت قائمة القيم الاجتماعية التي زادت بالفعل لدى الشباب من عينة الدراسة نتيجة استخدامهم لوسائل الإعلام المختلفة وخاصة التلفزيون في الترتيب التالي: "التوجيه الذاتي" "Self-Direction"، ثم "القوة"، ثم قيمة "الارتباط بالتراث"، وقيمة "السعادة"، كما أكدت نتائج الدراسة على احتلال "التلفزيون" المرتبة الأولى في قائمة الوسائل الإعلامية التي كان لها التأثير الأكبر على دعم المنظومة القيمية الاجتماعية لدى الشباب الجامعي من عينة الدراسة (Fujioka & Neuendorf, 2015, pp. 352 – 380).

مشكلة البحث:

في ضوء ما سبق، يمكن تحديد المشكلة البحثية لهذه الدراسة في محاولة رصد الدراسات البحثية التي تناولت تأثيرات وسائل الإعلام سواء التقليدية منها أو الحديثة على كل من القيم الاجتماعية والسياسية للشباب، وذلك للتعرف على أهم الموضوعات والقضايا البحثية والتصميمات المنهجية والأطر النظرية وأهم نتائج تلك البحوث، وذلك في محاولة للتوصل إلى رؤية مستقبلية مع اقتراح أجندة بحثية لتطوير البحوث في مجال علاقة وسائل الإعلام التقليدية والحديثة بكل من القيم الاجتماعية والسياسية للشباب.

أهمية البحث:

تتمثل أهمية هذه الدراسة في النقاط التالية:

- تقديم رؤية مستقبلية في المجال البحثي المتعلق بتأثيرات وسائل الإعلام التقليدية والحديثة على قيم الشباب، مع تقديم مقترح بحثي يشمل أهم المواضيع والنظريات البحثية والتصميمات المنهجية الأكثر ملائمة لدراسة هذا المجال البحثي.
- يعتبر مجال تأثيرات وسائل الإعلام سواء التقليدية أو الحديثة على قيم الشباب واحد من أهم القضايا التي شغلت ولا زالت تشغل بال الكثير من الباحثين في كل من المجال الإعلامي أو الاجتماعي على حد سواء.
- تهتم هذه الدراسة بفئة الشباب، حيث إنها تعتبر القلب النابض في المجتمع، فهم قادة المستقبل، فالمجتمع الغنى بشبابه هو المجتمع المزدهر بعكس المجتمع الفقير بشبابه فإن مآله إلى التفكك والانحيار. مع الأخذ في الاعتبار أن محاولة الحفاظ على قيم الشباب الأصيلة والمرتبطة بشكل أساسي بالمجتمع الذي يعيش فيه يمثل تحدياً كبيراً في ظل انتشار وتغلغل كل من الإعلام التقليدي والجديد في حياة الشباب.
- أهمية شبكة الإنترنت وآلياتها وخطورة دورها في الوقت الراهن. وتعدد تأثيراتها على الجوانب الحياتية المختلفة لمستخدميها.

أهداف البحث

تتمثل أهداف العرض التحليلي النقدي للاتجاهات الحديثة في بحوث تأثيرات وسائل الإعلام التقليدية والجديدة على القيم الاجتماعية والسياسية لدى الشباب على:

1. رصد الدراسات التي تناولت تأثيرات وسائل الإعلام سواء التقليدية منها أو الحديثة على كل من القيم الاجتماعية والسياسية للشباب.
2. اكتشاف الموضوعات والقضايا البحثية التي عالجتها الدراسات عينة التحليل.
3. التعرف على التصميمات المنهجية والأطر النظرية لتلك الدراسات، إضافة لأهم النتائج التي توصلت إليها.
4. السعي للتوصل لرؤية مستقبلية واقتراح أجندة بحثية لتطوير البحوث في مجال علاقة وسائل الإعلام التقليدية والحديثة بكل من القيم الاجتماعية والسياسية للشباب.

تساؤلات البحث:

تتمثل أسئلة الدراسة في التالي:

- ما أهم القضايا البحثية التي عالجتها عينة الدراسات موضع التحليل والتي تناولت مجال تأثيرات وسائل الإعلام التقليدية والحديثة على قيم الشباب.
- ما أهم التصميمات المنهجية الأكثر استخداماً من قبل عينة الدراسات موضع التحليل والتي تناولت مجال تأثيرات وسائل الإعلام التقليدية والحديثة على قيم الشباب.
- ما أهم الأطر النظرية الأكثر استخداماً لدى عينة الدراسات موضع التحليل والتي تناولت مجال تأثيرات وسائل الإعلام التقليدية والحديثة على قيم الشباب.
- ما أهم النتائج التي توصلت لها عينة الدراسات موضع التحليل والتي تناولت مجال تأثيرات وسائل الإعلام التقليدية والحديثة على قيم الشباب.
- ما ملامح الأجندة البحثية المقترحة لتطوير البحوث في مجال علاقة وسائل الإعلام التقليدية والحديثة بكل من القيم الاجتماعية والسياسية للشباب بناء على تحليل الدراسات في هذا المجال.

منهجية الدراسة:

ينتمي العرض التحليلي الحالي إلى الدراسات الوصفية التحليلية، ويعتمد على منهج التحليل من المستوى الثاني Secondary analysis، ويقوم على إعادة استخدام البيانات الناتجة من بحوث العلوم الاجتماعية، ويقدم التحليل مصدراً مهماً للبيانات التطبيقية، كما يوفر للباحثين معلومات يمكن الاستفادة منها في معالجة مشكلات بحثية مهمة. ويعتمد هذا المنهج على التحليل الكيفي للدراسات العلمية التي تنتمي لمجال تأثيرات وسائل الإعلام سواء التقليدية منها أو الحديثة، على كل من القيم الاجتماعية والسياسية للشباب، والمنشورة في الإطار الزمني الممتد من سنة 2015 إلى 2019.

ويسمح هذا الإطار برصد وتوصيف وتحليل الاتجاهات البحثية المختلفة والتطور الذي يحدث في القضايا ورؤى وأفكار الباحثين في هذا المجال.

مجتمع الدراسة والعينة:

يحدد الإطار الموضوعي لمجتمع التحليل، في مجموعة البحوث سواء المنشورة أو غير المنشورة باللغتين العربية والإنجليزية، والتي شملت 84 دراسة في عدد من الدوريات العربية والأجنبية سواء كانت هذه الدراسات منشورة في دوريات متخصصة بشكل مباشر في مجال الإعلام (بنسبة 82.4% من إجمالي الدراسات الخاضعة للتحليل) أو تلك المنشورة في دوريات غير متخصصة بشكل مباشر في مجال الدراسات الإعلامية (17.6%)، في حين انحصرت عناوين الدراسات الخاضعة للتحليل على تلك ذات الصلة المباشرة بموضوع تأثيرات وسائل الإعلام سواء التقليدية منها أو الحديثة على كل من القيم الاجتماعية والسياسية للشباب، والتي استطاعت الباحثة الحصول عليها من خلال المسح الشامل للمكتبتين العربية والغربية سواء من خلال المكتبات التقليدية، أو من خلال قواعد البيانات والمعلومات المتاحة على شبكة الإنترنت (باستثناء الكتب ورسائل الماجستير)، وذلك خلال الفترة الزمنية الممتدة من 2015 إلى 2019، وذلك على النحو التالي:

- المكتبة الرقمية الخاصة "بنك المعرفة المصري"، Egyptian Knowledge Bank: www.ekb.eg، والتي تضم نصوصاً كاملة من البحوث والدراسات الأجنبية، وذلك للوصول إلى النصوص الكاملة للدوريات التالية: (SageOpen)، و(Journalism)، و(The International Communication Gazette)، و (Journalism & Mass Communication Quarterly)، و(Media, Culture & Society)، و (Newspaper Research Journal)، و(Journal of Terrorism Research)، و(Discourse & Communication)، و(European Journal of Communiation)، و (communication research)، و (Mass Communication and Society)، و(Asia Pacific Media Edut) و(Proquest).
- محرك البحث الإلكتروني كويستا (Questia)، <https://www.questia.com>
- المكتبة الرقمية الخاصة بدار المنظومة، (www.mandumah.com)، وهي قاعدة بيانات عربية مُتاحة على شبكة الإنترنت، وتضم الكثير من البحوث والدراسات العربية.
- بعض الروابط الإلكترونية التي تحتوي بحوثاً ودراسات أجنبية في مجال الإعلام، منها موقع: (www.scholar.google.com.eg)، وموقع (Research Gate: www.researchgate.net).

ويمكن إيجاز مراحل التحليل كما يلي:

- حصر التراث العلمي عينة التحليل في مجال بحوث تأثيرات وسائل الإعلام التقليدية والحديثة على القيم الاجتماعية والسياسية للشباب.
- مراجعة الدراسات السابقة عينة التحليل.
- رصد الدراسات التي تحقق الهدف الرئيسي للعرض التحليلي الحالي.
- تحديد القضايا البحثية لهذه الدراسات وتصنيفها في اتجاهات بحثية.
- البدء في عملية التحليل بناء على فئات التحليل التي يستهدفها تقرير العرض وتتضمن:
 - المجالات البحثية والقضايا والموضوعات
 - الأطر النظرية
 - التصميمات المنهجية

- أهم النتائج والإضافات المعرفية أو النظرية أو المنهجية أو التطبيقية.
- الأفكار البحثية الجديدة أو الإشكاليات الفكرية أو المنهجية التي أثارها تلك الدراسات.

مناقشة نتائج التحليل

أولاً: فئة الموضوع أو القضية البحثية والمجالات المرتبطة بها:

اهتمت نسبة كبيرة من دراسات تأثيرات وسائل الإعلام سواء التقليدية أو الحديثة على قيم الشباب السياسية والاجتماعية بالتعرف على مدى هذا التأثير، مع رصد أشكال هذا التأثير من حيث كونه إيجابي أم سلبي، فضلاً عن التعرف على أهم المتغيرات الوسيطة التي تتوسط هذه العلاقة، وبشكل عام يتضح من العرض التحليلي اتجاه أغلب الدراسات الواقعة في النطاق الزمني لهذه الدراسة إلى دراسة تأثيرات وسائل الإعلام الحديثة على قيم الشباب، وذلك على نحو أكبر من الدراسات التي تناولت تأثيرات وسائل الإعلام التقليدية على قيم الشباب، الأمر الذي يمكن إرجاعه إلى زيادة استخدام الشباب في وقتنا الحالي لوسائل الإعلام الحديثة مقارنة بتلك التقليدية.

وبشكل عام، برز اتجاهان رئيسيان في دراسات هذا العرض التحليلي، أحدهما يرصد تأثيرات وسائل الإعلام، على اختلافها، على المنظومة القيمية للشباب بمكوناتها المختلفة من قيم اجتماعية، وسياسية، وثقافية، واقتصادية، وأخلاقية، ودينية...، فيما رصد الاتجاه الآخر لتأثيرات هذه المنظومة القيمية المستقاة من وسائل الإعلام المختلفة على سلوك الشباب في المواقف المختلفة، الأمر الذي يعنى ازدواجية التأثير بين الإعلام والقيم والسلوك الموجه للشباب.

وفي الوقت نفسه، يشير العرض التحليلي إلى أن تأثيرات وسائل الإعلام التقليدية والحديثة على قيم الشباب الاجتماعية والسياسية لم تسر في اتجاه واحد، وإنما تأرجحت بين التأثيرات الإيجابية والسلبية، وإن كانت الغلبة للتأثيرات السلبية بشكل واضح، خاصة على مستوى الدراسات العربية مقارنة بالدراسات الأجنبية، كما تم عرضه سابقاً.

ثانياً فئة الإطار النظري:

استندت بعض الدراسات عينة التحليل لأطر نظرية كما لم يستند بعضها الآخر، وبالنسبة لأنواع تلك الأطر وتأصيلها الفكري *originating disciplines*، فكانت الأطر النظرية المرتبطة بالبحث في تأثيرات وسائل الإعلام على الجمهور هي الأكثر انتشاراً.

فعلى المستوى الغربي:

بشكل عام، تنوعت الأطر النظرية التي تم استخدامها في إطار الدراسات الغربية التي استهدفت التعرف على تأثيرات وسائل الإعلام، سواء التقليدية أو الحديثة، على القيم السياسية والاجتماعية للشباب، وقد استخدمت بعض من هذه الدراسات أكثر من إطار نظري في محاولة لفهم طبيعة هذه التأثيرات، بينما لم تنطلق العديد من هذه الدراسات من إطار نظري، ومن ضمن النظريات والمداخل النظرية المستخدمة في الدراسات الغربية ما يلي: نظرية الغرس الثقافي *Cultivation Theory*، ونظرية المسؤولية الاجتماعية *Media Responsibility Theory*، والنظرية المعرفية

الاجتماعية Social Cognitive Theory، ونظرية الاستعمار الإلكتروني Electronic Colonialism Theory، ونظرية (ECT)، ونظرية Schwartz's Value Theory (SVT)، والتي تقدم تصنيفاً لأربع فئات رئيسية للقيم الإنسانية على النحو التالي: قيم تعزيز الذات (بما تشمله من قيم الإنجاز والقوة)، وقيمة الانفتاح على التغيير (وتشمل قيم التحفيز والتوجيه الذاتي والمتعة)، وقيم الحماية (وتشمل حماية العادات والتقاليد)، وقيم تجاوز الذات (وتشمل الإحسان للغير والمسئولية الاجتماعية).

وعلى المستوى العربي:

تنوعت المداخل والنظريات البحثية التي اعتمدت عليها عدد من الدراسات العربية، في حين لم تنطلق النسبة الأكبر من نظريات اتصالية.

وقد اتفق الاتجاه البحثي العربي مع الاتجاه البحثي الغربي من حيث زيادة عدد الدراسات التي انطلقت في بنائها النظري من نظرية الغرس الثقافي Cultivation Theory، كما تم استخدام مدخل الاستخدامات والإشباعات Uses & Gratification Approach بشكل متزايد مقارنة بباقي المداخل والنظريات الأخرى، وقد تم توظيفه إجمالاً في التعرف على ما إذا قادت معدلات استخدامات وسائل الإعلام المختلفة إلى تأثيرات على مستوى قيم الشباب، واعتمد عدد من الدراسات على مدخل التفاعلية الرمزية Symbolic interaction، والذي يولي اهتماماً كبيراً للتفاعلات الاجتماعية اليومية داخل البناء الاجتماعي والثقافي الذي يحيا في إطاره الفرد، كما استخدم النموذج المعرفي Cognitive Model في إطار عدد من الدراسات، والذي ينطلق من أهمية الإدراك والمعرفة، وأن سلوك الأفراد يرتبط بدرجة كبيرة بطريقة تفكيرهم أكثر من تأثره بالمشاعر اللاشعورية، ويتم في إطار تحليلهم لما يرونه بالواقع (Elsaleh, 2018).

كما تم توظيف نظرية الحتمية القيمية في الإعلام Media Value Determinism Theory لعبد الرحمن عزي في إطار ثلاث دراسات عربية فقط، وفي المقابل ظهر توظيف واحد فقط لعدد من النظريات والمداخل التي تمثلت في التالي: نظرية الحتمية التكنولوجية The theory of the technological determinism لمارشال مكلوهان، ونظرية المجال العام Public Sphere Theory، والتي اعتبرت أن مواقع التواصل الاجتماعي تعد بمثابة مجالاً افتراضياً يجتمع فيه الشباب ويتبادلون الأفكار السياسية، الأمر الذي يمكن أن يؤثر على قيمهم السياسية، ونظرية نشر الأفكار المستحدثة (Diffusion of Innovations Theory).

ثالثاً: فئة التصميم المنهجي

تنوعت التصميمات المنهجية في إطار دراسات العرض التحليلي، حيث وظفت النسبة الأكبر من الدراسات المنهج الكمي واعتمدت بعضها على المنهج الكيفي، كما مزجت دراسات أخرى بين المنهجين الكمي والكيفي، ويأتي منهج المسح في مقدمة المناهج البحثية التي وظفتها الدراسات عينة التحليل، حيث اعتمدت النسبة الأكبر من الدراسات على منهج المسح بشقيه الميداني والتحليلي، لبحث المتغيرات المرتبطة بالموضوعات البحثية التي تثيرها تلك الدراسات، واعتمدت النسبة الأقل من الدراسات على المنهج شبه التجريبي.

الرؤى المستقبلية والأجندة البحثية التي يقترحها العرض التحليلي

في ضوء العرض التحليلي الحالي وكذلك مناقشته، يمكن توضيح الرؤى المستقبلية والأجندة البحثية المقترحة كما يلي في النقاط التالية:

- الرؤى المستقبلية والأجندة البحثية المتعلقة بفئة القضايا البحثية المقترحة بناءً على دراسات العرض التحليلي العربية والغربية:

- يشير العرض التحليلي الحالي إلى أنه تم إجراء معظم الدراسات سواء العربية أو الغربية، على عينات من الشباب الجامعي، وذلك في محاولة للتعرف على تأثيرات وسائل الإعلام المختلفة التي يستخدمونها على قيمهم، وذلك من حيث إما دعمها أو تغييرها، واتجه عدد قليل جداً من الدراسات سواء العربية أو الغربية إلى التعرف على هذا الدور التأثيري من وجهة نظر أطراف أخرى غير الشباب، والتي تمثلت في: القائم بالاتصال، أو الأخصائيين الاجتماعيين بالجامعات، وتقتصر الباحثة إجراء المزيد من الدراسات حول تأثيرات وسائل الإعلام على قيم الشباب من منظور القائم بالاتصال، أو نشطاء مواقع التواصل الاجتماعي، أو الصفوة في المجتمع بأنواعها المختلفة سواء إجتماعية، أو سياسية، أو إعلامية، أو أكاديمية، أو دينية...، وذلك في محاولة لرصد منظور آخر أو وجهة نظر أخرى لفئة غير الشباب حول هذه القضية.

- بمقارنة نتائج دراسات العرض التحليلي الحالي لكل من الدراسات العربية والغربية، يتضح وجود مناطق اتفاق في الأنساق القيمية المتعلقة بالشباب في كل من المجتمعات العربية والغربية، وفي الوقت نفسه لا يخلو الأمر من وجود مناطق اختلاف بينهما، فما هو قيمة مقبولة بأحد المجتمعات، قد لا يعد كذلك بمجتمع آخر، مثال على ذلك بعض القيم الاجتماعية المرتبطة مثلاً بالحفاظ على المظهر والمتعلقة بطريقة اللبس بأحد المجتمعات العربية، قد تختلف تماماً عما هو عليه ببعض المجتمعات الغربية، وهو ما يؤكد على نسبية القيم بشكل عام، وتقتصر الباحثة البحث في عملية نسبية القيم واختلافها باختلاف المجتمعات، ودور وسائل الإعلام في محاولة التقريب القيمي بين المجتمعات المختلفة في ظل متغير العولمة.

- توصلت نتائج العديد من دراسات العرض التحليلي العربية والأجنبية إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي كان لها دوراً بارزاً في خلق العديد من القيم الجديدة لدى الشباب التي لم تكن موجودة لديه من قبل، وأن هذا الدور يختلف عن دور هذه المواقع في دعم مجموعة القيم الموجودة بالفعل لديه، وذلك في ضوء أن عملية الغرس أو الخلق للقيم الجديدة بالمجتمع تعد أصعب من مرحلة الدعم للقيم الموجودة فعلياً، وبالرغم من وجود العديد من دراسات العرض التحليلي التي قامت برصد هذه التغييرات بالفعل، إلا أن الباحثة تقترح البحث في أساليب واستراتيجيات وآليات إقناع الشباب بعملية التغيير القيمي المستخدمة بهذه الوسائل الاتصالية الحديثة للترويج للقيم الجديدة لدى الشباب.

- اتجهت النسبة الأكبر من دراسات العرض التحليلي العربية والغربية، إلى رصد الجانب التأثيري لوسائل الإعلام على قيم الشباب، وذلك بهدف التعرف على تبعات تأثير هذه الوسائل الإعلامية على قيم الشباب، وفي الغالب، تمثل الجانب التأثيري لوسائل الإعلام على القيم في بعض المظاهر السلوكية، كالتغيير الظاهر في طريقة لبس الشباب، أو الألفاظ المستخدمة، أو السلوك الشرائي بعد التأثر بالقيم المادية والاستهلاكية الموجودة بالإعلانات....، وتقتصر الباحثة قياس هذا التأثير على ثلاثة مستويات، معرفية: حيث الوعي بما هو جدير بالتفضيل والإدراك لموضوع القيمة، ووجدانية: بالميل إلى موضوع القيمة أو النفور منه، وسلوكية: من حيث ظهور هذه التأثيرات وانعكاسها على سلوك الفرد في

المواقف الحياتية المختلفة.

- من بين نتائج دراسات العرض التحليلي - سواء العربية أو بعض الدراسات الأجنبية - الأكثر تكراراً: إن التعرض لبعض أنواع وسائل الإعلام، قد يؤدي إلى التخلي عن بعض القيم التقليدية السائدة داخل المجتمع، وتبني قيماً جديدة وافدة عبر هذه الوسائل، وذلك بدواعي التحضر والتحرر والانفتاح على ثقافة الآخر، وقد قامت النسبة الأكبر من هذه الدراسات برصد واقع التأثيرات الفعلية التي أحدثتها هذه الوسائل الإعلامية على قيم الشباب الاجتماعية، والسياسية، والدينية، والأخلاقية.....، مع تقديم بعض التوصيات التي من شأنها التقليل من حدة هذه التأثيرات السلبية، إلا أن نسبة كبيرة من هذه الدراسات افتقدت إلى تقديم رؤية حقيقية تطويرية وإصلاحية، لكيفية تفعيل دور الإعلام في دعم منظومة القيم المقبولة اجتماعياً لدى الشباب، ومن هنا **تقترح الباحثة** عدم الاكتفاء فقط برصد مظاهر التغيير القيمي لدى الشباب نتيجة الثقافة الوافدة إليهم عبر وسائل الإعلام المختلفة، وإنما البحث في سبل تعزيز الهويات الوطنية، والقيم الأصيلة للمجتمع، فضلاً عن تقديم المزيد من الاهتمام للدراسات التي تقدم رؤى إصلاحية لتفعيل دور الإعلام في دعم منظومة القيم المقبولة اجتماعياً، ومحاولة التقليل من الآثار السلبية لهذه الوسائل الاتصالية على قيم الشباب.

- في الوقت الذي بحثت فيه النسبة الأكبر من دراسات العرض التحليلي - سواء الغربية أو العربية - في تأثيرات وسائل الإعلام المختلفة على القيم لدى الشباب، باعتبارها متغير تابع، قلت الدراسات التي بحثت في ظاهرة القيم كمتغير مستقل يؤثر على سلوكيات الشباب في المواقف المختلفة، **لذا يقترح العرض الحالي** اتجاه الدراسات المستقبلية إلى البحث في المنظومة القيمية المتكونة لدى الشباب نتيجة العديد من العوامل، والتي منها وسائل الإعلام، ودورها كمتغير مستقل في توجيه سلوك الشباب في العديد من المواقف المختلفة خاصة السياسية منها أو الاجتماعية.

- بحثت العديد من الدراسات العربية والغربية موضع التحليل في التأثيرات القيمية التي تحدثها الإعلانات التجارية سواء المبتة عبر التلفزيون أو الإنترنت على قيم الشباب، خاصة تأثيرات الإعلانات الوافدة، والتي غالباً ما تنتهم بإشاعة القيم الاستهلاكية والمادية بين الشباب، **وتقترح الباحثة** البحث في مدى نسبية واختلاف القيم التي تعكسها الشركات متعددة الجنسيات في إعلاناتها الدولية الموجهة لمجتمعات مختلفة، والتي تعد أسواقاً لمنتجاتها، حيث يتم التعرف على مدى ملائمة هذه القيم المبتة في رسائلها للمجتمعات المختلفة التي تستهدفها، طبقاً لخصوصية كل مجتمع وثقافته وعاداته وتقاليد، وذلك في مقابل الشركات الدولية التي تنتج إعلاناً دولياً موحداً لكل المجتمعات التي تستهدفها كأسواق لمنتجاتها، والذي قد يحوي قيماً مغايرة لما هو سائد ببعض هذه المجتمعات.

- انطلقت النسبة الأكبر من دراسات العرض التحليلي العربية من أهمية القيم للشباب، والتي تعتبر بمثابة إطاراً يحكم تصرفاته في حياته، ويعمل على حمايته من الغزو الخارجي الذي يعمل على تدمير أفكار البشر، فضلاً عن أهمية القيم بشكل عام في المساهمة في تشكيل خصوصية المجتمع، انطلاقاً من كونها تمثل جانباً رئيسياً من ثقافة أي مجتمع، بالإضافة إلى مساهمتها في بناء قدرة الأفراد على التكيف مع المشكلات الاجتماعية المختلفة، فضلاً عن إنها تعمل كموجه لسلوك الشباب في مجالات الحياة المتنوعة، وبشكل عام، ساد بعدد كبير من الدراسات العربية الاتجاه البحثي المتعلق برصد التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام على الشباب، خاصة الحديثة منها ممثلة في الإنترنت بتطبيقاتها المختلفة، **لذا تقترح الباحثة** دراسة آليات مواجهة الآثار السلبية التي تحدثها وسائل الإعلام الحديثة على قيم الشباب العربي، فضلاً عن أهمية إجراء بحوث وطنية أكثر شمولية حول إشكالية التكنولوجيا والقيم، والاتجاه نحو تأسيس مرصد وطني بهذه الدول العربية لتتبع تأثيرات التكنولوجيا على القيم، والتوعية، بما فيها القانونية بالمخاطر المترتبة على

الاستخدام السيئ للتكنولوجيا الجديدة مثل: الإدمان، والتطرف الفكري، والجريمة الإلكترونية، وخطورة المساس بالحياة الخاصة والمعطيات الشخصية ..إلخ.

- وفي إطار نفس السياق المتعلق بالتأثيرات السلبية للإعلام على قيم الشباب، نجد أنه في الوقت الذي بحثت فيه العديد من دراسات العرض التحليلي، خاصة العربية منها، في التأثيرات السلبية للإعلام الوافد على قيم الشباب، إلا أنه يلاحظ أن معظمها اكتفى برصد مظاهر هذا التأثير دون البحث في أسبابه، خاصة في ظل متغير العولمة، ومحاولة تهميش الأنساق القيمية المحلية، لذا **تقترح الباحثة** دراسة تأثيرات الإعلام الوافد أو المستورد على قيم الشباب، في ضوء متغير العولمة خاصة الثقافية منها، والتي جعلت من الظروف المحيطة بالشباب ظرفاً مهياً لهم لهذا التأثير، كما **تقترح الباحثة** أيضاً تنشيط الدراسات التي تدور في إطار سبل تعزيز الهوية الثقافية لدى الشباب، ودعم المنظومة القيمية المقبولة اجتماعياً في المجتمع.

- وبالرغم من وجود اتجاه عام يرى أن للعولمة دوراً كبيراً في إحداث التقارب القيمي بين المجتمعات، ففي خلال الثلاثين سنة الماضية، شهد العالم تغيرات عميقة في المجالات السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، فضلاً عن التقدم التكنولوجي السريع، والذي غالباً ما يعزى ذلك إلى ظاهرة العولمة، فمئات الملايين من الأشخاص يزورون المواقع الإلكترونية نفسها، ويشاهدون نفس البرامج التلفزيونية الشهيرة، ويضحكون على النكات نفسها، ويشاهدون نفس الأفلام الأمريكية في سينما بلدهم، بالإضافة إلى انتشار نفس مطاعم الوجبات السريعة في جميع أنحاء العالم، وبالتالي ساهمت هذه الأمثلة في الاعتقاد بأن العولمة ساعدت على عملية التقارب القيمي، إلا أن أحد نتائج مسح القيم العالمي world values survey لعام 2018، يُظهر أن القيم الجماعية لم تتقارب دولياً على مدار العقود الثلاثة الماضية، إلا أن جميع المجتمعات الصناعية المتقدمة، تتحرك تقريباً في اتجاه التقارب القيمي، وبسرعات مماثلة تقريباً، في حين أن البلدان التي ظلت راکدة اقتصادياً لم تظهر سوى تغير بسيط في منظومة القيم لديها، ونتيجة لذلك، كان هناك اختلاف متزايد بين القيم السائدة في البلدان المنخفضة الدخل والبلدان مرتفعة الدخل (Inglehart, 2018)، وفي ضوء هذه النتيجة، **تقترح الباحثة** الاتجاه نحو دراسة تأثير متغيرات مثل: مستوى دخل الفرد، وأسلوب معيشتها، على التغيير القيمي لديه نتيجة التعرض لوسائل الإعلام الحديثة.

- وفي إطار السياق المتعلق بالتعرف على طبيعة المتغيرات الوسيطة التي تطرقت إليها دراسات العرض التحليلي، والتي توسطت العلاقة بين تأثيرات وسائل الإعلام المختلفة والمنظومة القيمية للشباب، اهتمت العديد من دراسات العرض التحليلي - خاصة العربية منها - بالتركيز بالدرجة الأولى على المتغيرات الديموغرافية الخاصة بالشباب، كأحد أهم المتغيرات الوسيطة التي تتوسط هذه العلاقة التأثيرية لوسائل الإعلام على قيم الشباب، و**تقترح الباحثة** زيادة الاهتمام بدراسة عدد من المتغيرات الوسيطة الأخرى التي تتوسط هذه العلاقة، ومن بينها بعض المتغيرات الاجتماعية مثل: تأثير دور الأسرة، ودور المسجد، ودور الأصدقاء، أو ما يعرف بالجماعة المرجعية للفرد، ودور الجامعة ونوعها من حيث كونها حكومية أو خاصة، والسياق الاجتماعي الذي يتم في إطاره استخدام وسائل الإعلام، فضلاً عن درجة التمسك بالمعتقدات الاجتماعية والدينية، والمستوى الثقافي للفرد، ونوع الثقافة التي يحيا الفرد في إطارها، ومستوى احتكاكه بالثقافات الأخرى....، بالإضافة إلى دراسة بعض المتغيرات النفسية لدى فئة الشباب مثل: مستوى الاغتراب، ودرجة الانتماء للمجتمع، فضلاً عن دراسة بعض المتغيرات المرتبطة بإطار التعرض لوسائل الإعلام المختلفة مثل: انتقائية التعرض، وسياق التعرض....، وذلك في محاولة لفهم أدق وأكثر شمولية لطبيعة تأثيرات وسائل الإعلام المختلفة

على قيم الشباب.

- اهتمت معظم دراسات العرض التحليلي العربية المتعلقة بتأثيرات وسائل الإعلام على القيم السياسية بقياس هذه التأثيرات على مستوى قيم المواطنة على نحو كبير مقارنة بباقي القيم السياسية، وتقتصر الباحثة بحث هذه التأثيرات على مستوى قيم سياسية أخرى في مقدمتها: قيم الحوار البناء، وحرية التعبير، واحترام الرموز الوطنية، والمشاركة في الحياة السياسية، وغيرها....، وفي الوقت نفسه، لوحظ من خلال نتائج هذه الدراسات تأرجح تأثيرات وسائل الإعلام على قيم المواطنة لدى الشباب بين السلبية والإيجابية، إلا أنه يمكن القول بشكل عام ببروز وسيطرة التأثيرات السلبية على نحو أكبر من تلك الإيجابية.

- في الوقت الذي انتهت فيه العديد من الدراسات العربية إلى أن مقياس النسق القيمي للشباب يتسم بالثبات إلى حد ما، توصلت دراسات أخرى إلى أن معدل التغيير في النسق القيمي للشباب أصبح سريعاً وملحوظاً، نتيجة عدة عوامل منها اجتماعية، وأخرى متعلقة بتأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي، لذا تقترح الباحثة فتح المجال أمام الباحثين العرب لإجراء الدراسات التتبعية، التي تهتم بالتعرف على تأثيرات وسائل الإعلام على القيم المجتمعية من خلال تحليل مضمون ما يقدم عبر هذه الوسائل الإعلامية من قيم مجتمعية، لمعرفة كيف يسير التغيير القيمي، وإلى أي مرحلة من المتوقع أن يصل، فضلاً عن إجراء دراسات مستمرة لقياس مدى التغيير الحادث في هذه القيم المجتمعية لدى الجمهور بشكل عام، وفئة الشباب على وجه الخصوص، حيث تتصف القيم بالثبات النسبي، والثبات النسبي هنا يعني أن القيم لا تتغير على فترات زمنية قريبة، وإنما هذا التغيير يأتي بمرور الوقت وظهور العديد من المتغيرات التي تساعد على إحداث هذا التغيير.

- يشير العرض التحليلي الحالي إلى وجود ضعف في اهتمام الباحثين العرب فيما يتعلق بإجراء دراسات الاتصال القيمي المقارن بين البلدان العربية المختلفة، فلم يحتوي العرض التحليلي إلا على دراسة واحدة فقط قارنت بين تأثيرات استخدام الشباب العربي لمواقع التواصل الاجتماعي في ثلاث دول عربية، هي (السعودية واليمن ومصر) على قيمهم الاجتماعية والأسرية، الأمر الذي يحتاج إلى تدعيم هذا التوجه البحثي، خاصة مع توافر ميزة نسبية وهي تقارب بعض العادات والتقاليد ووحدة اللغة والدين والتقارب الثقافي النسبي....، لذا تقترح الباحثة التركيز على الدراسات المقارنة، والتي تثرى مجال تأثيرات وسائل الإعلام على القيم.

- **الرؤى المستقبلية والأجندة البحثية المتعلقة بفئة المناهج والأساليب البحثية المقترحة بناءً على دراسات العرض التحليلي العربية والغربية:**

- لم يرصد العرض التحليلي الحالي لاستخدام أي دراسة - سواء كانت على مستوى الدراسات الغربية أو العربية - للمنهج السيميولوجي، لذا تقترح الباحثة توظيف المنهج السيميولوجي في إطار دراسات المدخل التأثيري لوسائل الإعلام على القيم، وذلك انطلاقاً من اهتمامه بتحليل الخطاب الإعلامي من منظور سيميولوجي، مع تركيز التحليل على ربط خصائص النصوص بالأيديولوجيات الصريحة والضمنية، كما أن الدراسة التحليلية لبنية الرموز غير اللفظية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، يمكن أن تعمق من فهم كيف تؤثر هذه الوسائل الاتصالية الحديثة على قيم الشباب المستخدم لهذه الوسائل، حيث يعد هذا الأسلوب التحليلي من أقدر المناهج على التعامل مع الرموز والعلامات الاتصالية وكشف دلالاتها ووظائفها.

- تشير بيانات العرض التحليلي الحالي إلى قلة الدراسات، سواء العربية أو الغربية، التي استخدمت المنهج شبه

التجريبي في إطار هدف التعرف على تأثيرات وسائل الإعلام على قيم الشباب، وربما يعزى ذلك إلى أن التأثيرات القيمة لا تتم على المدى القصير وإنما تحتاج إلى فترة زمنية طويلة لإحداث هذا التأثير القيمي على الجمهور، ومن هنا، يعد منهج المسح فعلياً من أنسب المناهج لقياس تأثيرات وسائل الإعلام على قيم الشباب، إلا أن الباحثة تقترح إمكانية تطبيق المنهج شبه التجريبي في البحث في التأثيرات قصيرة الأمد التي يحدثها الاتصال على دعم أو تغيير بعض القيم لدى الشباب، وذلك من خلال إمكانية تصميم بعض البرامج الإرشادية التي قد تنصب على تنمية المعرفة بقيم - أو دعمها - مثل المسؤولية الاجتماعية، أو قيم المواطنة، أو بعض القيم الجمالية....، بحيث تتم على عدة جلسات تعريفية، ثم بيان أثرها بعد انتهاء جلساتها على تعزيز هذه القيم لدى الشباب، وفي حالة فعاليتها يمكن تطبيقها في محيط الجامعات للاستفادة من هذا الأسلوب، خاصة في ظل التأثيرات السلبية المتنامية لوسائل الإعلام المختلفة على قيم الشباب، والتي توصلت إليها العديد من الدراسات السابقة بهذا العرض التحليلي.

- تشير بيانات العرض التحليلي الحالي إلى تعدد أساليب وطرق قياس القيم بأنواعها المختلفة لدى الشباب، وذلك في كل من الدراسات العربية والغربية على حد سواء، وقد تمثلت أهم هذه الطرق في: إما استخدام الاستبانات أو المقاييس، وبشكل عام تميزت أساليب قياس القيم في الدراسات الغربية باستخدام طريقتان هما:

الطريقة الأولى: والتي تتم عن طريق أسلوب قياس القيم من خلال أسئلة الاختيار بين بدائل، ومن الأمثلة على تطبيقها بدراسات العرض التحليلي الغربية مقياس دراسة القيم لـ"ألبرت وفيرنون ولندزي" Allport Vernon & Lindzey، والذي يهدف إلى قياس القيم الشخصية الستة التالية: (الجمالية، النظرية، الاقتصادية، الاجتماعية، الدينية، السياسية)، وهناك من استخدم مقياس القيم الفارقة (The different values inventory)، والذي أعده برنس "R. Prince" ويقوم على قياس نوعين من القيم: قيم تقليدية (Traditional)، وقيم عصرية (Emergent)، ويتكون من 67 فقرة تشمل كل منها بديلين أحدهما يمثل قيمة تقليدية، والآخر قيمة عصرية، ويجب الفرد باختيار أحدهما.

أما الطريقة الثانية: فهي قياس القيم من خلال ترتيب البدائل وال فقرات، وينطوي تحت هذه الفئة عدة مقاييس تم استخدامها في دراسات العرض التحليلي الغربية، وقد تمثلت هذه المقاييس في: مقياس القيم (The Values Survey) لروكيش Rockeach، حيث يُطلب من الفرد ترتيب كل قيمة على حدة حسب الأهمية له؛ وهناك أيضاً قائمة القيم الشخصية (A Personal Values Inventory)، والذي أعده "هوكس" Hawkes، ويتكون من 90 فقرة تقيس (10) قيم.

ومن ضمن المقاييس التي ظهر استخدامها أيضاً بالعرض التحليلي للدراسات الغربية، هي المقاييس التالية: kahle، و Schwartz، و Polly وغيرهم...، كما ظهر بالعرض التحليلي الاعتماد على المسوح العالمية المستخدمة في قياس القيم الشخصية، ومن ضمن هذه المسوح الدولية مسح القيم العالمي World Values Survey، والذي ينفذ من خلال شبكة من العلماء في علم الاجتماع تبحث في أثر القيم المتغيرة على الحياة الاجتماعية والسياسية، بهدف مساعدة العلماء وصانعي السياسة على فهم التغيرات في القيم في شتى أنحاء العالم، وقد تم استخدامه في أكثر من دراسة غربية بهذا العرض التحليلي.

وفي الوقت الذي اعتمدت فيه نسبة كبيرة من الدراسات الغربية على هذه المقاييس الجاهزة لقياس القيم، نجد أيضاً أن عدداً من الدراسات العربية اعتمدت على عدد من هذه المقاييس الغربية في قياس القيم بالمجتمعات العربية المختلفة، دون مراعاة لخصوصية هذه المجتمعات العربية، والذي يمكن اعتباره أحد أوجه القصور التي شابته الدراسات العربية

المستخدمة لهذه المقاييس الغربية الجاهزة لقياس القيم، حيث إن القيم وإن كانت عالمية، إلا أن لكل مجتمع قيماً خاصة به؛ وعليه، فإنه لا يمكن تعميم هذه المقاييس على المجتمعات كافة، وتجاهل الخصوصية الثقافية وخصوصية المنظومة القيمية لكل مجتمع، لذا **تقترح الباحثة** أهمية اتجاه الدراسات العربية في مجال تأثيرات وسائل الإعلام على القيم إلى محاولة بناء مقاييس للقيم تتسم بالخصوصية الثقافية للمجتمعات العربية، وعدم الاكتفاء بالاستعانة بمقاييس القيم الجاهزة الغربية، وذلك انطلاقاً من نسبة القيم واختلافها من مجتمع لآخر.

- تميزت دراسات العرض الحالي الغربية عن العربية باعتماد عدد منها على نتائج مسوحات إقليمية أو دولية، تنفذها جهات متخصصة ضمت عينات ضخمة على غرار المسح الاجتماعي الأوروبي **The European Social Survey (ESS)** والذي يعد بمثابة دراسة استقصائية يتم إجراؤها كل سنتين منذ عام 2001 في جميع أنحاء أوروبا، ويعتمد على عدد ضخم من العينات من دول مختلفة، ويهدف إلى قياس المواقف والمعتقدات وأنماط السلوك لمختلف السكان في أكثر من ثلاثين دولة، وذلك بهدف التعرف على درجات الاستقرار والتغيير في الهيكل الاجتماعي في أوروبا، فضلاً عن التعرف على كيفية تغير النسيج الاجتماعي والسياسي والأخلاقي بأوروبا، وتتوافر البيانات المستخدمة في هذه المسوح مجاناً للباحثين الراغبين بالاعتماد عليها في دراستهم، مما يعطى في النهاية مؤشرات ونتائج أكثر دقة (European Social Survey, 2018).

وبالتوازي أيضاً، هناك مسح القيم العالمي **The World Values Survey**، وهو مشروع بحثي دولي ينفذ من خلال شبكة من العلماء في علم الاجتماع، تبحث في أثر القيم المتغيرة على الحياة الاجتماعية والسياسية، وهي شبكة عالمية أنشئت في سنكولم عام 1981، بهدف تنفيذ تصاميم بحثية منضبطة وعالية الجودة تقيس التغيرات القيمية في دول العالم، وفعلياً تم تطبيقه على ما يقرب من 100 دولة باستخدام استبيانات مشتركة، وقد صدر عن هذه المؤسسة حتى الآن أكثر من 4000 وثيقة بأكثر من 20 لغة، ويهدف هذا المسح إلى مساعدة الباحثين وصانعي السياسة على فهم التغيرات في القيم والدوافع لدى الأفراد في شتى أنحاء العالم، ويتم إتاحة نتائجه على الموقع الإلكتروني: (www.worldvaluessurvey.org)، (Inglehart, 2018). **وبالتالي تقترح الباحثة** إنشاء مرصد على المستوى العربي يهتم بالدراسات التتبعية في مجال التغيير القيمي خاصة لدى فئة الشباب، ومن الممكن أن يتبع إحدى المؤسسات العربية كجامعة الدول العربية على سبيل المثال، وذلك لما لموضوع التغيير القيمي لدى الشباب العربي من أهمية بالغة في ظل الثقافة العربية وما يميزها من خصوصية ثقافية، الأمر الذي يسهل على باحثي مجال القيم الاستعانة ببيانات هذا النوع من المسوح، والذي سيضمن نوع من المقارنات المرجعية بين نطاق الدول العربية في هذا المجال.

- **الرؤى المستقبلية والأجندة البحثية المتعلقة بفئة النظريات والمداخل البحثية المقترحة بناءً على دراسات العرض التحليلي العربية والغربية:**

- فيما يخص النظريات المستخدمة بالعرض التحليلي، يمكن رصد عدد من النظريات المستخدمة في إطار هذه الدراسات سواء عربية أو غربية، وتعد نظرية "الغرس الثقافي" صاحبة أعلى نسب تكرارية على مستوى الدراسات الغربية، وعلى مستوى الدراسات العربية، احتلت نفس النظرية بجانب مدخل الاستخدامات والإشباع الصادرة في النظريات والمداخل البحثية التي تم استخدامها وتوظيفها بدراسات العرض التحليلي العربية.

ويشير العرض التحليلي الحالي إلى اقتصار الدراسات العربية على محاولات إسقاط النظريات الغربية على خصوصية

المجتمع المحلي لفهم الطبيعة التأثيرية لوسائل الإعلام على قيم الشباب، وفي الوقت نفسه يشير العرض الحالي إلى وجود أكثر من دراسة عربية خاصة من دولة الجزائر اختبرت فروض نظرية "الحتمية القيمية في الإعلام"، حيث تدور هذه النظرية في إطار تحديد الأسس النظرية لدراسة وسائل الإعلام عبر محدد واحد وهو الرسالة الإعلامية وارتباطها بالقيم، أي أن نظرية الحتمية القيمية انطلقت من افتراض أساسي يعتبر الإعلام رسالة، وأن أهم معيار في تقييم الرسالة هو القيمة التي تتبع أساساً من المعتقد، لذلك فإن تأثير وسائل الإعلام يكون إيجابياً إذا كانت محتوياتها وثيقة الصلة بالقيم، وبالمقابل يكون التأثير سلبياً إذا كانت المحتويات لا تتقيد بأي قيمة أو تتناقض مع القيمة، وكلما كان الابتعاد عن القيمة أكبر كان التأثير السلبي أكثر. كما اختبرت إحدى الدراسات العربية بالعرض التحليلي نظرية "الحتمية التكنولوجية" لماكلوهان والتي انطلقت من أهمية تكنولوجيا الاتصال في إحداث التطور والتغيير الاجتماعي.

وبشكل عام تنوعت النظريات الحديثة المستخدمة في الدراسات الغربية على نحو أكبر من تلك المستخدمة بالدراسات العربية، وتفتح الباحثة التطرق لنظريات ومداخل اتصالية أخرى ملائمة لدراسة تأثيرات وسائل الإعلام المختلفة على الشباب مثل: نظرية التعلم الاجتماعي Social learning theory، النظرية المعرفية الاجتماعية Social Cognitive Theory، نظرية الاستعمار الإلكتروني (ECT) Electronic Colonialism Theory، مدخل التفاعلية الرمزية Symbolic interaction، النموذج المعرفي Cognitive Model، نظرية الحضور الاجتماعي Social Presence، مدخل القيم والحاجات، نظرية وضع الأجندة وترتيب الأولويات Agenda Setting، نظرية هوفستد للأبعاد الثقافية Hofstede's cultural dimensions theory، ونظرية الصراع Conflict Theory، ونظرية القيم لشوارتز Schwartz's value theory (SVT).

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية:

- 1- أبو زعنونة، بهجت. (2017). اتجاهات طلبة الجامعات الفلسطينية نحو دور الفضائيات الفلسطينية في تعزيز قيم التربية الوطنية لديه، دراسة ميدانية لعينة من طلاب جامعة الأقصى، مجلة جامعة الأقصى، 11 (1)، يناير، 139 - 174.
- أسامة، سديرة. (2017). تأثير الدراما التركية على القيم الاجتماعية لدى الطالبات الجامعيات، دراسة ميدانية على عينة من طالبات علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد الشريف. رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي.
- 2- الأنصاري، رفيدة. (2018). الانعكاسات التربوية لشبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز قيم المواطنة، المؤتمر الثاني للوحدة الوطنية: دور المؤسسات التعليمية في تعزيز الوحدة الوطنية، جامعة طيبة، السعودية، 19 - 33.
- 3- البراشدية، حفيظة بنت سليمان والظفري، سعيد بن سليمان. (2018). تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي على قيم المواطنة لدى الشباب العماني: دراسة متعددة التصاميم، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، 9 (2)، أغسطس، 122 - 153.
- 4- التميمي، محمد فالح تايه والعامري، محمد عبد حسن. (2017). دور المؤسسات الإعلامية العراقية في تعزيز الشعور بالمواطنة لدى الشباب الجامعي، مجلة الباحث الإعلامي، 38، 75 - 89.
- 5- الحلاق، بطرس. (2016)، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية القيم والسلوكيات لدى طلبة الجامعة "موقع فيسبوك" نموذجاً، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، سلسلة الآداب والعلوم الإنسانية، 38 (3)، 75 - 96.
- 6- الربيعي، بيارق حسين جمعة. (2016). مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز القيم. المؤتمر الدولي الثالث لجامعة عمان: الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي والتسويق الإلكتروني، عمان - الأردن، 12 - 13 مارس 2016، 2 - 29.
- 7- الرشيدى، نمر فهد. (2015). درجة توظيف أعضاء هيئة التدريس لمواقع التواصل الاجتماعي في نشر قيم المواطنة لدى طلبة جامعة حائل ومعوقات توظيفها. رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية، جامعة اليرموك.
- 10- الزبون، أحمد محمد وآخرون. (2017). درجة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية على المنظومة القيمية لطلبة كلية عجلون الجامعية، المجلة الأردنية بالعلوم الاجتماعية، 10 (3)، 44 - 75.
- 11- السيد، محمد عبد البديع. (2015). دور وسائل الإعلام الجديدة في تغيير بعض القيم السياسية لدى الشباب المصري، المؤتمر العلمي الدولي الأول لكلية الإعلام وفنون الاتصال بجامعة فاروس بعنوان: مستقبل الإعلام في ظل التحولات المجتمعية الراهنة، في الفترة من 1 - 3 نوفمبر 2015، 122 - 145.
- 12- السيد، محمد عبد البديع. (2016). دور وسائل الإعلام الجديدة في دعم المواطنة الرقمية لدى طلاب الجامعة، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، 12، يوليو/ سبتمبر، 97 - 122.

- 13- السعيد، حنان. (2015). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأثره على القيم لدى الطالب الجامعي، موقع الفيسبوك نموذجاً. رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة.
- 14- العنزي، يوسف. (2015). فاعلية برنامج إرشادي في تنمية المسؤولية الاجتماعية والمواطنة لدى عينة من طلاب جامعة تبوك (دراسة شبه تجريبية). المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، 31 (63)، 195 - 232.
- 15- الفقيه، محمد عبد الوهاب والصالح، حاتم على. (2016). تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية والأسرية للشباب العربي، استرجعت بتاريخ 5 مايو 2019 من <https://www.alwatanvoice.com/arabic/news/2016/03/20/888466.html#ixzzR0EZ>.
- 16- الفيقي، منير على قاسم. (2015). قيم المواطنة لدى طلاب الجامعات السعودية، دراسة ميدانية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية، جامعة أم القرى.
- 17- القصاص، مهدي. (2015). الإعلام الإلكتروني وأثره على قيم الشباب في القرية المصرية: دراسة حالة، أبحاث المؤتمر العلمي الثاني لثقافة القرية: نحو استراتيجية لتنمية القرية المصرية. ط1، القاهرة: الهيئة العامة لقصور الثقافة.
- 18- المصري، نعيم فيصل. (2015). أثر المسلسلات المدبلجة في القنوات الفضائية العربية على القيم لدى الشباب الجامعي الفلسطيني مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية، 2، 363 - 395.
- 19- بوزية، نيفين (2017). أثر الدراما المدبلجة على القيم الأخلاقية لدى طلاب جامعة النجاح الوطنية، المسلسلات الكورية نموذجاً. رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم الاجتماعية، جامعة النجاح الوطنية.
- 20- بومعيزة، السعيد. (2006). أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، دراسة استطلاعية بمنطقة البليدة. رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر.
- 21- تزيان، ماجد سالم. (2016). فاعلية شبكات التواصل الاجتماعي في تدعيم قيم المواطنة دراسة مسحية على نشطاء التواصل الاجتماعي من طلاب الجامعات. مجلة الاتصال والتنمية، 16، سبتمبر، 45 - 76.
- 22- جبر، نهى بنت علي حسن. (2017). دور برامج التواصل الاجتماعي الافتراضي في تعزيز قيم المواطنة لدى الطالبات الجامعيات في المجتمع السعودي. رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.
- 23- حسن، عبد المجيد. (2018). التأثيرات الثقافية للمسلسلات التركية على طلبة جامعة صنعاء دراسة مسحية، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، 4 (1)، أكتوبر، 46 - 78.
- 24- حنان، بوشلاغم. (2016). دور الشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز وترسيخ قيم المواطنة لدى الطالب الجامعي دراسة ميدانية لعينة من الطلبة المستخدمين لموقع الفيسبوك بجامعة جيجل، مجلة دفاتر، 17، 225 - 252.

- 25- حمدي، محمد الفاتح. (2015). أثر وسائل الاتصال والإعلام الحديثة على سلوكيات وقيم الشباب الجزائري. رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام والدراسات الإنسانية، جامعة باتنة.
- 26- حميد، صالح محمد. (2017). أثر مشاهدة المسلسلات الدرامية التلفزيونية التركية في القنوات العربية على قيم الفتاة الجامعية اليمنية، دراسة مسحية على طالبات جامعتي صنعاء والعلوم والتكنولوجيا للعام 2016، مجلة الأندلس للعلوم الإنسانية والاجتماعية، 16 (17)، أكتوبر - ديسمبر.
- 27- داود، بشري. (2019). القنوات الفضائية الغنائية العراقية ودورها في إشاعة القيم السلبية بين الشباب الجامعي، مجلة الباحث الإعلامي. استرجعت في تاريخ 2 فبراير من https://www.researchgate.net/publication/330565694_alqnwat_alfdayyt_alghnayyt_alraqyt_wdwrha_fy_ashat_alqym_alslbyt_byn_alshbab_aljamy.
- 28- دلال، عربي. (2016). تأثير الفيسبوك على القيم الأخلاقية للطالب الجامعي الجزائري، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة العربي بن مهيدي بولاية أم البواقي. رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي بولاية أم البواقي.
- 29- زاهر، إسماعيل الغريب. (2015). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة وتشكيل الرأي العام لدى منتسبي الجامعات، ورقة بحثية مقدمة في مؤتمر: تعزيز قيم المواطنة ودورها في مكافحة الإرهاب، جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض، في الفترة من 17-19، 156 - 178.
- 30- زين، صباح (2015). تأثير البرامج التلفزيونية على القيم الاجتماعية للشباب، الدراما التركيبية أنموذجاً. رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية والإدارية، جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي.
- 31- سمية، برحيل. (2019). دور الدراما التاريخية الجزائرية في ترسيخ قيم المواطنة لدى الشباب، دراما الحريق أنموذجاً. رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية، جامعة وهران.
- 32- صالح، أحمد وآخرون. (2017). أثر مواقع التواصل الاجتماعي على التغيير القيمي لدى الشباب الريفي بمحافظة سوهاج، مجلة جامعة أسيوط، 48 (3)، 288 - 311.
- 33- صفرار، عبد الله بن محمد بن بخيت. (2017). دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترسيخ قيم المواطنة من وجهة نظر الشباب الجامعي العماني. رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2017.
- 34- طلب، أحمد وسليمان، عمر. (2019). فعالية برنامج إرشادي في تنمية المسؤولية الاجتماعية وتعزيز قيم المواطنة لدى طلاب الجامعة، المجلة التربوية، 59، مارس، 16 - 32.
- 35- عادل، عبد الله وجوده ماهر، مدى ممارسة طلبة جامعة فلسطين فرع خان يونس لقيم المواطنة عبر شبكات التواصل الاجتماعي. المؤتمر التربوي الأول لكلية التربية جامعة فلسطين: القيم في المجتمع الفلسطيني - واقع وتحديات، في الفترة من 29-9-2019 إلى 30-9-2017، 67 - 91.
- 36- عبد الحكم أبو حطب. (2018). أثر التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي على قيم الريفيات بمحافظة الشرقية، دراسة ميدانية. المجلة العربية للإعلام والاتصال، 20، نوفمبر، 11 - 64.

- 37- عبد الرازق، عادل وسعد، زينة. (2019). استخدامات وسائل الإعلام الرقمي وتأثيرها على بناء المنظومة القيمية للمجتمع العراقي، دراسة ميدانية على عينة من شباب مدينة بغداد أنموذجاً. *مجلة الباحث الإعلامي*، 42، 52 - 74.
- 38- عبد الرحمن، ضريف. (2017). *الفيديو وتأثيره على القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين، دراسة ميدانية لجامعة د. مولاي الطاهر - سعيدة*. رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الدكتور مولاي الطاهر سعيدة.
- 39- عبدالعزيز، حنان (2016). المواطنة الرقمية لدى طلاب الجامعة بمصر، كلية البنات - جامعة عين شمس أنموذجاً، *مجلة البحث العلمي في التربية*، 17، 45 - 77.
- 40- عثمان، نزيهة. (2017). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين، دراسة ميدانية على عينة طلبة من جامعة المسيلة. رسالة دكتوراه، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، استرجعت بتاريخ 19 مارس 2019 من dspace.univ-msila.dz:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/1369
./pdf?sequence=1&isAllowed=y
- 41- عليان، عمران علي. (2015). درجة تمثل طلبة جامعة الأقصى لقيم المواطنة في ظل العولمة: دراسة تطبيقية على عينة من طلبة جامعة الأقصى بقطاع غزة. *مجلة جامعة الأقصى*، 18 (2)، يوليو، 1 - 34.
- 42- فالحنايه، محمد والعامري، محمد عبد حسن. (2017). دور المؤسسات الإعلامية العراقية في تعزيز الشعور القومي بالمواطنة لدى الشباب الجامعي. *مجلة الباحث الإعلامي*، 38 (10)، 127 - 154.
- 43- كنعان، على عبد الفتاح. (2015). نظريات الإعلام. استرجعت في تاريخ 12 مايو، 2019 من <https://books.google.com.bh/books?id=lk9ADwAAQBAJ&pg>.
- 44- منصر، خالد. (2018). دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري. رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة 1.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- 45- Abd Halim, N. Rosidi, I. (2015). Television, Youth Identity and Value Socialization, A Study among Students in Pekanbaru, Riau, Indonesi, *Media Asia*, 45 (1), 15 - 31.
- 46- Adeline, N. et al. (2017). The Influence of Western Television Programs on The Dress Code Of Imo State University Undergraduates, *Journal of Moral Education in Africa*, 3, December, pp 112- 135.
- 47- Ali, S. & Yusaf, Z. (2017). Impact of TV Advertisement on Changing Lifestyle of the Youth and How TV Advertisements Affect the Norms and Values of The Society. *Global Media Journal*, Pakistan Edition, Fall, 10 (20). 210 - 275.
- 48- Al-Mosa, N. A. Role of Social Networks in Developing Religious and Social Values of the Students of the World Islamic Sciences & Education University. *International Education Studies*, 8 (9), 126 - 225.

- 49- Alsufyan, N. K. & Aloud, M. (2017). The State of Social Media Engagement in Saudi Universities". *Journal of Applied Research in Higher Education*, 9 (2), 267-303.
- 50- Arafa, Ahmed et al. (2019). Excessive Internet use and self-esteem among Internet users in Egypt, *International Journal of Mental Health*, May. Retrieved May 5, 2019, from <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00207411.2019.1611167>.
- Budirahayu, T. (2018). Understanding **the multiculturalism values through social media among Indonesian youths, Masyarakat, Kebudayaan dan Politik, Vol. 31 (4), 427 - 439.**
- 51- Chang, W. (2017). Media Use, Democratic Values, and Political Participation: Empirical Evidence from Taiwan, *Japanese Journal of Political Science*, 18(03), September, 385 - 406.
- 52- Choden, Khendum et al. (2019). *The Influence of Individual Values on Internet Use: A Multinational Study, International Journal of Information Management*, 46, June, 198 - 209.
- 53- Cillia, B. D. & McCurdy, P. (2016). The Sound of Silence: The Absence of Public Service Values in Canadian Media Discourse about the CBC, *Canadian Journal of Communication*, 41, 547 - 567.
- 54- Curran, J. (2002), *Media and Power*. London, Routledge, 158 - 202.
- 55- Duan, J. & Dholakia, N. (2015). The Reshaping of Chinese Consumer Values in The Social Media Era: Exploring the Impact of Weibo", *Qualitative Market Research. International Journal*, Vol. 18 (4), 409 - 426.
- 56- Elsaleh, E. (2018). The Role of the Generalist Social worker Practice in Facing Change Values of University Students from Using Social Media, by Cognitive Model. *IUG Journal of Humanitarian Research*, 26 (2), 204 - 239.
- 57- European Social Survey. (2019). *About the European Social Survey European Research Infrastructure – ESS ERIC*. Retrieved May 25, 2019, from <http://www.europeansocialsurvey.org/about/>
- 58- Ferat, R. B. (2015). Media Usage and Civic Life: The Role of Values, *Journal of Social and Political Psychology*, 2015, Vol. 2(1), 117 – 142.
- 59- Fujioka, Y., Neuendorf, K. A. (2015). Media, Racial Identity, and Mainstream American Values. *Howard Journal of Communications*, 26, 352 – 380.
- 60- Gunders, L. & Graham, P., Young citizens (2015). Values and New Media, *Continuum*, 26(6), December, 2 - 16.
- 61- Hanan, M. A. et al. (2016). Role of Media in Strengthening Democracy in Pakistan: Journalists' Perception. *Journal of South Asian Studies*, 31 (1), January – June, 331 – 345.
- 62- Hasan, A. S. (2016). Values Gained by the University Students from Reality TV Programs in the Arabic Channels: A Comparative Study Between Egyptian And Bahraini Students Using the Theory of Cultural Cultivation, *Annals of Arts & Social Sciences*, 37 (1), 220 – 230.
- 63- Ho, H., Shin, W., & Lwin, M. O. (2017). *Social Networking Site Use and Materialistic Values among Youth: The Safeguarding Role of the Parent-Child Relationship and Self-Regulation. Communication Research*, Retrieved June 12, 2019 from

- <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0093650216683775>
- 64- Inglehart, R. (2018). *Cultural Evolution*, Retrieved June 2, 2019 from <http://www.worldvaluessurvey.org/WVSContents.jsp>
- 65- Khalid, H. et al., Impacts of Media on Society: A Sociological Perspective, *International Journal of Humanities and Social Science Invention*, 3 (6), June, 56 - 64.
- 66- Kim, D. H. (2017). *The Paradox of Media Diversity: Values, Exposure, and Democratic Citizenship*, A dissertation submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy, College of Mass Communication, the University of Michigan.
- 67- Liu, Z. J. (2015). Media Use and Post Materialist Values in China and the US: A Comparative Study, *Chinese Journal of Communication*, 5(4), December, 383 – 398.
- 68- Macnamara, J. R. (2007). *Mass Media Effects*, A Review of 50 Years of Media Effects Research, 1st ed, Broadway: Australia.
- 69- Milojevich, J. & Beattie, Peter. (2018). The Pull of Humanitarian Interventionism: Examining the Effects of Media Frames and Political Values on People’s Choice of Resolution, *International Journal of Communication*, 12(1), 831 – 855.
- 70- Moeller, J., Kühne, R., & Vreese, C. D. (2018). Mobilizing Youth in the 21st Century: How Media Use Fosters Civic Duty, Information Efficacy, and Political Participation, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 62 (3), 445 – 460.
- 71- Nikitin, A. A. & Nikitina, T. I. (2017). Role of Advertisement in Formation of Values of Youth. *Helix*, 8(1), 2367 – 2371.
- 72- Nikou. S. et al. (2018). Digital Natives’ Intention to Interact with Social Media: Value Systems and Gender, *Telematics, and Informatics*, 35, 421 – 435.
- 73- Oross, D., Kovacs, T., & Szabo, A. (2018). University Students' Democratic Values and Attitudes toward Democracy in Hungary. *European Quarterly of Political Attitudes and Mentalities*, 7(1), 15 - 31.
- 74- Park, Minsu et al. (2017). Cultural values and Cross-Cultural Video Consumption on YouTube, *Plos One*, 12(5), 1 - 13.
- 75- Swigger, N. (2015). The Online Citizen: Is Social Media Changing Citizens’ Beliefs About Democratic Values? *Springer Science & Business Media*. Retrieved 12 April, 2019, from https://www.researchgate.net/publication/257640021_The_Online_Citizen_Is_Social_Media_Changing_Citizens'_Beliefs_About_Democratic_Value
- 76- Talmacheva, S. V. (2015). Impact of Advertising on the Formation of the Value Orientations of Young People, Education, Law, Economics, Language and Communication Journal, 47: 402 - 405.
- 77- Oberiri, D. A. & Kwase, A. D., (2017). Western Television Programs and Its Influence on the Cultural Values of Students in Taraba State University, Jalingo, Nigeria. *Canadian Social Science*, 13 (1), 21 - 32.
- 78- Oyedemi, T. (2015). Participation, citizenship and internet use among South African youth, *Telematics & Informatics*, 32 (1), Feb, p11 - 22.
- 79- Peter, V. J. (2013). Five Challenges for the Future of Media-Effects Research, *International Journal of Communication*, 7, 197 – 215.

- 80- Rojas-Lamorena, Á. J. et al. (2019). The Effect of Spectators' Cultural Values and Their Involvement on the Attitude towards the Contents of The Television Series. *Journal of Spatial and Organizational Dynamics*, VII (1), 53 - 66.
- 81- Sremova, B. & Pavelka, J. (2019). Gender Differences and Wellbeing Values in Youth Online Shopping". *International Journal of Retail & Distribution Management*. Retrieved 3 April, 2019 from <https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/IJRDM-08-2017->
- 82- Sidorchuk, R., et al. (2018). The Influence of High-Level Values on Brand Preferences of Student Youth in Russia. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 46 (7), 638 - 656.
- 83- Shahand, S. T. & Khurshid, F. (2017). Societal Curriculum: Effects of Television on Social Values System in Pakistani Society. *Bulletin of Education and Research*, 39 (1), April, 75 - 89.
- 84- Torreset, B. D. et al. (2015). Empirical analysis of values on interactive advertisement aimed at a teenage audience, *Communication in society*, XXV (2) ,175 - 202.
- 85- Umaogu, B. & Ojoakor, I. (2015). The Internet Communication and the Moral Degradation of the Nigerian Youth, *International Journal of Computer and Information Technology*, 3 (2), March 22 - 34.
- 86- Valkenburg, P. M., Peter, J., & Walther, J. B. (2016). Media effects: Theory and Research. *Annual Review of Psychology*, 67, 75 – 84.
- 87- Wafi, A. M. (2017). The Role of Social Networks in Enhancing the Ethical Values Inside the Palestinian Society: A Field study on Media Students at Gaza Universities, *IUG Journal of Humanitarian Research*, 2017, 25 (1),1 - 20.
- 88- Yang, J. & David, A. (2016). How American and Chinese Journalism Students Prioritize Values: A Comparative Approach, *Journalism & Mass Communication Educator*, 71(2), Summer, 175-188.